

# **Hur hanterar undertextare utomspråkliga kulturelaterade begrepp?**

Agneta Orrevall

I denna uppsats analyseras vilka strategier översättarna använt sig av för att hantera de utomspråkliga kulturelaterade begrepp som förekom i två amerikanska pratshower. Dessutom utreds om lösningarna bidrog till att källspråks- eller målspråksanpassa översättningen. Undertextarnas val har analyserats utifrån en modell med tio strategier placerade på en stigande/fallande skala mot källspråks- respektive målspråksanpassning. Resultatet visade att de strategier som främst användes var 'adoption', 'vedertagen adoption' och 'utelämnande' samt att lösningarna i hög grad bidrog till att källspråksanpassa den svenska texten.

Examensarbete (10 p)  
Magisterexamen i engelska med inriktning på översättning  
Stockholms universitet vårterminen 2004  
Handledare: Britt Erman och Jan Pedersen

## 9 Innehållsförteckning

1. Inledning.....	4
2. Syfte.....	5
3. Undertextning.....	5
3.1 Begreppet undertextning .....	5
3.1.1 Från talat källspråk till skrivet målspråk.....	5
3.1.2 Definition av undertextning .....	7
3.2 Undertextningens begränsningar och möjligheter .....	8
3.2.1 Plats- och tidsbegränsning.....	8
3.2.2 Utelämnande.....	9
3.2.3 Från tal till skrift.....	9
3.2.4 Samspelet mellan text och bild .....	10
4. Språk och kultur .....	11
4.1 Begreppet kultur .....	11
4.2 Är vi ”fångar” i vårt modersmål?.....	11
4.3 Inomspråkliga och utomspråkliga kulturrelaterade problemområden	13
5. Val av strategi.....	14
5.1 Översikt av möjliga strategier .....	14
5.2 Källspråks- respektive målspråksanpassning.....	17
5.3 Bör översättningen källspråks- eller målspråksanpassas? .....	17
5.4 Speciella faktorer att ta hänsyn till.....	19
6. Material .....	21
7. Metod.....	22
7.1 Urvalsprincip .....	22
7.2 Kategorisering av de kulturrelaterade begreppen .....	23
7.3 Analysmodell.....	24
7.4 Analysmetod.....	28
8. Analys.....	30

8.1 Övergripande analysresultat.....	30
8.2 Adoption .....	31
8.3 Vedertagen adoption .....	35
8.4 Förtydligande.....	37
8.5 Utelämnande.....	39
8.6 Ordagrann översättning.....	40
8.7 Hyponymi .....	40
8.8 Generalisering .....	42
8.9 Vedertagen översättning.....	44
8.10 Kulturell anpassning.....	46
8.11 Kulturell ersättning.....	46
8.12 Analys av materialet som helhet .....	47
8.13 Slutdiskussion.....	48
9. Slutsats.....	50
Summary (saknas här).....	51
Bibliografi .....	52
Bilaga 1	
Bilaga 2	
Bilaga 3	

## 1. Inledning

Sverige hör till de länder som undertextar mest i världen (Ivarsson 1992:9). Medan många stora länder världen över väljer att dubba tv-program och filmer har bl.a. Sverige och de övriga skandinaviska länderna en lång tradition av att undertexta. Anledningen till detta är framför allt att det är ett betydligt billigare alternativ. I Sverige har flera nya tv-kanaler startat de senaste åren och antalet ”textade timmar” har följaktligen ökat dramatiskt. Textremsorna i tv-rutan lär faktiskt vara den typ av text som läses mest och inte ens dagstidningarna har lika stor genomslagskraft (Broadcast Text 2004:4). De flesta textade tv-program som visas i svensk television har sitt ursprung i det anglosaxiska språkområdet och framför allt kommer de från USA. Den amerikanska och den svenska språkkulturen liknar varandra på många sätt men det finns också stora skillnader. Kulturrelaterade fenomen som existerar i det amerikanska samhället och som inte har någon motsvarighet i det svenska går att finna inom de flesta områden i samhället. Vi har exempelvis skilda sociala och politiska system, vi har olika matkulturer och vi firar olika högtider. Hur ska översättaren hantera överföringen av kulturrelaterade begrepp? Hur översätter man t.ex. *doughnut shop* när fenomenet inte finns i Sverige och hur hanterar man begrepp som rör det amerikanska skolsystemet, t.ex. *SAT (Scholastic Aptitude Test)*, *junior high school* och *tenth grade*? En grundfråga är om översättaren ska föra läsaren mot källspråskulturen eller om källspråskulturen ska föras mot läsaren. Översättaren måste med andra ord ta ställning till om översättningen ska källspråks- eller målspråksanpassas. Mellan dessa två ytterligheter finns dock ett flertal olika strategier som är möjliga att tillämpa. Problematiken med de kulturrelaterade begreppen är något alla översättare ställs inför men undertextare har dessutom ett antal specifika faktorer att ta hänsyn till p.g.a. att undertextning är en skriven, additiv och synkron typ av översättning av en flyktig och polysemiotisk texttyp (se kapitel 3.1.2). Exempelvis konfronteras undertextaren

med två begränsande faktorer, nämligen plats- och tidsbristen. Människor kan på ett par sekunder hinna säga upp till fyra gånger så mycket mer än som får plats på textremsorna och undertextaren är följaktligen tvingad att utelämna vissa delar av källspråket.

Jag var intresserad av hur översättare, utifrån undertextningens speciella förutsättningar, hanterar amerikanska kulturrelaterade begrepp och det är således detta jag har valt att analysera och diskutera i denna uppsats.

## 2. Syfte

Syftet med uppsatsen är att i två amerikanska tv-program analysera vilka strategier undertextarna använt sig av för att hantera utomspråkliga kulturrelaterade begrepp. Jag vill också se om strategierna bidrog till att källspråks- eller målspråksanpassa den svenska texten.

Analysen är begränsad till två tv-program: ett avsnitt av *David Letterman show*, textat av SDI Media AB, och ett avsnitt av *Jay Leno show*, textat av Broadcast Text AB. Materialet beskrivs utförligare i kapitel 6. De två analyserade programmen behandlas som en helhet och det ligger alltså inte i undersökningens syfte att analysera eventuella skillnader mellan undertextningsbolagen när det gäller val av strategi.

## 3. Undertextning

### 3.1 Begreppet undertextning

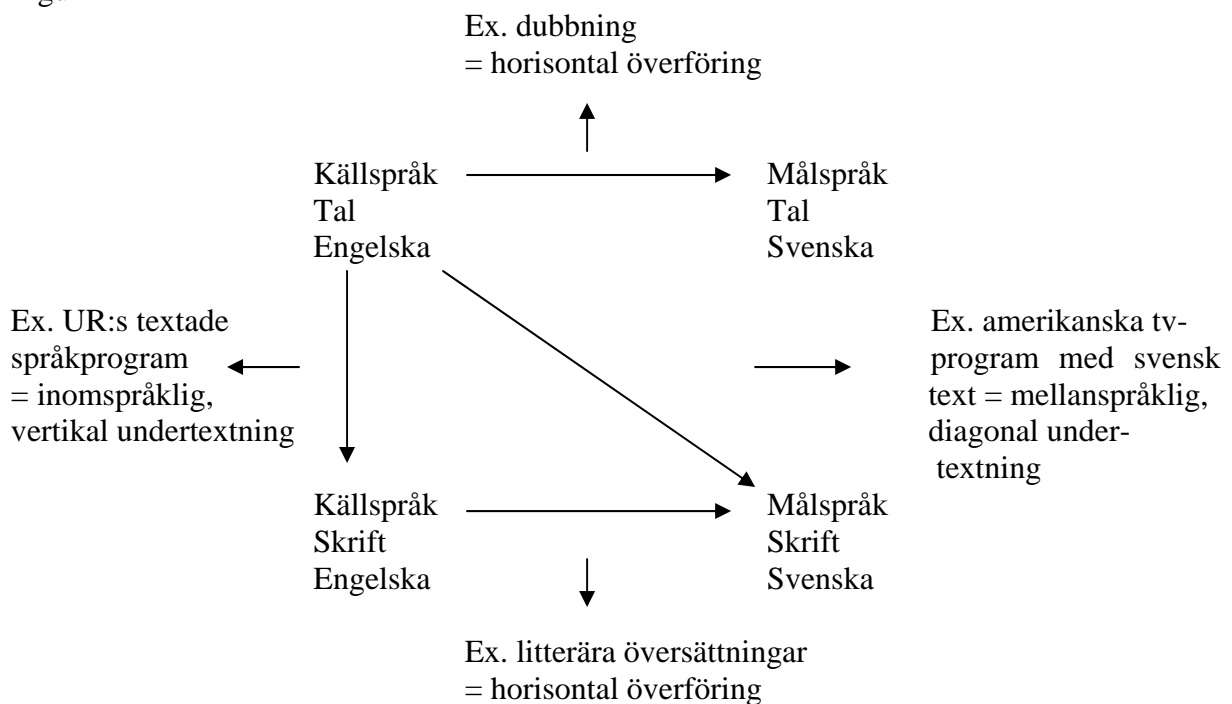
#### 3.1.1 Från talat källspråk till skrivet målspråk

Enligt Gottlieb finns det två olika typer av undertextning, nämligen inomspråklig och mellanspråklig undertextning (1997:71). När det gäller inomspråklig undertextning är tal och skrift på samma språk; här sker alltså inget skifte mellan källspråk och målspråk. Ett exempel är svenska tv-program

som textas för döva och för personer med nedsatt hörsel och ett annat exempel är utbildningsradions tv-program för språkstudier, där både tal och skrift är på ett och samma främmande språk. När det gäller mellanspråklig undertextning är texten en översättning, d.v.s. meddelandet förs över från ett källspråk till ett målspråk.

I båda varianterna av undertextning sker alltså ett skifte från tal till skrift. Låt oss i det här sammanhanget reflektera över dubbning och litterära översättningar. I det första fallet överförs tal till tal och i det senare skrift till skrift. Kommunikationen förs över *horisontalt*. När det gäller undertextning kan överföringen ske antingen *vertikalt* eller *diagonalt*. I en vertikal undertextning går kommunikationen från tal till skrift men språket är detsamma. I en diagonal undertextning sker inte bara ett skifte från tal till skrift utan dessutom ett skifte från källspråk till målspråk. Ovanstående resonemang illustreras nedan. Modellen bygger på Gottliebs figur (2003:16) men jag har lagt till vissa förtydliganden och exempel.

Figur 1



När begreppet undertextning härnäst används i denna uppsats avses endast mellanspråklig diagonal undertextning.

### 3.1.2 Definition av undertextning

Enligt Gottlieb kan undertextning definieras som en skriven, additiv och synkron typ av översättning av en flyktig och polysemiotisk texttyp (1997:256).

Termerna förklaras nedan:

**Skriven (written):** Att undertextning handlar om skriven text, till skillnad från tal, kräver ingen vidare förklaring. Att det i översättningsprocessen sker ett skifte från tal till skrift påverkar dock översättningen på flera sätt, vilket kommer att diskuteras i kapitel 3.2.

**Additiv (additiv):** Den skrivna texten är ett tillägg till originalet och källspråket bevaras. Eftersom tittaren har tillgång till både källspråk och målspråk kan man säga att undertextare är mer utsatta och granskade i sitt arbete jämfört med andra översättare. Många tittare är språkkunniga och kan därmed direkt ha synpunkter på översättningen

**Synkron (synchronous):** Med termen synkron menas att den översatta texten presenteras samtidigt som talet. Textremsorna ska komma in i rutan samtidigt som en replik påbörjas och ligga kvar i bild så länge repliken pågår (och gärna någon sekund till.). Normalt översätter en undertextare alltså inte bara det som sägs utan denne ansvarar även för tidkodningen, d.v.s. bestämmer in- och uttider för remsorna. Att undertextning är en synkron typ av översättning kan t.ex. kontrasteras med simultantolkning som alltid ligger steget efter.

**Flyktig (fleeting):** Undertextning är en flyktig texttyp eftersom textremsorna bara visas några sekunder och sedan försvinner. Texten i tv-rutan flyter på utan att tittaren har någon kontroll och det finns ingen möjlighet att gå tillbaka i texten och kontrollera något. När det gäller inspelade tv-program (och videofilmer) finns naturligtvis möjligheten att kontrollera texten genom att spola tillbaka videokassetten.

**Polysemiotisk (polysemiotic):** Med polysemiotisk menas att minst två av flera parallella informationskanaler (text, tal, ljud och bild) används för att föra över meddelandet. Textremorna samspelar alltså med ljudet och bilden, vilket översättaren kan ha stor nytta av (se vidare kapitel 3.2.4).

De ovan beskrivna egenskaper som karaktäriserar undertextning påverkar i hög grad översättningsprocessen. Många gånger kan dessa egenskaper begränsa översättaren och orsaka problem i översättningsarbetet men undertextningens speciella drag medför även vissa fördelar som kan skapa möjligheter för undertextaren.

## 3.2 Undertextningens begränsningar och möjligheter

### 3.2.1 Plats- och tidsbegränsning

Enligt *Subtitling for Languageland* (2001:3) får det på varje textremsa plats 35 tecken (inklusive mellanslag). När kursiv stil används får det plats 32 tecken och om texten centreras (vilket används när t.ex. text på skyltar översätts eller när brevtextrer eller tidningsrubriker visas i bild) får det plats 33 tecken. Undertextaren har alltså ett mycket begränsat utrymme för att föra över meddelandet. Dessutom måste undertextaren ta hänsyn till tidsfaktorn; remsorna måste ligga inne tillräckligt länge för att tittarna ska hinna läsa texten. *Languageland* ger följande riktlinjer för hur länge textremorna ska visas i bild (2001:25):

Enstaka ord	2 sekunder
En rad	3 sekunder
Två rader	6 sekunder

Även om en textremsa bara innehåller ett enda kort ord ger kortare visningstid än två sekunder ett "blinkande" intryck som stör rytmen av de övriga remsorna. Ovannämnda tider är som sagt riktlinjer; hur länge en eller två remsor bör ligga inne beror också på hur många ord det är i en rad och hur svåra orden är. Korta, vanliga ord är naturligtvis lättare att läsa än långa.



### 3.2.2 Utelämnande

Till följd av plats- och tidsbegränsningen måste översättaren minska ned texten genom att reducera och kondensera. Människor kan på ett par sekunder hinna säga två till fyra gånger så mycket mer än som får plats på remsorna och därför måste undertextaren förkorta dialogen eller talet och välja ut vad som ska vara med. Ivarsson och Carroll (1998:85) skriver: "The choice must obviously be made on the basis of what the subtitles considers to be the essential content that should be communicated to the viewers." Undertextaren har alltså inga fasta regler att hålla sig till men enligt Ivarsson och Carroll kan man med säkerhet ta bort upprepningar. Languageland konstaterar också att det inte finns några fasta regler för vad undertextaren ska ta bort men menar att man ofta kan utesluta utfyllnadsord (*well, you know* o.s.v.), upprepningar, korta svar och namn i början av meningar (2001:8). Både Languageland och Ivarsson och Carroll betonar dock att man inte heller får strunta i små korta ord eftersom de ofta ger språket en viss nyans.

### 3.2.3 Från tal till skrift

Skiftet från tal till skrift tvingar inte bara undertextaren att utelämnas vissa bitar av källspråket, utan påverkar även översättningsprocessen på andra sätt. Enligt Nedergaard-Larsen uppfattas nämligen ett skrivet uttryck som starkare än om samma meddelande hörs uttryckas i tal (1993:213). Ett exempel är att expressivt språk (t.ex. svordomar) upplevs som grövre i skrift jämfört med i tal. Nedergaard-Larsen anser därför att undertexter ibland bör kortas ned eller tonas ned även om det inte behövs på grund av plats- och tidsbristen. Ivarsson och Carroll (1998:127) skriver: "Floods of obscenities should be toned down [...], but it is not the subtitles's task to act as a censor (unless it is explicitly required by the client)."

### 3.2.4 Samspelet mellan text och bild

Eftersom undertextning är en additiv polysemiotisk översättningsform uppstår ofta ett visst mått av redundans som kommer både från det visuella (kroppsspråk, skyltar, föremål som syns i bild m.m.) och från det auditiva (prosodi, ljudeffekter, filmmusik m.m.). När en person i bild yttrar sig samspelet t.ex. ofta talet och ansiktsuttrycket. Ett annat exempel är om något som beskrivs i dialogen samtidigt syns i bild. Detta bidrar till att förståelsen av texten underlättas och översättningsproblem kan därmed reduceras. Gottlieb beskriver detta på följande sätt (1997:121):

”Fully benefiting from the polysemiotic nature of television, the necessary quantitative reduction of the dialog can be reached with only minor qualitative losses in stylistic and/or denotative information /.../ Supported by the original soundtrack and image, providing helpful intonative and visual aids to understanding the dialog, subtitles will usually allow for an adequate transfer of the original message.”

Jämför undertextarens arbete med t.ex. en litterär översättare som *enbart* har ord till sin hjälp för att kommunicera ett innehåll som många gånger ligger långt ifrån mottagarens världsbild, både kulturellt och kunskapsmässigt sett. Det förekommer dock situationer då samspelet mellan text och bild kan sägas utgöra en något negativ effekt på översättningsprocessen. Undertextaren måste anpassa sin text till det som visas i bild och i vissa fall krävs därmed en annan lösning än den som först verkade vara den mest lämpliga. Samspelet mellan text och bild kommer att diskuteras utförligare i kapitel 5.4 och i kapitel 8 (analysen).

## 4. Språk och kultur

### 4.1 Begreppet kultur

Vad menas med begreppet kultur? Enligt Linell finns det inte någon enhetlig definition utan flera närliggande uppfattningar; man kan också skilja mellan flera olika typer av kulturer (1982:48). Linell påpekar dock att hur man än väljer att definiera ordet hänger det alltid ihop med begrepp som vanor, normer och regler och omfattar även de tankar, föreställningar, värderingar och teorier som en viss grupp av människor har om verkligheten. Språk och kultur hänger nära samman och man kan enligt Linell säga att språket är en *del* av kulturen. Språket är inte bara ett kommunikationsmedel utan etablerar och upprätthåller dessutom kulturen på olika sätt. Även Svartvik kommenterar att språket är en del av vårt liv och bärare av våra traditioner, erfarenheter, kunskaper och tankemönster (2000:229).

### 4.2 Är vi ”fångar” i vårt modersmål?

Mellan obesläktade språk finner man stora skillnader när det gäller fonologi, morfologi och syntax. Ordförråden varierar också från språk till språk. Ett exempel är att grönlänningar har ett rikt ordförråd när det gäller is och snö medan beduiner har många ord för sand och kameler (Andersson 1987:31). Men styr modersmålet därmed vår verklighetsuppfattning? Översättningsteoretikern Friedrich Schleiermacher hävdar i sin artikel *Om de olika metoderna att översätta* (1813) att varje människa är utlämnad åt det språk hon talar (i Kleberg 1998:115-129). Människan är så att säga ”fänge” i sitt eget språk och kan inte tänka något som ligger utanför modersmålets gränser. Schleiermacher betonar dock att språket hela tiden utvecklas och att varje fritt tänkande människa kan bidra till språkets växt och utveckling.

Schleiermachers tankar om att vi är som fångar i vårt eget språk är en teori som Sapir/Whorf kom att utveckla under 1950-talet (Linell 1982:56-57). Man

kan urskilja två tolkningar av Sapir/Whorf-hypotesen. Den starka tolkningen, som enligt Linell anses i hög grad tvivelaktig, innebär att det språk som individen har som sitt modersmål helt bestämmer hennes tänkande och uppfattning av omvärlden (1982:57). Enligt denna tolkning bestämmer språket vad vi överhuvudtaget *kan* tänka och människor som talar språk med stora skillnader anses leva i helt skilda världar. Enligt denna tolkning måste det anses omöjligt att översätta mellan två icke-besläktade språk. Den svaga tolkningen däremot, som enligt Linell anses rimlig, innebär att vårt språk påverkar och till viss del styr vårt tänkande och vår uppfattning om verkligheten (1982:57). Språket påverkar hur vi brukar tänka och vad vi brukar uppmärksamma men det bestämmer inte vad vi *kan* tänka eller uppmärksamma. Vi kan enligt denna hypotes frigöra oss från språkets tvångströja. Att översätta mellan olika språk kan alltså enligt den svaga tolkningen vara möjligt.

En amerikan och en svensk talar olika språk men man kan knappast tro att våra verklighetsuppfattningar skiljs åt i någon högre grad. Om vi knyter an till Sapir/Whorfs teori så är för det första det engelska och det svenska språket relativt nära besläktade; de tillhör båda den germanska språkgruppen. För det andra liknar våra kulturer varandra och vi delar den västerländska livsstilen. Den svenska kulturen är dessutom starkt influerad av den amerikanska. Exempelvis kommer majoriteten av de utländska tv-program och filmer som visas i Sverige från USA. Även amerikanska restauranger och affärer som *McDonald's*, *Pizza Hut* och *7-Eleven* är numera så vanliga inslag i vår stadsbild att vi inte längre betraktar dem som främmande. Vi svenskar börjar t.o.m. att ta efter amerikanska högtider. Alla hjärtans dag uppmärksammas t.ex. mer och mer för varje år och även Halloween har sedan bara några år tillbaka börjat firas i Sverige på amerikanskt vis. Vare sig vi godtar Sapir/Whorfs hypoteser eller inte borde det följaktligen finnas goda förutsättningar för att översätta mellan den amerikanska och den svenska språkkulturen.

### 4.3 Inomspråkliga och utomspråkliga kulturrelaterade problemområden

Kulturrelaterade skillnader går alltså att finna på flera nivåer i språket. Enligt Nedergaard-Larsen skiljer man i översättningssammanhang på inomspråkliga och utomspråkliga problemområden (1993:210). Några exempel på inomspråkliga kulturrelaterade problemområden är att vissa tempus bara förekommer i vissa språk, användningen av olika tilltalsord (t.ex. franskans *tu/vous*) och bruket av idiom och metaforer. I talat språk tillkommer även andra problemområden, t.ex. bruket av dialekter, sociolekter och intonation. De utomspråkliga kulturrelaterade problemområdena har att göra med att olika språk har olika ordförråd. Några exempel på problemområden är en kulturs speciella rättssystem, måttssystem och religiösa högtider. Nedergaard-Larsen har i en tabell sammanfattat ett antal områden där utomspråkliga kulturrelaterade begrepp förekommer (se nedan). Hon påpekar dock att den inte är fullständig.

Tabell 1: Utomspråkliga kulturrelaterade problemområden

Källa: Nedergaard-Larsen (1993:211).

Geografi etc.	geografi, meteorologi, biologi kulturgeografi	berg, floder, väder, klimat, flora, fauna, regioner, städer, gator
Historia	byggnader, händelser, människor	monument, slott, krig, revolutioner, helgdagar, kända historiska personer
Samhälle	industrialiseringsgrad (ekonomi)	handel och industri, energitillgångar
Samhälle	samhällsstruktur	försvar, rättsväsende, polisväsende, fängelser, myndigheter
Samhälle	politik	statsledning, regering, valsystem, politiska partier, politiker, politiska organisationer
Samhälle	sociala förhållanden	grupper, subkulturer, levnads- förhållanden, problem
Samhälle	levnadssätt, seder	bostäder, transportmedel, mat, måltider, kläder, vardagsartiklar, släktskapsförhållanden
Kultur	religion	kyrkor, ritualer, etik, präster biskopar, religiösa högtider, helgon
Kultur	utbildning	skolor, universitet, utbildnings- program, examen
Kultur	media	tv, radio, tidningar, magasin
Kultur	kultur, fritidsaktiviteter	museum, konst, litteratur, författare teatrar, bio, skådespelare, musiker, idoler, restauranger, hotell, natt- klubbar, caféer, sport, idrottsmän

Enligt Pedersen kan man urskilja en undergrupp till de utomspråkliga kulturrelaterade begreppen, nämligen internationalismer (2004, *ECR Definition*). Som namnet antyder är internationalismer utomspråkliga kulturrelaterade begrepp som spritt sig världen över och som inte längre uppfattas som bundna enbart till en viss kultur. Begreppen känns igen och förstås även av människor från andra kultur. Pedersen klassificerar exempelvis *The Valley* (i Los Angeles), *Yorkshire Pudding* och *Guy Fawkes Day* som utomspråkliga kulturrelaterade begrepp men *Coca-Cola*, *Sherlock Holmes* och *George W Bush* klassificeras dessutom som internationalismer. När termen kulturrelaterade begrepp hädanefter används i denna uppsats avses endast utomspråkliga kulturrelaterade begrepp.

## 5. Val av strategi

### 5.1 Översikt av möjliga strategier

Hur ska då översättaren hantera de kulturrelaterade begreppen i undertextningsprocessen? Pedersen har utifrån sin forskning funnit att främst sex olika strategier används (2004:23-24). Det ska dock poängteras att Pedersen inte inkluderar internationalismer i sin forskning och analyserar alltså inte överföringen av dessa. De strategier som Pedersen definierar är följande:

**Icke-översättning (retention):** Undertextaren väljer att inte översätta det kulturrelaterade begreppet utan behåller det istället oförändrat i målspråket. Vissa undertextare väljer att kursivera oöversatta ord för att särskilja dem från den kringliggande översatta texten.

**Förtydligande (explicitation):** Undertextaren lägger till ett förtydligande eller en förklaring för att underlätta förståelsen för tittarna. Det kan vara ett

förklarande tillägg, t.ex. *Saint Joseph-kyrkan* eller ett förklarande epitet, t.ex. *poeten Longfellow*.

**Direkt översättning (literal translation):** En direkt översättning innebär att undertextaren gör en ordagrann översättning av ord, ordled eller ordgrupper. Exempel: *Fifth (5<sup>th</sup>) Avenue* – *5:e avenyn*.

**Generalisering (generalisation):** Strategin ‘generalisering’ går ut på att något specifikt översätts på ett mer allmänt sätt. Översättaren kan t.ex. använda sig av en hyperonym. Ett exempel: *I like Coca-Cola* – *Jag tycker om läsk*.

**Kulturell substitution (cultural substitution):** Undertextaren ersätter ett kulturellt begrepp i källspråket med ett kulturellt begrepp som finns i målspråket. Om *The Forestry Commission* översätts med *Domänverket* har denna strategi använts enligt Pedersen (2004:24).

**Utelämnande (omission):** Undertextaren utelämnar det främmande begreppet.

I Broadcast Texts handledning för undertextare (2004) finner man ytterligare tre strategier som är användbara vid överföring av kulturellt relaterade begrepp:

**Etablerad svensk översättning:** Vissa amerikanska kulturellt relaterade begrepp är så välkända i Sverige att det redan finns en etablerad svensk översättning eller ett svenskt namn på fenomenet. (Enligt Pedersen hör denna typ av begrepp till gruppen internationalismer.) Seriefiguren *Superman* heter t.ex. *Stålmannen* på svenska och vi kallar *the Statue of Liberty* för *Frihetsgudinnan*. Dessa två exempel går att finna i engelsk-svenska ordböcker, men det finns också vedertagna översättningar av filmer, tv-program, litterära verk o.s.v. som man

inte hittar i ordböcker. Exempelvis heter filmen *Terms of Endearment* *Ömhetsbevis* på svenska och såpan *The Bold and the Beautiful* kallas *Glamour*.

**Ungefärlig svensk motsvarighet:** Enligt Broadcast Text kan översättaren i vissa fall använda sig av en ungefärlig svensk motsvarighet. Denna strategi påminner om Pedersens strategi 'kulturell substitution' men skillnaden är att den förstnämnda inte ger lika starka associationer till Sverige som strategin 'kulturell substitution' gör. Begreppet anpassas bara till det svenska samhället och till svenska förhållanden men begreppet är inte enbart ett svenskt fenomen. Istället för att t.ex. översätta *the Patent Office* med det svenska namnet *Patent- och Registreringsverket* kan översättaren välja att skriva *patentverket*. Patentverket är ett svenskt ord men det uppfattas inte som ett typiskt svenskt fenomen.

**Fri översättning:** Med en 'fri översättning' uttrycks innebörden (eller den ungefärliga innebörden) av ett begrepp med andra ord. Denna strategi kan vara användbar när det kulturelaterade begreppet inte har någon central betydelse för handlingen. Broadcast Text ger följande exempel: *My husband works for the National Weather Service – Min man arbetar som meteorolog* (2004:97).

Broadcast Text beskriver också strategin 'egen översättning' som undertextaren kan ta till om ingen annan nämnd strategi fungerar. Som exempel menar de att *Screen Actors' Guild* kan översättas med *skådespelarförbundet*. Om strategin 'kulturell substitution' hade använts hade översättningen istället varit *Teaterförbundet*, vilket är namnet på den svenska motsvarigheten. *Skådespelarförbundet* uppfattas som ett namn på en organisation och tittarna förstår precis vad som åsyftas men associationerna till det svenska samhället undviks. Enlig min mening är dock det som Broadcast Text kallar för egen översättning en variant av 'fri översättning'.



## 5.2 Källspråks- respektive målspråksanpassning

Enligt Pedersen kan strategierna i hans modell tänkas ligga på en stigande/fallande skala mot källspråks- respektive målspråksanpassning (2004:24). Han menar att strategierna 'icke-översättning', 'förtydligande' och 'direkt översättning' gör texten mer källspråksanpassad. Kulturrelaterade begrepp som överförs oförändrade bidrar till att ge översättningen lokalfärg. Strategierna 'generalisering', 'kulturell substitution' och 'utelämnande' gör däremot texten mer målspråksanpassad enligt Pedersen. Ju mer texten målspråksanpassas desto säkrare kan undertextaren vara på att tittaren förstår.

När det gäller de strategier som Broadcast Text beskriver målspråksanpassas översättningen även i hög grad om strategin 'ungefärlig svensk motsvarighet' används. Målspråksanpassningen är dock av lägre grad jämfört med om undertextaren ersätter det kulturrelaterade begreppet med ett kulturellt begrepp som finns i målspråket, d.v.s. 'kulturell substitution'. 'Etablerad svensk översättning' och 'fri översättning' hamnar någonstans i mitten på skalan.

## 5.3 Bör översättningen källspråks- eller målspråksanpassas?

Valet av strategi beror på flera olika faktorer men generellt kan man i Broadcast Texts handledning se en tydlig tendens till att hellre vilja källspråksanpassa än att målspråksanpassa översättningen. De råder t.ex. översättarna att behålla utländska namn på personer, varumärken, företag, tidningar och varuhus. Vid upprepade tillfällen föreskrivs undertextarna att inte välja en översättning som väcker alltför starka associationer till Sverige och det svenska samhället. Sådana lösningar kan verka absurda, menar Broadcast Text, om handlingen utspelar sig i USA. Att ersätta ett kulturrelaterat begrepp i källspråket med ett kulturrelaterat begrepp i målspråket uppmuntras alltså inte. Enligt dem ska t.ex. *National*

*Weather Service* inte översättas med *SMHI*, eftersom S:et står för Sveriges (2004:95) och *Museum of Modern Art* får inte översättas med *Moderna museet* eftersom det ligger i Stockholm (2004:100). Men översättningsarbetet är alltid en balansgång; de påpekar även att iveren att undvika vissa associationer till svenska företeelser inte får bli så stark att lösningen blir onaturlig (2004:95).

Enligt Nedergaard-Larsen kan dock strategin 'kulturell substitution' (Nedergaard-Larsen använder termen 'cultural adaptation') vara mycket effektiv eftersom tittarna direkt förstår vad som menas (1993:231). Ett sådant val av strategi kan göra att översättningen behåller det amerikanska begreppets konnotationer som annars lätt går förlorade om tittaren inte har några eller inte tillräckliga kunskaper om det främmande begreppet (se vidare kapitel 5.4). Men Nedergaard-Larsen betonar också problemet med trovärdigheten. Om vi exempelvis tänker oss att någon av skådespelarna i *Friends* säger sig läsa *Dagens Nyheter* vid frukostbordet verkar detta inte trovärdigt eftersom handlingen utspelar sig i USA.

Broadcast Text ger sina undertextare utförliga anvisningar om vilken strategi som bör användas i många konkreta fall, t.ex. vid konstnärliga verk, valutor och geografiska namn. Ett av de analyserade programmen är översatt av just en undertextare från Broadcast Text men jag vill poängtera att jag ser deras handledning som en egen teori. Jag kommer alltså förutsättningslöst att analysera om undertextarna har följt Broadcast Texts skola eller inte.

Vissa rekommendationer för hur man hanterar kulturellerade begrepp finner man också i Languagelands handledning, dock inte lika utförliga. Ivarsson och Carroll diskuterar också praxis för hur man hanterar överföring av vissa typer av begrepp som t.ex. sångtexter, institutioner och varumärken. Jag kommer att gå in på alla dessa rekommendationer i detalj när jag i analysen (kapitel 8) granskar vilken strategi undertextarna använt sig av.

## 5.4 Speciella faktorer att ta hänsyn till

När undertextaren ska välja strategi (och därmed också välja att antingen källspråks- eller målspråksanpassa texten) måste hon/han ta hänsyn till vissa speciella faktorer. Nedergaard-Larsen hävdar att tv-programmet först och främst måste genrebestämmas (1993:221). Gottlieb delar in tv-program i tre kategorier (1998:70):

1. Satir-, komedi- och sångprogram. Språket är i centrum (genom ordlekar, rim etc.).
2. Tv-teater, spelfilmer och shower. Människan är i centrum och språket har till syfte att karaktärisera de talandes personligheter.
3. Nyhets-, dokumentär- och sportprogram. Informationen är i centrum.

Kulturrelaterade begrepp förekommer naturligtvis i alla tre genrerna men enligt Gottlieb är det framför allt beslutet om vad som ska utelämnas som kan bestämmas utifrån vilken genre programmet tillhör. I program där språket är i centrum bör översättaren sträva efter att bibehålla skämt, ordlekar, sångtexter o.s.v. I program där människan är i centrum bör översättaren återge de talandes språkliga drag och hellre bevara talspråkliga uttryck än att återge talet i en alltför kortfattad telegramstil. I program där informationen är i centrum (t.ex. dokumentärer) bör översättaren undvika att stryka fakta. Översättaren bör hellre välja en stram kort form än utelämna någon viktig faktauppgift. När undertextaren väl genrebestämt tv-programmet bör, enligt Nedergaard-Larsen, fyra faktorer tas i betraktande nämligen: det kulturrelaterade begreppets funktion, målgruppens förståelse, begreppets konnotationer och den mediespecifika aspekten (1993:222). Utifrån ovannämnda faktorer formulerade jag fyra frågor som undertextaren bör ställa sig vid kulturrelaterade begrepp:

### **Vad har det kulturelaterade begreppet för funktion?**

Undertextaren måste bedöma om begreppet har en central funktion för handlingen och därmed bör överföras till målspråket, eller om det helt enkelt kan utelämnas. Om begreppet inte har en central funktion men ändå är av viss betydelse kan kanske 'fri översättning' eller 'generalisering' vara tänkbara strategier.

### **Kommer den tänkta målgruppen att förstå?**

Undertextaren måste reflektera över ifall begreppet är välkänt i målspråkskulturen eller inte. Vissa begrepp som t.ex. *CIA* och *Pentagon* är välkända i Sverige och kan lämnas oförändrade, men många andra begrepp kräver en förklaring eller ett förtydligande för att de svenska tittarna ska förstå.

### **Vad har det kulturelaterade begreppet för konnotationer?**

Många gånger är ett begrepps speciella konnotationer avgörande för förståelsen och undertextaren måste ta ställning till om dessa ska förklaras eller inte. Ett begrepps konnotationer är mycket specifika för ett visst lands kultur och undertextaren kan inte räkna med att tittarna har tillräckligt med kännedom om dessa.

Ett exempel: Om huvudpersonen i ett tv-program (en man i fyrtioårsåldern) säger sig vara uppväxt i *the Bronx* väcker uttalandet troligtvis obehagliga associationer för de flesta amerikanska tittarna. På sjuttioalet var *Bronx* inte bara den fattigaste stadsdelen i New York utan faktiskt ett av de farligaste områdena i världen. Våld, droger och gängbråk hörde till vardagen för befolkningen som i huvudsak var svart och puertoricansk. Detta är ett exempel på att många kulturelaterade begrepp har ett känslvärde som antingen väcker positiva eller negativa känslreaktioner. Om de svenska tittarna inte har tillräckligt med kunskap om begreppet i fråga kan en stor del av begreppets

associationsinnehåll gå förlorat om begreppet lämnas översatt eller utan förklaring.

### **Hur samverkar text och bild?**

Översättaren måste reflektera över hur text och bild samverkar. Som redan beskrivits i 3.2.4 förekommer ofta ett visst mått av redundans som gör att översättningsarbetet många gånger underlättas. Om exempelvis en (för tittarna) okänd produkt visas i bild kanske en förklaring i texten är onödig eftersom bilden ger tillräckligt med information. Enligt Nedergaard-Larsen förekommer dock situationer då undertextaren är tvungen att välja en annan strategi än den som först verkade vara den mest lämpliga, just p.g.a. samspelet (1993:214). Även Broadcast Text beskriver detta och ger ett exempel med geografiska egennamn som syns på kartor i reseprogram (2004:93). När det gäller mindre kända namn bör man enligt dem föra över begreppet oförändrat och skriva namnet på samma sätt som det står på kartan även om undertextaren finner en något annorlunda stavning i svenska kartböcker. Detta görs för att tittaren inte ska bli förvirrad.

## **6. Material**

Jag valde att analysera ett avsnitt av *David Letterman show (The Late Show with David Letterman)* som sändes på ZTV den 28 april 2004 kl. 23.15-00.10 och ett avsnitt av *Jay Leno show (The Tonight Show with Jay Leno)* som sändes den 21 april 2004 kl. 8.40-9.30 i Kanal 5. *David Letterman show* textades av SDI Media AB och *Jay Leno show* av Broadcast Text AB.

Båda programmen kan klassificeras som pratshower. I varje program intervjuas någon eller några kända personer. Det förekommer även musikinslag framförda av inbjudna artister eller husband. Programledarna fokuserar på amerikanska kända personer och nutida händelser och de driver ständigt med

politiker, skådespelare och artister. Det primära syftet med båda programmen är att på ett humoristiskt sätt underhålla tittarna. Enligt Gottliebs genreindelning borde programmen därmed klassificeras som tv-program där språket är i centrum. Men eftersom komiken inte bara kommer fram genom ordlekar och dylikt, utan även genom fokusering på människor och händelser, har programmen även drag av tv-program där människan och informationen står i centrum. Den tänkta svenska målgruppen är personer som gillar lite bitsk humor och som är väl insatta i amerikansk politik och kultur.

## 7. Metod

### 7.1 Urvalsprincip

Jag begränsade undersökningen till att analysera de utomspråkliga kulturrelaterade begrepp som förekom i ovan nämnda tv-program. Som stöd för att definiera vad som var ett kulturrelaterat begrepp använde jag Nedergaard-Larsens tabell (se kapitel 4.3). Denna uppgift visade sig ändå inte vara så enkel. Min utgångspunkt var att enbart ta med begrepp som är specifika för USA men som tidigare diskuterats är vi starkt influerade av USA:s kultur och många begrepp och fenomen är i dag s.k. internationalismer. Jag valde att inkludera sådana tveksamma fall i analysen. Även om dessa begrepp generellt sett inte orsakar översättare några problem (eftersom det redan finns vedertagna sätt att hantera dem) är det intressant att se hur starkt påverkade vi är av den amerikanska kulturen och att vi exempelvis accepterar texter som innehåller många oöversatta kulturrelaterade begrepp.

Gränsdragningen var ändå ibland svår att göra. Begreppen *members of congress* och *the senate* inkluderas t.ex. medan begreppen *the president* och *the governor* uteslöts, eftersom dessa ämbeten finns i ett flertal länder runt om i världen. Det var i vissa fall svårt att avgöra om ett begrepp var amerikanskt,

brittiskt eller representativt för bägge kulturerna. Jag valde att inkludera begreppet *tabloids* men utlämnade *bed and breakfast*, vilket jag uppfattade som ett typiskt brittiskt kulturelaterat begrepp.

I *Jay Leno show* förekom ett antal namn på s.k. barnförbjudna produkter. Produkterna hade namn som, med lite fantasi, lät oanständiga och i översättningen fick de påhittade namn som också lät oanständiga. Eftersom det i dessa fall var fråga om ordlekar utlämnades dessa produktnamn ur undersökningen. Alla personnamn utlämnades också ur analysen.

Med min urvalsprincip fann jag totalt 98 olika kulturelaterade begrepp.

## 7.2 Kategorisering av de kulturelaterade begreppen

För att göra materialet mer överskådligt och lättare att analysera delades de kulturelaterade begreppen in i följande kategorier:

Kultur (tv-program, filmtitlar m.m.)

Media (tv-kanaler, tv-bolag, tidningar m.m.)

Samhälle (myndigheter, begrepp inom skolväsendet, högtider m.m.)

Politik

Produkter och varumärken

Myntslag och måttenheter

Affärer och restauranger

Historiska begrepp

Sport

Geografiska egennamn

En fullständig lista där alla olika kulturelaterade begrepp är sorterade efter kategori finns i Bilaga 1.

När det gäller begreppet *the White House* är detta naturligtvis ett fall av metonymi, eftersom det är presidenten och hans medarbetare som avses och inte själva byggnaden. Begreppet inkluderades följaktligen i kategorin 'politik'.

Begreppen *Broadway* och *Las Vegas (stuff)* har klassificerats efter den underförstådda betydelsen och de har därmed placerats i kategorin 'kultur' och inte i kategorin 'geografiska egennamn'. *Broadway* är en gata i New York men begreppet kan också sägas referera till den typ av teaterpjäser och musikaler som sätts upp på teatrarna på den gatan. *Las Vegas (stuff)* syftar på en viss typ av dansshow, där dansarna bär färgsprakande och glittrande kostymer och dessutom ofta visar nakna bröst.

### 7.3 Analysmodell

För att analysera undertextarnas val av strategi skapade jag en egen modell med tio strategier. Strategierna placerades in på en stigande/fallande skala mot källspråks- respektive målspråksanpassning. Jag har framför allt använt mig av strategierna som beskrevs i kapitel 5.1 men vissa förändringar har också gjorts.

Den strategi som Pedersen kallar 'icke-översättning' (retention) heter i min modell 'adoption' (inspirerad av Inghult, i Orrevall 1998:16). En 'adoption' innebär alltså att det kulturrelaterade begreppet behålls oförändrat i målspråket. Jag ansåg dock att det var av betydelse ifall adoptionen gällde ett (för svenskarna) välkänt begrepp t.ex. *CIA* eller ett relativt okänt begrepp som t.ex. *C-SPAN (Cable Satellite Public Affairs Network)*. I min modell skiljer jag därför mellan 'adoption' och 'vedertagen adoption'. Om ovannämnda exempel överförs oförändrade anses strategin 'adoption' ha använts vid det okända begreppet *C-SPAN*, medan strategin 'vedertagen adoption' anses ha använts vid välkända *CIA*.

Att komma fram till en logisk och konsekvent definition för strategin 'adoption' respektive 'vedertagen adoption' var dock inte så enkelt. I de flesta



fall har jag förlitat mig på min egen intuition. Jag känner mig exempelvis säker på att alla svenskar känner till begreppen *McDonald's* och *Disney*. I mer tveksamma fall har jag använt mig av ett antal försökspersoner i olika åldrar som har fått kommentera hur väl de känner till begreppen och hur väl de tror att svenskar i allmänhet känner till begreppen. Endast mycket välkända begrepp har klassificerats som 'vedertagna adoptioner'. I gruppen 'adoption' har följaktligen både mindre kända och okända begrepp placerats. Om tv-program och filmer visas (eller har visats) i svensk television eller på svenska biografier med sina originaltitlar har jag klassificerat titlarna som 'vedertagna adoptioner'. När det gällde både 'adoption' och 'vedertagen adoption' valde jag att inkludera sådana fall då små förändringar gjorts i målspråket. Ett exempel är om den bestämda artikeln *the* har lagts till eller tagits bort eller om pluraländelsen *-s* tagits bort. Exempel: *The Late show – Late Show, dollars – dollar*.

Den strategi som Pedersen kallar 'direkt översättning' (literal translation) kallas i min modell för 'ordagrann översättning'. Strategin innebär (precis som för Pedersen) att undertextaren gör en ordagrann översättning av ord, ordled eller ordgrupper. I min undersökning inkluderas dock endast begrepp som inte redan har en vedertagen översättning. Om t.ex. tv-programmet *Friends* översätts med *Vänner* har visserligen undertextaren gjort en ordagrann översättning, men den svenska titeln är redan etablerad i Sverige och därför har jag bedömt att undertextaren använt sig av strategin 'vedertagen översättning'. Programmet hade i Sverige lika gärna kunnat heta *Fiket, Virriga vänner, Goda grannar* eller något annat.

Båda de beskrivna strategierna 'generalisering' (Pedersen) och 'fri översättning' (Broadcast Text) gör översättningen mer generell. En möjlighet hade kunnat vara att slå ihop de två strategierna men jag valde att göra följande indelning: om en hyperonym används, d.v.s. ett överordnat begrepp i obestämd form, kallas strategin 'hyponymi' och om översättningen görs mer generell

genom parafrasering kallas strategin 'generalisering'. Jag ansåg att begreppet 'fri översättning' var för vagt eftersom det i princip kan täcka vilken översättning som helst, även en felöversättning.

Den strategi som i kapitel 5.1 beskrevs som en 'etablerad svensk översättning' kallas i min modell för 'vedertagen översättning'. Denna strategi anses ha använts om undertextaren använt samma översättningslösning som går att finna i *Norstedts stora engelska ordbok* (3:e upplagan, 2000) eller om undertextaren använt redan vedertagna svenska titlar på t.ex. konstnärliga verk (se kapitel 5.1 för exempel).

Strategin 'vedertagen översättning' bedöms också ha använts om översättaren överför amerikanska begrepp som finns i det svenska språket men med svensk stavning, t.ex. *California – Kalifornien*. I dessa fall rör det sig visserligen inte om en översättning, men att bedöma strategin som en 'vedertagen adoption' ansåg jag som ett sämre alternativ eftersom en svensk stavning gör texten mer målspråksanpassad. Jag ville inte heller skapa en helt egen kategori för denna typ av överföring.

För att få en mer enhetlig terminologi i min modell har jag döpt om strategierna 'ungefärlig svensk motsvarighet' och 'kulturell substitution'. Den förstnämnda kallas i min modell 'kulturell anpassning' och den senare 'kulturell ersättning'. Strategierna används dock på samma sätt som beskrevs i 5.1. Om ett begrepp anpassas till svenska förhållanden men inte uppfattas som ett enbart svenskt fenomen har undertextaren använt strategin 'kulturell anpassning'. Om begreppet byts ut mot ett kulturellt relaterat begrepp som finns i målspråket (och som uppfattas som ett typiskt svenskt begrepp) har strategin 'kulturell ersättning' använts.

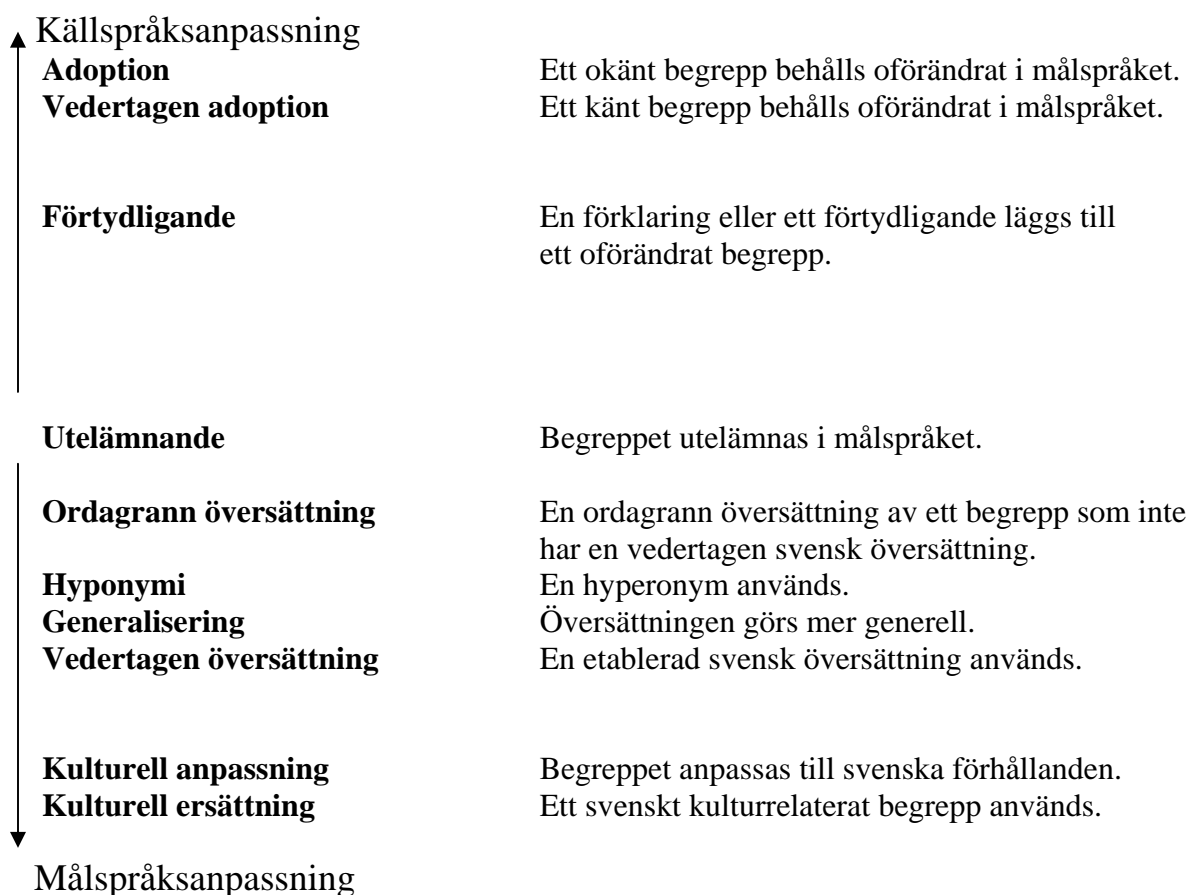
Strategierna 'förtydligande' och 'utelämnande' definieras i min modell enligt beskrivningarna i kapitel 5.1. Ett 'förtydligande' innebär att undertextaren behåller begreppet oförändrat men lägger till en svensk förklaring eller ett

svenskt förtydligande. Vid strategin 'utelämnande' utelämnas begreppet i målspråket.

Min modell, med kortfattade förklaringar, ser således ut på följande vis:

Figur 2

Möjliga strategier vid utomspråkliga kulturrelaterade begrepp



De tydligaste fallen av källspråks- respektive målspråksanpassning finner man längst ut på kanterna. 'Adoption' och 'vedertagen adoption' källspråksanpassar texten mest eftersom engelska ord överförs till den svenska texten och ger texten lokalfärg. 'Adoption' ligger en nivå högre än 'vedertagen adoption' eftersom det krävs god kännedom om både källspråket och källspråkets kultur för att förstå begreppet. Ett 'förtydligande' bidrar också till att källspråksanpassa texten eftersom ett främmande begrepp överförs oförändrat. Graden av

källspråksanpassning är dock lägre jämfört med ‘adoption’ och ‘vedertagen adoption’ eftersom ett svenskt förtydligande läggs till.

Strategierna ‘ordagrann översättning’, ‘hyponymi’, ‘generalisering’ och ‘vedertagen översättning’ ligger i en gråzon och vilken av dessa som gör översättningen mest källspråks- respektive målspråksanpassad är svårt att avgöra. Man skulle kunna tänka sig att dessa strategier ligger på ungefär samma nivå. De strategier som ger mest målspråksanpassade lösningar är naturligtvis ‘kulturell anpassning’ och ‘kulturell ersättning’. Ju mer texten målspråksanpassas desto säkrare kan undertextaren vara på att tittaren förstår. Vid målspråksanpassade strategier används svenska ord och namn på svenska fenomen.

Enligt Pedersen bidrar ett utelämnande till att texten målspråksanpassas (se kapitel 5.2). Ett utelämnande ligger visserligen långt ifrån en källspråksanpassning men gör, enligt min åsikt, inte heller texten målspråksanpassad. Strategin ‘utelämnande’ betraktas därför varken som en källspråks- eller en målspråksanpassad strategi i min modell, utan har placerats i mitten på skalan.

#### 7.4 Analysmetod

Jag analyserade först materialet i kronologisk ordning och bestämde strategi och kategori för alla kulturelaterade begrepp (se Bilaga 2). Därefter grupperade jag begreppen utifrån vilken strategi som använts. Jag sorterade även alla begrepp efter vilken kategori (‘kultur’, ‘media’, ‘samhälle’ osv.) begreppen tillhörde och räknade hur många gånger varje strategi använts (se Bilaga 3).

Varje tillfälle då en strategi använts har räknats som ett fall. Eftersom de kulturelaterade begreppen inte sällan upprepades är det viktigt att notera att när jag i analysdelen refererar till antalet fall kan det, men det behöver inte, handla

om olika kulturrelaterade begrepp. I materialet förekom totalt 205 fall men det rörde sig bara om 98 olika kulturrelaterade begrepp. Trots att jag hade en analysmodell med tio olika strategier var det inte alltid så enkelt att bestämma vilken strategi som använts. Språket är mång-dimensionellt och en lösning kan ha drag av flera olika strategier. Jag övervägde att i vissa fall bedöma det som att flera strategier använts för ett och samma begrepp men ansåg till slut att det inte var något bra alternativ. Jag har följaktligen fått fatta svåra beslut i vissa fall. Det var framför allt fem kulturrelaterade begrepp som orsakade mig bekymmer, nämligen:

<b>Källspråk</b>	<b>Målspråk</b>
North America	Amerika
New York City	New York
Carolina Hurricanes	Carolina
the 9-11 commission	kommissionen
the Civil War	kriget

När det gäller det första exemplet har *North* utelämnats och *America* översatts med hjälp av strategin ‘vedertagen översättning’. Jag övervägde att klassificera lösningen som ‘hyponymi’, eftersom *Amerika* är överordnat de geografiska egennamnen *Nord-* och *Sydamerika* men beslöt mig till slut för att rubricera strategin som en ‘vedertagen översättning’. Jag förde ett liknande resonemang vid *New York City*. Trots att *New York* faktiskt är ett överordnat begrepp för både staten och staden *New York* har jag alltså klassificerat lösningen som en ‘vedertagen adoption’.

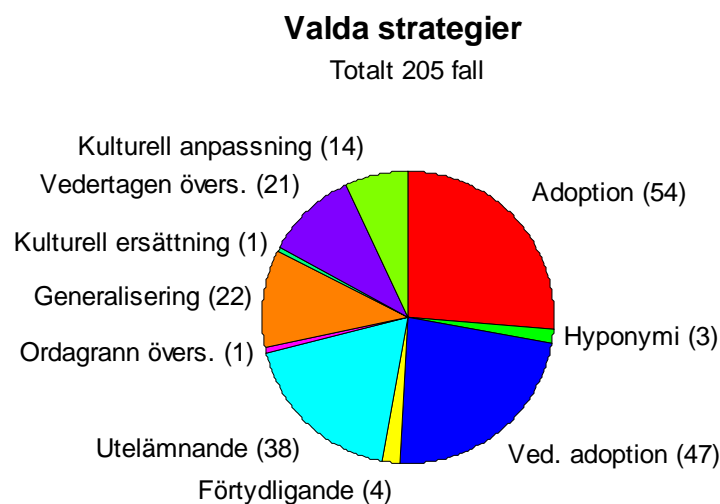
När det gäller *Carolina Hurricanes* – *Carolina* har jag dock klassificerat strategin som ‘hyponymi’ eftersom man kan tänka sig att många olika hockeylag kommer från *Carolina*. I fallen med *the 9-11 commission* – *kommissionen* och *the Civil War* – *kriget* har också halva begreppen utelämnats men de ord som faktiskt översattes är i sig inte kulturrelaterade begrepp. Att lösningarna skulle vara hyperonymer kan man inte argumentera för eftersom de svenska

översättningarna står i bestämd form. Jag beslöt mig för att bedöma dessa fall som 'generaliseringar'. I analysdelen kommer jag först och främst att redovisa det övergripande resultatet av undersökningen. Därefter kommer jag att gå igenom och diskutera var och en av de tio olika strategierna. Jag kommer även att referera till tidigare nämnd litteratur. Till sist kommer jag att kommentera resultatet som helhet och dessutom föra en slutdiskussion.

## 8. Analys

### 8.1 Övergripande analysresultat

Cirkeldiagrammet nedan visar hur många gånger var och en av strategierna användes i förhållande till hela det analyserade materialet:



Som kan utläsas av ovanstående diagram använde sig undertextarna framför allt av strategierna 'adoption' och 'vedertagen adoption'. 'Adoption' användes i 54 fall och vedertagen adoption i 47 fall. Även strategin 'utelämnande' användes flitigt, nämligen i 38 fall. 'Generalisering' användes i 22 fall, 'vedertagen översättning' i 21 fall och 'kulturell anpassning' i 14 fall. 'Hyponymi' och 'förtydligande' var inte populära strategier; 'hyponymi' användes 3 gånger och 'förtydligande' 4 gånger. De minst använda strategierna var dock 'ordagrann

översättning' och 'kulturell ersättning'. Dessa strategier användes bara en enda gång vardera.

## 8.2 Adoption

I 54 fall använde sig undertextarna av strategin 'adoption' och den användes framför allt vid begrepp i kategorierna 'kultur' och 'produkter och varumärken'. Inom kategorin 'kultur' användes strategin 'adoption' i 50 % av fallen och i kategorin 'produkter och varumärken' i 58,8 % av fallen.

Strategin användes flitigt vid namn på tv-program och filmer som inte har svenska vedertagna översättningar. Båda undertextarna satte titlar inom citationstecken. Några exempel: *American Idol*, *The Apprentice*, *Come to Papa* och *The Punisher*. I dessa fall hade det varit möjligt att använda strategin 'ordagrann översättning' och därmed gjort lösningen målspråksanpassad. Att undertextarna valde strategin 'adoption' går dock helt i linje med Broadcast Texts skola som menar att undertextaren ska behålla originaltiteln på konstnärliga verk om inte någon svensk titel finns (2004:83). Enligt Broadcast Text får undertextaren inte översätta en titel på eget bevåg. Undantag kan göras för mindre kända titlar om de har betydelse för handlingen.

Begreppen i kategorin 'kultur' var många gånger långa titlar. Några exempel: *The Whole Nine Yards*, *The Whole Ten Yards*, *13 Going on 30*, *There's a Chef in My Family* och *Land of the Lost Monsters*. Flera av namnen upprepades dessutom ett antal gånger under programmets gång. Sådana här långa titlar kan orsaka problem för undertextare eftersom utrymmet på textremsorna är begränsat och man skulle därför kunna tro att strategierna 'utelämnande' och 'generalisering' ofta skulle utnyttjas. Trots att titlarna tog stort utrymme på remsorna och trots att de upprepades valde dock översättarna många gånger strategin 'adoption'. Både filmnamnet *The Whole Ten Yards* och *13 Going on 30* upprepades sex gånger vardera i den svenska texten.

Det förekom ett fall då strategin 'vedertagen översättning', enligt min mening, borde ha varit det naturliga valet av strategi. I *David Letterman show* diskuteras filmerna *The Whole Nine Yards* och uppföljaren *The Whole Ten Yards*. När det gäller *The Whole Nine Yards* valde undertextaren strategin 'adoption' trots att det finns en vedertagen översättning av titeln, nämligen *Oss torpeder emellan*. Enligt Columbia TriStars Film kommer däremot uppföljaren *The Whole Ten Yards* att behålla den engelska titeln när den kommer upp på de svenska biograferna. Att använda en vedertagen översättning av en filmtitel underlättar naturligtvis förståelsen för tittarna och förståelsen är ju, som tidigare diskuterats, en av de faktorer som undertextaren noga måste ta i betraktande när det gäller val av strategi. Att översättaren i det här fallet använde den amerikanska titeln ledde nog till att en del av tittarna inte förstod vilken film det rörde sig om. Det går bara att spekulera i varför strategin 'adoption' valdes i detta fall. Undertextaren hade kanske inte tid att undersöka om en svensk titel fanns. En annan möjlighet är att undertextaren visste att det fanns en svensk titel men ändå valde att behålla de båda engelska titlarna eftersom de var snarlika. Undertextaren ville kanske inte blanda och använda en engelsk titel och en svensk titel när det så tydligt handlade om en "ursprungsfilm" och dess uppföljare och när dessutom uppföljaren kommer att behålla den engelska titeln. En tredje möjlighet är att undertextaren helt enkelt antog att den amerikanska titeln används i Sverige. Trenden går ju faktiskt mer och mer mot att amerikanska filmtitlar inte översätts. Man kan ju fråga sig varför Columbia TriStars Film inte väljer att kalla uppföljaren för *Oss torpeder emellan II*. Att numrera filmerna har ju länge varit mönstret för hur uppföljare har fått sina namn. Uppföljarna till *Gudfadern* heter exempelvis *Gudfadern II* och *Gudfadern III*.

Ett annat fall då strategin 'vedertagen översättning' borde, eller kunde, ha varit en lämplig strategi gällde filmtiteln *13 Going on 30* som förekom i *Jay Leno show*. När programmet sändes hade filmen ännu inte haft premiär i Sverige



men redan då hade det, enligt Svensk Filmindustri (SF), bestämts att den skulle ha en svensk titel, nämligen *13 snart 30*. Enligt Broadcast Text ska filmer som ännu inte haft svensk premiär i regel behålla sina originaltitlar (2004:83). Har filmen premiär om några dagar eller är mycket omtalad kan man dock skriva den svenska titeln. När det analyserade avsnitten av *Jay Leno show* sändes var titeln *13 snart 30* ännu inte en vedertagen översättning, men eftersom den svenska titeln var fastställd anser jag att den skulle kunnat ha använts.

Strategin 'adoption' utnyttjades också ofta när det gällde begrepp inom kategorin 'produkter och varumärken'. Enligt både Broadcast Text och Languageland kan man oftast behålla utländska namn på varumärken. Languageland (2001:19) skriver: "If the product mentioned is well-known to viewers in Sweden the original name should be kept." Om begreppet är okänt för de svenska tittarna kan man använda sig av strategin 'förtydligande' eller 'generalisering'. Enligt både Broadcast Text och Languageland bör man inte byta ut det främmande produktnamnet mot ett svenskt.

I *David Letterman show* nämns varumärket *Schick Quattro* åtta gånger. *Schick Quattro* är namnet på en rakhyvel som måste antas vara okänt för de flesta svenskar. Den här rakhyveln har en central funktion i programmet. Namnet återkommer flera gånger, som ett tema, och flera skämt är dessutom kopplade till produkten. Det är alltså viktigt att tittaren förstår vad det är för en slags produkt. Av de åtta gånger som *Schick Quattro* nämns väljs strategin 'adoption' sju gånger och 'generalisering' endast en gång (se vidare kapitel 8.8). Översättaren valde alltså att gå i linje med rekommendationerna och behöll det amerikanska varumärket i den svenska texten. När det gäller tittarens förståelse hade översättaren i valet av strategi hjälp av att undertextning är en additivt polysemiotiskt texttyp. När Letterman pratar om rakhyveln vid det första tillfället den nämns håller han samtidigt upp den så att den syns i bild. Rakhyveln är visserligen i en plastförpackning så tittaren skulle kunna missa att det handlade om just en rakhyvel men vid ett senare tillfälle låtsas Letterman

dessutom raka sig själv med en osynlig rakhyvel. Dessa fall är tydliga exempel på att det ofta förekommer ett visst mått av redundans. Tack vare att text och bild samverkar har översättaren kunnat behålla det okända varumärket.

Ett annat exempel där man kan visa på att bilden har stor påverkan på valet av strategi är fallet med *Muskateers bar*. *Three Muskateers bar* är en chokladbit i stil med *Japp* och *Daim* men den säljs inte i Sverige. Begreppet förekommer två gånger i materialet och den första gången väljer översättaren strategin ‘adoption’ (och den andra gången ‘utelämnande’). Om vi för ett ögonblick ignorerar undertextningsbolagens rekommendationer och hellre skulle vilja målspråksanpassa texten med hjälp av strategin ‘kulturell ersättning’, skulle en tänkbar lösning kunna vara att ersätta *a Muskateers bar* med namnet på en svensk chokladbit. I det här fallet zoomar dock kameran in chokladbiten så att namnet tydligt syns i rutan och därmed blir strategin ‘kulturell ersättning’ inte speciellt lämplig. Precis som tidigare diskuterats styrs alltså valet av strategi många gånger av samspelet mellan text och bild.

För att tittaren ska förstå begrepp som överförs med strategin ‘adoption’ krävs god kännedom om både källspråket och källspråkets kultur. Jag undrar hur många tittare som, utan något förtydligande, förstod exemplet nedan:

46. Did you see <u>the C-SPAN</u> ? They were voting, the senate was voting today on an issue.	Såg du omröstningen på <u>C-SPAN</u> ?
--	--

*C-SPAN* är förkortningen av *Cabel Satellite Public Affairs Network* och är en tv-kanal som visar program som berör amerikansk politik (främst inrikespolitik). Enligt min åsikt hade strategin ‘generalisering’ fungerat bra i det här fallet. Undertextaren hade exempelvis kunnat skriva: *Såg du omröstningen på tv?*

### 8.3 Vedertagen adoption

I materialet fanns 47 fall då undertextarna behållit begrepp som jag klassificerat som 'vedertagna adoptioner'. Dessa begrepp antas alltså vara välkända för den svenska publiken. Några exempel:

dollar	McDonalds	
Disney	baseball	
CIA		NASA
Alabama	Hawaii	
Hollywood	New York	

Denna typ av kulturellerade begrepp orsakar sällan undertextare några större problem eftersom begreppen är kända i Sverige. Valet av strategi kan därmed tyckas enkelt. Jag vill dock kommentera två av begreppen, nämligen *dollar* och *CIA*, lite mer ingående.

Namnet på den amerikanska valutan *dollar* kräver ingen förklaring i målspråket. Begreppet är välkänt i Sverige och termen står t.o.m. i *SAOL*. Men skulle man inte kunna tänka sig att målspråksanpassa texten och räkna om värdet till svenska kronor? Både Ivarsson och Carroll (1998:120) och Broadcast Text (2004:103) skriver att valutor inte bör omvandlas. Valutakurser är flytande och 10 dollar kan motsvara 100 svenska kronor den ena dagen men bara 95 svenska kronor den andra. Undertextningen av ett program måste vara gångbar även om programmet sänds i repris. Översättarna valde i samtliga fall att skriva ut termen *dollar* istället för att använda dollartecknet eller förkortningen *USD* trots att den utskrivna formen tar mer plats. Enligt Ivarsson och Carroll är tecken som dollartecknet (\$) svårlästa på skärmen och valutaförkortningar är obekanta för många tittare och därför bör man skriva ut valutnamn om det finns plats (1998:120).

Förkortningen *CIA* (*Central Intelligence Agency*) förekom 14 gånger i mitt material. 13 gånger överfördes begreppet oförändrat och bara en enda gång utelämnades det. Ivarsson och Carroll (1998:123) skriver: "If an abbreviation is generally accepted and familiar, like the FBI or PLO, it should of course be

used.” *CIA* är en känd förkortning för de flesta svenskar och borde inte orsaka några bekymmer. Om undertextaren hade ansett att begreppet hade behövt förklaras och istället övervägt lösningen *den federala underrättelsetjänsten i USA* hade detta förstås tagit för stor plats på textremsorna för att upprepas vid så många tillfällen. Skulle man kunna tänka sig att målspråksanpassa begreppet och underlätta förståelsen ytterligare genom att ersätta *CIA* med den svenska motsvarigheten *Säpo*? Enligt Ivarsson och Carroll (1998:123), som diskuterar översättning från svenska till engelska, bör begreppet *Säpo* definitivt inte översättas med *CIA*. Däremot skulle *Sweden’s CIA* kunna vara en acceptabel lösning. Åt andra hållet skulle man då kunna tänka sig översättningen *USA:s Säpo*. Men *CIA* är ju betydligt mer känt i Sverige än *Säpo* i USA så att behålla begreppet oförändrat framstår som den bästa lösningen.

Att begreppet överfördes oförändrat så många gånger och bara utelämnades en enda gång beror säkert på att det just handlade om en känd, kort förkortning som lätt fick plats på remsorna. I vissa fall handlade det dock om onödiga upprepningar och undertextaren hade kunnat använda sig av strategin ‘generalisering’ vid något eller några tillfällen. Ett exempel:

169. Tell me about <u>the CIA</u> thing, you did something, because that’s in the news everyday, you did something with <u>the CIA</u> .	Berätta om <u>CIA</u> . Det talas mycket om det. Du gjorde nåt med <u>CIA</u> .
--	---

Den andra gången *CIA* nämndes hade undertextaren kunnat använda sig av strategin ‘generalisering’ och ersatt begreppet med ett pronomen. Exempel: *Berätta om CIA. Det talas mycket om det. Du gjorde nåt med dem.*

I materialet fanns några exempel på titlar på amerikanska tv-serier och filmer som behållit de engelska originaltitlarna när de visats i Sverige. Dessa begrepp klassificerades som ‘vedertagna adoptioner’. Några exempel:

Baywatch  
Freaky Friday

## The Simple Life

Strategin 'vedertagen adoption' blir normalt det naturliga valet när det gäller begrepp som exemplen ovan. Man kan förstås tänka sig att lägga till ett förtydligande (t.ex. *filmen* *Freaky Friday*) om man tror att det behövs för att underlätta förståelsen. Förutsättningen för en sådan lösning är dock att det finns gott om tid och plats.

Som jag redan diskuterat i kapitel 8.2 är det naturligtvis viktigt att undertextaren kontrollerar ifall t.ex. filmen i fråga verkligen behåller sin originaltitel i Sverige. Undertextaren bör inte använda det engelska namnet om det finns en vedertagen svensk översättning. Vissa filmer blir dock mer kända under originaltiteln än under sitt svenska namn. Ett exempel är filmen *Citizen Kane* som på svenska heter *En sensation*. Enligt Broadcast Text bör man i dessa fall behålla originaltiteln (2004:83).

Filmen *Freaky Friday* är ytterligare ett exempel (jämför kapitel 8.2) på att amerikanska filmer numera ofta behåller sina engelska titlar när de visas i Sverige. Filmen kom år 2003 och är en nyinspelning av komedin med samma namn från 1976. När "originalfilmen" gick i Sverige översattes titeln med *Åh, vilken fredag* medan nyinspelningen behöll den engelska titeln.

### 8.4 Förtydligande

Strategin 'förtydligande' användes fyra gånger i det analyserade materialet. Förutsättningen för att kunna använda sig av ett förtydligande är att det finns tillräckligt med både plats och tid. Som tidigare diskuterats har undertextaren dessvärre ofta både plats- och tidsbrist och istället för att lägga till något eller några ord är det inte ovanligt att undertextaren måste koncentrera sig på att ta bort ord.

Ett fall gällde begreppet *Big Eats Griller* som i målspråket blev *Big Eats Griller-korv*.

122. Have you seen the ads for the new 7-Eleven's <u>Big Eats Griller</u> ?	Har ni sett reklamen för 7-eleven <u>Big Eats Griller-korv</u> ?
---	--

Översättaren har troligtvis lagt till ett förtydligande med avsikten att öka förståelsen, men målspråket har faktiskt fått en annan innebörd. *Big Eats Griller* är samlingsnamnet på ett antal olika korvar som säljs i 7-Elevenbutiker. Jay Leno frågar publiken om de sett reklamen för den nya korven som säljs på 7-Eleven och som ingår i *Big Eats Griller*-serien. I den svenska texten lägger undertextaren till *-korv* men översätter inte ordet *new* och innebörden av Jay Lenos fråga är därmed ifall publiken sett reklamen för alla de korvar som går under samlingsnamnet *Big Eats Griller*. Ett förtydligande var i det här fallet meningslöst eftersom källtextens budskap ändå gick förlorat. Eftersom det bara var samlingsnamnet på korvarna som nämndes i källspråket och inte det specifika namnet på den för tillfället intressanta korven (nämligen en fet rökt fläskkorv fylld med cheddarost) hade strategin 'generalisering' kunnat användas. En möjlig översättning hade då kunnat vara: *Har ni sett reklamen för 7-Elevens nya korv?*

Strategin 'förtydligande' användes också vid begreppet *the (real) Alamo*. *The Alamo* är både den historiska benämningen på ett slag (år 1835) och namnet på en amerikansk film. Slaget var inledningen till ett antal händelser, som utspelade sig under åren 1835-1836, och som ledde till att Texas bröt sig ut ur Mexico och utropades som en självständig stat. ([www.gqti.com/coming\\_soon.asp?ID=533](http://www.gqti.com/coming_soon.asp?ID=533)). *The Alamo* är troligtvis okänt för de flesta svenskar och anledningen till att översättaren la till ett förtydligande, nämligen *slaget vid (Alamo)*, var antagligen för att underlätta förståelsen. Tittarna fick i alla fall klart för sig att *The Alamo* handlade om militära sammandrabbningar i historisk tid.

135. Disney may have done the impossible here, the movie <i>The Alamo</i> can actually turn out to be a bigger disaster than <u>the real Alamo</u> .	Disney kan ha gjort filmen "The Alamo" än mer katastrofal än <u>slaget vid Alamo</u> .
--	--

## 8.5 Utelämnande

I 38 fall utelämnade undertextarna kulturrelaterade begrepp. Strategin 'utelämnande' var den enda strategin som berörde alla kategorierna men den användes speciellt flitigt vid begrepp inom kategorierna 'media' (35 %) och 'geografiska egennamn' (28,6 %). Som tidigare diskuterats hinner människor på ett par sekunder säga två till fyra gånger så mycket mer än som får plats på textremsorna. Plats- och tidsbristen är därför den främsta orsaken till varför undertextare använder sig av denna strategi. Ett exempel från *David Letterman show*:

9. <u>The Yankees</u> are playing a series of <u>baseball</u> games in Japan and they're on here in <u>New York City</u> really, really early.	<u>Yankees</u> spelar i Japan och de visas väldigt tidigt här.
--	--

I exemplet ovan var undertextaren tvungen att utelämna både begreppet *baseball* och *New York City* på grund av plats- och tidsbristen. Att begreppet *baseball* utelämnades var kanske lite olyckligt eftersom många svenskar nog inte vet vilken sport *Yankees* utövar. Man kan förstås argumentera för att termen *baseball* inte hade någon central funktion. Poängen var att Letterman satt upp sent en kväll och tittade på tv och vad han tittade på var sekundär information. Jag har tidigare diskuterat att undertextare inte har några fasta regler att hålla sig till när det gäller vad som kan utelämnas. Upprepningar angavs dock som ett exempel på något som utan problem kan tas bort. Analysen visade mycket riktigt att just upprepningar kunde tas bort utan att tittarna gick miste om någon information. Ett exempel:

30. <u>CNN</u> gets hold of the footage and they run the footage.	<u>CNN</u> fick tag i bilderna och visade dem.
31. And here now is what the <u>CNN</u> anchorwoman has to say about the footage immediately after it has aired on <u>CNN</u> . Now take a look at this.	Nu ska ni höra vad programledaren säger efter att bilderna har visats.

I exemplet ovan upprepar inte undertextaren *CNN* i nummer 31 trots att *CNN* nämns i källspråket ytterligare två gånger. Eftersom upprepningarna var i nära anslutning till varandra orsakade utelämnandena inte någon informationsförlust.

Analysen visade dock att begrepp inte enbart togs bort p.g.a. plats- och tidsbegränsning och vid upprepningar. Det fanns fall då den troliga orsaken till utelämnande var att det handlade om (för svenskarna) okända begrepp. Begreppen *MIT*, *CBS* och *the FCC* är korta begrepp som hade kunnat få plats på remsorna i de sammanhang där de befann sig. Begreppen utelämnades antagligen för att tittarna utan en svensk förklaring inte skulle förstå innebörden av dem. Om undertextarna hade velat lägga till en svensk förklaring eller använt sig av strategin 'generalisering' hade lösningen troligtvis krävt för mycket tid och plats.

## 8.6 Ordagrann översättning

Strategin 'ordagrann översättning' användes bara en enda gång i det undersökta materialet. Det var det geografiska egennamnet *the 53<sup>rd</sup> street* som översattes med *53:e gatan*. Valet av strategi strider här emot Broadcast Texts skola, eftersom de anser att gatunamn inte ska översättas. Enligt dem ska adresser skrivas på samma sätt som i originalspråket, t.ex. *82<sup>nd</sup> Street* och *Fifth (5<sup>th</sup>) Avenue* (2004:101). Medan Broadcast Text förespråkade strategin 'adoption', d.v.s. en helt källspråksanpassad överföring, valde översättaren alltså en lösning som var mer målspråksanpassad.

## 8.7 Hyponymi

Strategin 'hyponymi' användes bara tre gånger i mitt material. I alla fallen resulterade lösningen i att målspråkets begrepp blev kortare än källspråkets. Att använda sig av strategin 'hyponymi' kan alltså vara ett effektivt sätt för undertextaren att spara plats. Jämför:



Källspråk	Målspråk
Schick Quattro	Rakhyvlar
Broadway musical	En musikal
Carolina Hurricanes	Carolina

Om ett varumärke är okänt för tittarna kan översättaren använda sig av ett överordnat begrepp för att underlätta förståelsen. Som tidigare diskuterats i kapitel 8.2 förekom varumärket *Schick Quattro* i materialet. Namnet nämndes åtta gånger i programmet och lite förvånande användes strategin ‘adoption’ sju gånger och ‘hyponymi’ bara en enda gång.

25. And lo and behold, like two days ago we got a box full of thousands of <u>Schick Quattros</u> .	Och dra på trissor, för två dar sen fick vi en låda <u>rakhyvlar</u> .
---	--

I exemplet ovan handlar det dock inte om att undertextaren vill byta ut ett okänt varumärke mot en hyperonym för att underlätta förståelsen; *Schick Quattro* har nämligen redan nämnts tre gånger tidigare i programmet och då överförts med strategin ‘adoption’. Tack vare att text och bild samverkar har tittaren redan förstått att det handlar om en rakhyvel. Även om källtexten blev lite kortare med hjälp av strategin ‘hyponymi’ hade varumärket kunnat få plats på textremsan, så plats- och tidsbristen var troligen inte heller den avgörande faktorn i valet av strategi. Syftet med det specifika valet av strategi kan ha varit att undvika pluralböjningen av det främmande begreppet. Enligt Broadcast Text är det olämpligt att använda ord med engelskt plural -s i målspråket (2004:60).

Undertextaren föredrog alltså strategin ‘adoption’ framför ‘hyponymi’ när det gällde att överföra begreppet *Schick Quattro*. Vid ett tillfälle la dock undertextaren till ordet *rakhyvlar* i en textremsa, trots att det inte nämndes i källspråket. En möjlig förklaring till detta är att undertextaren ville förtydliga sammanhanget för tittarna.

22. Congratulations, and one...you know one, one, and it's like a four dollar value.	“Grattis, här är <u>en rakhyvel</u> .” En! Till ett värde av fyra dollar.
--	--

## 8.8 Generalisering

I materialet användes strategin ‘generalisering’ i 22 fall. Jag kunde inte finna någon entydig förklaring till när och varför denna strategi användes. Några olika troliga förklaringar kunde dock urskiljas. Strategin användes bl.a. för att spara plats, för att undvika okända kulturellerade begrepp och därmed främja förståelsen och för att förklara eller förtydliga kulturellerade begrepps konnotationer. Strategin medförde att målspråket blev mer generellt och oprecist än källspråket. Vid några tillfällen användes ‘generaliseringar’ för att spara plats. Ett exempel:

101. I went for a MTV spring break because we were promoting <u>The Whole Ten Yards</u> .	Jag gjorde ett program för MTV för att göra reklam för <u>filmen</u> .
---	--

I exemplet ovan ersätter alltså *filmen* den långa filmtiteln *the Whole Ten Yards*. Om ett kortare ord kan ersätta ett eller flera längre underlättar detta naturligtvis för undertextaren, eftersom det inte sällan är ont om plats på remsorna. I exemplet ovan hade t.ex. inte filmtiteln fått plats på den undre raden. Men som redan diskuterats i kapitel 8.2 var det i material dock mycket vanligt att undertextarna upprepade just långa filmtitlar. *The Whole Ten Yards* överfördes med strategin ‘adoption’ sex gånger och bara en enda gång användes strategin ‘generalisering’. Målspråket blev mer oprecist än källspråket men filmtiteln hade vid det här tillfället redan överförts med strategin ‘adoption’ fyra gånger i programmet så tittarna visste vilken film det handlade om. Man bör dock ha i åtanke att undertextning är en flyktig översättning och syftningen måste vara mycket tydlig eftersom tittaren inte kan gå tillbaka i texten och kontrollera vad som avses. Nya tittare kan också komma till under programmets gång och för

dessa underlättas förstås förståelsen om begrepp upprepas istället för att mer generella begrepp används. I exemplet ovan resulterade valet av strategi i en kortare måltext men det ska poängteras att så inte alltid var fallet. Ibland ersattes begreppet av ett svenskt ord som var längre. Ett exempel:

94. -Is it gonna be like an hour long <u>Friends</u> ? -It's gonna be an hour long Friends.	-Blir <u>programmet</u> en timma långt? -Ja.
--	---

Vid ett tillfälle ersattes ett kulturrelaterat begrepp av ett annat. Det handlade om ett namn på en teater, *the Improv*, som ersattes med namnet på stadsdelen där teatern ligger, nämligen *Hollywood*.

203. Tom, thank you very much. He will be at <u>the Improv</u> this weekend. Emeril Lagasse, that's the new book...	Tom uppträder i <u>Hollywood</u> . Emeril Lagasse har en ny bok ute:
---	---

I exemplet ovan blev källtexten bara obetydligt kortare av att byta ut *the Improv* mot *Hollywood* så platsbristen kan inte ha varit orsaken till valet av strategi. Undertextaren har däremot troligtvis fokuserat på förståelsen. För de flesta svenskar är namnet *the Improv* okänt medan *Hollywood* är välkänt. Målpråket är mer oprecist än källspråket eftersom *Hollywood* är ett större geografiskt område men begreppet som sådant hade inte någon central funktion, d.v.s. det hade ingen betydelse för handlingen. Man kan inte heller förvänta sig att de svenska tittarna behövde veta namnet på teatern för att de skulle vilja bege sig till Los Angeles för att se Tom Papa uppträda.

I ett par fall förklarade, eller betonade, undertextarna begreppets konnotationer med hjälp av strategin 'generalisering'. I materialet förekom begreppet *99 cent products* på tre ställen. I det här fallet står priset, *99 cent*, inte bara för ett faktiskt pris utan den associativa betydelsen är att det handlar om produkter som säljs till ett mycket lågt pris. Undertextaren tog fasta på begreppets konnotationer och översatte begreppet på samtliga ställen med

*lågprisprodukter*. Även när det gällde meningen *But it's 99 cents* tog undertextaren fasta på begreppets positiva känslovärde. Meningen översattes med *Men den är billig*. Om översättaren hade valt strategin 'adoption' och skrivit *Men den kostar 99 cents* skulle konnotationerna inte vara lika tydliga. En möjlig översättning hade kunnat vara en 'adoption' tillsammans med ett 'förtydligande', t.ex. *Men den kostar bara 99 cents*. De val som översättaren faktiskt gjorde i exemplen ovan bidrog till att texten målspråksanpassades men målspråket blev samtidigt mer oprecist än källspråket.

Ett annat exempel på att konnotationerna blev tydliga (eller tydligare) i och med användandet av strategin 'generalisering' förekom i samband med begreppet *tabloids*. Den typ av tidningar som kallas *tabloids* fokuserar på sensationsnyheter och därför bör trovärdigheten i nyhetsrapporteringen sannolikt ifrågasättas. Detta tog undertextaren fasta på och översatte frasen *According to the tabloids...* med *Det ryktas också att...* Det kan naturligtvis diskuteras ifall den svenska översättningen har negativ eller neutral värdeladdning. Jag anser dock att värdeladdningen är negativ. En neutral lösning hade kunnat vara något i stil med *Det står i tidningarna att...* Om undertextaren istället hade skrivit *Det skvallras...* hade det amerikanska begreppets negativa konnotationer dock varit ännu tydligare. Begreppet *tabloids* hade inte någon central funktion i sammanhanget och strategin 'generalisering' fungerade därmed, men vi ser igen ett exempel på att målspråket blev mer oprecist eftersom översättningen inte förmedlar var ryktena uppstod.

## 8.9 Vedertagen översättning

Strategin 'vedertagen översättning' användes i 21 fall. I dessa fall behövde undertextarna inte anstränga sig så mycket eftersom de kunde använda lösningar som redan är vedertagna. De flesta av begreppen var av den typ som man kan hitta i engelsk-svenska ordböcker. Några exempel:

Källspråk	Målspråk
the Statue of Liberty	frihetsgudinnan
the Revolutionary War	frihetskriget
members of congress	kongressledamöter
the White House	Vita huset
California	Kalifornien

När det gäller det sista exemplet är det intressant att bara vissa geografiska egennamn har svenska stavningar. *Kalifornien* är exempelvis den enda amerikanska delstat som har ett svenskt namn. Reflektera över att vi säger och skriver *New York* men *Nya Zeeland*. Vilka geografiska namn som har en svensk stavning beror enligt Svenska språknämnden på skilda processer i historien och ingen generell förklaring eller regel kan ges. En förklaring till en viss stavning kan exempelvis vara via vilken väg, d.v.s. via vilket annat språk, ett namn har tagit sig in i svenskan. Enligt Svenska språknämnden är man dock mer benägen att ge namn på stater svenska stavningar för att de ska passa in i den svenska ordbildningen. En svensk stavning underlättar t.ex. bildandet av adjektiv för att benämna statens invånare. I materialet fann jag bara ett exempel på en ‘vedertagen översättning’ som var av den typ man inte hittar i ordböckerna (t.ex. etablerade namn på konstnärliga verk). En av undertextarna hade översatt tv-serien *Friends* med *Vänner*. Som redan kommenterats i kapitel 7.3 är översättningen, i just det här fallet, dessutom en ordagrann översättning. Jag anser dock att strategin som tillämpats är ‘vedertagen översättning’.

Som redan diskuterats i kapitel 8.2 förekom filmtiteln *The Whole Nine Yards* i materialet. Denna film har i Sverige en vedertagen, målspråksanpassad översättning (*Oss torpeder emellan*) men av okänd anledning valde undertextaren strategin ‘adoption’ och behöll den amerikanska titeln oförändrad.

## 8.10 Kulturell anpassning

I elva fall (av totalt fjorton fall) användes strategin ‘kulturell anpassning’ för att föra över måttuppgifter. Undertexterna räknade om från det amerikanska måttsystemet (The US Customary System) till det måttssystem vi använder i Sverige (SI-systemet). Måttenheterna *mile/miles* och *pounds* ersattes i målspråket av *km*, *mil* och *kilo*. Detta går helt i linje med Ivarsson och Carroll (1998:120) som skriver: “Most companies convert units of measurement into their country’s equivalents for the sake of better comprehension, rounding them off at the same time [...] unless of course the context demands an exact figure.”

Ett exempel:

82. Are we absolutely certain that the governor of Pennsylvania was speeding at over a 100 miles per hour?	Är vi säkra på att guvernören har kört i över <u>160 km/h</u> ?
--	---

De resterande tre fall då strategin ‘kulturell anpassning’ användes hörde till kategorin ‘samhälle’. Fallen redovisas nedan:

<b>Källspråk</b> the IRS the Board of Health graduate schools	<b>Målspråk</b> skattemyndigheten hälsovårdsmyndigheten universitet
--	--

Ovanstående översättningar är anpassade till svenska förhållanden men begreppen är inte enbart svenska fenomen. Exempelvis är det officiella namnet på myndigheten som i Sverige granskar deklARATIONER och fastställer skattesatser *Skatteverket*.

## 8.11 Kulturell ersättning

Enligt Broadcast Text ska översättningarna inte väcka associationer till det svenska samhället. I materialet fann jag bara ett enda fall då strategin ‘kulturell ersättning’ använts. Det amerikanska begreppet *the department of vehicles*

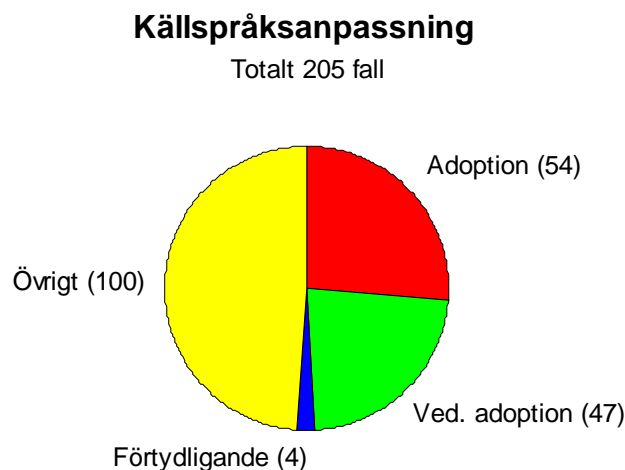
ersattes i målspråket av namnet på den centrala myndigheten som i Sverige ansvarar för frågor om väghållning och säkerhet i trafiken, nämligen *Vägverket*:

114. I make a full day of it. I like to go to the department of vehicles in the morning...	Jag brukar slå på stort och besöka <u>vägverket</u> på förmiddagen.
--	---

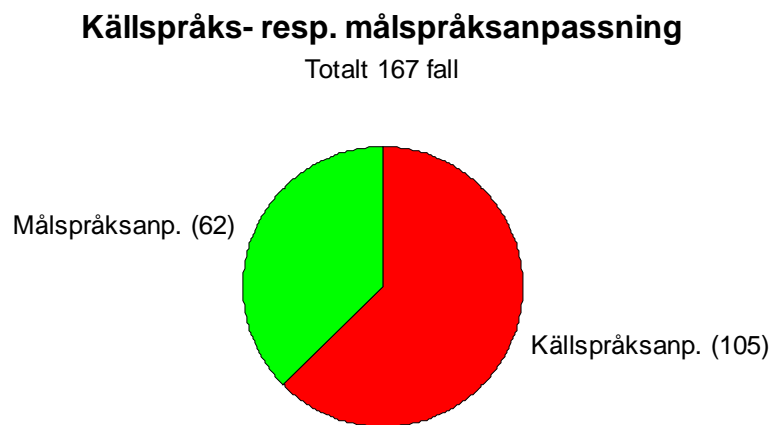
*Vägverket* ska på korrekt sätt skrivas med versalt *v* och troligtvis försökte undertextaren tona ned associationerna till det svenska samhället genom att använda en gemen initialbokstav. *Vägverket* är ett svenskt kulturrelaterat begrepp men kopplingen till Sverige är ändå inte speciellt stark eftersom *Vägverket* troligtvis inte uppfattas som något typiskt svenskt, varken namnet eller dess funktion. Trots att strategin ‘kulturell ersättning’ användes väcktes i just detta fall inga särskilt starka associationer till det svenska samhället.

#### 8.12 Analys av materialet som helhet

Jag har ovan redovisat och diskuterat vilka strategier undertextarna använt sig av för att föra över kulturrelaterade begrepp till den svenska språkkulturen. Men bidrog valen till att källspråks- eller målspråksanpassa texten? Om vi väljer att fokusera på de strategier som bidrog till att källspråksanpassa texten, i förhållande till de övriga strategierna, ser fördelningen ut på följande vis:



‘Adoption’, ‘vedertagen adoption’ och ‘förtydligande’ användes sammanlagt i 105 fall. Uttryckt i procent användes källspråksanpassade lösningar i 51 % av alla fall. Om man räknar bort strategin ‘utelämnanden’ i statistiken (eftersom ett utelämnande varken källspråks- eller målspråksanpassar texten) och därefter tittar på hur stor del av lösningarna som källspråks- respektive målspråksanpassades ser fördelningen ut på följande vis:



I diagrammet ovan står de källspråksanpassade strategierna för 63 % av fallen. Sammanfattningsvis visar alltså analysen att undertextarnas val av strategier bidrog till att i källspråksanpassa den svenska texten i hög grad.

### 8.13 Slutdiskussion

Vid granskning av analysens resultat är det viktigt att ha i åtanke att *alla* de tio strategierna i modellen inte går att tillämpa i *alla* fall. Undertextarna har alltså i praktiken inte alltid tio strategier att välja på. Ett exempel är att det till namn på tv-program (t.ex. *The Apprentice*) inte finns någon hyperonym och strategin ‘hyponymi’ är därmed omöjlig. Ett annat exempel är att man varken kan använda strategin ‘hyponymi’ eller ‘ordagrann översättning’ vid många geografiska egennamn (t.ex. *Alabama*). Utfallet i denna studie hänger därför delvis ihop med vilken sorts kulturellerade begrepp som analyserades men



man kan ändå med säkerhet fastslå att undertextarna i större utsträckning valde källspråksanpassade lösningar än målspråksanpassade.

Det var dock inte förvånande att undertextarna främst valde strategier som bidrog till att källspråksanpassa texten. Broadcast Text uppmanar till att undvika lösningar som väcker associationer till det svenska samhället och enligt Languageland och Ivarsson och Carroll kan många kulturrelaterade begrepp behållas oförändrade i målspråket.

En fördel med att använda källspråksanpassade lösningar är att målspråket blir mer troget originalet. Strategin 'generalisering' och 'hyponymi' gör t.ex. alltid lösningarna mer oprecisa. En annan fördel är att man inte får något problem med trovärdigheten. Eftersom de analyserade programmen fokuserade på amerikansk kultur och amerikansk politik skulle problemet med trovärdigheten varit stort om undertextarna hade valt målspråksanpassade lösningar. För att kunna använda källspråksanpassade lösningar krävs dock att målgruppen har vissa förkunskaper, annars finns risken att tittarna varken uppfattar den denotativa eller den associativa betydelsen av ett begrepp. Svenskarna har generellt sett goda kunskaper i engelska och vi känner oss dessutom hemma i den amerikanska kulturen, så många källspråksanpassade lösningar orsakar inte tittarna några bekymmer. Man kan dessutom tänka sig att målgruppen för de analyserade programmen är mer insatt i det amerikanska samhället än genomsnittet eftersom man utan denna kunskap inte får så stor behållning av programmen. Undertextarna behövde alltså inte (i så stor utsträckning) sträva efter att målspråksanpassa lösningarna i syfte att underlätta förståelsen. Att översättarna många gånger valde källspråksanpassade lösningar berodde dock inte bara på deras personliga val (inbegripet textningsbolagens och andra teoretikers rekommendationer) utan reflekterar också en trend i samhället. Om t.ex. filmer och tv-program inte får svenska titlar när de visas i Sverige behåller undertextarna sannolikt de amerikanska titlarna i översättningarna. Det var dock förvånande att undertextarna i så stor utsträckning valde att upprepa

engelska begrepp istället för att oftare använda sig av strategierna 'generalisering', 'hyponymi' och 'utelämnande'. Tittarna konfronterades alltså med svenska textremsor som innehöll många engelska ord.

Det är viktigt att ha i åtanke att undertextarna visserligen påverkas av trender i samhället men de upprätthåller också trender och fungerar som normbildare. Jag har tidigare kommenterat att undertexter lär vara den typ av text som läses mest (se kapitel 1) och undertextare är alltså inte bara översättare utan har också en viktig uppgift som språkvårdare i samhället. En del språkvårdare uttrycker ibland sin oro över hur det ska gå med det svenska språket men generellt sett verkar man i Sverige acceptera engelskans stora inflytande och att vi är starkt påverkade av den amerikanska kulturen. Jämför t.ex. med Frankrike där det talas om *Coca-Colonialism* och där ledande politiker varnar för en utveckling mot en enspråkig värld där engelskan tar över. Fransmännen försöker t.o.m. stoppa engelskans intåg genom kvotering av engelskspråkiga filmer och tv-program (Svartvik 2000:226). Det svenska språket har genom tiderna påverkats av åtskilliga språk och kulturer men en intressant fråga är om undertextare i dag är mer benägna att välja källspråksanpassade lösningar för att överföra kulturelaterade begrepp än för t.ex. 30 år sedan. En intressant studie vore att jämföra undertextning från 2004 med undertextning gjord 1974 för att analysera eventuella skillnader. Min hypotes är att man målspråksanpassade undertexter i större utsträckning förr.

## **9. Slutsats**

Syftet med denna uppsats var att analysera vilka strategier undertextarna använt sig av för att hantera utomspråkliga kulturelaterade begrepp i två amerikanska pratshower (*David Letterman show* och *Jay Leno show*). Jag ville också se om strategierna bidrog till att källspråks- eller målspråksanpassa översättningen. I materialet fann jag 98 olika kulturelaterade begrepp. Begreppen upprepades

dock så totalt förekom 205 fall i undersökningen. Undertextarnas val analyserades utifrån en modell med tio strategier placerade på en stigande/fallande skala mot källspråks- respektive målspråksanpassning.

Resultatet visade att undertextarna framför allt använde sig av strategierna 'adoption' (54), 'vedertagen adoption' (47) och 'utelämnande' (38). Strategierna 'generalisering' (22), 'vedertagen översättning' (21) och 'kulturell anpassning' (14) användes till viss del. Däremot användes strategierna 'förtydligande' (4), 'hyponymin' (3), 'ordagrann översättning' (1) och 'kulturell ersättning' (1) bara i ett fåtal fall.

De källspråksanpassade strategierna ('adoption', 'vedertagen adoption' och 'förtydligande') användes i sammanlagt 105 fall. Uttryckt i procent står dessa lösningar för 51 % av alla fall. Om strategin 'utelämnande' utesluts i statistiken står de källspråksanpassade strategierna för 63 % av fallen. Undersökningen visade alltså att undertextarnas val av strategier i hög grad bidrog till att källspråksanpassa den svenska texten.

## Bibliografi

- Andersson, Lars-Gunnar.** 1987. *Språktypologi och språksläktskap*. Tierp: Skriptor Förlag.
- Broadcast Text Stockholm AB. 2004. *Broadcast Text – Undertextning.Handledning*. Stockholm. Opublicerad.
- Gottlieb, Henrik.** 1997. *Subtitles, translation & idioms*. Copenhagen: Center for Translations Studies and Lexicography, Department of English, University of Copenhagen.
- Gottlieb, Henrik.** 1998. *Tekstning – Synkron Billedmedieöversættelse*. Köpenhamn: Center for Oversættelsevidenskab og Leksikografi, Københavns Universitet.
- Gottlieb, Henrik.** 2003. *Screen Translation: Six studies in subtitling, dubbing and voice-over*. Copenhagen: Center for Translation Studies, Department of English, University of Copenhagen.
- Ivarsson, Jan.** 1992. *Subtitling for the Media. A Handbook of an Art* (Tredje uppl.). Stockholm: TransEdit.
- Ivarsson, Jan och Carroll, Mary.** 1998. *Subtitling*. Simrishamn: TransEdit.
- Languageland.** 2001. *Subtitling for Languageland*. Swedish Instruction. Stockholm. Opublicerad.
- Linell, Per.** 1982. *Människans språk. En orientering om språk, tänkande och kommunikation*. Malmö: Liber.
- Nedergaard-Larsen, Birgit.** 1993. "Culture-bound problems in subtitling" i *Perspectives: Studies in Translatology* 1993: 2, 207-241. Köpenhamn: Museum Tusulanum Press.
- Norstedts stora engelska ordbok, 3 uppl.** 2000. Stockholm: Norstedts Ordbok.
- Orrevall, Lars-Erik.** 1998. *Anglizismen. Angloamerikanische Wörter im Duden Universalwörterbuch*. Stockholm: Tyska institutionen, Stockholms universitet.

**Pedersen, Jan.** 2004. *Scandinavian Subtitles. A pilot study based on ESIST project.* The universities of Örebro and Stockholm. Opublicerad.

**Pedersen, Jan.** 2004. *ECR Definition*, Seminar paper: WIP Seminar 040608. Opublicerad.

**Schleiermacher, Friedrich.** 1813. Om de olika metoderna att översätta. I Kleberg, Lars (utg.) *Med andra ord. Texter om litterär översättning* (1998), s. 115-130. Stockholm: Natur och Kultur.

**Svartvik, Jan.** 1999. *Engelska – öspråk, världsspråk, trendspråk.* Stockholm: Norstedts Ordbok.

Svenska Akademiens Ordlista. **1998. Svenska Akademien. Distribution: Norstedts Ordbok (Stockholm).**

#### **Internet:**

[www.gqti.com/coming\\_soon.asp?ID=533](http://www.gqti.com/coming_soon.asp?ID=533)

[www.moviezine.se/filmsidor/freaky\\_friday.shtml](http://www.moviezine.se/filmsidor/freaky_friday.shtml)

[www.7-eleven.com/newsroom/articles.asp?p=2245](http://www.7-eleven.com/newsroom/articles.asp?p=2245)

#### **Muntliga referenser:**

Columbia Tristars Film

Svensk Filmindustri (SF)

Svenska språknämnden, Claes Garlén.

## **Kulturrelaterade begrepp**

### **Kultur (filmtitlar, tv-program m.m.)**

The Alamo  
Alias  
American Idol  
Animal Serenade  
The Apprentice  
Baywatch  
Broadway musical  
Come to Papa  
Disney  
Emerile Live  
Freaky Friday  
Friends  
Garfield the Cat  
The Improv  
The Jay Leno Show  
Land of the Lost Monsters  
Las Vegas (stuff)  
The Late show  
The Punisher  
Saturday Night Live  
The Simple Life  
The Tonight Show  
The Tonight Show Band  
The Whole Nine Yards  
The Whole Ten Yards  
There's a Chef in My Family  
We are the world, we are the children (sångtext)  
13 Going on 30

### **Media (tv-kanaler, tv-bolag, tidningar m.m.)**

Animal Planet  
Box Office News  
CBS (Columbia Broadcasting System)  
CNN (Cable News Network)  
C-SPAN (Cable Satellite Public Affairs Network)  
The Food Network  
MTV (Music Television)  
NBC (National Broadcasting Company)  
The Star  
Tabloids  
Wall Street Journal

### **Samhälle**

The Board of Health  
The Department of Vehicles  
The FCC (Federal Communications Commission)  
Graduate schools

Halloween  
IRS (Internal Revenue Service)  
Junior high  
MIT (Massachusetts Institute of Technology for the Graduate Program)  
NASA (National Aeronautics and Space Administration)  
Tax Day

Politik  
The CIA (Central Intelligence Agency)  
Members of Congress  
Republicans  
The Senate  
The White House  
The 9-11 commission

Produkter och varumärken  
Budweiser  
Musketeers  
Schick Quattro  
Big Eats Griller  
99 cent products

Myntslag och måttenheter  
Cents  
Dollar  
Mile/Miles  
Pounds  
Quarter pound

Affärer och restauranger  
Hooters  
McDonald's  
Wal-Mart  
7-Eleven  
99 cent store

Historiska begrepp  
The Alamo  
The Civil War  
The Revolutionary War  
The Statue of Liberty

Sport  
Baseball  
The Carolina Hurricanes  
The Detroit Red Wings  
Home runs  
The Stanley Cup  
The Yankees

## Geografiska egennamn

Alabama  
 America  
 Boston  
 California  
 Florida  
 Hawaii  
 Hollywood  
 Indiana  
 New York  
 New York City  
 North America  
 Orlando  
 Pennsylvania  
 Pittsburgh  
 Playa del Ray  
 The United States  
 West Virginia  
 53<sup>rd</sup> street

Källspråk	Målspråk	Översättningsstrategi	Kategori
1. (...) New York, <b>the best city in the world.</b>	Från <b>New York</b> , världens bästa stad-	Vedertagen adoption	Geografiska egennamn
2. It's <b>The Late Show</b> with David Letterman.	-kommer " <b>Late Show</b> " med David Letterman.	Adoption	Kultur
3. (...) Paul Shaffer and the <b>CBS</b> orchestra.	Dessutom: Paul Shaffer och <b>CBS</b> -orkestern.	Adoption	Media
4. Here's an actual statistic, or as we say in <b>Indiana</b> "satic":	Det här är riktig statistik, eller som vi säger i <b>Indiana</b> : "satic"...	Adoption	Geografiska egennamn
5. From now on a taxi ride will cost about four <b>dollars</b> a mile.	En taxiresa kommer att kosta fyra <b>dollar</b> /1,5 km.	Vedertagen adoption	Myntslag och måttenheter
6. From now on a taxi ride will cost about four dollars <b>a mile.</b>	En taxiresa kommer att kosta fyra <b>dollar</b> /1,5 km.	Kulturell anpassning	Myntslag och måttenheter
7. Big night, last night here on <b>The Late show</b> , Janet Jackson, the lovely Janet Jackson was on the show last night.	Det var en stor afton igår. Janet Jackson var här.	Utelämnande	Kultur
8. <b>The Yankees</b> are playing a series of baseball games in Japan and they're on here in New York City really really early.	<b>Yankees</b> spelar i Japan och de visas väldigt tidigt här.	Adoption	Sport
9. The Yankees are playing a series of <b>baseball</b> games in Japan and they're on here in New York City really	Yankees spelar i Japan och de visas väldigt tidigt här.	Utelämnande	Sport



really early.			
10. The Yankees are playing a series of baseball games in Japan and they're on here in <b>New York City</b> really really early.	Yankees spelar i Japan och de visas väldigt tidigt här.	Utelämnande	Geografiska egennamn
11. The next thing I know they come over and finally toss me out of <b>Hooters</b> .	...och innan jag visste ordet av så slängde de ut mig från <b>Hooters</b> .	Adoption	Affärer och restauranger
12. They shut down <b>the Statue of Liberty</b> for three years and they've been doing some work on the Statue of Liberty, it will reopen this summer.	<b>Frihetsgudinnan</b> har varit stängd i tre år och återöppnas i sommar.	Vedertagen översättning	Historiska begrepp
13. They shut down the Statue of Liberty for three years and they've been doing some work on <b>the Statue of Liberty</b> , it will reopen this summer.	Frihetsgudinnan har varit stängd i tre år och återöppnas i sommar.	Utelämnande	Historiska begrepp
<b>14. I'm very excited, we have a woman in the audience who actually plays for the Detroit Red Wings.</b>	Vi har en kvinna i publiken som spelar med <b>Detroit Red Wings</b> .	Adoption	Sport
15. On the program tonight...what a great show, I went and saw this movie last night, it's called <b>The Whole Ten Yards</b> .	Vi har ett kanonprogram. Jag såg " <b>The Whole Ten Yards</b> " igår.	Adoption	Kultur
16. A couple of years ago there was a movie called <b>The Whole Nine Yards</b> .	För några år sen kom filmen " <b>The Whole Nine Yards</b> ".	Adoption	Kultur
17. The first movie <b>The Whole Nine Yards</b> was so successful...	" <b>The Whole Nine Yards</b> " var så framgångsrik-	Adoption	Kultur
18. Anyway this one is called <b>The Whole Ten Yards</b> and it opens April 9 <sup>th</sup> .	Den heter " <b>The Whole Ten Yards</b> " och har premiär 9 april.	Adoption	Kultur
19. Downtown Lou Reed is here tonight ladies and gentlemen. Lou Reed, <b>Animal Serenade</b> .	"Downtown" Lou Reed är här. Hans <b>platta</b> heter " <b>Animal Serenade</b> ".	Förtydligande	Kultur
20. ...and that's the new <b>Schick Quattro</b> .	-och det är den nya <b>Schick Quattro</b> .	Adoption	Produkter och varumärken
21. <b>Schick Quattro</b> , smoothe, close, clean.	<b>Schick Quattro</b> – mjuk, nära och ren.	Adoption	Produkter och varumärken
22. Congratulations and one...you know one, one, and it's like a four <b>dollar</b> value.	"Grattis, här är en rakhyvel." En! Till ett värde av fyra <b>dollar</b> .	Vedertagen adoption	Myntslag och måttenheter
23. We had been given these people like thousands of thousands of thousands of <b>dollars</b> of commercial air time.	Vi har givit den reklamtid till ett värde av tusentals <b>dollar</b> .	Vedertagen adoption	Myntslag och måttenheter
24. All these bastards could	Det enda de jävlarna kunde	Adoption	Produkter och

do is choke up one of these <b>Schick Quattros</b> .	hosta upp var en <b>Schick Quattro</b> .		varumärken
25. And lo and behold, like two days ago we got a box full of a thousands of <b>Schick Quattros</b> .	Och dra på trissor, för två dar sen fick vi en låda <b>rakhyvlar</b> .	Hyponymi	Produkter och varumärken
26. It was very funny and it was a video footage of George W Bush speaking at a big fundraiser in <b>Orlando, Florida...</b>	Det var hemskt kul och Bush talade på en välgörenhetsmiddag i Florida.	Utelämnande	Geografiska egennamn
27. It was very funny and it was a video footage of George W Bush speaking at a big fundraiser in Orlando, <b>Florida...</b>	Det var hemskt kul och Bush talade på en välgörenhetsmiddag i <b>Florida</b> .	Vedertagen adoption	Geografiska egennamn
28. And they were, you know, some <b>Republicans</b> so they were raising billions and billions and billions of dollars.	De var <b>republikaner</b> så de samlade in miljarder dollar.	Vedertagen översättning	Politik
29. And they were, you know, some Republicans so they were raising billions and billions and billions of <b>dollars</b>	De var republikaner så de samlade in miljarder <b>dollar</b> .	Vedertagen adoption	Myntslag och måttenheter
30. <b>CNN</b> gets hold of the footage and they run the footage...	<b>CNN</b> fick tag i bilderna och visade dem.	Vedertagen adoption	Media
31. And here now is what <b>the CNN</b> anchorwoman has to say about the footage immediately after it has aired on CNN. Now take a look at this.	Nu ska ni höra vad programledaren säger efter att bilderna har visats.	Utelämnande	Media
32. And here now is what the CNN anchorwoman has to say about the footage immediately after it has aired on CNN. Now take a look at this.	Nu ska ni höra vad programledaren säger efter att bilderna har visats.	Utelämnande	Media
33. We're being told by <b>the White House</b> that the kid, as funny as he was, was edited into that video.	<b>Vita huset</b> har sagt att killen redigerades in i inslaget.	Vedertagen översättning	Politik
34. Are you gonna believe me or <b>CNN</b> ?	Tror ni på mig eller <b>CNN</b> ?	Vedertagen adoption	Media
35. Now <b>CNN</b> ...they switched teams the woman who said that I guess was fired.	<b>CNN</b> har bytt sida och kvinnan fick väl sparken.	Vedertagen adoption	Media
36. ...that <b>the White House</b> was trying to make me look like a dope.	-att <b>Vita huset</b> försökte framställa mig som en dumskalle.	Vedertagen översättning	Politik
37. Let's go out on <b>the 53<sup>rd</sup> street</b> and see...the folks are there...	Sätt på kameran på <b>53:e gatan</b> .	Ordagrann översättning	Geografiska egennamn
38. What a beautiful spring evening it is here in <b>New York City</b> .	Vilken vacker vårdag det är i <b>New York</b> .	Vedertagen adoption	Geografiska egennamn

39. Rupert, we are gonna give somebody a great opportunity it's along the lines of <b>American Idol</b> .	Vi ska ge nån en fin möjlighet. Det påminner om " <b>American Idol</b> ".	Adoption	Kultur
40. ...to entertain <b>America</b> for 30 seconds. We're gonna put the clock up...and what ever they wanna do...	-att underhålla <b>landet</b> i 30 sekunder. Vi sätter upp en klocka.	Generalisering	Geografiska egennamn
41. By the way, did you hear I was being investigated by <b>the White House</b> ?	Hörde du att <b>Vita huset</b> gör en utredning om mig?	Vedertagen översättning	Politik
42. Boy, I could sure go for a <b>Musketeers</b> bar.	Det hade varit gott med en <b>Musketeers</b> .	Adoption	Produkter och varumärken
43. How many of those have you got? You've got 500 <b>Musketeers</b> bars?	Hur många har du? Har du 500?	Utelämnande	Produkter och varumärken
44. Go outside Rupert and find somebody who can entertain <b>America</b> for 30 seconds.	Gå ut och hitta nån som kan underhålla <b>landet</b> i 30 sekunder.	Generalisering	Geografiska egennamn
45. They either get a <b>Schick Quattro</b> or a candy bar.	De får antingen en <b>Schick Quattro</b> eller godis.	Adoption	Produkter och varumärken
46. Did you see the <b>C-SPAN</b> ? They were voting, the senate was voting today on an issue.	Såg du omröstningen på <b>C-SPAN</b> ?	Adoption	Media
47. Did you see the <b>C-SPAN</b> ? They were voting, <b>the senate</b> was voting today on an issue.	Såg du omröstningen på <b>C-SPAN</b> ?	Utelämnande	Politik
48. In 2002 <b>the Red Wings</b> defeated the Carolina Hurricanes, to win the Stanley Cup.	2002 slog <b>Detroit Red Wings</b> Carolina och vann Stanley Cup.	Adoption	Sport
49. In 2002 the Red Wings defeated <b>the Carolina Hurricanes</b> , to win the Stanley Cup.	2002 slog Detroit Red Wings <b>Carolina</b> och vann Stanley Cup.	Hyponymi	Sport
50. In 2002 the Red Wings defeated the Carolina Hurricanes, to win <b>the Stanley Cup</b> .	2002 slog Detroit Red Wings Carolina och vann <b>Stanley Cup</b> .	Adoption	Sport
51. This is fascinating, yesterday <b>NASA</b> unveiled what they claimed to be the world's fastest airplane.	Igår visade <b>NASA</b> upp vad de hävdar är världens snabbaste flygplan.	Vedertagen adoption	Samhälle
52. They say it travels at <b>5000 miles per hour</b> , seven times the speed of sound.	Den flyger i <b>8 000 km/h</b> – sju gånger snabbare än ljudets hastighet.	Kulturell anpassning	Myntslag och måttenheter
53. This is actual <b>NASA</b> footage of that historic flight.	Det är <b>NASA</b> :s bilder på den historiska flygningen.	Vedertagen adoption	Samhälle
54. Just a minute ago, you were here with me when it happened, I was raving and raving about <b>the White House</b> .	För bara en liten stund sen så baktalade jag <b>Vita huset</b> .	Vedertagen översättning	Politik
55. Well, now, according to	Enligt den här	Vedertagen adoption	Media

this, <b>CNN</b> has just phoned.	så har <b>CNN</b> hört av sig.		
56. According to this information the anchorwoman misspoke, they never got a comment from <b>the White House</b> .	Tydiligen sa programledaren fel. <b>Vita huset</b> gav ingen kommentar.	Vedertagen översättning	Politik
57. -Oh, I see. -It was a <b>CNN</b> mistake. -Sure, it was a <b>CNN</b> mistake.	-Jag förstår. - <b>CNN</b> gjorde ett misstag.	Vedertagen adoption	Media
58. -Oh, I see. -It was a <b>CNN</b> mistake. -Sure, it was a <b>CNN</b> mistake.	-Jag förstår. - <b>CNN</b> gjorde ett misstag.	Utelämnande	Media
59. Everything was fine except now I have called <b>the White House</b> liars.	Allt var frid och fröjd, men nu har jag sagt att <b>Vita huset</b> ljuger.	Vedertagen översättning	Politik
60. So what's the most important thing to know about <b>Tonight Show</b> ?	Vad är det viktigaste att veta?	Utelämnande	Kultur
61. That <b>the White House</b> did say it was the kid or they didn't say it was the kid?	Att <b>Vita huset</b> har sagt det om killen eller inte?	Vedertagen översättning	Politik
62. -What's that? -Both <b>CNN</b> reporters said something about the White House.	-Va? - <b>CNN</b> sa nåt om Vita huset.	Vedertagen adoption	Media
63. -What's that? -Both <b>CNN</b> reporters said something about <b>the White House</b> .	-Va? - <b>CNN</b> sa nåt om <b>Vita huset</b> .	Vedertagen översättning	Politik
64. Why are you worried about <b>CNN</b> ? My ass is in the sling now.	Varför bryr du dig om <b>CNN</b> ? Det är jag som ligger pyrt till.	Vedertagen adoption	Media
65. -What brings you to <b>the United States</b> ? -I'm visiting a friend of mine.	-Vad gör du i <b>USA</b> ? -Hälsar på en kompis.	Vedertagen adoption	Geografiska egennamn
66. -Have you ever been in <b>New York</b> before? -Never.	Har du varit <b>här</b> förut? -Nej.	Generalisering	Geografiska egennamn
67. -What kind of dancing? -Revue, <b>Las Vegas</b> stuff.	-Vilken form av dans? - <b>Las Vegas</b> -grejer.	Vedertagen adoption	Kultur
68. We're gonna give you 30 seconds, Lou, and I guess Rupert has explained this to you, we want you to entertain <b>America</b> .	Du får 30 sekunder på dig att underhålla <b>landet</b> .	Generalisering	Geografiska egennamn
69. -What do you mean "anything"? - <b>Broadway</b> ...musical.	-Vad då "vad som helst"? -Musikaler.	Utelämnande	Kultur
70. Something from a <b>Broadway</b> musical I think.	Hon vill nog ha nåt från en <b>Broadway</b> -musikal.	Vedertagen adoption	Kultur
71. Paul now is going to play something " <b>Broadway musical</b> " and you do whatever you need to do and you have 30 seconds.	Paul spelar <b>en musikal</b> och du har 30 sekunder på dig.	Hyponymi	Kultur
72. Start the clock, here we	Kör igång klockan.	Utelämnande	Geografiska

go, she is entertaining <b>America.</b>			egennamn
73. You would make enough money to pay off the Board of Health.	Då hade du kunnat muta <b>hälsovårdsmyndigheten.</b>	Kulturell anpassning	Samhälle
74. I thought everybody was getting a free <b>Schick Quattro.</b>	Alla skulle få varsin <b>Schick Quattro.</b>	Adoption	Produkter och varumärken
75. Now it turns out some will get <b>the Schick Quattro</b> some will get the candy bars.	Nu får några <b>Schick Quattro</b> och andra får godis.	Adoption	Produkter och varumärken
76. And then I also thought that <b>the White House</b> was lying.	Sen trodde jag att <b>Vita huset</b> hade ljugit.	Vedertagen översättning	Politik
77. This is precipitated by this, <b>Pennsylvania</b> governor Ed Rendell's car has been clocked at speeds of more than...	Med anledning av att <b>Pennsylvanias</b> guvernör Ed Rendell-	Adoption	Geografiska egennamn
78. ... <b>100 miles per hour</b> nine times since November on the Pennsylvania turnpikes.	-har kört i <b>160 km/h</b> vid nio tillfällen sen november.	Kulturell anpassning	Myntslag och måttenheter
79. ...100 miles per hour nine times since November on the <b>Pennsylvania</b> turnpikes.	-har kört i 160 km/h vid nio tillfällen sen november.	Utelämnande	Geografiska egennamn
80. He's got the limousine wound up to <b>100 miles per hour.</b>	Han kör i över <b>160/h</b> med limousinen. (skrivfel)	Kulturell anpassning	Myntslag och måttenheter
81. Ten: State has a minimum speed limit of <b>135 miles per hour.</b>	Tio: I delstaten måste man köra i minst <b>220 km/h.</b>	Kulturell anpassning	Myntslag och måttenheter
82. Are we absolutely certain that the governor of <b>Pennsylvania</b> was speeding at over a 100 miles per hour?	Är vi säkra på att guvernören har kört i över 160 km/h?	Utelämnande	Geografiska egennamn
83. Are we absolutely certain that the governor of Pennsylvania was speeding at over a <b>100 miles per hour?</b>	Är vi säkra på att guvernören har kört i över <b>160 km/h?</b>	Kulturell anpassning	Myntslag och måttenheter
84. Nine: Balanced budget by agreeing to rename the state <b>Schick Quattro.</b>	Nio: Balanserar budgeten med att döpa delstaten till <b>Schick Quattro.</b>	Adoption	Produkter och varumärken
85. Eight: Wanted to re-draw boarders so state would be in the shape of <b>Garfield the cat.</b>	Ätta: Ville rita om delstatens gräns så att den liknar <b>katten Gustaf.</b>	Vedertagen översättning	Kultur
86. That would be Arnold, that would be the governor of <b>California</b>	Det är ju Arnold, <b>Kaliforniens</b> guvernör.	Vedertagen översättning	Geografiska egennamn
87. Number three: Gave <b>NASA</b> 40 billion dollars to determine if there's water in the state.	Tre: Betalar <b>NASA</b> för att fastställa att det finns vatten i delstaten.	Vedertagen adoption	Samhälle

88. Number three: Gave NASA 40 billion <b>dollars</b> to determine if there's water in the state.	Tre: Betalar NASA för att fastställa att det finns vatten i delstaten.	Utelämnande	Myntslag och måttenheter
<b>89. I really need to have the White House mad at me, that's exactly what I need.</b>	Det sista jag behöver är att <b>Vita huset</b> är förbannade på mig.	Vedertagen översättning	Politik
90. Our first guest stars in a new film entitled <b>The Whole Ten Yards</b> which opens April 9 <sup>th</sup> .	Vår första gäst medverkar i filmen " <b>The Whole Ten Yards</b> ".	Adoption	Kultur
91. I saw this movie <b>The Whole Ten Yards</b> last night as a matter of fact, what a great group.	Jag såg " <b>The Whole Ten Yards</b> " igår och det är ett härligt gäng.	Adoption	Kultur
92. Did you in fact...and if it's none of my business please, you know, call <b>the White House</b> .	Har ni... Ring <b>Vita huset</b> om jag inte har med det att göra.	Vedertagen översättning	Politik
93. Anyway, let's talk about <b>Friends</b> (...) the last one you shoot in...that was in January?	Spelade ni in sista avsnittet av " <b>Vänner</b> " i januari?	Vedertagen översättning	Kultur
94. -Is it gonna be like an hour long <b>Friends</b> ? -It's gonna be an hour long <b>Friends</b> .	-Blir <b>programmet</b> en timma långt? -Ja.	Generalisering	Kultur
95. -Is it gonna be like an hour long <b>Friends</b> ? -It's gonna be an hour long <b>Friends</b> .	-Blir <b>programmet</b> en timma långt? -Ja.	Utelämnande	Kultur
96. She is about up to <b>350</b> .	Hon väger <b>160 kilo</b> nu.	Kulturell anpassning	Myntslag och måttenheter
97. <b>-350-355</b> . -350 pounds? Good Lord!	<b>-160-165 kilo</b> -160 kilo? Herre min skapare!	Kulturell anpassning	Myntslag och måttenheter
98. <b>-350-355</b> . - <b>350 pounds</b> ? Good Lord!	-160-165 kilo <b>-160 kilo</b> ? Herre min skapare!	Kulturell anpassning	Myntslag och måttenheter
99. No, I think it was <b>Playa del Ray</b> , Dave. Somewhere in California.	Nej, det var nog <b>Playa del Ray</b> . Nånstans i Kalifornien.	Adoption	Geografiska egennamn
100. No, I think it was <b>Playa del Ray</b> , Dave. Somewhere in <b>California</b> .	Nej, det var nog <b>Playa del Ray</b> . Nånstans i <b>Kalifornien</b> .	Vedertagen översättning	Geografiska egennamn
101. I went for a <b>MTV</b> spring break because we were promoting <b>The Whole Ten Yards</b> .	Jag gjorde ett program för <b>MTV</b> för att göra reklam för filmen.	Vedertagen adoption	Media
102. I went for a <b>MTV</b> spring break because we were promoting <b>The Whole Ten Yards</b> .	Jag gjorde ett program för <b>MTV</b> för att göra reklam för <b>filmen</b> .	Generalisering	Kultur
103. I was (...) against <b>Lindsey Lohan</b> who is in the <b>Freaky Friday</b> film.	Jag fick tävla mot <b>Lindsey Lohan</b> , som var med i " <b>Freaky Friday</b> ".	Vedertagen adoption	Kultur
104. We wanna show a clip of <b>The Whole Ten Yards</b>	Berätta vilket klipp från " <b>The Whole Ten Yards</b> " vi	Adoption	Kultur

and...tell us what we are gonna see.	ska se.		
105. It's <b>The Whole Ten Yards</b> and this is you and your buddy Bruce getting drunk.	" <b>The Whole Ten Yards</b> " och ni dricker er fulla.	Adoption	Kultur
106. -The final episode of <b>Friends</b> will be when? -Some time in May, Dave.	-När visas sista avsnittet av " <b>Vänner</b> "? -Nån gång i maj, Dave.	Vedertagen översättning	Kultur
107. His new live CD is entitled <b>Animal Serenade</b> . Ladies and gentlemen, Lou Reed.	Hans nya liveplatta heter " <b>Animal Serenade</b> ". Här är Lou Reed.	Adoption	Kultur

108. <b>This is The Jay Leno Show with Jay Leno.</b>	Det här är " <b>Jay Leno Show</b> " med Jay Leno-	Vedertagen adoption	Kultur
109. Featuring Kevin Eubanks and <b>The Tonight Show Band.</b>	-Kevin Eubanks och <b>The Tonight Show Band.</b>	Adoption	Kultur
110. And X-rated <b>99 cent products.</b>	Dessutom: "Barnförbjudna <b>lågprisprodukter.</b> "	Generalisering	Produkter och varumärken
111. Welcome to <b>The Tonight Show.</b> Welcome.	Välkomna till <b>programmet.</b> Välkomna.	Generalisering	Kultur
112. Tomorrow is <b>Tax Day.</b> Have you all paid your taxes?	I morgon ska <b>deklarationen in.</b> Har ni deklarerat?	Generalisering	Samhälle
113. <b>The IRS</b> and the post office.	<b>Skattemyndigheten</b> och posten.	Kulturell anpassning	Samhälle
114. I make a full day of it. I like to go by the <b>department of vehicles</b> in the morning...	Jag brukar slå på stort och besöka <b>vägverket</b> på förmiddagen.	Kulturell ersättning	Samhälle
115. President Bush listed his income as 822 000 <b>dollars.</b>	Bush uppgav en inkomst på 822 000 <b>dollar.</b>	Vedertagen adoption	Myntslag och måttenheter
116. Do you know what John Kerry calls someone who earned 822 000 <b>dollars?</b>	Vad kallar John Kerry en person som tjänar 822 000?	Utelämnande	Myntslag och måttenheter
117. Gas is just nuts here in <b>California.</b> Prices are so high...	Bensinpriserna är vansinniga. Det är så dyrt.	Utelämnande	Geografiska egennamn
118. How many are gonna watch the final episode of <b>The Apprentice</b> tomorrow night?	Hur många ska se sista avsnittet av " <b>The Apprentice</b> " i morgon?	Adoption	Kultur
119. The final episode of <b>The Apprentice</b> is tomorrow night. People are very excited about this. The winner gets to be the head of one of Donald Trump's companies.	Det är det sista avsnittet. Vinnaren blir chef för ett av Donald Trumps bolag.	Utelämnande	Kultur
120. Janet Reno testified yesterday before <b>the 9-11 commission.</b>	Janet Reno vittnade inför <b>kommissionen</b> i går.	Generalisering	Politik
121. You can tell it's the first time a lot of the	Många <b>kongressledamöter</b>	Vedertagen översättning	Politik

members of congress met her in person.	har visst inte träffat henne förr.		
122. Have you seen the ads for the new <b>7-Eleven's</b> Big Eats Griller?	Har ni sett reklamen för <b>7-eleven</b> Big Eats Griller-korv?	Vedertagen adoption	Affärer och restauranger
123. Have you seen the ads for the new 7-Eleven's <b>Big Eats Griller</b> ?	Har ni sett reklamen för 7-eleven <b>Big Eats Griller-korv</b> ?	Förtydligande	Produkter och varumärken
124. It's a <b>quarter pound</b> of smoked pork sausage stuffed with cheddar cheese.	Det är en rökt fläskkorv fylld med cheddarost.	Utelämnande	Myntslag och måttenheter
125. Apparently this is part of <b>7-eleven's</b> new plan to have their customers die of something other than just being an innocent bystander.	<b>Man</b> vill att kunderna ska dö på annat sätt än som åskådare-	Generalisering	Affärer och restauranger
126. According to <b>Wall Street Journal</b> , McDonald's are gonna start offering bunless hamburgers for customers who wanna cut down on their carbs.	McDonalds ska sälja brödfria burgare till kunder som inte vill äta kolhydrater.	Utelämnande	Media
127. According to Wall Street Journal <b>McDonald's</b> are gonna start offering bunless hamburgers for customers who wanna cut down on their carbs.	<b>McDonalds</b> ska sälja brödfria burgare till kunder som inte vill äta kolhydrater.	Vedertagen adoption	Affärer och restauranger
128. <b>Budweiser</b> has announced a new promotion called "same day freshness".	<b>Budweiser</b> har en ny kampanj som heter "fräsch för dagen".	Adoption	Produkter och varumärken
129. Gives <b>Budweiser</b> customers a chance to drink Budweiser the same day it was brewed.	<b>Man</b> kan dricka Budweiser samma dag som ölet bryggdes.	Generalisering	Produkter och varumärken.
130. Gives Budweiser customers a chance to drink <b>Budweiser</b> the same day it was brewed.	Man kan dricka <b>Budweiser</b> samma dag som ölet bryggdes.	Adoption	Produkter och varumärken
131. And <b>Wal-Mart</b> , now selling a dvd-player for 79 dollars, that automatically skips over any violent, sex and nudity...	Nu säljs en dvd-spelare som hoppar över våld och sex.	Utelämnande	Affärer och restauranger
132. And Wal-Mart, now selling a dvd-player for 79 <b>dollars</b> , that automatically skips over any violent, sex and nudity	Nu säljs en dvd-spelare som hoppar över våld och sex.	Utelämnade	Myntslag och måttenheter
133. And in <b>Box Office News</b> , no one remembered the Alamo. That didn't	Biopubliken <b>kom inte ihåg Alamo</b> . Det såg inte bra ut.	Generalisering	Media



look good.			
134. And in Box Office News, no one remembered <b>the Alamo</b> . That didn't look good.	Biopubliken kom inte ihåg <b>Alamo</b> . Det såg inte bra ut.	Adoption	Historiska begrepp
135. <b>Disney</b> may have done the impossible here, the movie the Alamo can actually turn out to be a bigger disaster than the real Alamo.	<b>Disney</b> kan ha gjort filmen "The Alamo" än mer katastrofal än slaget vid Alamo.	Vedertagen adoption	Kultur
136. Disney may have done the impossible here, the movie <b>The Alamo</b> can actually turn out to be a bigger disaster than the real Alamo.	Disney kan ha gjort filmen " <b>The Alamo</b> " än mer katastrofal än slaget vid Alamo.	Adoption	Kultur
137. Disney may have done the impossible here, the movie the Alamo can actually turn out to be a bigger disaster than <b>The real Alamo</b> .	Disney kan ha gjort filmen "The Alamo" än mer katastrofal än <b>slaget vid Alamo</b> .	Förtydligande	Historiska begrepp
138. Another new film is opening on Friday called <b>The Punisher</b> .	Filmen " <b>The Punisher</b> " har premiär på fredag.	Adoption	Kultur
139. ...a very sweet, a very nice family kind of fun movie, it's called <b>13 Going on 30</b> .	Det är en förtjusande familjefilm som heter " <b>13 Going on 30</b> ".	Adoption	Kultur
140. According to a new special on <b>Animal Planet</b> called Land of the Lost Monsters...	Enligt <b>Animal Planets</b> nya dokumentär "Land of Lost Monsters"...	Adoption	Media
141. According to a new special on Animal Planet called <b>Land of the Lost Monsters</b> ...	Enligt Animal Planets nya dokumentär " <b>Land of Lost Monsters</b> "...	Förtydligande	Kultur
142. They say that prehistoric human beings in <b>North America</b> had to deal with giant killer beavers.	De säger att urtidsmänniskan i <b>Amerika</b> fick slåss mot enorma mördarbjörnar-	Vedertagen översättning	Geografiska egennamn
143. Congratulations to Barry Bonds. He is now third place for (?) most <b>home runs</b> , 661.	Grattis till Barry Bonds. Han är trea på listan över flest <b>home runs</b> med 661.	Adoption	Sport
144. <b>The Simple Life</b> star Nicole Ritchie, she is engaged to Justin Guarini...	Nicole Ritchie från " <b>The Simple Life</b> " ska ha förlovat sig med Justin Guarini-	Vedertagen adoption	Kultur
145. ...the guy who came in second on <b>American Idol</b> .	-som kom tvåa i " <b>American Idol</b> ".	Adoption	Kultur
146. According to <b>The Star</b> , Janet Jackson is going to marry her fiancé Jermain Dupri.	Janet Jackson ska visst gifta sig med sin fästman Jermain Dupri.	Utelämnande	Media
147. <b>According to the tabloids</b> , Michael Jackson	<b>Det ryktas också om att</b> Michael Jackson planerar	Generalisering	Media

has a secret plan to leave America and hide out in Africa.	att gömma sig i Afrika.		
148. According to the tabloids, Michael Jackson has a secret plan to leave <b>America</b> and hide out in Africa.	Det ryktas också om att Micael Jackson planerar att gömma sig i Afrika.	Utelämnande	Geografiska egennamn
149. We'll be right back with X-rated <b>99 cent products</b> and the lovely Jennifer Garner.	Vi återkommer med ”Barnförbjudna <b>lågprisprodukter</b> ” och Jennifer Garner.	Generalisering	Produkter och varumärken
150. Let me warn you before we start, <b>The FCC</b> could take us off the air for this.	Jag varnar er. Programmet kan stoppas på grund av det här.	Utelämnande	Samhälle
151. We are gonna take the risk. We are gonna bring you right now X-rated <b>99 cent products</b> .	Vi tar risken. Det är dags för ”Barnförbjudna <b>lågprisprodukter</b> ”.	Generalisering	Produkter och varumärken
152. Yea, with powdered wigs from <b>the Revolutionary War</b> .	Visst. Med pudrade peruker. Från <b>frihetskriget</b> .	Vedertagen översättning	Historiska begrepp
153. We sent John Melendez, our announcer, John, you went to the <b>99 cent store</b> . -Yea.	-John Melendez köpte de här. -Ja.	Utelämnade	Affärer och restauranger
<b>154.</b> We are the world, we are the children.	<b>“We are the world. We are the children...”</b>	Adoption	Kultur
155. But it's <b>99 cents</b> .	Men den är <b>billig</b> .	Generalisering	Myntslag och måttenheter
156. Let's say you go to a <b>baseball</b> game, your (?) park in my hometown of Boston. What do you wanna have more than anything?	Tänk dig att du går på <b>baseball</b> . Vad vill man ha över allt annat då?	Vedertagen adoption	Sport
157. Let's say you go to a baseball game, your (?) park in my hometown of <b>Boston</b> . What do you wanna have more than anything?	Tänk dig att du går på baseball. Vad vill man ha över allt annat då?	Utelämnande	Geografiska egennamn
158. <b>Saturday Night Live's</b> Tina Fey will be here as well, and a special report from Tom Green.	Tina Fey kommer hit. Och Tom Green rapporterar.	Utelämnande	Kultur
159. Tom Green went to <b>Alabama</b> in search of the next great Tonight Show guest.	<b>Tom Green åkte till</b> Alabama för att hitta den perfekta gästen.	Vedertagen adoption	Geografiska egennamn
160. Tom Green went to Alabama in search of the next great <b>Tonight Show</b> guest.	Tom åkte till Alabama för att hitta den perfekta gästen.	Utelämnande	Kultur
161. My first guest, a beautiful and talented actress, boy she is really good, she stars every week in the hit show <b>Alias</b> .	Min första gäst är en vacker, talangfull skådespelerska från serien <b>”Alias”</b> .	Adoption	Kultur

162. Her latest film was called <b>13 Going on 30</b> . A delightful film as I said, It's really nice, it makes you feel good.	Hennes nya film heter " <b>13 Going on 30</b> ". Den är väldigt mysig.	Adoption	Kultur
163. -I would say that too. -It depends but <b>The Tonight show</b> is best with all three together.	-Det tror jag också. -I alla fall <b>det här programmet</b> .	Generalisering	Kultur
164. -Is that how you say it in <b>West Virginia</b> ? Great with child. -Yes, that's how you say it.	-Säger man så i <b>West Virginia</b> ? -Ja, det gör man.	Adoption	Geografiska egennamn
165. After they were on <b>The Tonight Show</b> they were recognised all the time.	När de hade varit med på <b>ditt program</b> kände alla igen dem.	Generalisering	Kultur
166. On <b>Alias</b> we come up with all of these crazy schemes.	På " <b>Alias</b> " har de alltid en massa idéer.	Adoption	Kultur
167. I feel so sorry for those girls that are on <b>Baywatch</b> , for the Pacific Ocean, we are not in <b>Hawaii</b> .	Jag tycker synd om tjejerna på " <b>Baywatch</b> ". Det var inte <b>Hawaii</b> .	Vedertagen adoption	Kultur
168. I feel so sorry for those girls that are on <b>Baywatch</b> , for the Pacific Ocean, we are not in <b>Hawaii</b> .	Jag tycker synd om tjejerna på " <b>Baywatch</b> ". Det var inte <b>Hawaii</b> .	Vedertagen adoption	Geografiska egennamn
169. Tell me about <b>the CIA</b> thing, you did something, because that's in the news everyday, you did something with the <b>CIA</b> .	Berätta om <b>CIA</b> . Det talas mycket om det. Du gjorde nåt med <b>CIA</b> .	Vedertagen adoption	Politik
170. Tell me about the <b>CIA</b> thing, you did something, because that's in the news everyday, you did something with <b>the CIA</b> .	Berätta om <b>CIA</b> . Det talas mycket om det. Du gjorde nåt med <b>CIA</b> .	Vedertagen adoption	Politik
171. <b>The CIA</b> came to me a while ago and they asked me to take part in a recruitment video.	<b>CIA</b> frågade mig om jag ville vara med i en rekryteringsvideo.	Vedertagen adoption	Politik
172. And I thought what better way to help your country than to try to recruit good people to <b>the CIA</b> .	Det var ett utmärkt sätt för mig att ställa upp för mitt land.	Utelämnande	Politik
173. I think it's on the website but it has also been played at like job fairs and <b>graduate schools</b> like MIT.	Videon finns på någon webbsida, och visas på mässor och <b>universitetsskolor</b> som MIT.	Kulturell anpassning	Samhälle
174. I think it's on the website but it has also been played at like job	Videon finns på någon webbsida, och visas på mässor och universitet-	Utelämnande	Samhälle

fairs and graduate schools like <b>MIT</b> .			
175. No I actually heard them over my ear mike like...Oh.. it's the actual <b>CIA</b> ? Okey.	Nej, jag hörde honom i öronsnäckan. ”Är det riktiga <b>CIA</b> ?”	Vedertagen adoption	Politik
176. Did you think it was a goof? Does a guy come...miss Garner, <b>the CIA</b> .	Trodde du att det var ett skämt? Sa han: ”Miss Garner. Det här är <b>CIA</b> .”	Vedertagen adoption	Politik
177. Luckily I have been speaking <b>the CIA</b> speak for a while so I could spit out the big words.	Jag har använt mycket <b>CIA</b> -snack, så jag kunde de stora orden.	Vedertagen adoption	Politik
178. -We have friends in <b>the CIA</b> . -I heard that.	-Vi har vänner inom <b>CIA</b> . -Jag har hört talas om det.	Vedertagen adoption	Politik
179. ...in speaking fake <b>CIA</b> terminology. Because this is like a serious tongue twister.	...säga påhittade <b>CIA</b> -ord. Det här är riktiga tungvrickare.	Vedertagen adoption	Politik
180. The support elements of <b>the CIA</b> are our mission support offices.	Supportverksamheten inom <b>CIA</b> bedrivs av uppdragssamordnarna.	Vedertagen adoption	Politik
181. The MSO:s support <b>the CIA</b> 's directory (?) world wide...	<b>Uppdragssamordnarna stödjer CIA:s ledning världen över-</b>	Vedertagen adoption	Politik
182. Do you think you could be a <b>CIA</b> agent for real?	Tror du att du skulle kunna bli en riktig <b>CIA</b> -agent?	Vedertagen adoption	Politik
183. If you are a <b>CIA</b> agent you have to wait for Easter.	<b>CIA</b> -agenter måste kunna hålla sig till påsk.	Vedertagen adoption	Politik
184. <b>We are talking with Jennifer Garner 13 Going on 30 is her latest film and of course the TV-show Alias.</b>	Vi talar med Jennifer Garner från “ <b>13 Going on 30</b> ” och “ <b>Alias</b> ”.	Adoption	Kultur
185. We are talking with Jennifer Garner, 13 Going on 30 is her latest film and of course the TV-show <b>Alias</b> .	Vi talar med Jennifer Garner från ”13 Going on 30” och “ <b>Alias</b> ”.	Adoption	Kultur
186. You play this tough character on <b>Alias</b> , have you ever been in a fight?	Du spelar en tuff kvinna i “ <b>Alias</b> ”. Har du någonsin varit i slagsmål?	Adoption	Kultur
187. I didn't go to the bathroom for the rest of <b>junior high</b> . Like ever, at all.	Jag gick aldrig mer på toa i <b>skolan</b> . Aldrig nånsin.	Generalisering	Samhälle
188. Tell people about <b>13 Going on 30</b> . I enjoyed this by the way.	Berätta om “ <b>13 Going on 30</b> ”. Jag gillade filmen.	Adoption	Kultur
189. -Is that <b>Halloween</b> or something? -Every time I'm here you just trash me one minute	-Var det <b>Halloween</b> ? -Du gör bara en massa hemskheter.	Vedertagen adoption	Samhälle

after the next.			
190. -Have we talked about <b>the CIA</b> yet? -Yea, we did talk about that.	-Har vi pratat om <b>CIA</b> än? -Ja. Vi har pratat om det.	Vedertagen adoption	Politik
191. The movie is <b>13 Going on 30</b> , opens on April 23.	Filmen heter " <b>13 Going on 30</b> " och har premiär den 23 april.	Adoption	Kultur
192. His new book is called <b>There's a Chef in My Family</b> and his highly popular show Emeril Live airs on the Food network.	Han har en ny bok ute och ett tv-program.	Utelämnande	Kultur
193. His new book is called <b>There's a Chef in My Family</b> and his highly popular show <b>Emeril Live</b> airs on the Food network.	Han har en ny bok ute och ett tv-program.	Utelämnande	Kultur
194. His new book is called <b>There's a Chef in My Family</b> and his highly popular show Emeril Live airs on <b>the Food network</b> .	Han har en ny bok ute och ett tv-program.	Utelämnande	Media
195. He's a star of his own outcoming <b>NBC</b> sitcom called <b>Come to Papa</b> , it premieres June 3 <sup>rd</sup> at 20.30...	<i>Hans tv-show "Come to Papa"</i> har premiär den 3 juni-	Utelämnande	Media
196. <b>He's a star of his own outcoming NBC sitcom called Come to Papa, it premieres June 3<sup>rd</sup> at 20.30...</b>	Hans tv-show " <b>Come to Papa</b> " har premiär den 3 juni-	Adoption	Kultur
197. ..He will be performing this Friday at <b>the Improv</b> right here in Hollywood, please welcome Tom Papa.	-och han uppträder i Hollywood på fredag. En applåd för Tom Papa.	Utelämnande	Kultur
198. ...He will be performing this Friday at the Improv right here in <b>Hollywood</b> , please welcome Tom Papa.	-och han uppträder i <b>Hollywood</b> på fredag. En applåd för Tom Papa.	Vedertagen adoption	Geografiska egennamn
199. When I get time off I want to be home. It's brutal out there. I almost got stuck in <b>Pittsburgh</b> a couple of weeks ago.	När jag är ledig vill jag vara hemma. Jag fastnade nästan i <b>Pittsburgh</b> .	Adoption	Geografiska egennamn
200. ...and the other side is backed up for <b>miles and miles...</b>	-och den andra har <b>kilometerlånga</b> köer.	Kulturell anpassning	Myntslag och måttenheter
201. And I don't even enjoy the guy stuck in the middle as much as he guy who is <b>10 miles</b> back who think it's all clear.	Det roligaste är killen <b>nån mil</b> bakom som tror att fältet är fritt.	Kulturell anpassning	Myntslag och måttenheter
202. It looks like a bandaged from <b>the Civil War</b> .	Det ser ut som ett bandage från <b>kriget</b> .	Generalisering	Historiska begrepp

203. Tom, thank you very much. He will be at <b>the Improv</b> this weekend. Emeril Lagasse, that's the new book:	Tom uppträder i <b>Hollywood</b> . Emeril Lagasse har en ny bok ute:	Generalisering	Kultur
204. <b>There's a Chef in My Family</b> .	<b>"There's a Chef in My Family"</b> .	Adoption	Kultur
205. And of course Jennifer Garner, the movie is <b>13 Going on 30</b> . Terrific, terrific picture.	Och Jennifer Garner med filmen <b>"13 Going on 30"</b> .	Adoption	Kultur

<p><b>Kultur</b>  Adoption: <b>29 (50 %)</b>  Ved. adoption: <b>7 (12,1 %)</b>  Förtydligande: <b>2 (3,5 %)</b>  Utelämnande: <b>10 (17,2 %)</b>  Ordagrann översättning.:  Hyponymi: <b>1 (1,7 %)</b>  Generalisering: <b>6 (10,3 %)</b>  Ved. översättning: <b>3 (5,2 %)</b>  Kulturell anpassning.:  Kulturell ersättning:  Totalt antal fall: <b>58</b></p>	<p><b>Media</b>  Adoption: <b>3 (15 %)</b>  Ved. adoption: <b>8 (40 %)</b>  Förtydligande:  Utelämnande: <b>7 (35 %)</b>  Ordagrann övers.:  Hyponymi:  Generalisering: <b>2 (10 %)</b>  Ved. översättning:  Kulturell anpassning.:  Kulturell ersättning:  Totalt antal fall: <b>20</b></p>	<p><b>Samhälle</b>  Adoption:  Ved. adoption: <b>4 (33,3 %)</b>  Förtydligande:  Utelämnande: <b>2 (16,7 %)</b>  Ordagrann övers.:  Hyponymi:  Generalisering: <b>2 (16,7 %)</b>  Ved. översättning:  Kulturell anpassning.: <b>3 (25 %)</b>  Kulturell ersättning.: <b>1 (8,3 %)</b>  Totalt antal fall: <b>12</b></p>
<p><b>Politik</b>  Adoption:  Ved. adoption: <b>13 (44,8 %)</b>  Förtydligande:  Utelämnande: <b>2 (6,9)</b>  Ordagrann översättning:  Hyponymi:  Generalisering: <b>1 (3,5 %)</b>  Ved. översättning.: <b>13 (44,8)</b>  Kulturell anpassning:  Kulturell ersättning:  Totalt antal fall: <b>29</b></p>	<p><b>Produkter o. varumärken</b>  Adoption: <b>10 (58,8 %)</b>  Ved. adoption:  Förtydligande: <b>1 (5,9 %)</b>  Utelämnande: <b>1 (5,9 %)</b>  Ordagrann översättning:  Hyponymi: <b>1 (5,9 %)</b>  Generalisering: <b>4 (23,5 %)</b>  Ved. översättning:  Kulturell anpassning:  Kulturell ersättning:  Totalt antal fall: <b>17</b></p>	<p><b>Myntslag o. måttenheter</b>  Adoption:  Ved. adoption: <b>5 (23,8 %)</b>  Förtydligande:  Utelämnande: <b>4 (19 %)</b>  Ordagrann översättning:  Hyponymi:  Generalisering: <b>1 (4,8 %)</b>  Ved. översättning:  Kulturell anpassning: <b>11 (52,4 %)</b>  Kulturell ersättning:  Totalt antal fall: <b>21</b></p>
<p><b>Affärer o. restauranger</b>  Adoption: <b>1 (16,7 %)</b>  Ved. adoption: <b>2 (33,3 %)</b>  Förtydligande:  Utelämnande: <b>2 (33,3 %)</b>  Ordagrann översättning:  Hyponymi:  Generalisering: <b>1 (16,7 %)</b>  Ved. översättning:  Kulturell anpassning:  Kulturell ersättning:  Totalt antal fall: <b>6</b></p>	<p><b>Historiska begrepp</b>  Adoption: <b>1 (16,7 %)</b>  Ved. adoption:  Förtydligande: <b>1 (16,7 %)</b>  Utelämnande: <b>1 (16,7 %)</b>  Ordagrann översättning:  Hyponymi:  Generalisering: <b>1 (16,7 %)</b>  Ved. översättning: <b>2 (33,2 %)</b>  Kulturell anpassning:  Kulturell ersättning:  Totalt antal fall: <b>6</b></p>	<p><b>Sport</b>  Adoption: <b>5 (62,5 %)</b>  Ved. adoption: <b>1 (12,5 %)</b>  Förtydligande:  Utelämnande: <b>1 (12,5 %)</b>  Ordagrann översättning:  Hyponymi: <b>1 (12,5 %)</b>  Generalisering:  Ved. Översättning:  Kulturell anpassning:  Kulturell ersättning:  Totalt antal fall: <b>8</b></p>
<p><b>Geografiska egennamn</b>  Adoption: <b>5 (17,8 %)</b>  Ved. adoption: <b>7 (25 %)</b>  Förtydligande:  Utelämnande: <b>8 (28,6 %)</b>  Ordagrann översättning.: <b>1 (3,6 %)</b>  Hyponymi:  Generalisering: <b>4 (14,3 %)</b>  Ved. översättning: <b>3 (10,7 %)</b>  Kulturell anpassning:  Kulturell ersättning:  Totalt antal fall: <b>28</b></p>	<p>David Letterman show: 107 fall  Jay Leno show: 98 fall   Totalt: 205 fall</p>	