UNIVERZITA KARLOVA
FILOZOFICKÁ FAKULTA
ÚSTAV TRANSLATOLOGIE

Diplomová práce

Mgr. Jana Georgievová

Překlad v oblasti gastronomie: francouzské varianty jídelních lístků v pražských restauracích

Translating gastronomy: French Versions of Menus in Prague's Restaurants

2018

Vedoucí práce: doc. PhDr. Tomáš Duběda, Ph.D.

Poděkování

Děkuji doc. Tomáši Dubědovi za vedení práce a vstřícnost a Mgr. Grégoiru Labbé za konzultování francouzských textů. Poděkování též patří Ing. Vojtěchu Salajkovi za pomoc se zpracováním materiálu a Ing. Tomáši Vojtěchovskému za pomoc s kartografickými zdroji. Též děkuji Mgr. BcA. Markétě Kraevské a Mgr. Evgenii Ulyankině za pomoc s korekturami.

Zadání práce

Název:

Překlad v oblasti gastronomie: francouzské varianty jídelních lístků v pražských restauracích

Translating gastronomy: French Versions of Menus in Prague's Restaurants

(Téma: Překlad jídelních lístků do francouzštiny)

Klíčová slova: překlad českých reálií, gastronomie, francouzština

Key words: translating Czech culture, gastronomy, French

Anotace:

Diplomová práce se zabývá translatologickými aspekty vícejazyčných jídelních lístků v kontextu české kultury. Teoretická část zkoumá tento problém z několika hledisek: kulturního, sociologického, marketingového, odborně-terminologického a jazykového. Empirická studie se zaměřuje konkrétně na dvojici čeština – francouzština. Mapuje dostupnost jídelních lístků, tištěných i na internetu, ve francouzštině ve stravovacích zařízeních na vymezeném území v centru Prahy v poměru k jiným jazykovým verzím a analyzuje jejich kvalitu. Těžištěm studie je analýza překladatelských postupů při převodu českých gastronomických reálií do francouzštiny: adaptace, exotizace/naturalizace, explicitace a další postupy. Analýza pracuje s teorií skoposu a zaměřuje se na pragmatiku výsledného textu s ohledem na charakteristiku předpokládaného recipienta textu. Zvláštní pozornost bude věnována kulturní vázanosti pojmů (česká specialita, francouzská specialita, specialita ze třetí země) a vlivu nerodilého překladu na kvalitu jídelních lístků.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 30. července 2018

Abstrakt:
Diplomová práce se zabývá translatologickými aspekty vícejazyčných jídelních lístků v kontextu české kultury. Teoretická část zkoumá tento problém z několika hledisek: kulturního, sociologického, marketingového, odborně-terminologického a jazykového. Empirická studie se zaměřuje konkrétně na dvojici čeština – francouzština. Mapuje dostupnost jídelních lístků, tištěných i na internetu, ve francouzštině ve stravovacích zařízeních na vymezeném území v centru Prahy v poměru k jiným jazykovým verzím a analyzuje jejich kvalitu. Těžištěm studie je analýza překladatelských postupů při převodu českých gastronomických reálií do francouzštiny: adaptace, exotizace/naturalizace, explicitace a další postupy. Analýza pracuje s teorií skoposu a zaměřuje se na pragmatiku výsledného textu s ohledem na charakteristiku předpokládaného recipienta textu. Zvláštní pozornost bude věnována kulturní vázanosti pojmů (česká specialita, francouzská specialita, specialita ze třetí země) a vlivu nerodilého překladu na kvalitu jídelních lístků.

Klíčová slova: překlad českých reálií, gastronomie, francouzština

Abstract:
The Master's thesis deals with the translatological aspects of multilingual menus in the context of Czech culture. The theoretical framework of the thesis offers several approaches to the topic: cultural, sociological, marketing, terminological and linguistic. Empirical research focuses on the Czech – French language-pair. The study maps online accessibility of French language menus in Prague's restaurants, compares their accessibility to those in other languages and analyses the quality of French translations. The crux of the study is an analysis of various strategies for translating Czech gastronomic terms into French, including adaptation, exoticization/naturalisation, and explication, among others. The analysis is based on Skopos theory and the pragmatics surrounding the supposed receiver of the final text. The study also concentrates on culturally specific terms (Czech specialties, French specialties, third country specialties) and the effect of non-native translators on the quality of the menu.

Keywords: translating Czech culture, gastronomy, French

Obsah

Seznam obrázků 8
Seznam tabulek 9
Seznam použitých zkratek 10

Úvod 12

1.1 Předmět zkoumání a cíle práce 13
Teoretická východiska 14

2.1 Pojmosloví 14
2.2 Současný stav zkoumání 16
2.3 Otázky překladu textů v gastronomii a cestovním ruchu 18
2.4 Strategie překladu reálií – teoretická východiska 19
Empirická studie 24

3.1 Výzkumné otázky 24
3.2 Hypotézy 25
3.3 Materiál 26
3.3.1 Sběr materiálu online a offline 26
3.3.2 Podoby menu a jejich archivace 28
3.3.3 Jazykové preference teritoria 29
3.3.4 Obrazový aparát jako součást jazykové komunikace 34
3.3.5 Zvláštní případy 36
3.4 Analýza francouzskojazyčného materiálu 37
3.4.1 Dostupnost francouzských verzí jídelního lístku 37
3.4.2 Analýza francouzských překladů 40
3.4.3 Obsahová ekvivalence 44
3.4.4 Jazyková správnost 46
3.4.5 Stylistická ekvivalence 47
3.4.6 Typogra e a formátování 47
3.4.7 Překlad reálií 48
3.4.8 Reálie třetí země 52

3.4.9 Konzistentnost metod 53
3.4.10 Diskuze 55
3.4.11 Výsledky ve vztahu ke stanoveným hypotézám 56
Závěr 58

Seznam zdrojů 60

A Obsah CD 66

Příloha B 68

Seznam obrázků

3.1 Mapa – restaurace na území Prahy zařazené do materiálu 27
3.2 Ukázka americké angličtiny zároveň s britskou 32
3.3 Ukázka italštiny v menu 34
3.4 Za školou – úvodní strana, příliš textu zahlcuje recipienta. 35
3.5 Nabídka jazyků restaurace Petřínské Terasy 36
3.6 Mapa – rozmístění provozoven, ze kterých byl čerpán analyzovaný materiál 38
3.7 Ukázka americké angličtiny zároveň s britskou 48

Seznam tabulek

3.1 Zastoupení jazyků a jejich skupin 31
3.2 Seznam stravovacích zařízení 41
3.3 Aktuálnost, úplnost, číselné údaje 43

Seznam použitých zkratek

CJ – cílový jazyk

CK – cílová kultura

CT – cílový text

MK – ministerstvo kultury

NAKI – program aplikovaného výzkumu a vývoje národní a kulturní identity

VJ – výchozí jazyk

VK – výchozí kultura

VT – výchozí text

Použité zkratky jazyků dle normy ISO 639-1

AR – arabština

CA – katalánština

CS – čeština

DA – dánština

DE – němčina

EL – řečtina

EN – angličtina

ES – španělština

FR – francouzština

HE – hebrejština

HR – chorvatština

HU – maďarština

IT – italština

JA – japonština

KO – korejština

NO – norština

PL – polština

RO – rumunština

RU – ruština

SE – švédština

SK – slovenština

SL – slovinština

SR – srbština

TR – turečtina

VI – vietnamština

ZH – čínština

Úvod

Znalost kultury je kromě jazykových kompetencí důležitým východiskem překladatelské práce. Překladatelé zároveň ve své práci neustále narážejí na absenci slovníkových ekvivalentů při hledání řešení převodu kulturně vázané slovní zásoby. Gastronomie je jeden z významných prvků každé národní kultury a návštěvník se na svých cestách seznamuje nejen s kulturními a přírodními památkami, ale velkou měrou právě i s lokálními specialitami. Jídelní lístky, jejichž jazykovou stránku tato práce zkoumá, tak nejen reprezentují svoji restauraci, ale také svoji zemi, a to zejména v turisticky vytížených zónách.

V gastronomické literatuře se dočteme:

> „V době první republiky si významné restaurace, především hotelové, zakládaly na tom, že měly jídelní lístek i v jazyce francouzském. česká kuchyně se jednak od nepaměti vzhlížela ve francouzské kuchyni a také menu ve francouzském jazyce dodávalo restauraci nádech světovosti a módnosti. Jiná otázka je, kolik francouzsky mluvících hostů do příslušné restaurace přišlo a kolik jazyka znalých domácích hostů mohlo jídelní lístek předložený i ve francouzštině ocenit.“ (LÁNSKÁ 2012: 202–203)

Popsaná situace panovala v době, kdy francouzština teprve začínala ztrácet své dominantní postavení světového jazyka na úkor angličtiny. V 19. století byla totiž nejen o ciálním jazykem diplomacie, ale též pro řadu odlehlých a rozvíjejících se koutů Evropy znamenala synonymum civilizace, kultury a vybraného stylu.

Jakým způsobem restaurace v hlavním městě české republiky tuto složku národní kultury představují a jaké jazykové prostředky k tomu používají, má tato práce zjistit pomocí sondy do textové prezentace pražských stravovacích zařízení.

Diplomová práce zaměřená na publikované jídelní lístky ve francouzštině v pražských restauracích přináší analýzu jazykových preferencí v gastronomických překladech a postavení francouzštiny mezi ostatními světovými jazyky. Získaná data ukazují povahu a též potenciál překladového trhu v dané oblasti. Práce dále zkoumá jazykovou úroveň jídelních lístků a představuje užívané metody překladu v gastronomii – zejména hledá řešení převodu lokálních pokrmů.

1.1 Předmět zkoumání a cíle práce

Práce si klade za úkol zjistit dostupnost francouzských variant jídelních lístků a následně provést analýzu překladu a použitých překladatelských postupů. Vychází z předpokladu, že texty v restauracích jsou součástí jazykové krajiny (LANDRY–BOURHIS 1997) a jsou jedním z prostředků komunikace se zahraničními návštěvníky.

Povaha práce sice vyžaduje celkovou statistiku překladů jídelních lístků ve smyslu počtu a poměru zastoupených jazyků, těžiště práce však spočívá v textové analýze jídelních lístků, charakterizaci jejich dominantních rysů a rozboru řešení jejich překladů do francouzštiny.

Zvláštní pozornost je věnovaná metodice překladu kulturně vázaných pojmů, které jsou v gastronomii nevyhnutelné, a to zejména proto, že se přístupy překladatelů i teoretiků překladu liší. Není možné stanovit všeobecně platný ideální postup a předpokládá se kontextem diktované řešení vybrané na základě překladatelského rozhodovacího procesu. Práce má tedy prozkoumat, jaké postupy se v českém gastronomickém překladu reálně používají, a shromážděné metody podrobit analýze. Tímto způsobem lze vytvářet de niční instrukci překladatelských řešení, o které hovoří Jiří Levý (1971).

Hlavní výstupy představují statistiku, jaké jazyky překladů se nejčastěji vyskytují na webech pražských restaurací, charakteristiku podniků, které disponují francouzským překladem, a translatologickou analýzu jednotlivých sebraných francouzskojazyčných překladů na základě předem stanovených kritérií.

Práce představuje průzkum a analýzu situace, nemá za cíl shromážděné překlady kriticky hodnotit, spíše se zamyslet nad možnostmi, které překladatel při převodu bezekvivalentního lexika má, a jaké jsou argumenty, o které se může v rozhodovacím procesu opřít.

Teoretická východiska

2.1 Pojmosloví

Pro účely dalšího výkladu je nyní žádoucí vysvětlit určité výrazy, se kterými budu dále pracovat. V první řadě je třeba shromáždit pojmy a jejich synonyma z gastronomické oblasti, poté se zaměřím na klíčové termíny pro komunikační a translatologickou situaci.

Restaurace je jedním z druhů **stravovacích zařízení**, které spolu například s bary šířeji patří mezi zařízení **pohostinská** (HACCP). Ještě přesněji, restaurace je jednou z možných forem **provozovny stravovacích služeb**. Další formy stravovacích služeb představují například mobilní provozovny či občerstvení (BERÁNEK 2005: 26–28).

Jídelní lístek, tedy seznam produktů nabízených v daném zařízení, není nijak ze strany zákona regulován a je plně v gesci managementu zařízení, může však sloužit jako kontrolní podklad pro nanční úřad, který vyžaduje archivaci lístků po dobu jednoho roku (STOLNICENI). Obsah a uspořádání seznamu se řídí spíše doporučeními v učebnicích oborů hotelnictví a gastronomie či online i tištěných podnikatelských rádců. Ty se shodují na přehledném rozdělení do rubrik (předkrmy, polévky, hlavní jídla, moučníky, nápoje apod.) a zdůrazňují též marketingovou funkci menu. Spolu s nápojovým lístkem je jídelní lístek především praktickou pomůckou usnadňující komunikaci v restauraci (STOLNICENI).

Na webových stránkách restaurací najdeme jídelní lístek pod různě pojmenovanými odkazy: *menu*, *nabídka* (*stálá*, *denní*, *týdenní*), *jídlo*, *jídelní lístek*, *jídelní list*, *jídelák*, *à la carte*. Z tisícovky restaurací v tomto výzkumu jen jediná (*La Palma*) zvolila označení *jídelníček*, které konotuje spíše jídelny nebo dieteticky uzpůsobené stravovací programy než restaurace.

Koncept jídelního lístku je ve svých počátcích na evropském kontinentu doložený v 15. století ve Francii ve formě tzv. *écriteau*. Jednalo se o dlouhé seznamy surovin pro přípravu pokrmů určené kuchařům, nikoli konzumentům (LÁNSKÁ 2012: 200). Zajímavé je, že tento žánr předpokládá gramotnost francouzského kuchaře počátku 15. století.

První doložený seznam jídel pro účastníky hostiny (v daném případě svatební, šlo o velmi zdobný dokument) pochází z roku 1571 rovněž z Francie a vznikl pod patronací jistého zámožného Baulda Cuvillona (MONTAGNÉ 1967).

V českých zemích máme první doložený potravní lístek, jak byl tehdy nazvaný, z bálu sezóny roku 1840. Vzhledem k použití českého jazyka k vyhotovení lístku měl v dané době

tento dokument i národotvorný charakter a hostům sloužil jako upomínka na daný vlastenecký večer.

V restauracích se lístky objevují od konce 18. století, nejprve v Paříži v restauracích *Palais Royal*. Od počátku byly lístky umělecky zpracované a jednoznačně sloužily ke zvýšení prestiže podniku. V Praze je první jídelní lístek znám z roku 1857 z restaurace Matyáše Přibíka v Jindřišské ulici. Dnes je archivován v Muzeu hlavního města Prahy (LÁNSKÁ 2012: 200).

Jídelní lístky částečně spadají do **jazykové krajiny** (*linguistic landscape*), která zahrnuje textové složky městského prostoru, především psané (LANDRY–BOURHIS 1997: 23), nelze však opomenout ani texty mluvené ve formě různých veřejných hlášení, která jsou v okolním prostoru pozorovatelná.[1] Jídelní lístky do jazykové krajiny patří jednoznačně, jsou-li jsou vystavené na ulici (např. na dveřích restaurace, ve vitríně nebo na stojanu). Druhotně je pak možné zařadit i jídelní lístky dostupné přímo uvnitř restaurace – jsou veřejně přístupné a dotvářejí jazykový obraz lokality.

Pro účely této práce využívám především jídelní lístky publikované online, jedná se tedy spíše o *webovou* krajinu města. Domnívám se však, že vzhledem k vybavenosti mobilních telefonů, dostupnosti bezdrátového připojení v centru velkých měst a k jednotným roamingovým podmínkám v rámci Evropské unie je možné považovat internetovou krajinu vztahující se ke konkrétním lokalitám za součást jazykové krajiny městského prostředí – byť s vědomím, že není nutně zjevná na první pohled a každému, je však poměrně dobře dostupná těm, kteří se rozhodnou dále hledat.

Značná část gastronomických pojmů uváděných na jídelních lístcích, zejména těch problematických, patří mezi **reálie**. Tento poměrně vágní pojem využívá především metodika výuky cizích jazyků (ROMAŠEVSKÁ–LAH 2017: 35) a lze jej v duchu strukturalismu rozdělit na reálie vnější (materiální, reálná fakta bez vztahu k jazyku) a vnitřní (lingvoreálie, jazykové prostředky zahrnující kulturně vázanou a obtížně přeložitelnou verbální i neverbální složku, HASIL 2011: 26). Pro studenta cizího jazyka (potažmo překladatele) se především zdůrazňuje význam faktogra cké znalosti prostředí (tamtéž).

Speci cky uchopuje teoretickou stránku reálií ruská sociolingvistika, která hovoří o **precedentních jevech** (*precedent phenomena*) jakožto materiálních i nemateriálních faktech společně přijímaných určitým společenstvím (hovoří se též o emoční součásti precedentních jevů), na které pak odkazují další texty. Zdroji precedentních jevů jsou pak *precedentní texty*. Tento přístup je praktický ve snazším vydělování jednotlivých jevů oproti povšechnému označení *reálie* a také vystihuje jejich povahu, tedy že se jedná o cíle, ke kterým odkazují následné kulturní reference. (NAZAROVA–ZOLOTAREV 2015: 22)

Překladatelský problém, který precedentní jevy přinášejí, je de cit v míře chápání pojmu recipienta překladu oproti recipientovi originálu. Tento rozdíl může obsahovat faktické znalosti nebo pouze implicitní konotativní či emoční složku. Tato propast se označuje jako

1 Zkoumání zvukové stránky spadá pod samostatný obor, soundscape, de novaný jako „acoustic environment as perceived or experienced and/or understood by a person or people, in context“. (ISO 12913)

cultural gap (VALDEZ 1986: 33) a překladatelovým úkolem je si ji uvědomit a vhodnými prostředky překlenout, usoudí-li na základě analýzy, že je to žádoucí.

2.2 Současný stav zkoumání

Ačkoli překlady jídelních lístků gurují v českých stravovacích zařízeních minimálně od meziválečné doby a v českém prostředí byl tento žánr od svého počátku spojen s jazykovou politikou (LÁNSKÁ 2012: 201), teoretické práce na toto téma se podle mých dosavadních výsledků bádání objevují až v 21. století. V čechách pocházejí převážně z akademického prostředí hotelnictví.

V roce 2015 vznikla na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně v oboru Anglický jazyk pro manažerskou praxi anglicky psaná bakalářská práce na téma překladů menu z češtiny do angličtiny (HRUBÁ 2015), kde autorka vybrala 10 svým zaměřením různorodých restaurací v Praze i jiných městech a analyzovala jednotlivé překladatelské přístupy.

O dva roky mladší je bakalářská práce z Vysoké školy hotelové v Praze 8 (POLÁČKOVÁ 2017) o překladech jídelních lístků do angličtiny v Moravskoslezském kraji. Zde je statisticky zpracována dostupnost překladů (do jakéhokoli jazyka) v restauracích vybraných měst v Moravskoslezském kraji, která se pohybuje okolo 24 %. Dále se Poláčková věnuje především rozboru jazykových nesrovnalostí ve výsledných textech. Tato práce představuje interdisciplinární přínos, vnáší do prostředí oborů hotelnictví mnoho poznatků z teorie překladu.

Ze stejného pracoviště pochází i autorka několika článků o překladech jídelních lístků Dagmar Lánská, která zmiňuje probíhající výzkum právě o těchto překladech (LÁNSKÁ 2012: 208), jeho výstupy však zatím nejsou dohledatelné. Její příspěvky jsou součástí sborníku domovské vysoké školy *Gastronomie v toku času I.* (2012), který přináší mnoho jazykových a kulturologických pohledů na dějiny stravování u nás (potažmo na Slovensku a některé příspěvky přinášejí vhled i do Polska) a nabízí velmi dobrý odrazový můstek pro další interdisciplinární bádání.

V praktické tvorbě gastronomických textů, ať už původních či překladů, určitou oporu představují dostupné slovníky gastronomie české (*Slovník potravinářů a gastronomů*, Beránek 2005), pro naši zkoumanou jazykovou kombinaci i francouzské (*Nouveau Larousse gastronomique*, MONTAGNÉ 1967). Existují i tištěné slovníky překladové (*Názvy a popisy jídel: česky, rusky, anglicky, německy, francouzsky*, SLANINA–SRKALA 1980; *Gastronomický slovník v kostce: čeština, angličtina, francouzština, italština, němčina*, ŠMÍD 1997; *Vícejazyčný slovník odborné terminologie v gastronomii*, JANČÁR–BURDA 2014; *Labužníkův lexikon*, POŠTULKA 2004; *Nový encyklopedický slovník gastronomie 1, 2*, ČERNÝ 2005).

V mezinárodním prostředí sice roste vědecký zájem o jídlo obecně, teoretické práce o překladu gastronomických textů však zůstávají poněkud zanedbané. (CHIARO–ROSSATO 2015)

Autoři sporadických článků o překladu gastronomie tak obvykle odkazují k obecným translatologickým pracím nebo k primárním pramenům (v případě zaměření na problematiku cestovního ruchu zejména encyklopedických), ze kterých čerpali materiál.

Nedostatek prací o jazykové situaci ve stravování částečně kompenzují práce o překladu v cestovním ruchu, s nímž jídelní lístky souvisejí. M. Z. Sulaiman (2016: 54) například upozorňuje, že překlad v cestovním ruchu dnes patří mezi objemově největší oblasti překladu na světě, a proto je právě zde nejlépe pozorovatelná mezikulturní výměna. Přesto jsou překlady turistických textů stabilně kritizované za svoji nevalnou úroveň. Sulaiman problém vidí ve špatném pochopení překladatelské práce ze strany zadavatelů překladů, kteří si navíc neuvědomují ani rozdíly mezi jednotlivými národními trhy. Je to tedy právě selhávající mezikulturní komunikace, jež má na svědomí špatnou úroveň překladů.

Na chybovost v přeložených textech z oblasti cestovního ruchu se zaměřuje také I. D. Muñoz (2012). Nízkou úroveň přisuzuje nedostatečné akademické pozornosti a též faktorům, jako je omezený rozpočet či podcenění náročnosti překladu turistických textů, které jsou často svěřeny neprofesionálům. O. Skibitska (2013) rovněž míní, že úroveň není dobrá, poněvadž jsou k překladu povoláváni neprofesionálové, a přichází s ještě detailnějším pohledem na texty cestovního ruchu. Zaměřuje se na webové žánry, které jsou podle ní samostatným odvětvím překladu.

Vzácný pohled příjemce přeloženého textu v oblasti cestovního ruchu nabízí Heather Trebatická v článku *The Translation of Tourist Texts* (1998), v daném případě navíc v jazykově blízkém prostředí – zaměřuje se na překlad ze slovenštiny do angličtiny. Hlavní úskalí překladu v této oblasti spatřuje na straně překladatele: často se jedná o nerodilé mluvčí cílového jazyka (CJ), což způsobuje nejen gramatické prohřešky, ale zejména naráží na rozdílnou stylistickou povahu žánru jako takového v cílové kultuře (CK).

Trebatická zde vznáší apel na vydavatele a editory, kteří by si měli být vědomi rozdílů mezi žánrově-stylistickými požadavky mezi oběma kulturami, a pokouší se nalézt i pár praktických úvah pro samotné překladatele. Doporučuje jim mít na paměti, že v tomto případě je důležitý recipient, tedy turista, nikoli autor textu. Míní, že by měl překladatel, v naprosté anonymitě, provést náležité stylistické změny v rámci textu, aby byl (podle překladatelova soudu) pro turistu uchopitelný.

Podmíněnost úrovně překladu reklamního textu, kam jídelní lístky částečně svojí funkcí též spadají, kontextovými faktory přesahujícími roli zadavatele v teorii skoposu (VERMEER– REISS 2005) zdůrazňuje i Z. Jettmarová (1998) ve stati *Úloha kontextu v překladu reklamy do češtiny: dynamika výchozí překladatelské normy*. Jak ukazují zmiňovaná novější bádání i sebraný materiál pro tuto práci, i po dvaceti letech od vydání tohoto článku jsou tyto postřehy stále platné.

V českém lologickém prostředí se v poslední době dočkaly pozornosti reálie a lingvoreálie, a to nejen v podobě jednotlivých článků (ROMAŠEVSKÁ–LAH 2017), ale i rozsáhlejších vědeckých prací (HRDLIČKA 2001; HASIL 2011). Zároveň na lozo cké fakultě Univerzity Karlovy probíhá projekt webové a mobilní databáze *Abeceda českých reálií*, který má

být dokončen v roce 2020.[2]

Teoretici reálií většinou kladou důraz na pedagogický aspekt v procesu osvojování (češtiny jako) cizího jazyka, vzhledem k nedostatku literatury o překladu reálií jsou však i tyto práce cenným zdrojem úvah o jejich jazykové podstatě. Translatologická bádání se zaměřují na jejich překlad spíše v beletrii (VLACHOV–FLORIN 1969; NIDA 1964; BAKER 1992; MOUNIN 1963; BRACAJ 2015; NEWMARK 1988), což je poněkud odlišná translatologická situace, postřehy jsou ale aplikovatelné i na banálnější žánry, jako jsou právě zmiňované texty cestovního ruchu.

V posledních deseti letech roste zájem o koncept jazykové krajiny, a to jak v prostředí mezinárodním, tak velmi záhy i v českém, podrobněji stav popisuje K. Herold ve své diplomové práci, kde inovativně propojuje jazykovou krajinu s translatologií (HEROLD 2018: 11–14). Pro translatologii je přínosné, že se zkoumají nápisy v městském prostředí z hlediska vícejazyčnosti a překladovosti a že je věnována pozornost překladatelským otázkám v nebeletristických a neodborných žánrech. Postupně se tak zaplňuje de cit teoretického zázemí, o kterém hovoří badatelé u překladu v cestovním ruchu.

2.3 Otázky překladu textů v gastronomii a cestovním ruchu

Gastronomické texty, zejména v případě jídelních lístků v restauracích hlavního města, svým charakterem souvisejí s žánry cestovního ruchu. Ty mají své speci cké rysy a vyžadují určité překladatelské přístupy, nejprve je ale třeba charakterizovat obecné rysy výchozích textů ve vztahu k těmto přístupům. Jedná se o problémy zejména stylistické a terminologické. Jak již bylo řečeno, literatura se věnuje spíše žánrům z oblasti cestovního ruchu než gastronomie.[3]

Trebatická (1998) konstatuje, že každé prostředí má své oblíbené formulace pro takovýto typ textu (*rázovitý* ve slovenštině či *quaint villages* v angličtině), slovenský příjemce očekává vysokou erudovanost a informační hutnost, zatímco anglické turistické texty jsou méně informativní a více hýří superlativy.[4] Dále zastává názor, že zachování unikátního stylu originálu, který volí zavedené prefabrikáty či typická klišé pro daný žánr ve výchozí kultuře (VK), představuje chybně zvolenou exotizaci, nikoli dodržení stylových charakteristik originálu. To pochopitelně vyžaduje značné zásahy ze strany překladatele a autorka uvádí, že je k nim nejprve třeba svolení (dostatečně uvědomělého) editora/vydavatele.

A jako klíčový problém překladu v cestovním ruchu – v případě, že překladatel nepochybí v gramatice a dodrží i stylistické požadavky – Trebatická přirozeně určuje bezekvivalentní slova označující reálie (*halušky, fujara*). Nevhodný přístup k překladu takto citlivých a často národně konstituujících pojmů má za následek nejen zmatenost a špatné pochopení, ale i nedostatečně profesionální prezentaci výchozí kultury (VK). Jako negativní vidí následující možnosti převodu (TREBATICKÁ 1998: 81–83):

2Projekt MK (NAKI II) DG16P02B018: Abeceda českých reálií.
3Základní údaje o náležitostech jídelních lístků jsou uvedeny v kapitole Pojmosloví.
4Slovenskou zkušenost lze analogicky převést i na českou situaci.

1. De nice či vysvětlení pojmu bez zachování názvu originálu citátově (*bits of boiled pasta* pro *halušky*): toto řešení není podle Trebatické dostatečně výstižné a ne vždy pomáhá recipientovi cílového textu (CT) k porozumění. Takovýto popis navíc nemusí představovat funkční marketingovou strategii.[5] Autorka si však uvědomuje, že texty v oblasti cestovního ruchu jsou často velmi kondenzované a bojují o každý znak navíc, tudíž explicitace i zachování původního názvu zároveň nemusejí být fyzicky proveditelné.

2. Transkripce (autorka tento termín používá v souvislosti s procesem přejímání) – nedoporučuje odchylky od pravopisné podoby originálu, jestliže oba jazyky užívají tutéž abecedu (*halushky*), a už vůbec ne úpravu celého vlastního jména (*John Huss*). Tento přístup považuje za překonaný a přiklání se k modernějšímu postoji zachovávat původní formální podobu.

3. Překlad vlastních jmen – v případě, že se nezachová původní varianta např. toponyma, musí cizinec nutně čelit větším komplikacím při identi kaci pojmu v terénu. Navíc se při převodu do angličtiny například variují různé druhy formování přídavných jmen odvozených od proprií (*Kysucean* vs. *Liptauer*). Autorka si je vědoma, že zde není možné nalézt univerzálně platné řešení a že mnohá rozhodnutí jsou motivována osobním vkusem překladatele či recipienta. Stejně tak se mohou lišit i pravopisné varianty (*mountains* i *Mountains*). V případě institucí (výstav, festivalů) Trebatická doporučuje překlad názvu jen tehdy, pokud je informativní. V případě poetizovaného názvu, jako to vidíme u festivalu popové hudby *Bystrické zvony*, důvod k překladu nevidí.

Odpověď na otázku, zda lokální názvy překládat, či ne, pojímá autorka následovně: překladatel by se měl pokusit vyhledat, které názvy jsou již v překladu zažité – a ty dodržet. Pokud však určitý pojem zažitý není a překladatel se domnívá, že přišel s lepším řešením, neměl by se bát inovativního přístupu. Poté nezbývá než čekat, zda se jeho varianta časem ujme.

2.4 Strategie překladu reálií – teoretická východiska

V předchozí kapitole bylo nastíněno, že reálie představují klíčové úskalí překladů v gastronomii a cestovním ruchu, a to i v případě kompetentního překladatele, který dodrží jazykové a stylistické náležitosti. V této kapitole se pokusím shrnout, jakou oporu překladatelům poskytuje translatologická literatura.

Ačkoli se teoretici již od 60. let (srov. MOUNIN 1963; NIDA 1964) shodují na významu kulturní složky v překladatelském procesu, a to tak, že kulturní rozdíly jsou stejně důležité

[5] Sama jsem čelila zděšeným reakcím cizinců, kteří se před návštěvou čR setkali s charakteristikou knedlíků coby „vařeného chleba“. Zejména na Jihoevropany, pro které je chléb významnou součástí kteréhokoli denního jídla, působil tento popis jednoznačně odpudivě.

jako ty jazykové, translatologické práce obecného charakteru se jí věnují jen na poměrně malém prostoru. Za kulturní slova (jak se v zahraniční literatuře reálie často označují) jsou považována ta, která nespadají mezi univerzálie známé civilizovanému člověku. Newmark (1998) navíc přiznává překladatelskou obtížnost i v případě kulturního překryvu mezi VJ a CJ.[6] Upozorňuje (tamtéž), že text jako jednotka překladu v případě kulturní vázanosti pojmu nestačí (NEWMARK 1988), Jettmarová (1998: 40) navíc ještě upozorňuje na kontext celé komunikační situace zahrnující zadavatele překladu a další vnětextové faktory.

Pojímáme-li překlad podle Levého jako rozhodovací proces, musí si překladatel nejprve uvědomit přítomnost kulturního elementu. Newmark (tamtéž) uvádí, že kulturní příslušnost bývá často snadno rozeznatelná, podobně by tomu mělo být i v případě překladu v gastronomii, předpokládá to však alespoň minimální míru profesionality překladatele, který si uvědomuje, že má po kulturních slovech pátrat.

Kulturní slova schematicky spadají do následujících sémantických oblastí (srov. NIDA 1964; NEWMARK 1988; HASIL 2011):

1. Ekologie (zde zahrnuje i geogra cké a klimatické podmínky výchozího prostředí)
2. Materiální kultura (artefakty): jídlo, oděvy, urbanismus, transport
3. Společenská kultura – pracovní a volnočasová
4. Organizace, zvyky, činnosti, procesy, koncepty
    a) Politika a administrativa
    b) Náboženství
    c) Umění
5. Gesta a zvyky

Pojmy z oblasti materiální kultury, zejména gastronomie, vnímají odborníci (BRACAJ 2015: 476) jako důležitou součást vyjádření národní kultury – a navíc jako značně citlivé téma. Faktogra ckou znalost materiální i nemateriální kultury lze od profesionálního překladatele automaticky vyžadovat, ruská teorie precedentních jevů však zdůrazňuje emoční komponent kulturně vázaných slov. (NAZAROVA–ZOLOTAREV 2015: 22) Narážíme tak spíše na chybějící rozbor sémantické asymetrie / *cultural gap* – nakolik tento rozdíl v sobě skrývá i konotativní složky, či se jedná pouze o asymetrii všeobecného faktogra ckého přehledu příjemce originálu oproti příjemci překladu.

Významné je Newmarkovo konstatování, že převod kulturních slov pomocí funkčního ekvivalentu vyžaduje *culture-free word*, tedy slovo bez kulturního zabarvení (NEWMARK

6Jeho publikace je vlastně učebnice překladu, někteří teoretici jí proto vyčítají, že se nejedná o vědeckou práci. Vzhledem k povaze textu se však jedná o přístup vhodný, zejména díky jeho návodnosti a systematičnosti. Na jeho výčet překladatelských procesů, shrnující dosavadní bádání, navíc odkazují i další články zabývající se kulturním lexikem. (BRACAJ 2015; GUERRA 2012, aj.)

1988: 94–103).[7] V tomto případě se užije běžně zavedeného pojmu s vědomím, že některé významové složky budou neutralizovány. U pojmů, které nejsou notoricky užívané, očekává v překladu vysvětlení. Podobně argumentuje i Trebatická. Na příkladu překladatelského řešení *gnocchi* za *halušky* upozorňuje na odlišnou a zavádějící geogra ckou konotaci těchto dvou kulturně vázaných slov, každého v jiném prostředí. Vzhledem k tomu, že se autorka pohybuje v jazykovědném prostředí a navíc má uživatelskou zkušenost s překladem reálií, je nasnadě brát její postřehy za legitimní. Poněkud protichůdně pracuje v kontextu biblických překladů E. Nida (1964: 239), který se záměně za jiné kulturně vázané slovo nevyhýbá, tento přístup je však vyhrazen přenosu metafor, nikoliv materiální podstaty.

Z procesů vhodných pro práci s reáliemi Newmark (1988: 119–120) navrhuje dva protichůdné postupy: *transferenci* (zachování původní podoby výrazu v kontextu CJ, viz níže) a *analýzu komponentů*. Transferenci spojuje především s literárními texty a doporučuje ji v případě, kdy je vhodné zachovat dojem typický pro VK, přičemž si je vědom, že může dojít ke ztížení srozumitelnosti pro recipienta CT, a jak tvrdí (tamtéž), transference podle některých teoretiků vůbec nepředstavuje překladatelské řešení. Zachování lokálního dojmu může být oblíbený záměr i v případě překladů jídelních lístků, nižší míra srozumitelnost nemusí volbě tohoto procesu bránit, pokud si uvědomíme, že u zcela neznámého konceptu nemusí být recipientovi nápomocná ani de nice, ani obrazový materiál a ochutnávání zcela neznámých jídel jistou dávku zvědavosti k nepoznanému předpokládá.

Naproti tomu *analýza komponentů* (tamtéž) se v případě kulturních slov zaměřuje právě na tu část významu, která bude recipientovi patrně nesrozumitelná. Kromě charakteristik vyplývajících z de nice pojmu může být příjemci překladu neznámá i frekvence a rovněž stylistické příznaky pojmu. Po analýze komponentů obvykle následuje jeden z dále vyjmenovaných překladatelských procesů (např. *popisný ekvivalent*, *funkční ekvivalent*, *kulturní ekvivalent* aj.), jejich volbu Newmark podmiňuje typem textu. Dále rozlišuje *metody* – ty se aplikují na celé texty – a *procesy* – které se aplikují na věty a menší jednotky. Vzhledem k tomu, že jídelní lístky jsou tentýž žánr, je nasnadě předpokládat i velmi nízký rozptyl zvolených procesů.

V souvislosti s překladem kulturně vázaných prvků můžeme hovořit o následujících postupech (NEWMARK 1988: 94–103):

1. *Transference* – přejímka slova včetně procesu transliterace a transkripce v případě různých abeced
2. *Naturalizace* – zde míní adaptaci či asimilaci přejatého slova do nového jazykového systému (pravopisnou, morfologickou apod.)
3. *Kulturní ekvivalent* – převod kulturním termínem pojmenovávajícím paralelní jev v CK, nikoli však tentýž koncept (př. fr. *baccalauréat* – en. „*A“ level*)

7Naráží zde zejména na nadužívání francouzštiny v anglických gastronomických textech pro vyšší prestiž jazyka v dané oblasti.

4. *Funkční ekvivalent* – výběr neutrálního pojmu z prostředí mezi oběma kulturami. (př. pl. *Sejm* – en. *Polish parliament*)
5. *Popisný ekvivalent* – využívá de nici pojmu a vysvětluje implicitní informace pojmu ve VJ
6. *Synonymie* – užití blízkého ekvivalentu v případě vyšší potřeby jazykové ekonomie nad výstižností ekvivalentu
7. *Kalk* – doslovný slovotvorný či sémantický převod
8. *Posun* (název podle Catforda) či *transpozice* (Vinay a Darbelnet) – proces vyžadující gramatickou změnu v CJ (slovního druhu, čísla, pádu apod.)
9. *Modulace* (Vinay a Darbelnet) – změna perspektivy
10. *Recognised translation* – užití již zavedeného pojmu s vědomím, že nejde o ideální překlad
11. *Translation label* – provizorní překlad nově zavedeného pojmu, obvykle v uvozovkách
12. *Kompenzace* – vyjádření některé z kvalit VT v jiné části CT
13. *Analýza komponentů* – na rozdíl od lingvistické analýzy komponentů, která má rozlišit významové komponenty lexikální jednotky na univerzálie a jiné složky, translatologická analýza komponentů již složky vyděluje v kontrastu k potenciálnímu ekvivalentu v CJ, který však vykazuje jistou sémantickou asymetrii
14. *Redukce a expanze* – rozšíření či zkrácení, Newmark uvádí, že je to poněkud nepřesný proces a překladatel jej volí intuitivně ad hoc
15. *Parafráze* – ampli kace či explicitace významu v případě nedokonalostí VT
16. *Poznámky* – přidávají do CT nový význam, přičemž rozlišuje:[8]

    I. Poznámky v rámci textu

    a) Alternativním pojmem
    b) Přídavným jménem
    c) Substantivem v apozici
    d) Participiem
    e) V závorce
    f) Přístavkem

    II. Poznámky na konci stránky

[8]Newmark se zde rozmýšlí nad vhodností použití příslušných typů (primárně pro knižní překlad), důraz klade na komunikaci překladatele s recipientem CT pomocí např. předmluvy.

III. Poznámky na konci kapitoly

IV. Poznámky či slovníček na konci knihy.

Newmark dále předpokládá i kombinace jednotlivých procesů, je patrné, že se nejedná o izolované postupy aplikovatelné ve smyslu buď jeden, nebo druhý. Zároveň implikuje, že překladatel může svými rozhodnutími zasáhnout i do lexikonu jazyka neologií a výpůjčkou
– na základě procesů *transference* a *naturalizace*.

Ve vztahu k překladu jídelních lístků (z těch, které fyzicky připadají v úvahu), již byla vyloučena volba kulturního ekvivalentu (i když se s ní v překladech setkáváme, názory odborníků ji hodnotí jako nevhodnou, viz výše). Podobně *kompenzaci* lze lépe využít v delších textech, především literárních. Pro převod gastronomických reálií se jeví jako nevyhnutelná *analýza komponentů* a do značné míry též *expanze*. Lístky též mohou dobře využít *funkční* a popisné ekvivalenty, v případě nejistoty graficky označený *translation label* a v případě problematického originálu též *parafrázi*.

Empirická studie

Druhá část práce má představit vlastní výzkum situace překladu v gastronomii v česko-francouzské jazykové kombinaci. Výzkum byl proveden na základě stanovené řady výzkumných otázek a za podpory formulovaných hypotéz vycházejících z pilotního průzkumu terénu. Ten také nastínil způsob sběru a archivace materiálu a vymezil teritorium pro sběr materiálu.

Sebraný materiál byl poté podroben analýze mé vlastní a přizvaného konzultanta, rodilého mluvčího francouzštiny s bohemistickým lologickým vzděláním, který dlouhodobě žije v Praze. Je tedy seznámený s českou kulturou a zkušený také co se týče francouzsko-českých kulturních rozdílů.

Analýze materiálu následuje diskuze na základě získaných dat a náměty pro další zkoumání problematiky.

Zaměřujeme se na textovou stránku, je však zřejmé, že významnou roli hrají i **vnětextové faktory** (NORD 1991). Centrum hlavního a zároveň historického města předpokládá mnoho cizinců, a to nejen na straně návštěvníků, ale někdy i na straně personálu obchodů a restaurací. Je nasnadě, že turisté by měli určitou úroveň exotiky v zahraničí očekávat a být připraveni na kulturní šok (úzkostné stavy způsobené konfrontací s neznámou kulturou v cizím prostředí, OBERG 1960: 142), podobně vidí situaci Trebatická (1998) i přizvaný konzultant. Zároveň by však provozovatelé restaurací a obchodů neměli chtít riskovat zklamání pramenící z odlišného očekávání a jistá komunikační úskalí by měli předjímat. Jazyková prezentace podnikání ve stravování spadá do celkových marketingových strategií, v jejichž rámci by neměla být opomíjena.

Mezi vnětextové faktory ovlivňující kvalitu překladů patří tedy v první řadě motivace dodat funkční jídelní lístek a dále samozřejmě rozpočet, čas, výběr překladatele, dostupnost referenčních materiálů a korektorské práce. Klíčovým faktorem je přístup zadavatele překladu, který zpravidla nemá lingvistické vzdělání, má ale na jeho funkčnosti ekonomický zájem.

3.1 Výzkumné otázky

Tato práce zohledňuje vícero aspektů překladu v gastronomii, proto bylo nutné stanovit spíše soustavu výzkumných otázek než sledování jediného cíle. Smyslem je nejen textová

analýza sebraného materiálu, ale i širší popis jazykové situace v gastronomii tak, aby byl přínosný pro samotnou překladatelskou práci a uvažování nad překladatelskými problémy i pro popis překladatelského trhu v oblasti stravování, a faktorů konstituujících jeho povahu.

Výzkum se pokusí odpovědět na následující řadu otázek. První z nich se týká samotného jazykového rozložení jídelních lístků v Praze a zkoumá, **(1) jaká je dostupnost francouzských variant** v poměru k jiným jazykovým mutacím a jak se restaurace v Praze stavějí k překladům svých textů do cizích jazyků, nejen do francouzštiny. Výsledky mohou ukázat řadu charakteristik nejen stravovacích zařízení a jejich marketingu, ale i poznatky o rozložení cestovního ruchu v hlavním městě.

Další otázky jsou již zaměřeny přímo na česko-francouzskou jazykovou kombinaci. Zajímá nás, **(2) zda si odpovídají obsahem a rozsahem české** (předpokládaný originál) a **francouzské verze**. Frankofonní návštěvník by měl mít přístup k přinejmenším ekvivalentním informacím dostupným v češtině, oproti českému recipientovi je navíc znevýhodněný neznalostí místního prostředí.

Dále nás zajímá, **(3) jaká je výsledná úroveň překladu**, který spoluutváří jazykovou krajinu a je součástí (marketingové) prezentace podniku, a **které faktory ji** patrně **ovlivnily**. Zde jde zejména o jazykovou správnost a o zjištění, zda překlad vykazuje určitou vědomou koncepci.

Poslední výzkumná otázka se vztahuje k translatologicky zajímavému problému překladu reálií, které jsou nedílnou součástí gastronomické slovní zásoby. Ptáme se, **(4) jaké strategie se používají v překladu (asymetrických) bezekvivalentních pojmů, a zda jsou tato řešení funkční.** Odborná literatura nabízí základní teoretický aparát, není však jisté, zda byl překlad svěřen profesionálnímu překladateli, který by s ní byl seznámen. I na tento aspekt se výzkum zaměří.

3.2 Hypotézy

Na výzkumné otázky navazují hypotézy stanovené na základě pilotního průzkumu terénu. Ten naznačil, že francouzština nepatří mezi primárně preferované jazyky překladu jídelních lístků, mezi jazykovými variantami převažuje angličtina častěji následovaná ruštinou, němčinou a italštinou než francouzštinou. První **(1)** hypotéza tedy tvrdí, že **dostupnost francouzských variant jídelních lístků bude poměrně nízká**, odhadem na základě pilotního průzkumu bude zaujímat kolem 5 %.

Zároveň se po prvotním ohledání situace jeví, že jakkoli je francouzských překladů poměrně málo, když už jimi restaurace disponuje, jejich úroveň je poměrně dobrá. Druhá hypotéza tedy předpokládá, že **(2) francouzské varianty produkují spíše profesionální překladatelé** či profesionálové z oboru gastronomie a **rodilí mluvčí francouzštiny**.

Na základě předpokladu poměrně dobré úrovně francouzských verzí staví i poslední hypotéza, podle které je pravděpodobné , že **(3) ve francouzských verzích bude patrná vědomá práce s reáliemi** českými či francouzskými ve snaze překlenout kulturní pozadí

recipientů dané jazykové varianty, a to především různými způsoby explicitace. Případnou nefunkčnost překladu pak může způsobovat špatně zvolená (příliš omezená) jednotka překladu, která nezahrnuje implicitní sémantické rysy. Analýza materiálu ukáže, do jaké míry se tyto hypotézy potvrdí (viz kapitola).

3.3 Materiál

3.3.1 Sběr materiálu online a offline

Sběr dat pro následnou analýzu probíhal v první fázi online, kdy jsem pomocí Google Maps vyhledala dostupné restaurace na území Prahy 1 a navštívila jejich webové stránky. Restaurace, odkazy, dostupné jídelní lístky a jazykové mutace stránek a lístků jsem spolu s datem stažení zaznamenávala do souborné tabulky, jejich kompletni seznam je v příloze B.

Pro pilotní vzorek, který posloužil k formulaci výzkumných otázek a hypotéz, jsem shromáždila 100 podniků. Pouze pět z nich mělo na svém webu francouzskou variantu jídelního lístku. Tento poměr se později ukázal jako obecně platný pro celé teritorium, francouzština se mezi jinými jazyky skutečně objevovala u přibližně 5 % restaurací, přičemž směrem k periferii města přeložených lístků ubývá obecně, nejen francouzských variant.

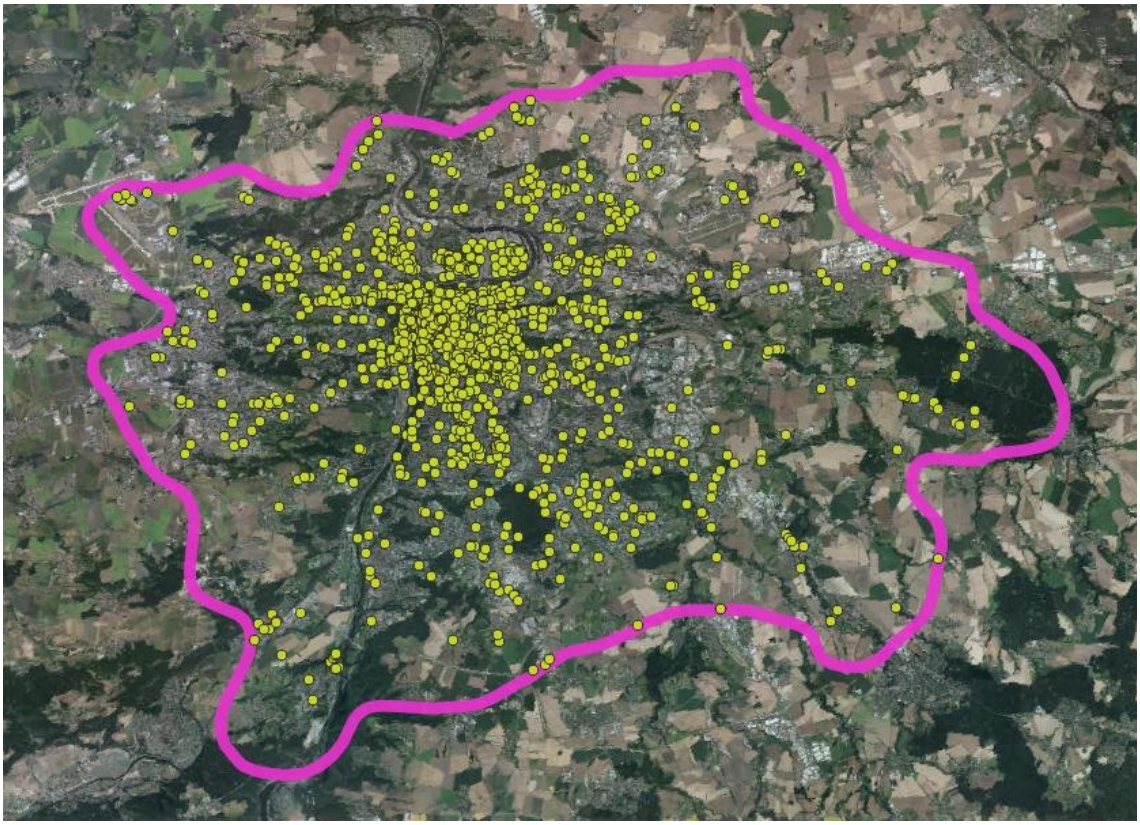
Poté následovalo ověření dat o ine, tedy přímo v terénu. Území původně vymezené jen pomocí internetu jsem prošla a zapsala si podniky, na které jsem původně nenarazila, a též jsem ověřovala, zda dostupnost jídelních lístků na internetu odpovídá dostupnosti přímo v samotných restauracích.

Terénní průzkum provedený v polovině června 2018 odhalil řadu dalších stravovacích zařízení, které jsem následně vyhledala online a zařadila do souborné tabulky v příloze B. Ověřování dostupnosti pak ukázalo, že jídelní lístky a jejich jazykové varianty si v drtivé většině případů odpovídají online a o ine, pokud online dostupné jsou. Z nedostupných online lístků jsem do výzkumu zařadila především menu kavárny Francouzského institutu v Praze Café 35, jednak vzhledem k malému vzorku francouzských překladů a jednak proto, že tu lze předpokládat dobrou práci s jazykem a překladem, tudíž by se tento materiál mohl brát jako určitý etalon.

Toto zjištění, tedy že si online a o ine data výraznou měrou odpovídají, nejen umožňuje poměrně hodnotově vypovídající práci s online daty, ale zároveň ukazuje na v tomto ohledu dobrou koncepci online prezentace daných restaurací.

Po tomto pilotním průzkumu jsem rozšířila online hledání na další čtvrti centra Prahy, přičemž se mi podařilo sehnat na 600 podniků a 20 jídelních lístků ve francouzštině.

Jazykovou situaci jsem prověřila také v řetězcích rychlého občerstvení (*McDonalds's, KFC, Boulevard Bageterie, Paul*), nakonec jsem je však do výzkumu nezařadila. Na tomto místě pouze uvedu, že kromě češtiny mají pouze anglické varianty webových stránek, a to včetně *Boulevard Bageterie*, jejíž jazyková stránka je marketingově velmi důležitá, jelikož



Obrázek 3.1: Mapa – restaurace na území Prahy zařazené do materiálu

celý řetězec stereotypicky pracuje s francouzskou kulturou, i pekárny *Paul*, která svůj marketing i sortiment rovněž zakládá na francouzské gastronomické tradici. Rovněž jsem nezařazovala stánky s kebabem či pizzou do ruky, často nemají webové stránky a na francouzské varianty jsem rovněž v těchto případech nenarazila.

Průlom představovala možnost využít údajů služby Open Street Maps (OSM). Data byla ze serveru OSM stažena pomocí volně dostupného geoinformatického systému QGIS s využitím pluginu QuickOSM. Tento zásuvný modul umožňuje získat geoinformatická data z celého světa a zobrazit je v programu QGIS. Záznamy z atributové tabulky byly následně exportovány do formátu XLS.[1]Takto získaná data byla porovnána s dosavadním sběrem materiálu a duplicity byly zkontrolovány na míru vyvinutým softwarem. Celkem tato excerpce označila 2000 restaurací v Praze, viz mapa na obrázku 3.1. Z toho 900 mělo webové stránky. Ne všechny však byly funkční a ne vždy byly dané restaurace stále v provozu. Fungující odkazy byly připojeny k dosavadnímu sebranému materiálu.

Celkem tedy bylo v průběhu července 2018 po dvou fázích sběru shromážděno 998 webových odkazů restaurací, v rámci nichž 36 položek tvoří korpus překladů do francouzštiny, se kterými dále textově pracuji.

[1]Za nápad a pomoc při zpracování kartogra ckých údajů děkuji Ing. Tomáši Vojtěchovskému.

3.3.2 Podoby menu a jejich archivace

Na internetu se setkáme s různými podobami prezentace jídelního lístku. Ne každá restaurace na webu své menu uvádí, drtivá většina však ano. Poměrně systematicky nabídku jídel nevypisují hotelové restaurace, které zjevně dávají přednost jiným funkcionalitám stránek, jako je například rezervační systém. Zřídka se setkáme i s případem, kdy restaurace na vlastních stránkách nemá jídelní lístek, uvádí jej však (ať už vypsaný či v podobě fotografie) na webu zomato.cz. Takto byl dostupný například lístek francouzského bistra *à Table!*

Restaurace svá menu na webu prezentují několika způsoby. Zejména u novějších stránek (ale zdaleka ne výhradně) se setkáváme s vypsanými jídly přímo v těle stránek, ať už jen v české variantě, či doplněné řádkem s anglickým překladem přímo v rámci příslušného řádku. V těle stránek se výjimečně setkáme s vícero jazykovými mutacemi v rámci jedné položky. Důvod je zřejmě přílišný textový objem takového menu. Je-li nabídka jídel takto vypsaná, mnohem častěji se setkáme s překlady v podobě celé jazykové mutace stránek, obvykle vyznačené vlaječkou, mezinárodní zkratkou či označením v příslušném jazyce. Tento postup je oblíbený zejména v případě většího množství jazykových variant, setkáváme se s ním ale i v případě pouze česko-anglických webů. Ve výjimečných případech odkaz na jazykovou mutaci ve skutečnosti zprostředkovává automatický překlad celého webu, méně často se stává, že překlad do angličtiny je na webu publikovaný a ostatní jazykové varianty se překládají automaticky. Přesto je tento jev nutné zmínit, například i proto, že se volně dostupný překladač společnosti Google neustále vyvíjí a stránky tak mohou mít v daném jazyce při každé návštěvě výrazně odlišnou podobu.

Z řady internetových stránek je možné jídelní lístek stáhnout ve formátu PDF či MS Word, někdy je tento formát využitý částečně, např. anglický překlad je součástí textu stránek a další jazyky jsou ke stažení, nebo např. stálá nabídka je ke stažení a denní/týdenní menu je vypsané pro snazší aktualizaci.

Některé podniky volí publikování menu v podobě vyfoceného či naskenovaného jídelního lístku dostupného v restauraci, zde jsou jazykové varianty (pokud jsou dostupné) uvedeny buď v jednotlivých řádcích pod sebou, nebo má každá mutace vyhrazeno několik stránek a varianty následují jedna za druhou.

Vzhledem k různým podobám menu bylo třeba zvážit i způsob jejich stahování a ukládání. V případě PDF a Word formátů se nevyskytl větší problém, řada moderních webových stránek však využívá různých so stikovaných designů, kdy se texty překrývají s pohyblivými obrazovými částmi. V tomto případě jsem použila relativně novou funkcionalitu prohlížeče refox, který umožňuje vytvořit snímek stránky nejen z viditelné části na ploše, ale je schopný uložit celou stránku. Obrázky jsou ve formátu PNG dostupné v příslušných složkách v přílohách práce na CD, vzhledem k jejich obrazové podobě a neforemnému rozměru jsem je nezařadila do tištěné verze této práce. Výjimkou, kdy jsem se rozhodla pro stažení textu do souboru Word, byla belgická restaurace Bruxx, jejíž menu bylo ve formátu PNG příliš objemné – i v textovém dokumentu vydalo na 34 stran. V některých případech má

česká a francouzská varianta různý formát, a to právě z výše zmíněného důvodu, že někdy restaurace ukládají překlady jídelních lístků na svůj web ve zvláštních souborech.

3.3.3 Jazykové preference teritoria

Následující stránky shrnou poznatky z online průzkumu pražských restaurací vzhledem k volbě jazyků, ve kterých prezentují svoji nabídku jídel. Do výzkumného vzorku byla zařazena stravovací zařízení, která mají vlastní webové stránky (kromě popsaných případů v kapitole 3.4 o francouzské jazykové situaci, kdy restaurace prezentují menu jinde než na svém webu). Nepracuje se zde s podniky, které zveřejňují nabídku jen na facebookovém či jiném pro lu na různých portálech a sítích, není tak zařazeno velké množství především asijských restaurací, které nemají internetové stránky. Dále, vzhledem k tomu, že data pocházejí z velké části z Open Street Maps, kde nejsou všechny údaje aktuální, nebyly zařazeny excerpované položky, které nemají funkční web (řada domén není v provozu) nebo celý podnik ukončil činnost.

Pomocí speciálně uzpůsobeného programu bylo možné přesně spočítat jazykové preference zařazeného vzorku 998 restaurací, ke kterým jsem jazykové varianty podle webu vypsala do seznamu. Kromě statistiky jednotlivých jazyků byl též zadán dotaz na časté kombinace jazyků, které jsou též v tabulce početně i procentuálně vyjádřeny.

Na vzorku je možné pozorovat určité obecné tendence ve vztahu restaurací k cizojazyčné prezentaci. Marketingoví rádci v oboru gastronomie ve shodě radí upouštět od kvantity v nabídce celkově a před dlouhými seznamy jídel dát přednost omezenější, ale promyšlenější nabídce (PODNIKATEL). Tento trend se projevuje i ve výběru jazyků, nabídky přeložené do čtyř a více jazyků uvidíme spíše u tištěných menu (online dostupných v podobě fotografie či samostatně ke stažení), moderní stránky s textem zapuštěným do propracovaného designu mají jen zřídka více než dvě jazykové varianty.

Mít nějakým způsobem textově dostupnou nabídku (online či o ine) je jistě v zájmu podniku a provozovatelé jsou sami motivováni ji zveřejnit i online, naproti tomu je uvádět informace o alergenech (též textová složka) povinné. Toto opatření je relativně nové (platí od roku 2011) a tyto údaje nebývají dostupné ve všech jazycích překladu (EURLEX). Překlady nápojových lístků rovněž ne vždy korespondují s jazykovými mutacemi – restaurace často mají přeloženou pouze nabídku jídel a nápojový lístek ponechaný jen v češtině.

Česká menu (popřípadě s anglickou variantou; pokud je dostupná v rámci téhož textu, je oddělená novým řádkem či lomítkem) jsou na webových stránkách obvykle snadno k nalezení, zato přeložené lístky jsou často na stránky uloženy samostatně, např. ve speciálním PDF souboru dostupném až po dlouhém ohledávání jinak českojazyčných stránek, což pro cizí návštěvníky není příliš uživatelsky přívětivé. Pokud je možné pozorovat nějaký systém ve značení jazykových variant stránek, pak je to jednoznačně umístění symbolů jazyků (textově, mezinárodních zkratek či nápisů v daném jazyce, nebo symbolicky – užitím vlaječky příslušného státu).

Řetězce restaurací se ve svých jazykových preferencích mírně liší, *Kolkovna* však například nabízí korejštinu na stránkách všech svých poboček. Jazykové preference také často zohledňují zaměření na národní kuchyni daného podniku – ať už cílí na krajanské komunity, či se snaží své tradice představit v zahraničí, obvykle mají tuto dvojí funkci. V takovém případě se setkáváme s lístky i v méně obvyklých jazycích a čeština není nutně primární. Hovoříme však o okrajových, poměrně exotických případech. Různá národní a mezinárodní zaměření restaurací jsou však naprosto běžným jevem. Vedle české kuchyně se nejčastěji restaurace prezentují s italskou a francouzskou gastronomií.

Italské a francouzské (postupně i anglické) prvky najdeme také v toku textu českých jídelních lístků, francouzština však v českých gastronomických textech zdaleka nemá takovou pozici jako italština, která pronikla do všech cenových kategorií a čtenáře menu nezarazí (i ta ale samozřejmě záměrně přináší určitý dojem exotičnosti, není automaticky srozumitelná a nezřídka působí obtíže při výslovnosti). Jazykovou volbu ovlivňuje pochopitelně vedle motivace v podobě přílivu turistů také dostupnost znalosti jazyků – němčina například patří k tradičně vyučovaným jazykům v oborech souvisejících s pohostinstvím.

Slovenštinu volí řetězec Kolkovna, který má své provozovny i v Bratislavě. V případě českých provozoven je však slovensky pouze web a jednotlivé nabídky jsou ponechány v češtině.

Jeden z výskytů švédštiny jsem zaznamenala v restauraci Petřínské terasy, viz dále. Druhý z nich, *U Seminaristy*, je jazykově na poměrně dobré úrovni.[2]

Nyní se podívejme blíže na nejčastěji zastoupené jazyky a jejich skupiny, o francouzštině pojedná následující kapitola samostatně a podrobněji.

Zastoupení jednotlivých jazyků a vybraných skupin je uvedeno v tabulce 3.1.

Čeština

Menu v češtině předkládá drtivá většina pražských restaurací, 1,8 % chybějících do 100 % tvoří nabídky psané výhradně angličtinou (celkem 18). Lístky psané pouze jiným jazykem se v materiálu nevyskytly. Téměř 70 % restaurací má svoji nabídku přeloženou minimálně do jednoho cizího jazyka, návštěvníci Prahy mají tedy poměrně velkou jistotu, že jazykově vybavený podnik bez dlouhého hledání naleznou. Menu pouze v češtině nabízí necelých 32 % restaurací, dostupnost překladů evidentně klesá směrem z geografického centra do periferie města.[3] Zajímavé je, že s absencí překladů se setkáme nejen u ne příliš vyhlášených podniků s nevalnou kulturou internetových stránek, ale čím dál častěji také u moderních podniků, které si na vizuální stránce a jazykovém stylu naopak zakládají.

2Poděkování patří Kim Lindkvist za posouzení. Konzultantka se domnívá, že se o rodilou švédštinu nejedná, jazykové rysy, které toto odhalily, jsou však velmi subtilní.

[3]Podle mé osobní zkušenosti tato zařízení však nutně návštěvu cizinců nevylučují. Někteří zahraniční hosté si naopak volbu takové restaurace pochvalují, mají totiž dojem, že navštěvují autentické místo určené místnímu obyvatelstvu.

Jazyk(y)	Počet	%
cs	980	98.20
en	664	66.53
fr	36	3.61
de	107	10.72
ru	140	14.03
it	61	6.11
sl	2	0.20
es	25	2.51
pl	3	0.30
ja	7	0.70
da	3	0.30
ca	2	0.20
hu	2	0.20
hr	2	0.20
zh	16	1.60
tr	2	0.20
vi	3	0.30
no	2	0.20
ko	6	0.60
sr	3	0.30
el	3	0.30
sk	2	0.20
ro	2	0.20
se	2	0.20
he	2	0.20
ar	1	0.10
zahrnuje en, it	53	5.31
pouze cs, en, it	43	4.31
zahrnuje en, de, ru	78	7.82
pouze cs, en, de, ru	19	1.90
en bez cs	18	1.80
pouze cs	316	31.66
celkový počet	998	100.00

Tabulka 3.1: Zastoupení jazyků a jejich skupin

Obrázek 3.2: Ukázka americké angličtiny zároveň s britskou

Angličtina

Po češtině je nejzastoupenějším jazykem překladu bez většího překvapení současná lingua franca angličtina. Své nabídky do ní překládají téměř dvě třetiny pražských stravovacích zařízení a více než 600 podniků publikuje svá menu v češtině a zároveň v angličtině (zahrnuto i s přítomností dalších jazyků). Kromě restaurací se k tomuto trendu postupně přidávají i kavárny, rychlá občerstvení, jídelny a menzy. V této kvantitě je pochopitelně i značně kolísavá jazyková kvalita. K překladu jsou často použity automatické nástroje bez následné revize; mnohá řešení jsou oblíbeným virálně (způsob šíření populárního obsahu převážně na sociálních sítích – uživatelé jej sdílejí mezi sebou a tím se rozšiřuje počet příjemců) šířeným terčem posměchu v případech, kdy jsou překlady očividně vyhotovené svépomocí. S takovými komickými příklady se mnohem častěji setkáme u o ine variant lístků (ručně psaných, ale i tištěných), texty zveřejněné online takovou škálu perel neskýtají. Nezapomínejme ale, že i nepovedené překlady poukazují na snahu o větší vstřícnost k cizím návštěvníkům, a i přes komická nedopatření mohou posloužit ke komunikaci. Reprezentativní funkci zařízení, kterou gastronomická literatura tolik zdůrazňuje, ale jistě nesplňují.

V jednom případě restaurace nabízela vedle dalších jazyků kromě anglické varianty skryté pod vlajkou Spojeného království též identickou anglickou variantou skrytou pod vlajkou Spojených států, viz obr. 3.2. Není zřejmé, zda je tento jev záměrný a koncepční, nebo se jedná o nahodilé nedopatření.

Téměř 2 % podniků (celkem 18) má webové stránky pouze v angličtině. Jedná se především o irské puby, ale i o restaurace bez zaměření na konkrétní národní kuchyni. Zde se nabízí otázka, nakolik jsou komunity cizinců a místních občanů propojené, k tomu by však

byl potřeba samostatný sociologický výzkum.

Ruština

Druhým nejčastějším jazykem překladů je v materiálu ruština (14 %). Pro tvorbu webových stránek či textových dokumentů s nabídkou to muselo přinejmenším vyžadovat zajištění cyrilice (pokud samozřejmě manažeři restaurací neangažovali přímo profesionálního překladatele). Provozovatelé podniků jsou zjevně dostatečně ekonomicky motivováni k zajištění této jazykové varianty, oblíbená je opět především v turisticky vytíženém centru města. Zajímavé je, že se s ruštinou setkáváme jak u mnohojazyčných lístků tradičních restaurací, tak často i u moderních webů,[4] kde ruština (případně spolu s čínštinou) doplňuje anglickou verzi stránek.

Němčina

Přes sto výskytů a 10 % se dostala ještě němčina, na rozdíl od ruštiny se s ní setkáváme u moderních webů jen velmi zřídka a vyskytuje se téměř výhradně ve vícejazyčných tradičních formátech lístků. Pokud mají menu více než dva překlady, pak je zdaleka nejčastější kombinací angličtina + němčina + ruština (78, necelých 8 %), většina německých verzí se tedy vyskytuje právě v této uzavřené sestavě jazyků.

Italština

Italských variant materiál nabízí téměř dvojnásobek oproti francouzským. často se vyskytuje hned jako druhý překlad po angličtině (5,3 % en+cs+it) a i v mnohajazykových kombinacích ji nezřídka nacházíme dříve než francouzštinu. Důvodem je jistě její zvláštní pozice. Nabídka očividně není cílená na Italy, ale použitá italština je buď garantem dobré mezinárodní kuchyně, nebo uvědoměle představuje cizí gastronomickou kulturu českému publiku. Navíc byly do statistiky zařazeny jen ty případy, kdy italské názvy pokrývaly celé menu, řada jídelních lístků totiž využívá italské názvy jen částečně v rubrikách věnovaných italské kuchyni. Italština také nejčastěji využívá hybridního textu či souznaků – italský název pokrmu je doplněn českým (popř. českým a anglickým) popisem, nepřekládá se tedy název a nedoplňuje se italský popis. Nelze tak hovořit o přeloženém menu, je však jisté, že italština má výraznou pozici v českých (a nejspíše nejen českých) gastronomických textech. Příklad viz obr. 3.3.

[4] Pod tímto nepřesným označením mám na mysli weby, které využívaji kreativní wedesign, ruzné interaktivní prvky, kladou důraz gra ckou komunikaci apod.

Obrázek 3.3: Ukázka italštiny v menu

3.3.4 Obrazový aparát jako součást jazykové komunikace

Kromě samotného textu do komunikace vstupuje i vizuální uspořádání webu či přímo jídelních lístků.[5] Již zmíněný vývoj v trendech webdesignu se odráží také v jazykové politice, která směřuje k informačně méně obsáhlým, ale propracovanějším textům. Příklad nevhodného řešení viz obrázek 3.4.

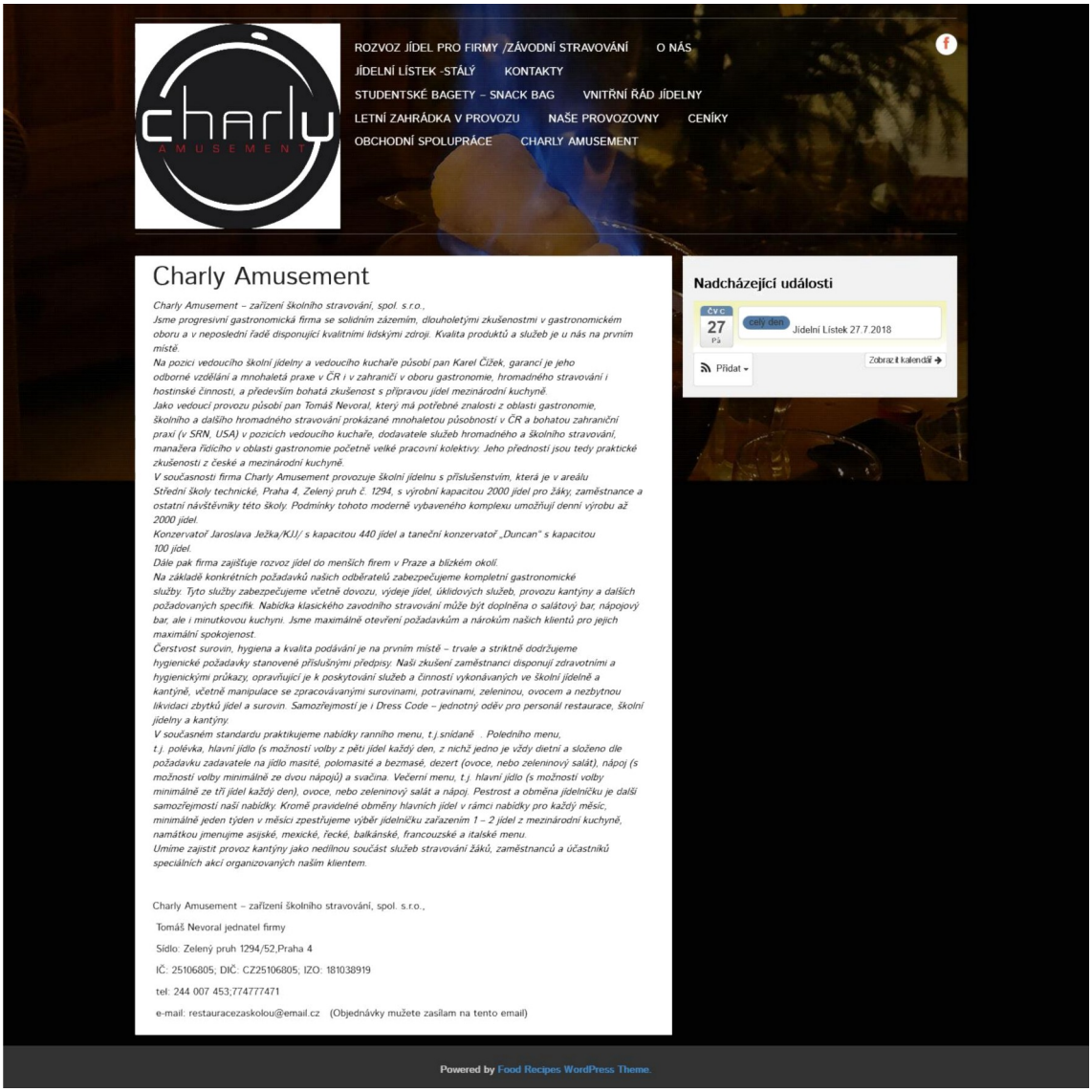
Mnohá stravovací zařízení, především řetězce, využívají vědomé a podvědomé funkce barev v marketingu podniku, zároveň se zvyšuje i kvalita fotografií (někteří fotografové se vyloženě specializují na focení jídla), a to nejen pro ilustraci vybraných pokrmů, ale i jako plošné zobrazení nabídky.[6]

Zejména u asijských restaurací, ale zdaleka nejen u nich, je způsob komunikace **fotografiemi jídel** oblíbený. Ve starších typech menu jsou fotografie či kresby jen ilustrační (najdeme jen u některých jídel, podobně jako např. v kuchařkách), novým trendem je doplňovat kompletní menu obrazovou přílohou. Tento postup jednak vychází z vývoje směrem k menšímu počtu položek na jídelních lístcích, zároveň přemosťuje *cultural gap* u nečeských názvů představujících cizí reálie. U seznamu alergenů pak kromě značení číslicemi bývá oblíbené využití piktogramů.

Tato vizuální řešení lze těžko považovat za překladatelská a nenalezneme je ani mezi překladatelskými procesy popsanými v literatuře, rozhodně ale patří k poměrně dobře funkčním způsobům překlenutí jazykové a kulturní bariéry. Zároveň ukazují, že si provozovatel daného stravovacího zařízení kulturní rozdíly uvědomuje a vykazuje vůli s nimi marketingově pracovat. A v neposlední řadě, jestliže prostřednictvím této komunikace mezi kulturami zároveň dochází k obohacování slovní zásoby pomocí přejímání, obrazová stránka může v procesu, kdy komunikace neprobíhá textově a nehledá se ekvivalent v CJ, sehrát

[5] Chápeme-li jídelní lístek jako reklamní text, pak je obraz a gra ka součást celého znaku, jak tvrdí Jettmarová (1998: 29).

6 Např. http://www.focenijidla.cz



Obrázek 3.4: Za školou – úvodní strana, příliš textu zahlcuje recipienta.

Obrázek 3.5: Nabídka jazyků restaurace Petřínské Terasy

roli určitého *transferenčního* katalyzátoru. Jakkoli tedy obrázky a fotografie nepatří do jazykového systému, mohou být potenciálním činitelem v procesu obohacování slovní zásoby a též výsledné podoby překladu.

3.3.5 Zvláštní případy

Do statistik jazykových preferencí byla restaurace *Petřínské terasy* zařazena jen částečně, svůj web totiž překládá do celých 86 jazyků, včetně například irštiny či skotské gaelštiny, viz obr. 3.5.7 Ve statistice se objevují jen opakující se jazyky v jiných variantách webových stránek. Po bližším ohledání se ukázalo, že odkazy na jazykové varianty zprostředkovávají automatický překlad a varianty tedy nejsou dílem překladatele, za povšimnutí však minimálně stojí volba a kvantita vybraných jazyků.

Určitou speci ckou jazykovou politiku v tvorbě jídelních lístků vidíme též u některých restaurací nikoli ve smyslu mnohojazyčnosti, ale na stylistické úrovni v souladu se zaměřením na určitou cílovou skupinu. Například podniky jako *U Zvonu* (s mottem *Hospoda, jak má bejt*) či *Be friendly* (na jejich stránkách objevíme pokyny pro zákazníky typu *objednej si*, *personálu tykej*, *je na to zvyklý*) – záměně ve svých textech sází na neformálnost jazyka. Restaurace Bejzment zase využívá pronikání některých kulinářských anglicismů a provádí jejich živelnou adaptaci do českého systému, př.:

OLD SKÚL BEJZMENT BURGRS

KRISPI ČYKN PARMAZÁN

D BIG ZÍ HÁRT ATAK BURGR ČELENŽ

Návštěvník tak na jedné straně může ocenit jazykovou hravost, zároveň však musí vynaložit větší úsilí k přečtení menu a jeho porozumění.

7Irština je o ciálním jazykem EU, není tudíž možná tak exotická, skotská gaelština však musela být vybrána vědomě s určitým záměrem, nelze totiž říct, že by byl seznam světových jazyků v repertoáru této restaurace vyčerpávající.

Některé restaurace prezentují i určitý jazykový kolorit, a to i v případě zahraničně zaměřených. V nabídce amerického podniku *Barfood*, který nabízí sýrovou omáčku pod hispanizovaným, v Texasu oblíbeným, názvem queso, apod. V češtině je nabídka tohoto podniku značně omezenější a tyto jazykové hrátky se ztrácejí.

A nakonec – ne všechny podniky využívají vizuální prezentace své nabídky, existují koncepty seznamující veřejnost s životem nevidomých: projekt *Neviditelná výstava* je například doplněný gastronomickým zážitkem *Restaurace potmě* – logicky kompletně bez vizuálního textu.

Na druhé straně komunita neslyšících čelí jazykové bariéře jiného druhu. Americká asociace znakového jazyka nedávno informovala, že řetězec *Starbucks* chce být přístupný i znakovému jazyku (BBC). Tímto jistě odhalili mezeru na trhu, vždyť i u nás se jedná o již dlouho uznaný menšinový jazyk (SAGIT), obchody ale zatím nemají cedulky „užíváme znakový jazyk“ na rozdíl od často dostupné informace „mluvíme rusky“ apod. Menu se pro neslyšící ale pochopitelně nijak nemění.

3.4 Analýza francouzskojazyčného materiálu

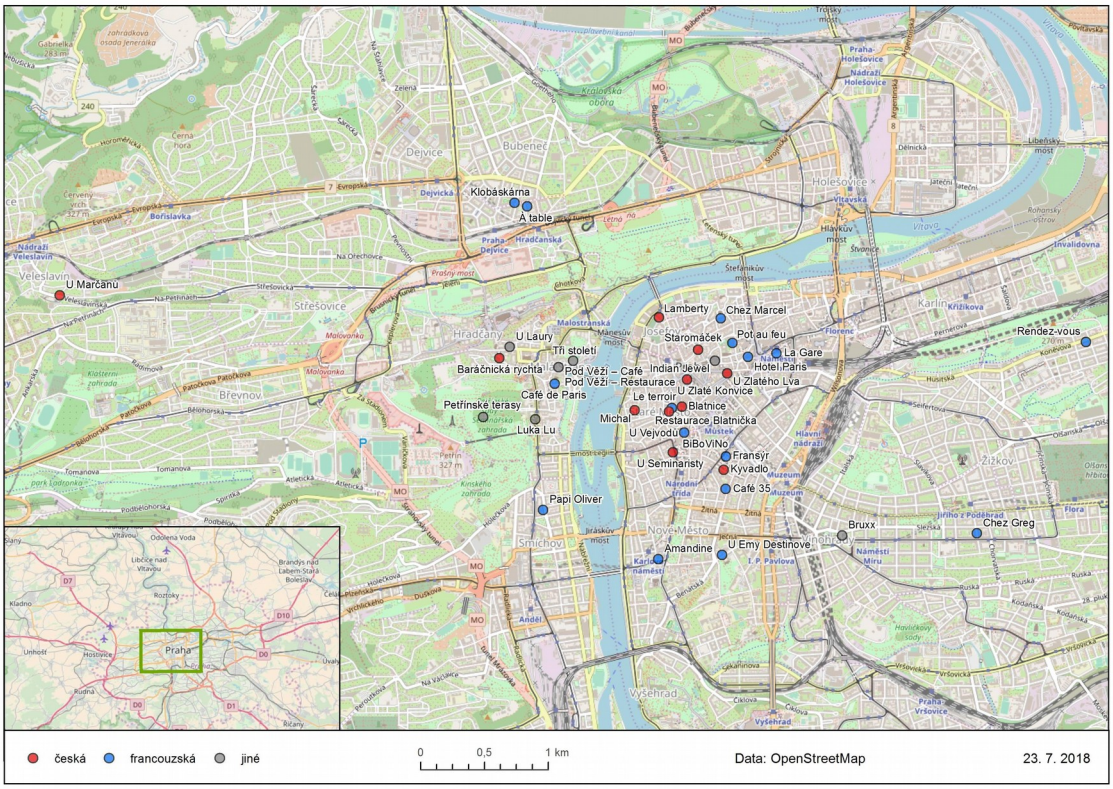
3.4.1 Dostupnost francouzských verzí jídelního lístku

Na území celé Prahy se francouzská varianta vyskytla u 3,6 % restaurací, hlavní koncentrace je především v centru města. Toto procento je tedy nelichotivě nízké částečně z důvodu rozšíření zkoumaného teritoria na celou Prahu. Umístění restaurací s francouzskými překlady menu je patrné na mapě viz obr. 3.6.

Shromažďování francouzskojazyčného materiálu přineslo řadu překvapivých zjištění a falešných začátků. V první řadě předpoklad, že restaurace, které se svým stylem a kuchyní de nují jako francouzské, budou v tomto ohledu přirozenou součástí materiálu, se ukázal jako mylný: francouzskou variantu menu totiž zdaleka ne vždy nabízejí. Podniky se zvolenými francouzskými jmény, jako například *Restaurant lavande, Na břehu Rhôny, Au gourmand, Esplanade* či francouzská restaurace Obecního domu, na výsledném seznamu nefigurují. Nebylo možné zařadit ani žádnou z Michelinskou hvězdou oceněných restaurací a ani jeden z úspěšných řetězců tradičních českých restaurací.

Dále měla sice řada restaurací přeložené webové stránky i do francouzštiny, neměla už však přeloženou nabídku jídel (*El toro negro*, *U Hofmanů* aj.). V jednom případě se indická restaurace *Indian by Nature* francouzsky omlouvá, že menu mají dostupné jen v jiných jazycích. Zařazení této krátké informace tak může předcházet mnohým rozčarováním návštěvníků, kteří pod odkazem na svůj jazyk hledané informace nemohou najít.

Ojediněle se setkáme i s případem, kdy pod francouzskou vlaječkou narazíme na jiný jazyk, který se následně duplikuje (*Café Creperie Pod Věží*). Francouzský překlad byl ale vyhotoven (fyzicky jej v restauraci mají) a následně nedopatřením zaměněn, což byla vskutku politováníhodná situace a neukazuje příliš dobrou péči o jazykovou prezentaci podniku.



Obrázek 3.6: Mapa – rozmístění provozoven, ze kterých byl čerpán analyzovaný materiál

Běžná je pak praxe hotelů, které mají své stránky přeložené do francouzštiny velmi často (výrazně častěji než restaurace), neuvádějí však na svých stránkách menu restaurace v ani jednom z jazyků (běžně dávají přednost popisu místa a fotografiím prostředí).

Zatímco restaurace zaměřené na určitou národní kuchyni (srbskou, řeckou, tureckou, apod.) se obvykle zaměřují jednak na místní české obyvatelstvo, kterým svoji gastronomii představují jako exotickou, dále na turisty (obvykle se postarají i o obligátní anglickojazyčnou verzi) a zejména na své krajany (nabízejí menu v příslušném národním jazyce), nezdá se, že by francouzské restaurace výrazně cílily na francouzskou diasporu žijící v čR. Tato situace je odlišná od italských restaurací, které obvykle pracují s italštinou jako s výchozím jazykem natolik gastronomicky známým a výrazným, že italská pojmenování fungují jako značky daných produktů. Do této kategorie by mohly poměrně přirozeně spadat i francouzské restaurace, s podobně plošným jevem se ale zatím nesetkáváme. Vypátrat příčinu by předpokládalo rozsáhlejší sociologický průzkum, může jít o rozdílnou kulturní politiku národů, historické příčiny (italská diaspora v USA) či o fakt, že řada francouzských gastronomických pojmů je již v české kultuře lexikalizovaná z doby, kdy francouzština byla prvním světovým jazykem (než toto postavení postupně od 1. světové války přebírala angličtina) a francouzské pojmy se tak mnohem více zařazují přímo do toku (nejen) českého textu.

Francouzštinu tak nenacházíme plošně ani u tradičních podniků (často jsou dříve po angličtině, němčině a ruštině zařazeny čínské či japonské verze menu), ani u moderních restaurací, které obvykle lístky překládají jen do angličtiny (popřípadě ruštiny a italštiny). Toto jistě představuje potenciál pro francouzskojazyčný překladatelský trh, není však známo, zda je i příslušná poptávka ze strany provozovatelů restaurací. Statistiky hlavního města Prahy ukazují, že v roce 2016 bylo v hromadných ubytovacích zařízeních v Praze ubytováno téměř 229 000 hostů z Francie, o rok později ještě o 6 000 hostů více (STATISTIKY PRAHA). Nelze určit, jaká část kanadských či belgických (a dalších) návštěvníků je primárně frankofonních. Cestovní kancelář *Avantgarde Prague*, poskytující komentované prohlídky města ve francouzštině, eviduje za loňský rok 7 109 frankofonních klientů.[8]Zda tyto údaje vnímají i provozovatelé restaurací, není známo.

Ačkoli se podařilo rozšířit teritorium pro výzkum na celé území hlavního města, koncentrace francouzskojazyčných jídelních lístků se přesto skrývala v samotném centru. Nepřekvapí, že většina restaurací se nachází v turisticky nejvíce zatížené městské části Praha 1 (celkem 24), dále je zastoupená převážně obytná čtvrť Vinohrad a Podolí (Praha 2) s velkým množstvím nejrůznějších restaurací (4), ojedinělé výskyty jsou z Prahy 6 (2 restaurace a 2 obchody), Prahy 3 (1 restaurace, kde se vlastně ani nejedná o překlad menu, viz dále) a Prahy 5.

Mezi podniky najdeme české tradiční restaurace v turistických lokalitách či folklorně zaměřené francouzské restaurace, jednu indickou restauraci a jednu restauraci zaměřenou na balkánskou (z postjugoslávského prostoru) a středomořskou kuchyni. Kromě restaurací

[8]Za ochotné zprostředkování těchto údajů děkuji panu Patricku Beslonovi.

nabízí francouzská menu také několik bister a kaváren s občerstvením. Kromě některých tradičních českých restaurací lákajících především turisty k jednorázové návštěvě v centru Prahy se jedná o podniky, které si zakládají i na svém prostředí, stylu, interiéru a zřejmě i přístupu k zákazníkovi.

Za povšimnutí stojí právě přítomnost folklorně zaměřených restaurací pořádajících různé večery lidového umění, tento způsob turistiky frankofonní návštěvníky očividně láká.

Menu prezentují zkoumané restaurace různými způsoby. Ne všechny mají internetové stránky, obvykle ale mají pro l na portálu zomato.com, kde je jejich menu vypsané nebo nafocené (*à Table!*, *Le terroir*), jediné *Café 35* má nabídku vypsanou pouze přímo ve své provozovně v budově Francouzského institutu v Praze. Na stejném portálu se někdy setkáme i s nafocenou či oskenovanou variantou menu dostupného v restauraci, v takovém případě jsou lístky shodné. Na samotných webových stránkách je nabídka jídel buď vypsaná přímo v těle stránek, nebo ke stažení. Právě v případě francouzštiny restaurace často vypisují pouze českou nabídku (případně zároveň s anglickou) a francouzská varianta je dostupná samostatně ke stažení (*U Emy Destinové*),[9] ne vždy je však nabídka oproti české aktuální (*Chez Marcel*). Zajímavé jsou případy (*à Table!*, *Le terroir*), kdy jsou k dispozici jen české a francouzské varianty menu bez mezinárodně přijímané angličtiny. Drtivá většina podniků (a to nejen v případě francouzských verzí) zcela nepřekládá nápojové lístky. Je sice pravda, že řada názvů jsou jen obchodní značky nápojů, přesto by se neměly opomíjet mezinárodně zcela nesrozumitelné výrazy, jako pojmenování příchutí čajů či v současnosti u nás oblíbených limonád.[10]

Pokud se tedy setkáme se situací, kdy češi misinterpretují určité francouzské precedentní jevy či nevědí, jak je jazykově uchopit, je třeba si uvědomit, že příležitostí pro reálné setkání s francouzským jazykem ve sféře gastronomie skutečně není mnoho a je třeba mnohdy k takovému kulturnímu kontaktu vědomě vynaložit úsilí.

Úplný seznam stravovacích zařízení a obchodů s potravinami, ze kterých byl shromážděn materiál, je v tabulce 3.2.

3.4.2 Analýza francouzských překladů

Pro analýzu materiálu francouzských variant jsem zvolila desítku kritérií. První tři se týkají mimojazykové ekvivalence, zaměřuji se na **(1) aktuálnost** a synchronizaci textu jako celku obou jazykových verzí navzájem, **(2) úplnost zahrnutých položek** v rámci jednotlivých menu (tedy zda jsou uvedeny všechny) a také na **(3) úplnost a ekvivalenci cen a měr** uvedených v obou jazykových mutacích.

V rámci samotného textu se zaměřuji na **(4) obsahovou ekvivalenci** v rámci jednot-

9 Toto zjištění podporuje hypotézu, že byl překlad zadán externímu překladateli, nikoli jen vypsán provozovatelem či zaměstnancem podniku.

10 Konkrétně překlad slova limonáda, patrně na základě interference v češtině užívaného pro nápoje na bázi jakéhokoli ovoce, nikoli jen citrónu, by bylo zajímavé pozorovat v cizojazyčných překladech, které by odhalily, zda si provozovatelé potenciální interference uvědomují.

	Název	Adresa	Typ	Další dostupné jazyky
1	**à Table!**	Mařákova 10, P6	Francouzské bistro	CS
2	**Amandine**	Na Moráni 17, P2	Francouzská kavárna	CS, EN
3	**Baráčnická rychta**	Tržiště 23, P1	Česká restaurace	CS, EN, RU
4	**Blatnice**	Michalská 511/6-8, P1	Česká restaurace	CS, EN, DE, RU
5	**Bruxx**	Náměstí Míru 9, P2	Belgická restaurace	CS, EN
6	**Café 35**	Štěpánská 35, P1	Francouzská kavárna	CS, (EN)
7	**Café de Paris**	Velkopřevorské nám. 4, P1	Francouzská restaurace	CS, EN, DE
8	**Chez Marcel**	Haštalská 12, P1	Francouzská restaurace	CS, EN
9	**Hotel Paris**	U Obecního Domu 1, P1	Francouzská kavárna	EN, DE, RU, IT, ES, ZH, JA
10	**Indian Jewel**	Týn 6, P1	Indická restaurace	CS, EN, DE, ES
11	**Kyvadlo**	V Jámě 5, P1	Česká restaurace	CS, EN, DE, RU, IT
12	**La Gare**	V Celnici 3, P1	Francouzská restaurace	CS, EN
13	**Le terroir**	Vejvodova 445/1, P1	Francouzská restaurace	CS
14	**Lamberty**	Břehová 6, P1	Česká restaurace	CS, EN, DE, IT, RU
15	**Luka Lu**	Újezd 33, P1	Balkánská/Italská restaurace	CS, EN, DE, RU, SRP
16	**Michal**	Náprstkova 8, P1	Česká folklorní restaurace	CS, EN, FR, DE, ZH, RU
17	**Papi Oliver**	Elišky Peškové 1095/5, P5	Francouzská restaurace	CS, EN
18	**Petřínské terasy**	Petřínské sady 393, P1	Restaurace	86
19	**Pod Věží – Café**	Mostecká 58/2, P1	Kavárna	CS, EN, DE, RU, IT, ES
20	**Pod Věží – Restaurace**	Mostecká 58/2, P1	Restaurace	CS, EN, DE, RU, IT, ES
21	**Pot au feu**	Rybná 13, P1	Francouzská restaurace	CS, EN
22	**Rendez-vous**	Koněvova 92, P3	Kavárna	CS, EN
23	**Restaurace Blatnička**	Michalská 511/6-8, P1	Česká restaurace, pobočka	CS, EN, DE, RU
24	**Staromáček**	Dlouhá 610/4, P1	Česká restaurace	CS, EN, DE, RU, IT, JA, DA, ES, CAT, HU, HR, PL, ZH
25	**Tři století**	Míšeňská 4/70, P1	Restaurace	CS, EN, DE, RU, IT, ES,
26	**U Emy Destinové**	Kateřinská 7, P2	Restaurace	CS, EN, DE, IT, DA, RU,
27	**U Laury**	Nerudova 209/10, P1	Restaurace	CS, EN, DE, RU, IT, ES, NO, ZH, JA, KO
28	**U Marčanů**	Veleslavínská 14, P6	Folklorní restaurace	CS, EN, DE
29	**U Seminaristy**	Spálená 105/45, P1	Česká restaurace	CS EN, RU, ES, IT, DE, SE
30	**U Vejvodů**	Jilská 4, P1	Česká restaurace	CS EN, DE, RU, IT, ES
31	**U Zlaté Konvice**	Staroměstské nám. 26, P1	Česká restaurace	CS, EN, DE, IT, ES, EL, RU, JA, ZH
32	**U Zlatého Lva**	Ovocný trh 568/17, P1	Česká restaurace	CS, EN, DE, RU, IT, ES
33	**BiBoViNo**	Národní 416/37,2 P1	Francouzský obchod, víno	CS, EN
34	**Chez Greg**	Puškinovo nám., P6 Arbesovo nám., P5 Řípská, P3	Francouzský obchod, víno	CS, EN
35	**Fransýr**	Vodičkova 701/34 , P1	Francouzský obchod, sýr	CS
36	**Klobáskárna**	Jaselská, 435/26, P6	Francouzský obchod, uzeniny	CS

Tabulka 3.2: Seznam stravovacích zařízení

livých položek, **(5) jazykovou správnost** a **(6) stylistickou ekvivalenci**. Samostatně analyzuji též podobu **(7) typografie a formátování** překladu. Zásadní je pohled na **(8) převod reálií** a též se pokusím postihnout **(9) konzistenci** použitých **metod**. **Celková funkčnost zvolených postupů (10) bude předmětem následné diskuze.**

K posuzování kritérií jsem požádala o pomoc zmiňovaného francouzského konzultanta, k analýze jsem též hojně využívala výkladových i překladových gastronomických slovníků (viz kapitolu Současný stav zkoumání). Na jejich základě jsem mohla poměrně dobře odhadnout funkčnost řešení i jazykovou správnost textu, mé domněnky mi poté potvrdil i sám konzultant.

První tři kritéria jsou poměrně snadno vyjádřitelná, zvolila jsem trojí hodnocení: *splňuje* / *nesplňuje* / *splňuje s výhradami* – popř. *nelze posoudit* (v případě, že překlad nesplňuje aktuálnost, nelze hovořit o úplnosti položek, protože si lístky stoprocentně neodpovídají).

Tabulka 3.3 ukazuje, že většina francouzských verzí nemá se synchronizací s českými co do časové aktuálnosti, úplnosti položek a číselných údajů závažnější problémy. Obvykle se těmto nesrovnalostem zamezí, jsou-li jazykové mutace součástí téhož dokumentu. V případě, že se francouzský text nachází v téže položce s českým a údaje jsou v těsném propojení, všechna tři kritéria jsou bez větší námahy autora textu splněna. Není však výjimkou, aby si v tomto smyslu obsahově odpovídala i ta menu, kde jednotlivé položky těsně vedle sebe ne gurují a jsou součástí příslušné jazykové mutace celého webu (např. *Baráčnická rychta*). Úplnost a číselnou správnost též mohou ohlídat CAT nástroje, pokud jich bylo k překladu užito.

K důsledné úplnosti a aktuálnosti mohou provozovatele vést i jiné faktory. Například folklórní restaurace Michal funguje především jako místo pro různá umělecká vystoupení, což provozovatele nutí udržovat webové stránky aktuální. Nabídka jídel není příliš široká a váže se k ročnímu období pro jednotlivé akce, tudíž je aktuálnost jídelního lístku poměrně snadno udržitelná. Mimojazykové složky jídelního lístku navíc jako jeden z mála respektuje mezinárodní formát (*850,00 Kč – CZK 850*).[11] Ostatní restaurace (obchody se rovněž přiklánějí k mezinárodní zkratce *CZK*) vesměs ponechávají českou zkratku *Kč*, případně označení měny vynechávají úplně (*100*,–). To rodilý mluvčí označil za neobvyklé ve frankofonním prostředí, vedle číselného vyjádření sumy je však kontextově pochopitelné, že se jedná o cenu. Toto řešení tedy komunikačně funkční je, reprezentativní či uživatelsky vstřícné je už méně.

V případě bistra *à Table!* jsou údaje aktuální k příslušnému dni; kromě denního menu (dostupného pro několik dní v řadě) je na zomato.com i stálá nabídka, snídaňové menu a vinný lístek. Pouze snídaňové menu nenabízí francouzský překlad, francouzština v tomto případě guruje jen u některých francouzských reálií v citátové formě (*Croque-monsieur* apod.).

Některé podniky francouzské varianty uvádějí nedůsledně např. jen u názvů rubrik

[11] Obchody zařazené do materiálu mají veškerou funkcionalitu stránek a informace o produktech přeložené do francouzštiny, měna však i ve francouzské verzi značí Kč.

	Název	(1) Aktuálnost	(2) Úplnost	(3) Ceny a míry
1	à Table!	splňuje s výhradami	splňuje	splňuje
2	Amandine	splňuje	nesplňuje	splňuje
3	Baráčnická rychta	splňuje	splňuje	splňuje
4	Blatnice	splňuje	splňuje	splňuje
5	Bruxx	splňuje	splňuje s výhradami	splňuje
6	Café 35	splňuje	splňuje	splňuje
7	Café de Paris	nesplňuje	splňuje	splňuje
8	Chez Marcel	nesplňuje	nelze posoudit	nelze posoudit
9	Hotel Paris	splňuje	splňuje	splňuje
10	Indian Jewel	splňuje	splňuje	splňuje
11	Kyvadlo	splňuje	splňuje	splňuje
12	La Gare	splňuje	splňuje	splňuje
13	Le terroir	splňuje	nesplňuje	splňuje
14	Lamberty	splňuje	splňuje s výhradami	splňuje
15	Luka Lu	splňuje	splňuje	splňuje
16	Michal	splňuje	splňuje	splňuje
17	Papi Oliver	splňuje	splňuje	splňuje
18	Petřínské terasy	splňuje	splňuje	splňuje
19	Pod Věží – Café	nesplňuje	splňuje	splňuje
20	Pod Věží – Restaurace	splňuje	splňuje	splňuje
21	Pot au feu	splňuje	nesplňuje	splňuje
22	Rendez-vous	splňuje	nesplňuje	splňuje
23	Restaurace Blatnička	splňuje	splňuje	splňuje
24	Staromáček	splňuje	splňuje s výhradami	splňuje s výhradami
25	Tři století	splňuje	splňuje	splňuje
26	U Emy Destinové	splňuje	splňuje	splňuje
27	U Laury	splňuje	splňuje	splňuje
28	U Marčanů	splňuje	splňuje s výhradami	splňuje
29	U Seminaristy	splňuje	splňuje	nesplňuje
30	U Vejvodů	splňuje	splňuje	splňuje
31	U Zlaté Konvice	splňuje	splňuje	splňuje
32	U Zlatého Lva	splňuje	splňuje	splňuje
33	BiBoViNo	splňuje	splňuje	splňuje
34	Chez Greg	splňuje	splňuje	splňuje
35	Fransýr	splňuje	splňuje	splňuje
36	Klobáskárna	splňuje	splňuje	splňuje

Tabulka 3.3: Aktuálnost, úplnost, číselné údaje

a u některých transferovaných francouzských jevů, zachovávají ale umístění na tentýž řádek za lomítkem (*Amandine, Papi Oliver*).

Požadavky na aktuálnost, úplnost položek a přesnost číselných údajů pochopitelně bez problémů splňuje i automatický překlad *Petřínských teras*. Některým restauracím chybí přeložená informace o alergenech či o automaticky započítané, příp. nezapočítané obsluze (*Staromáček, U Marčanů*). *Café de Paris* zase ve francouzské mutaci stránek nedisponuje francouzskou verzí dočasných nabídek a bez vysvětlení pod hlavičkou francouzštiny poskytuje verzi jen anglickou. Francouzské variantě menu restaurace *U Marčanů* oproti české chybí obrazové přílohy k jídlům, patrně nedopatřením, cizinec by však nápovědu ve formě fotografie jistě ocenil lépe než čech, který je s tradičními pokrmy, na které se tento podnik specializuje, mnohem lépe seznámený.

Restaurace *Kyvadlo* ve francouzštině nabízí oproti češtině informaci navíc o původu názvu podniku, překladatel zjevně dohledával francouzský název povídky Jáma a kyvadlo, bohužel však z názvu vypadl člen a poznámka na okraji menu vykazuje i formální a jazykové nedostatky:

> Notre restaurant se trouve dans la rue „Au puits“, il porte donc le nom „Pendule“ selon le conte connu „Puits et le Pendule“ de E.A. Poe. Néanmoins, le repas et le milieu sont un peu plus agréables que ceux décrits par l'auteur dans son compte.

Vedení *Café creperie Pod Věží* si francouzský překlad zhotovit nechalo, na webové stránky však vyvěsilo souborné menu v osmi jazykových mutacích, kde byla nedopatřením místo francouzštiny zkopírována španělská verze. Na požádání však francouzskou variantu vyfotili a zaslali s díky za upozornění na chybu. Proto je tento podnik klasifikován *nesplňuje* za aktuálnost, ale *splňuje* za další položky po dodaném pečlivě připraveném francouzském překladu.

Co se týče dodržení originálních cen a měr, restaurace *Staromáček* ve francouzském jídelním lístku ojediněle náhodně „zdražila“ jednu z položek o desetikorunu. Zdá se, že jde spíše o nešťastné opomenutí než o záměr účtovat jiné ceny cizincům. Restaurace *U Seminaristy* naproti tomu jako jediná vedle ceny v korunách uvádí velmi přibližný, kurzově zastaralý, a navíc oproti českým cenám nevýhodný přepočet na eura.

3.4.3 Obsahová ekvivalence

Obsahovou ekvivalencí je zde míněno zachování všech informací uvedených v české verzi i ve francouzské mutaci a naopak. často tato (ne)ekvivalence souvisí s převodem reálií, na ten se však více zaměříme později. Mnohem závažnější je však vynechání kulturně neutrálních pojmů a ochuzení recipientů CT o důležité informace, např.:

> Grilovaná klobása s hořčicí a křenem
>
> Saucisse

Toto kritérium není možné jednoznačně zhodnotit ve smyslu správnosti, jazykové verze totiž nemusejí být rovnocenné v případech, kdy dochází k nutné explicitaci kulturně vázaného pojmu. Např.:

Tarte tatin

Náš domácí obrácený jablečný koláč

Zde ampli kace na české straně přesahuje vysvětlení neznámého pojmu a přidává další stylistické příznaky.

Obsahovou asymetrii můžeme v materiálu nalézt ve prospěch češtiny:

Saucisse seche

Výběr francouzských sušených klobásek dle aktuální nabídky

Escargots au beurre persillé (6 pcs)[12]
(Šneci podávaní v ulitách s petrželkovým máslem – 6 ks)

Foie gras

Domácí terina z kachních jater marinovaných v Armagnacku

Kuskusový salát s čerstvým kozím sýrem (cherry rajčata, mrkev, cukety, černé olivy, listový salát, jablko, medovo-bazalkový dresink)

Salade couscous

První případ rozšíření do české varianty nepřináší žádné zásadní informace pro klienty, ve druhém případě je patrná vědomá snaha o přidání informací pro českého klienta neznalého francouzské reálie, ve třetím a čtvrtém případě chybí zásadní informace na francouzské straně, které přesahují potřebu vysvětlit české straně francouzské reálie. Tato asymetrie se dotýká i stylistické stránky, kdy ve francouzské variantě zanikají marketingově významné hodnotící znaky (čerstvý, klobásky) bez kompenzace na straně francouzštiny.

Patrně jazykovou neobratností se setkáváme s případy, kdy mizí jemné sémantické rozdíly:

nastavené chlebem – avec du pain

Opět z důvodu překladu kulturního lexika se setkáváme i s asymetrií ve prospěch francouzštiny:

Staročeská kulajda se smaženým vejcem

Soupe blanche traditionnelle de Boheme «Kulajda» (a base de pommes de tere, et de creme servie avec un oeuf poché[13]

12 Zde je sice dodržen obvyklý počet půl tuctu, jeho označení anglickou zkratkou však francouzský text hybridizuje.

13 Tento příklad je zajímavý i typogra cky. Autor sice použil správné francouzské uvozovky, nezařadil už však diakritická znaménka, která se liší od českého systému, ani nevyužil kontroly francouzského pravopisu.

3.4.4 Jazyková správnost

Úroveň francouzštiny posuzoval zmiňovaný konzultant – rodilý mluvčí, který přiznal, že úroveň byla nad jeho očekávání. Přesto nemůžeme hovořit o většinově splněném požadavku na jazykovou správnost, skutečně vyhovující byly jen texty následujících sedmi zařízení: *à Table!, Bruxx, Café 35, Amandine* (zde však bylo francouzského textu velmi malé množství), Chez Marcel, La Gare a Le Terroir (opět malé množství francouzského textu). Jazykově též obstály všechny čtyři obchody s francouzskými potravinami.

Nerodilost, neprofesionalitu či nezkontrolovanost překladu obvykle prozradily rysy jako chybné užití členů a předložek (*prix selon le poids* místo *prix au poids*), nepřirozený slovosled (*quenelles maison de pain* místo *quenelles de pain maison*), nepřirozená větná skladba (*soupe selon le menu du jour* místo *soupe du jour*), přílišná doslovnost (*podávaný s ratatouille – servi avec ratatouille*)[14] volba některých neužívaných výrazů (*crème aigre* pro zakysanou smetanu či *poitrine du poulet* místo *blanc de poulet* pro kuřecí prsa), které jsou pro Francouze matoucí.

V lístcích též najdeme četné překlepy, chybějící písmena či mezery, nelze hovořit o jazykové neznalosti, spíše se opět jedná o nedostatek revizí a nevyužití možností textových editorů.

Nepotvrzuje se tedy hypotéza, že pokud se restaurace rozhodne překládat svoji nabídku do francouzštiny, obrátí se na profesionální služby. Jazykově správné texty totiž gurovaly převážně v podnicích, které jsou provozované cizinci či které ve své nabídce mají francouzského textu jen minimum.

Spolu s konzultantem se domníváme, že i jazykově nedokonalé jídelní lístky jsou využitelné pro základní představu o nabídce a pro rámcovou komunikaci s personálem restaurace a frankofonní návštěvníci jistě ocení už samotnou přítomnost francouzské varianty. Jelikož však, jak už bylo několikrát zmiňováno, je jídelní lístek předním prostředkem marketingu restaurace, rámcová komunikační funkčnost nestačí a je třeba, aby provozovatelé měli na paměti i formální jazykovou stránku lístku v rámci všech propagačních nástrojů.

Abychom však nestrhávali veškerou pozornost na nezdařenou jazykovou podobu překladů, je nutné přiznat, že bezchybná čeština není zdaleka výsadou všech originálních jídelních lístků. Analýza jazykové správnosti českých menu však přesahuje rozsah této práce.

Poznámka k jazykové stránce závěrem – restaurace *Kyvadlo* vytvořila pomůcku pro svůj personál a samostatnou variantu francouzského menu na pravém okraji opatřila českými poznámkami, které slouží k identi kaci pokrmu.

14 Nadužívanost předložky avec pro každý výskyt české předložky s konzultant hodnotil jako znak překladovosti a nefrancouzskosti textu. Celkově doporučoval větší minimalismus při tvorbě francouzských variant, nejlépe spojovat jednotlivé vyjmenované složky čárkou a bez členu. Podobně se autoři francouzských variant obecně zdráhají psát velice krátké a na samohlásku začínající francouzské slovo pro česnek ail bez členu. I když autoři francouzské varianty jiné suroviny pouze přes čárku a bez členu vyjmenovávali, jak konzultant považoval za vhodné, česnek byl do této řady až na výjimky zařazen s určitým členem.

3.4.5 Stylistická ekvivalence

Na sebraném materiálu jsem rovněž zjišťovala, zda a jakým způsobem francouzské překlady pracují s textovými prvky, které mají výčet pokrmů ozvláštnit a působit marketingově až persvazivně. Nejčastěji šlo o otázku zachování zdrobnělin. Deminutivní tvary mizí často bez kompenzace (viz příklad), tyto tvary jsou však natolik okrajové, že je možné tento postup považovat za vědomé a adekvátní překladatelské řešení, nikoli nutně za opomenutí či bezradnost. Na příkladu naopak vidíme syntakticko-stylistické rozšíření na straně francouzštiny: *sur un lit de* místo samotné české předložky *na*. Konzultant zde však doporučoval zopakování vazby *sauce à*: *sauce au miel et à la moutarde.*

> látka z uzeného pstruha na trhaných salátech s medovo-hořčičným dresinkem
>
> lets de truite fumée sur un lit de feuilles de salade, sauce au miel et moutarde

Názvy rubrik jsou často jazykově kreativní a tato snaha se zpravidla objevuje i ve francouzské variantě alespoň v patrné snaze o zachování stylistických hodnot, tato snaha však nezaručuje gramatickou správnost, viz chybějící plurál v příkladu:

> CO K TOMU, ANEB VOLITELNÉ PŘÍLOHY A CHUTĚ DLE VÁS
>
> Quelle garnitures ?

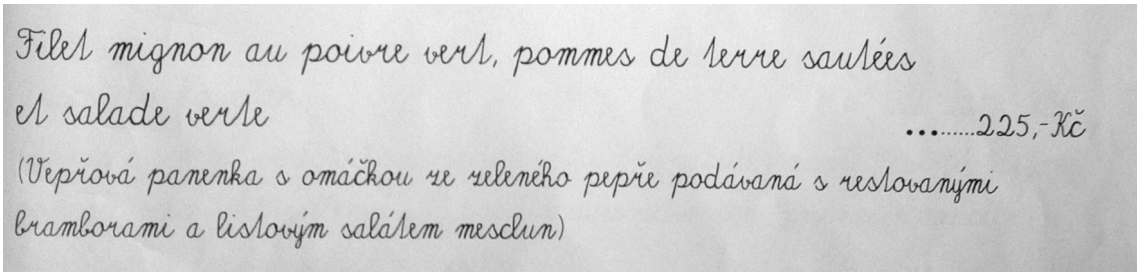
českojazyčná prezentace francouzský specialit pak v opakovaných případech drží i francouzské zvyklosti: *tucet* / *půl tuctu* ústřic, *karafa vody* apod.

3.4.6 Typografie a formátování

Vizuální a estetická stránka jídelních lístků je sice do jisté míry otázkou subjektivního vkusu, i ta však může poodhalit více informací o (ne)profesionalitě překladu. Správné použití diakritických znamének, apostrofů a zvolení typu písma zohledňující diakritiku francouzskou nebo alespoň českou poukazuje na profesionalitu, respektive absence těchto rozhodnutí spíše odhaluje neprofesionalitu. Největší nekonzistentnost znamének, a to běžně i v rámci jednoho textu, vykazují výrazy *à la*. S nesprávně umístěným *accent aigu* se lze běžně setkat jak v české, tak ve francouzské verzi. Podobně smetana, *crème fraîche*, se vyskytuje v obou jazykových variantách se všemi možnými znaménky.

Drtivá většina lístků pro označení cizího prvku, především transferovaných českých názvů, volí uvozovky. Ve francouzských verzích se setkáváme s uvozovkami jak francouzskými, tak českými.

Volba písma působí i esteticky – kavárna *Amandine* či restaurace *U Emy Destinové* odkazují na styl art nouveau. Francouzské bistro *à Table!* má vypsaný jídelní lístek fontem připomínajícím dětský spojitý rukopis, viz obr. 3.7. Konzultant na první pohled určil tento rys za typicky český, tento jinak výrazně francouzsky stylizovaný podnik se však spíše snažil zvýšit estetiku.



Obrázek 3.7: Ukázka americké angličtiny zároveň s britskou

3.4.7 Překlad reálií

Trebatická (1998) předpokládá, že jestliže se cestovatel vydává poznávat nové kraje, neměla by ho exotizace šokovat, naopak by na ni měl být připraven, či ji přímo vyhledávat. Hovoří zde v kontextu návštěvníků ze západních zemí na Slovensku, podobnou zkušenost je, dle mého názoru, možné aplikovat i na francouzské mluvčí v české republice. V překladech textů v cestovním ruchu je podle Trebatické potřeba lokálnost zdůraznit a otevřeně přiznat, že se jedná o reálii, neboť generický neutrální pojem by mohl zavádět recipienta do jiného prostředí (jako v případě přirovnání halušek k těstovinám, což by mohlo uvést návštěvníka spíše do kontextu italského). V podobném duchu pracují autoři francouzských variant jídelních lístků. S kulturními ekvivalenty se setkáváme jen ve výjimečných případech – a i u nich je patrné, že nahrazují nějaký lokální precedentní jev. Gastronomický překlad se tedy vyznačuje poměrně jasnou identi kovaností kulturního lexika. Zvolená řešení překladů v materiálu mají různou míru funkčnosti a různou jazykovou úroveň, v drtivé většině však rozhodně odkazují na vědomý rozhodovací proces. Překladatelé si zjevně rámcově uvědomují implicitnost mnohých českých pojmenování:

Svíčková /pečeně/

Bramboračka /polévka/

V chlebu /v míse z chleba, v chlebové dutině/

Uzené /maso/

Po mlynářsku /tak, jak ho připravovali mlynáři/

Právě tento druh implicitních znaků překladatelé směrem do francouzštiny obvykle explicitují.

Je nasnadě počítat s kulturním šokem nejen u nepřevoditelných konceptů, ale především u různých technologických postupů (ponechme stranou různé lokální, či dokonce rodinné varianty receptů), měr („pivo“ = 0,5 l) či způsobu servírování (turecká káva podle originální tradice v džezvě, nebo podle českých zvyklostí se sedlinou přímo v šálku) – trojobal a pané nemusí být totéž, chléb je jiný, původní maďarský guláš (osmanský) je spíše zeleninová po-lévka, gulášová polévka je podle konzultanta pro Francouze zcela nepředstavitelný koncept.

Zcestovalý turista bude o těchto rozdílech informován, vyžadovat však od překladatele, aby vysvětloval kulturní rozdíly, je obtížné už z důvodu omezeného rozsahu textů v cestovním ruchu, který zmiňuje Trebatická (tamtéž). Zkušený tlumočník či průvodce ale na tyto rozdíly běžně předem upozorňuje, aby zamezil hrozícímu zklamání, překladatel však možnost přímého kontaktu s recipientem nemá. Zkušený restauratér by si měl přinejmenším uvědomovat i tyto kulturní rozdíly ve stravování, projev takového uvědomění však vídáme jen zřídka (*„český“ turek*).

V kapitole o teoretickém zázemí pro překlad reálií byl představen Newmarkův koncept protichůdných procesů transference a analýzy komponentů. Sebraný materiál umožňuje toto základní dvojí rozdělení přístupu ke kulturnímu lexiku.

S *transferencí* se hojněji setkáváme v případě francouzských reálií převáděných směrem do češtiny. Je to pochopitelné vzhledem k nepoměrně větší rozšířenosti francouzského jazyka a kultury oproti českému. Tento postup se využívá zejména v případě, že francouzský jazykový prvek zde má sám o sobě funkci nositele kultury. Toto poukazuje na symbolickou funkci jazyka, francouzskou gastronomii nereprezentuje jen materiální fakt, ale i forma jeho označení. Lístky, které mají francouzské varianty jen částečně, využívají této funkce jazyka pro deklaraci francouzského stylu, jde o určitý princip exotizační v rámci jinak anglického či českého textu:

> Tarte Tatin with crème fraîche
>
> (restaurace Pot au feu)

Lístek bistra *Rendez-vous* zase uvádí chantilly jako jednu z přísad palačinek v jinak mezinárodním seznamu přísad. *Šlehačka* či *whipped cream* přitom nepatří mezi kulturní slova, ale jsou součástí běžně užívané slovní zásoby.

Podobně exotizuje svoji nabídku lístek restaurace *Le Terroir*:

> Crêpes Suzette – palačinky, omáčka z pomerančové šťávy a kůry a likéru Grand Marnier, vanilková zmrzlina, karamelový chips

Jídelní lístky všech tří výše zmíněných restaurací též vykazují největší jazykovou hybridnost hraničící s nezvládnutím celé komunikační situace. Jestliže průběžně uvádím, že překladatelská řešení jsou ve většině případů přes dílčí nedostatky komunikačně funkční, právě tyto tři restaurace tvoří výjimky. Poněkud stranou stojí pouze poslední zmiňovaná restaurace *Le Terroir*, hybridnost seznamu jídel totiž kompenzuje čtyřstránkovým slovníčkem francouzských sýrů v češtině a angličtině, který je součástí menu, př.:

> RACLETTE
>
> Tento kravský sýr ze Savojska odvozuje své jméno od slova racler – škrábat. Zahřátý a rozpuštěný bývá škrábán a podáván s bramborami vařenými ve slupce. Těsto je lehce pevné s lehkou vůní po plísni a mléčnou příchutí. Zrání trvá nejméně 8 týdnů.

Přiložení takovéhoto gastronomického glosáře můžeme z hlediska Newmarkových postupů nahlížet jako poznámky přístavkem na konci kapitoly (o kterém jsem se domnívala, že pro žánr jídelního lístku nebude fyzicky využitelný), nejde však o poznámkový aparát k pojmům použitých ve vlastním textu, ale o samostatný systematický terminologický žánr.

S principem transference se setkáváme též v nápojových lístcích, které jsou zřídka uchopeny reálnými překladatelskými metodami a jsou rovněž obecně velmi jazykově hybridní.

české reálie byly vždy řešeny způsobem jiným než transferencí, ne nutně elegantním (viz dále), ale ani exotizačním. ®ádný podnik nevyužil možnosti podat vysvětlení obrazem a ponechat název reálie citátově. U reálií třetích zemí se s tímto principem pracuje částečně u italských a zčásti též indických názvů pokrmů, kde jsou indické reálie sice ponechány citátově, následuje ale popis v příslušné jazykové mutaci ve francouzštině:

MACHHI TIKKA
Filet de poisson délicatement épicé avec une herbe indienne spécial „Ajowan“

V češtině pak o něco konkrétněji:

MACHHI TIKKA
Rybí filety nebo celé ryby jemně kořeněny indickým kořením „adžvain“ (koprová semínka)

Analýza komponentů je poměrně úspěšně provedená u každého českého precedentního jevu. Konkrétní provedení selhávají na jazykové neobratnosti, pozorujeme zde vědomou snahu o zvolení co nejvhodnějšího funkčního či popisného ekvivalentu ve francouzštině. V případě knedlíků (viz příklad) zde nedochází k vysvětlení pojmu, ale použití dvou potenciálních variant překladu recipienta jistě upozorní, že se setkává s něčím nezvyklým. *Svíčková na smetaně* pak ve francouzštině nezakládá nový název pro tento pokrm a překladatel, evidentně po úvaze, přistoupil k francouzskému vyjádření věcné podstaty tohoto jídla. Překlad je tedy explicitnější než originál a jistě cizinci rámcovou představu o pokrmu přináší. V této variantě lístku (*Restaurace Michal*) se ale nikde nesetkáme s českou variantou názvu, nelze tedy předpokládat, že by měla tato verze za cíl vzdělávat návštěvníky o českých reáliích.

Svíčková na smetaně s karlovarským knedlíkem

Filet de bœuf, sauce à la creme fraîche et knödels (quenelles) de Karlsbad

Zvláštním příkladem je jídlo nazvané český talíř, které navozuje dojem lokální reálie, není však nijak zavedeným pojmem a explicitace by při překladu nebyla namístě, jelikož sám pojem o sobě není nijak implicitní:

Assiette tchèque avec deux sortes de choucroute et deux sortes de knödels (quenelles)

Český talíř se dvěma druhy zelí a dvěma druhy knedlíků

Zde by za zvážení explicitace stály spíše ony *dva druhy* zelí a knedlíků, vzhledem k tomu, že tvoří pilíře tradiční české kuchyně a český recipient takové druhy může mnohem snáze představit.

Co se týče knedlíků, konzultant uvádí, že Francouzi mohou znát podobný koncept z Lyonu či Alsaska. Za nejvhodnější variantu překladu považuje etymologicky související výraz *quenelles*, který rámcovou představu o podávaném jídle frankofonnímu jedinci zakládá. Za méně jasnou, ale alespoň geograficky lokalizující a přijatelnou, považuje i variantu *knödels*. Za nevhodnou ale určuje poměrně častou variantu *boulettes*, a to z toho důvodu, že asociuje spíše masové koule než druh přílohy.

Překlady nezřídka kombinují (i přes objemovou limitovanost textu) zachování transferovaného názvu (včetně diakritiky, jak Trebatická považuje za správné, někdy v uvozovkách – francouzských, nebo českých) i vysvětlení podstaty jevu:

> Tradiční guláš z hovězího masa na pivu s houskovými knedlíky a cibulí
>
> Goulasch de bœuf à la biere Pilsner, knedlíky – petites quenelles maison de pain

Tento postup schvaluje i konzultant, k tomuto příkladu pouze dodává, že by změnil slovosled: petites quenelles de pain maison. K otázce guláše upřesňuje, že průměrný Francouz o existenci takto nazvaného pokrmu bezpochyby slyšel a geogra cky by ho situoval do prostoru střední Evropy, nebude však nejspíš mít konkrétnější představu o podobě tohoto jídla, stereotypicky ho zařadí mezi cosi hustého, masitého a těžkého. Diskuze o rozlišení kulturních rozdílů mezi českým a maďarským gulášem je tak prakticky bezpředmětná, protože Francouz nebude mít příliš barvitou představu ani o jedné variantě. Proto představa soupe de goulash Francouzi připadá zcela nejasná až absurdní.

Jedno ze vzácných užití případů kulturního ekvivalentu označil konzultant za odvážné, ale poměrně dobře obrazné řešení polévky podávané v chlebu jako pain surprise, který ve francouzské gastronomii existuje, chlebová miska se však plní spíše jednohubkami než tekutinami:

> Tradiční gulášová polévka podávaná v křupavém bochníčku chleba
>
> Traditionnelle soupe de goulash dans son pain surprise

Toto originální řešení dokazující znalost (či ad hoc dohledanost) francouzské reality ale shazují prohřešky proti francouzské gramatice a větné skladbě, ostatně jakožto i terminologii, viz výše o gulášové polévce.

Konzultant též ocenil zachování toponyma, které navozuje dojem něčeho lokálního a autentického a jistě působí na zákazníka dobře, i když třeba nemá moc jasnou představu, kde by toto místo hledal:

> Davelský talián pozvolna vařený ve vývaru podávaný s hořčicí a jablečným křenem

Talián – saucisse de Davle, mijotée dans un bouillon et servie avec de la moutarde et du raifort aux pommes

Takto mu vysvětlení pokrmu stačilo a rozhodně by nevyžadoval vysvětlení názvu talián, který zde funguje jako *translation label*.

V případě, že toponymum neoznačuje nutně původ potraviny, ale tvoří součást názvu jídla (*Moravský vrabec*), jej překladatel lístku restaurace *U Vejvodů* nahradil funkčním ekvivalentem, tento přístup byl rovněž ohodnocen jako vhodný:

Moravský vrabec s bílým zelím, bramborový a houskový knedlík

Tranches de porc au chou blanc, boule de pâte de pommes de terre et de pain blanc

3.4.8 Reálie třetí země

Pod reáliemi třetí země chápeme precedentní jev, který nespadá ani do kultury české, ani frankofonních zemí. K tomuto jevu tedy oba jazyky přistupují jako k cizímu. Již byla zmíněná pozice italštiny, která bez problémů guruje citátově napříč jazykovými variantami, což potvrzuje také sebraný materiál francouzských překladů.

Mnohem exotičtější jevy přináší jídelní lístek indické restaurace *Indian Jewel*. Zde pozorujeme odlišné přístupy české a francouzské varianty. Francouzská varianta ponechává transferované originální pojmenování pokrmu, zatímco český text názvy adaptuje:

SAMOSAS

Galettes frites farcies aux pommes de terre ou farcies à l'agneau haché, nement épicées.

SAMOSAS

Samosy. Pirohy plněné přípravkem z brambor nebo z kořeněného mletého jehněčího masa.[15]

Adaptace se obvykle používá při přejímání lexikálních jednotek, tento proces umožňuje novému slovu fungovat v paradigmatu přijímajícího jazyka. česká verze menu však adaptovaný výraz neužívá ve větě, pouze jej utváří a ponechává izolovaně. Je však možné předpokládat, že tuto adaptovanou formu ocení klient restaurace, který si může daný pokrm akuzativem objednat. Ani jedna jazyková mutace však klientům neusnadňuje komunikaci co se týče výslovnosti exotických názvů:

MURCH CHAAT

15 Volba pojmu pirohy představuje z překladatelských procesů kulturní ekvivalent, zde skutečně zavádějící do zcela jiného geogra ckého prostředí.

Kuře na citrónu. Vykoštěné kuřecí maso s čerstvou zeleninou a citrónovou omáčkou.

Murgh Chaat

Poulet désossé accompagné de légumes frais et de sauce au citron.

V tomto případě můžeme českou a francouzskou variantu lístku považovat spíše za paralelní texty než za překlady.

Méně vzdálené geogra cky, přesto velmi úzce lokální speciality převážně ze zemí bývalé Jugoslávie představuje restaurace *Luka Lu*:

«Kremšnita» (gâteau à la crème) Kremšnita (krémový řez)

I v jídelních lístcích restaurací s českou kuchyní se opakovaně setkáváme s reálií pocházející z třetí země – šopským salátem. Jeho název odkazuje na etnologickou oblast na pomezí Srbska a Bulharska a tento recept si čeští turisté přivezli z dovolených u černého moře.

Francouzské varianty akcentují buď původ salátu v širším smyslu (salade des Balkans, zde nepodlehli interferenci a užili název správně v plurálu), či dominantní prvek salátu, tedy sýr balkánského typu (au fromage des Balkans). Zde rodilý konzultant upozornil, že běžné označení tohoto sýra ve francouzštině je féta či fromage type féta, lístek restaurace Baráčnická rychta toto označení využil synonymicky za pomoci rozšíření:

fromage des Balkans (fromage de type feta)

Gastronomické překladové slovníky šopský salát ani balkánský sýr neuvádějí, můžeme tedy alespoň porovnat varianty překladu.

V bulharských jídelních lístcích se při překladu do angličtiny uvádí zpravidla z cyrilice transkribovaný název *Shopska salad* (salát je v bulharštině rodu ženského),[16] frankofonní dotázaní Bulhaři navrhovali překlad do francouzštiny *salade bulgare* (analogicky k *salade grecque*), tento převod dokonce zvolila restaurace *Blatnice*.

Postupy překladu precedentních jevů, se kterými se se můžeme v materiálu setkat, zahrnují předpokládané postupy zmíněné v teoretických východiscích práce, setkáváme se s transferencí a translation labelem, funkčními i popisnými ekvivalenty, expanzí i poznámkami v závorkách. Vedle postupů podle Newmarka restaurace využívají ještě vyrovnání *cultural gap* pomocí obrazové přílohy či přiloženého glosáře.

3.4.9 Konzistentnost metod

Na neprofesionalitu překladu odkazuje nekonzistentnost terminologie, pravopisu i samotných použitých překladatelských řešeních. Profesionální překladatel by jistě využil přinejmenším kontroly pravopisu či přímo překladatelských softwarů, které by terminologickou konzistenci ohlídaly. Navíc by jednou nalezené řešení jistě v rámci téhož dokumentu obtížně

[16] Materiál ukázal výskyt jedné varianty Salade Chopska ve francouzštině.

nevytvářel znova. Takto si práci kontraproduktivně znesnadnil autor překladu v restauraci *Staromáček*. V rámci jednoho lístku tak najdeme různá (v obou případech nevhodná) řešení překladu „v chlebu“:

À soupe de pommes de terre dans le pain

Sauté de goulasch un bol de pain

Rozporuplnost vidíme i v celkovém přístupu ke koncepci a nalizaci překladů, porovnámeli výsledky jednotlivých kritérií k analýze. Na jedné straně pozorujeme péči o stylistiku až jistá kreativní řešení, ale ne už tolik o gramatiku. Podobně mají nabídky propracovanou vizuální stránku a přitom se v textu nacházejí překlepy. Restaurace se honosí vysokým počtem jazykových mutací, ale poté se ukáže, že jsou odkazy nefunkční, francouzština je omylem nahrazena španělským textem nebo jsou jazykové mutace dílem automatického překladače. Nebo si podniky pořídí fotografie jídel, ale nepublikují je v jednotlivých jazykových mutacích webu, když by zejména v cizojazyčném kontextu byly komunikačně prospěšné. Na nejednotnost v překladatelských postupech upozorňuje i Poláčková (2017: 46) při své analýze překladů menu do angličtiny v Moravskoslezském kraji.

Zdá se, že si zadavatelé francouzských překladů či jejich autoři (není vyloučené, že je to tatáž osoba, materiál toto neprokazuje, částečně ale vylučuje přítomnost profesionálního externího překladatele) uvědomují důležitost jazykových verzí a uvědoměle přistupují i k řadě překladatelských problémů, chybějí jim ale dovednosti, aby se jejich přístup odrazil na celkové úrovni výsledného produktu. Možná jim chybí informovanost, jaké služby na trhu vůbec mohou využívat. Práce o překladech jídelních lístků ze škol hotelnictví obvykle zařazují informaci o ceně za normostranu u překladatelských agentur s argumentací, že profesionální jazykové služby nejsou nedostupné.

V některých případech jsou dopady nekonzistentního přístupu v prezentaci podniku závažnější než komické jazykové nedostatky. Celkově jazykově nevalné menu restaurace Staromáček působí uživatelsky nepřívětivě. česko-anglicko-německá varianta na poslední stránce upozorňuje na automatické započítání pečiva:

Couvert (automatically counted for every main course) 50,-

V samostatném francouzském dokumentu však tato informace není dostatečně explicitní, je zařazena na konec příloh, a dokonce je jazykově chybná a zároveň hybridní:

Covert 1 personne / 2 ks pain 50,-

Tento jinak víceméně jednojazyčný francouzský lístek je ukončen rovněž nepřívětivou frází ve špatné angličtině:

For a list of allergens can tell to waitresses

Restaurace tak získává své zákazníky patrně hlavně díky své strategické poloze na Starém Městě.

Na konec této části připadá ještě poznámka k automatickému překladu – těžko v tomto případě můžeme analyzovat překladatelské postupy či vědomou práci s kulturním lexikem. Zcela neošetřena překladatelsky i gramaticky zůstávají zejména vlastní jména, kterých je navíc v menu restaurace *Petřínské terasy* v názvech pokrmů značné množství:

> Petrin všehokus
>
> médaillons marinées juteux de cuisses de poulet, porc et filet de boeuf
>
> Krušovické viande empereur Rudolf II
>
> steak, poitrine de poulet et let de bœuf grillé avec de la biere, rempli d'un mélange spécial selon recette

Avšak vynechání lidského faktoru, který se v případě analyzovaných lístků ukázal jako zdroj zajímavých řešení i chybovosti, z překladatelského procesu předchází neaktuálnosti, opomenutým položkám a informacím, pravopisným chybám a vynechaným mezerám. Také automaticky překládaný lístek restaurace *Petřínské terasy* dodržuje typografické náležitosti francouzského textu (znaménka, uvozovky), též důsledně převádí značku měny *Kč* na *CZK*.

Gramatické a syntaktické nesrovnalosti měly celé tři čtvrtiny překladů, tudíž jazykové nedostatky automatického překladu nejsou v sebraném korpusu nijak výjimečné. Můžeme o nezdařené jazykové stránce v případě použití automatického překladu konstatovat totéž, co u jiných jazykově problematických překladů – komunikační funkci splňuje, estetickou normu už ne. Lidská práce se tak vyznačuje především právě kontextově podmíněnou volbou překladatelských metod a prací s reáliemi, kterou automatický překlad poskytnout nemůže.

3.4.10 Diskuze

Analýza materiálu umožnila některé obecnější závěry, potvrzení či vyvrácení hypotéz bude vyloženo v příštím oddílu práce. Je jisté, že podoba menu, tvořená z mnoha dílčích komponentů, ovlivňuje představu o celé restauraci – v případě, že se zákazník nejprve podívá na menu.

Překladatelé (ať již profesionální, či ne) evidentně vědomě či intuitivně v případě drtivé většiny textů francouzsko-české jazykové kombinace rozpoznávají lokálně vázané pojmy a vynakládají zvláštní úsilí pro ošetření těchto jevů a jejich přiblížení novému recipientovi neznalému dané gastronomie. Toto platí i v případě francouzských reálií převáděných do češtiny, zejména pak v případě českých pokrmů představovaných frankofonnímu zákazníkovi.

Francouzský konzultant hodnotil prakticky všechna menu jako funkční a konstatoval, že úroveň je lepší než očekával. K dobré funkčnosti přispěly zejména tyto skutečnosti:

- Absence závažnějších jazykových chyb znemožňujících porozumění. Ačkoliv většina lístků nebyla po jazykové stránce v pořádku, jednalo se o poměrně drobné gramatické či syntaktické chyby. Rovněž terminologické nedostatky, bez kterých se překlady neobešly, se vyskytovaly sporadicky a většina lístků zůstávala srozumitelná
- Promyšlená práce s precedentními jevy. V tomto případě se lidský faktor ukázal jako nenahraditelný, kulturně vázané jevy totiž byly prakticky vždy identi kovány, dostalo se jim identi kace i v překladu a ve většině příkladů i vhodného kompenzačního řešení. Podobně promyšleně překladatelé pracovali také se stylistikou.

Jako zdařilý překladatelský produkt však můžeme označit pouze čtvrtinu lístků. Za nedostatky ne zcela vyhovujících překladů stojí tyto faktory:

- Nedostatečná revize výsledného textu, a to jak jazyková, tak obsahová ve smyslu chybějících položek, či dokonce nahrazení francouzské varianty jiným jazykem.
- Nevyužití dostupných editorských a překladatelských nástrojů, které by výše zmíněné problémy pomohly ošetřit.
- Malá pozornost ze strany managementu restaurace věnovaná celkové prezentaci podniku, do které vypracování jídelního lístku spadá.
- Neaktuálnost dostupných lístků, bohužel i v některých případech jinak zdařilých překladů.

Tyto nedostatky jsou o to závažnější, že vrhají špatné světlo na jinak poměrně koncepčně volené metody překladu. Jestliže v posledních letech teprve začíná růst objem odborné literatury o stravování, je pochopitelné, že přednost dostanou otázky technologie, hygieny či pracovního práva – a propagace bude až druhotným zájmem po ošetření materiálnějších otázek, přesto se postupně obrací pozornost i k formě a k prezentaci ve stravování. Pokud se bude i nadále prosazovat trend upřednostňování kvality před kvantitou, je pravděpodobné, že se brzy dostane pozornosti i formálním nedostatkům popsaným v této práci.

3.4.11 Výsledky ve vztahu ke stanoveným hypotézám

Sebraný materiál ukázal, že dostupnost francouzských jídelních lístků je ještě menší, než se předpokládalo: 3,6 % z tisícovky sesbíraných odkazů. Podařilo se nashromáždit pouze 32 textů ze stravovacích zařízení a čtyř obchodů s potravinami, přičemž některé nebyly ani překlady celého jídelního lístku, ale pouze systematicky využívaly francouzských názvů (s podobnou praxí se setkáváme zejména při prezentaci gastronomie italské, dále u některých asijských kuchyní). První hypotéza **(1)** tedy směřovala správným směrem a výzkum posunul čísla v tomto směru ještě dále.

Dnes skutečně v menu francouzština hojně guruje, ale již lexikalizovaně ve svém tradičním sémantickém poli přejímání, kterým gastronomie jednoznačně je. Není už ale tak hojně

zastoupená jako jazyk překladový, překlady už tedy skutečně cílí na frankofonní konzumenty a za účelem prestiže si podniky tuto jazykovou mutaci nepořizují. Také se potvrdilo (**2)**, že francouzské verze mají relativně dobrou úroveň, ve většině případů můžeme hovořit o funkčním překladu. Za nedostatky výsledného textu však nestojí příliš malá (špatně zvolená) jednotka překladu, ale spíše nedostatečná jazyková úroveň jídelních lístků. Ta upozornila u tří čtvrtin francouzských variant na práci nerodilého mluvčího bez následné revize či korektury, tento předpoklad se tedy nepotvrdil. Zároveň odhalila, že nebylo použito překladatelských softwarů ani automatické kontroly pravopisu, což rovněž prakticky vylučuje zásah profesionálního překladatele. Jazykové a formální nedostatky sice představovaly nejzávažnější problém francouzských lístků, většinou však nijak zásadně nebránily rámcovému porozumění textu. Prakticky se v těchto 32 restauracích nevyskytl žádný výrazně nepovedený či komický text.

Potvrdilo se však, že **(3)** prakticky žádný z překladatelů (ať profesionálních či spíše nikoli) nepřešel kulturně vázané lexikum bez povšimnutí v případě, že se nejednalo o automatický překlad. Překladatelé evidentně pracovali s reáliemi protější země s vědomím, že pojmy obsahují informace implicitní pro nového recipienta, a vykazovali snahu toto explicitovat.

Tato snaha ne vždy jevila známky konzistence v rámci jednoho menu a její funkčnost byla kolísavá mezi restauracemi navzájem, skutečně se ale jednalo především o explicitaci. Autoři cizojazyčných variant si v daných případech až překvapivě dobře uvědomovali řadu rysů jednotlivých pokrmů známých příslušníkům dané kultury, a to především v případě českých reálií. Též si uvědomovali kulturní význam lokálního pojmenování pokrmu pro identi kaci a nezřídka se tak setkáme s velmi funkčním řešením zachování českého názvu (navíc gra cky odlišeného) doplněného o francouzskou charakteristiku.

Hypotézy tedy směřovaly k reálným výsledkům, v detailu však materiál poukázal na odlišné tendence a přinesl poněkud jiné, nicméně velice zajímavé výstupy.

Závěr

Diplomová práce si vytyčila za cíl popsat jazykovou situaci v gastronomii v pražských restauracích se zaměřením na francouzský překlad jídelních lístků. Jako teoretické zázemí byla použita odborná literatura translatologická a lologická s důrazem na problematiku reálií a jejich překladu, dále též literatura z oblasti stravování s ohledem na jazykovou stránku gastronomie. V úvodu empirické studie jsme si položili tři okruhy výzkumných otázek, na jejichž základě se zkoumání provádělo. Otázky se týkaly dostupnosti francouzských variant v poměru k jiným jazykům a dále dílčím problémům přeložených lístků. Analýze byla podrobena obsahová ekvivalence, jazyková správnost a strategie překladu reálií.

Na korpusu necelé tisícovky online dostupných jídelních lístků se ukázalo, že již dávno neplatí užití francouzského překladu pro zvýšení prestiže zařízení. Překladům z pochopitelných důvodů v současné době dominuje angličtina, často je jediným jazykem, ve kterém cizí překlad v restauraci k dispozici je, její rozšířenost však není vždy ve prospěch jazykové úrovně textu. Následuje ruština, která jen o něco málo převyšuje počet překladů do němčiny, a poté po značné mezeře stojí italština. Francouzský překlad nabízejí méně než 4 % restaurací. Na území celé Prahy 30 % restaurací nepublikuje online žádný překlad českého menu a 1,8 % restaurací nabízí lístek pouze v angličtině.

Bylo shromážděno 32 restauračních lístků s francouzskou verzí, které doplnily 4 do francouzštiny přeložené nabídky obchodů s potravinami. Daný materiál vykazoval známky uvědomělé práce s kulturně vázaným lexikem, rovněž však odhalil absenci revize textu a mnoho jazykových nedostatků, které potvrdil francouzský konzultant s jazykovědným vzděláním. Jazykové prostředky ve výsledku neměly fatální dopad na komunikační funkčnost jídelního lístku, nepochybně však nepůsobí pozitivně na marketingovou prezentaci restaurace.

Malé zastoupení francouzských jazykových mutací sice ukazuje potenciál k překladatelskému uplatnění, materiál však zároveň naznačuje, že trend vede spíše k minimalismu a větší propracovanosti v prezentaci restaurací – a to včetně počtu jazyků překladu.

Francouzština i nadále guruje v gastronomických textech, nikoli však v podobě překladu, ale ve formě přejatých termínů z oblasti stravování, které se staly pevnou a lexikálně nenahraditelnou součástí české gastronomické slovní zásoby.

Zároveň roste zájem o francouzské produkty, jak tomu nasvědčuje přítomnost obchodů s dovezeným zbožím či organizace 10. ročníku Francouzského trhu na Kampě. Možná by tedy sonda opakovaná za několik let ukázala pozitivní vývoj v tomto směru, pokud nepře-

vládne trend překládat gastronomické texty určené i cizincům výhradně do angličtiny.

Sebrané statistické údaje jsou shromážděné v tabulkách v příloze a textový či obrazový materiál je dostupný na CD přiloženému k tištěné variantě práce.

Použité zdroje

Primární prameny – materiál

(1) *à Table!* 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: https://www.zomato.com/cs/praha/%C3%A0-table-dejvice-praha-6/menu

(2) *Amandine*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: https://www.zomato.com/cs/praha/caf%C3%A9-amandine-nov %C3%A9-m %C4%9Bsto-praha-2/menu

(3) *Baráčnická rychta*. 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: http://www.baracnickarychta.cz/cz/

(4) *Blatnice*. 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: http://www.blatnice.com/

(5) *Bruxx*. 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: http://www.bruxx.cz/

(6) *Café 35.* 2018. – nafoceno v provozovně 17. 7. 2018

(7) *Café de Paris*. 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: http://www.cafedeparis.cz/

(8) *Chez Marcel*. 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: http://www.chezmarcel.cz/

(9) *Hotel Paris*. 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: https://www.hotel-paris.cz/cs/sarah-bernhardt-restaurant-praha/

(10) *Indian Jewel*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: http://www.indianjewel.cz/

(11) *Kyvadlo*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: http://www.kyvadlo.com/

(12) *La Gare*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: https://www.brasserielagare.cz/

(13) *Le terroir*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: https://www.zomato.com/cs/praha/le-terroir-star%C3%A9-m%C4%9Bsto-praha-1/menu#tabtop

(14) *Lamberty*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: https://www.zomato.com/cs/praha/old- ne-lamberty-star%C3%A9-m %C4%9Bsto-praha-1

(15) *Luka Lu*. 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: https://www.lukalu.cz/

(16) *Michal*. 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: https://www.restaurant-michal.cz/

(17) *Papi Oliver*. 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: http://www.papioliver.cz/

(18) *Petřínské terasy*. 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: https://petrinsketerasy.cz/

(19) *Pod Věží*. 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: http://www.podvezi.com/cafe-creperie-pod-vezi

(20) *Pod Věží*. 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: http://www.podvezi.com/restaurant-pod-vezi

(21) *Pot au feu*. 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: https://www.zomato.com/cs/praha/pot-au-feu-star%C3%A9-m%C4%9Bsto-praha-1/menu#tabtop

(22) *Rendez-vous*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: https://www.zomato.com/cs/praha/rendez-vous-%C5%BEi%C5%BEkov-praha-3/menu

(23) *Restaurace Blatnička*. 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: http://restaurace-blatnicka.cz/

(24) *Staromáček*. 2018. [online]. [cit. 18. 6. 2018]. Dostupné z: http://www.staromacek.cz/

(25) *Tři století*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: http://www.tristoleti.cz/index.php/cs/

(26) *U Emy Destinové*. 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: https://www.uemydestinnove.cz/

(27) *U Laury*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: http://www.ulaury.cz/

(28) *U Marčanů*. 2018. [online]. [cit. 20. 6. 2018]. Dostupné z: http://www.umarcanu.cz/

(29) *U Seminaristy*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: http://www.useminaristy.cz/

(30) *U Vejvodů*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: ttps://www.restauraceuvejvodu.cz/

(31) *U Zlaté Konvice*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: https://www.ukonvice.cz/

(32) *U Zlatého Lva*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: http://www.uzlateholva.eu/

(33) *BiBoViNo*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: https://www.bibovino.cz/

(34) *Chez Greg*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: http://chezgreg.cz/fr/

(35) *Fransýr*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: http://www.fransyr.cz/?lang=fr

(36) *Klobáskárna*. 2018. [online]. [cit. 18. 7. 2018]. Dostupné z: http://www.klobaskarna.cz/fr/

Odborná literatura

BAKER, M. (1992): *In other words: a coursebook on translation.* London: Routledge.

BERÁNEK, J. (2005): *Slovník potravinářů a gastronomů.* 1. vyd. Praha: MAG Consulting.

BRAÇAJ M. (2015): Procedures of translating culture-speci c concepts. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6.1, 476–*480.*

CATFORD, J. C. (1965): *A linguistic theory of translation: an essay in applied linguistics.* London: Oxford University Press. .

ČERNÝ, J. (2005): *Nový encyklopedický slovník gastronomie 1, 2.* Úvaly: Ratio.

ČMEJRKOVÁ, S (2000): *Reklama v češtině: čeština v reklamě.* Praha: Leda.

FAWCETT, P. (1997): *Translation and Language.* Manchester: St. Jerome Publishing.

GUERRA, F. A. (2012): Translating culture: problems, strategies and practical realities. *Art and Subversion,*. 3.1, 12.

HEROLD, K. (2018): *Vícejazyčnost a překladovost v jazykové krajině centra Prahy*. Diplomová práce. Praha: lozo cká fakulta, Univerzita Karlova.

HORECKÝ, J. (1978): O prekladaní terminológie. *Preklad spoločenskovedných textov*, Obzor, Bratislava, 61–66.

HRDLIČKA, M. (2001): *Globalizace světa, globalizace komunikace a její důsledky pro translaci.* Lingua et Communicatio in Sphaera Mercaturae, lozo cká fakulta Ostravské univerzity, Ostrava, 23–27.

HRUBÁ, P. (2015): T*he Translation of Czech Restaurant Menus into English*. Diplomová práce. Zlín: Faculty of Humanities, Tomas Bata University in Zlín.

CHIARO, D. – ROSSATO L., (2015): Food and translation, translation and food. *The Translator*, 21.3, 237–243.

CHLUMSKÁ, L. (2017): *Překladová čeština a její charakteristiky.* Praha: Lidové noviny.

ILEK, B. (1977): Místo teorie odborného překladu v soustavě věd o překladu, in: *Preklad odborného textu*, Bratislava: SPN, 9–14.

JANČÁR, O. – BURDA, A. (2014): *Vícejazyčný slovník odborné terminologie v gastronomii.* 1. vyd Opava: Slezská univerzita v Opavě.

JEHLIČKA, M. (1977): Úloha reálií ve výchově překladatelů, in: *Preklad odborného textu*, Bratislava: SPN, 195–202.

JETTMAROVÁ, Z. (1998): Úloha kontextu v překladu reklamy do češtiny: dynamika výchozí překladatelské normy, in: Rády, A. (ed.), *14 × o překladu*, Praha: JTP, 29–42.

KŘÍŽEK, Z. – CRHA, I. (2003): *Jak psát reklamní text*. Praha: Grada.

LÁNSKÁ, D. (2012): Jídelní lístek jako klíč k úspěchu restaurace: problematika překladů jídelních lístků do cizích jazyků, in: KLÁNOVÁ E. a kol., *Gastronomie v toku času I*. Praha: Press 21.

LEVÝ, J. – ČERVENKA, M. (1971): *Bude literární věda exaktní vědou? Výbor studií*. Praha: Československý spisovatel.

LEVÝ, Jiří. (2012): *Umění Překladu.* Praha: Apostrof.

METZ, R. – GRÜNER, H. – KESSLER, T. (2008): *Restaurace a host: základní odborné vědomosti: restaurace, hotel, kuchyně.* 1. vyd. . Praha: Europa-Sobotáles.

MONTAGNÉ, P. (1967): *Nouveau Larousse gastronomique.* Paris: Larousse.

MUNOZ, I. D. (2012): Analysing common mistakes in translation of tourist texts (Spanish, English and German). *ONOMÁZEIN,* 26.2, 335–349.

MUTH, S. (2016): Street Art as Commercial Discourse: Commercialization and a New Typology of Signs in the Cityscapes of Chisinau and Minsk, in: Blackwood, R. – Lanza, E. – Woldemariam, H. (ed.), N*egotiating and Contesting Identities in Linguistic Landscapes*, London: Bloomsbury Academic, 19–36.

NAZAROVA, R. Z. – ZOLOTAREV, M. V. (2015): Precedentnye fenomeny: Problemy de nicii i klassi kacii precedentnych fenomenov. *Izv. Sarat. un-ta. Nov. ser. Ser. lolo ja. Žurnalistika,* 15.2, 17–23.

NEWMARK, P. (1988): *A Textbook of translation.* Singapore: Prentice Hall.

NIDA E. A. (1964): *Towards a Science of Translating.* Leiden: E. J. Brill.

NORD, Ch. (1991): *Text Analysis in Translation.* Amsterdam – Atlanta: Rodopi.

OBERG, K. (1960): Cultural Schock: Adjustment to New Cultural Environments: Symptoms of Culture Shock. *Practical Anthropology*, 7.4, 177–182.

POLÁČKOVÁ, L. (2017): *Analýza překladu jídelního lístku do anglického jazyka*. Diplomová práce. Praha: Katedra Hotelnictví, Vysoká škola hotelová v Praze 8, spol. s r.o.

POŠTULKA, V. (2004): *Labužníkův lexikon.* Praha: Paseka.

REIß, K. – VERMEER, J. H. (2013): T*owards a general theory of translational action: skopos theory explained*. Manchester: St. Jerome Publishing.

ROBINSON, D. (1997): *Becoming a Translator.* London: Routledge.

ROMAŠEVSKÁ, K. – LAH, J. (2017): Příspěvek ke kritické analýze reálií. *Studie z aplikované lingvistiky*. Zvláštní vydání, 34–47.

SCOLLON, R., – SCOLLON, B. K. S. (2003): *Discourses in Place: Language in the Material World*. London: Routledge.

SHOHAMY, E. – BARNI, M. (eds.) (2010): *Linguistic Landscape in the City*. Bristol: Multilingual Matters.

SHOHAMY, E. – GORTER, D. (eds.) (2009): *Linguistic Landscape: Expanding The Scenery.* New York: Routledge.

SCHENKEL, W. (2005): *Tajemství jídelních lístků: velký slovník světových jíde*l. Pardubice: Mayday.

SKIBITSKA, O. (2013): The challenges of translation of tourist e-text. *Translation Journal*. 17,4.

SLANINA, M. – SRKALA, A. a kol. (1980): *Názvy a popisy jídel: česky, rusky, anglicky, německy, francouzsky*. 2., doplň. vyd. Praha: Merkur.

SULAIMAN, M. Z. (2016): The misunderstood concept of translation in tourism promotion. *Translation & Interpreting,* 8.1, 53–68.

ŠMÍD, V. a kol. (1997): *Gastronomický slovník v kostce: [čeština], angličtina, francouzština, italština, němčina*. 1. vyd. Úvaly: Ratio.

TOURY, G. (1995): *Descriptive Translation Studies and Beyond*. Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins.

TREBATICKÁ, H. (1998): The Translation of Tourist Texts, in: Rády, A. (ed.), *14 × o překladu*, Praha: JTP, 80–86.

VALDES, J. M. Culture Bound (1986): *Bridging the Cultural Gap in Language Teaching.* Cambridge: Cambridge University Press.

VINAY, J.-P. – DARBELNET, J. (1969): *Stylistique comparée du français et de l'anglais: methode de traduction*. Paris: Didier.

VLACHOV, S. I. – FLORIN, S. (1969): *Neprevodimoto v prevoda*. So a: Nauka i izkustvo.

Online zdroje:

HACCP. 2018. [online]. [cit. 16. 7. 2018]. Dostupné z: https://haccp.webnode.cz/hostinska-cinnost/kategorizace-hostinskych-zarizeni/

STOLNICENI. 2018. [online]. [cit. 16. 7. 2018]. Dostupné z: http://www.stolniceni.cz/1_-rocnik/jidelni-a-napojovy-listek

ISO 12913. 2018. [online]. [cit. 16. 7. 2018]. Dostupné z: https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:12913:-1:ed-1:v1:en.

PODNIKATEL. 2018. [online]. [cit. 16. 7. 2018]. Dostupné z: https://www.podnikatel.cz/clanky/jidelni-listek-delsi-nez-jiraskovy-romany-nejvetsi-problem-ceskych-restauraci/

EURLEX. 2018. [online]. [cit. 16. 7. 2018]. Dostupné z: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=celex%3A32011R1169

BBC. 2018. [online]. [cit. 16. 7. 2018]. Dostupné z :/https://www.bbc.co.uk/news/blogs-trending-44898094/

SAGIT. 2018. [online]. [cit. 22. 7. 2018]. Dostupné z: http://www.sagit.cz/info/sb98155

STATISTIKY PRAHA. 2018. [online]. [cit. 22. 7. 2018]. Dostupné z: http://cestovniruch.praha.eu/jnp/cz/pruzkumy_a_statistiky/rok_2017/index.html

Příloha A

Obsah CD

Abstrakt v češtině

Abstrakt v angličtině

řešení práce

Obrazový a textový materiál

Příloha B

	Název restaurace	Web	Jazyky
1.	2+KK	http://www.2kk-restaurant.cz/	en
2.	A divadlo pokračuje	http://www.pokracuje.com/Divadlo_pokracuje/home.html	en
3.	A Plus	https://www.restauraceaplus.cz/	-
4.	**à Table**	**https://www.zomato.com/cs/praha/%C3%A0-table-dejvice-praha-6/menu**	**fr**
5.	Agave	http://agaverestaurant.cz	en
6.	Akcent	http://www.akcent-hotel.cz/en/about-us/akcent-restaurant-menu-a-la-carte/	en, de, ru, it
7.	Al Riso	http://www.alriso.cz/	en
8.	Alforno Focacceria Italiana	www.al-forno.cz	en
9.	Alfredo	https://www.zomato.com/cs/praha/alfredo-caf%C3%A9-star%C3%A9-m%C4%9Bsto-praha-1/menu	-
10.	Alhrvn, La Rotonde	https://www.alhrvn.cz/	en
11.	Alma	http://www.almarestaurace.cz/	-
12.	Alpská restaurace	http://www.alpskarestaurace.cz/	en
13.	Altány Kampa	http://www.altanykampa.cz/	en
14.	**Amandine**	**http://www.cafeamandine.cz/**	**fr, en**
15.	Amaryla	http://www.amaryla.cz/cz/	en, ru
16.	Ambassador	http://www.ambassador.cz/default-cs.html	en
17.	Ambiente Brasileiro	http://brasileiro-uradnice.ambi.cz/	en
18.	Ambrózie	http://www.ambrozie.cz/	en
19.	Amfora	http://www.amforarestaurant.cz/	en
20.	Amore more	http://www.amoremore.cz/	en
21.	Amos restaurant	http://amosrestaurant.cz/	en, de, ru, it

22. Ananta	http://www.anantasesa.cz/tydeni-menu	-
23. Anděl Plzeňský Reustarant	ww.reustaraceandel.cz	en
24. Angel fresh	http://www.angelsfresh.cz/restaurace/kontakt	-
25. Anna	http://ristorante-anna.cz/	en
26. Anno Domini 1471	http://www.krcmapraha.cz	en
27. Antal	http://www.restauraceantal.cz/	-
28. Apetit Praha	https://www.apetitpraha.cz/	en
29. Apetit Restaurant	http://www.apetitpraha.cz/pobocky/gastrokomplex-dlouha/	en
30. Aquarius	http://www.aquarius-prague.com/	en
31. Archibald	https://www.archibaldatthecharlesbridge.cz/cs-cz	en
32. Argument	http://www.argument-restaurant.cz/home-page/	en
33. Argument	http://www.argument-restaurant.cz/uvodni-strana/	en
34. Aromi	https://aromi.lacollezione.cz/	en, it
35. Art Nouveau	https://www.francouzskarestaurace.cz/	en
36. ART&FOOD Had	http://www.zlatyhad.cz/	en
37. Arter	www.arter.cz	-
38. Artista	https://www.lepalaishotel.eu/	en
39. Asador codillo	http://www.pivnicestupartska.cz/	en, de, ru
40. Asia restaurant	http://www.dragonasiarestaurace.cz/	-
41. Asian House	http://asianhouse.cz/cs/	en
42. Ateliér	http://atelier-restaurant.cz/?utm_source=tripadvisor&utm_medium=referral	en
43. Au gourmand	http://www.augourmand.cz/	en
44. Auld Dubliner	http://www.aulddubliner.cz/	jen en
45. Avantgarde Restaurant	http://www.avantgarderestaurant.cz/	en

46.	Avion Street Café	www.avionstreetcafe.cz	-
47.	Back Doors	www.backdoors.cz	en
48.	Bad Jeff's	http://www.badjeffs.cz/	en
49.	Bahn mi makers	http://www.banhmimakers.com/	en
50.	Ballon	http://restaurace-ballon.cz/	en
51.	Balounova restaurace U břízy	http://www.balounovarestauraceubrizy.eu/	-
52.	Balu Project	https://www.baluproject.cz/	en, ru
53.	Bar & Grill asko	http://www. askoburger.cz/	en
54.	Bar Chýše	www.barchyse.cz	-
55.	Bar Na Marjánce	http://www.barnamarjance.cz/	-
56.	**Baráčnická rychta**	**http://www.baracnickarychta.cz/cz/jidelni-listek/**	**en, ru, fr**
57.	Basilico	http://www.basilico.cz/	en, it
58.	Bastion Prague	http://bastion-prague.cz/	en, ru, es, zh
59.	Baterka,Restaurace Baterka	https://www.baterka.com/	en
60.	Be Friendly	http://befriendly.cz	en
61.	Becket's Irish Gastropub	https://www.beckettsirishgastropub.com/	jen en
62.	Beer and Burger U Čížků	http://www.ucizku.cz/	en
63.	Bejzment	http://www.bejzment.cz/lesnicka/	-
64.	Bella Vida Café	http://www.bvcafe.cz	-
65.	Bellavista	http://www.bella-vista.cz/	en
66.	Bellevue	https://www.bellevuerestaurant.cz/cz/	en
67.	Benjamin 14	https://benjamin14.cz/	-
68.	Bernard pub,Bernard Pub,U Bílého Lva	https://www.bernardpub.cz/pub/andel	-
69.	Besední restaurace	http://www.besednirestaurace.cz/	-
70.	Bibimbap Korea	http://www.bibimbap.cz/	en,kor
71.	**Bibovino**	**http://bibovino.cz/**	**fr**

72.	Bílá vrána	http://www.bilavrana.com/	en
73.	Bistro 8	http://www.bistro8.cz	en
74.	Bistro de France	http://www.bistro-de-france.cz/	en
75.	Bistro deli	http://www.bistrodeli.cz/	en
76.	Bistro Kaprova	https://www.bistrokaprova.cz/cz/uvod/	en
77.	Bistro Váleček	http://bistrovalecek.cz/	en, ru
78.	Bistrotéka	https://bistroteka.lacollezione.cz/	en
79.	Black Dog Cantina	http://www.blackdogs.cz/	en
80.	**Blatnice**	**http://www.blatnice.com**	**fr, en, de, ru**
81.	**Blatnička**	**http://restaurace-blatnicka.cz/kontakt.html**	**en, de, it, ru, fr**
82.	Blázinec	http://www.blazinecandel.cz/	-
83.	Blue Orange Restaurace	http://www.blueorange.cz	-
84.	Blue Wagon	https://www.bluewagon.cz/?utm_source=tripadvisor&utm_medium=referral	en
85.	Bohemia Bagel	http://www.bohemiabagel.cz/	en
86.	Bonvivants	http://bonvivantsprague.com/?utm_source=tripadvisor&utm_medium=referral	en
87.	Boogie house	http://www.boogiehouse.cz/	-
88.	Botanic	http://www.restaurace-botanic.cz/	en
89.	Brasileiro Slovansky dum	http://brasileiro-slovanskydum.ambi.cz/cz/	en
90.	**Brasserie La Gare**	**https://www.brasserielagare.cz/**	**en, fr**
91.	Bredovský dvůr	http://www.restauracebredovskydvur.cz	en, ru
92.	Bresto	http://www.bresto.cz/	en, ru, it
93.	Brož	http://www.broz-d.cz/	en
94.	Bruska	http://www.restaurace-	-

		bruska.cz/	
95.	**Bruxx**	**http://www.bruxx.cz/**	**fr, en**
96.	BTW bistro	http://btwbistro.cz/	en
97.	Bubbles Oysters	http://www.bubbles-oysters.cz/	jen en
98.	Buket buket	https://www.buket-buket.cz/	-
99.	Buono	http://www.buono.cz/	en
100.	Burger letná	http://www.burgerletna.cz/	-
101.	Buschetto	http://www.buschetto.cz/	en
102.	Butcher's	www.butchers.cz	en
103.	Café 22	http://www.cafe22.cz/	-
104.	**Café 35**	**www.ifp.cz**	**en, fr**
105.	Café Ad astra	http://www.cafeadastra.cz/	-
106.	Café Alba	https://www.zomato.com/cs/ praha/caf%C3%A9-alba-mal%C3%A1-strana-praha-1/menu#tabtop	en, es
107.	Café Braun	http://www.cafebbraun.cz/?utm_source=tripadvisor&utm_medium=referral	en, ru
108.	Café Calma	http://www.calma.cz/	-
109.	**Café de Paris**	**http://www.cafedeparis.cz/cs/**	**fr**
110.	Café Domeček	http://www.cafedomecek.cz/	en
111.	Café Imperial	http://www.cafeimperial.cz/?utm_source=tripadvisor&utm_medium=referral	en
112.	Café Italia	http://www.caffeitalia.cz/caffeitaliacz/	en
113.	Café la Crčme	http://www.cafelacreme.cz/	en
114.	Café La familia	http://www.cafelafamilia.cz/?utm_source=tripadvisor&utm_medium=referral	-
115.	Café Lounge	http://www.cafe-lounge.cz/	en
116.	Cafe Mozart	https://www.cafemozart.cz/menu_cz.htm	en, ru, zh
117.	Café Palanda	http://www.cafepalanda.cz/	-

118.	Café Platýz	https://www.cafeplatyz.cz/	-
119.	Café Rico	www.caferico.cz	-
120.	Café Savoy	http://cafesavoy.ambi.cz/cz/	en
121.	Café Savoy	http://cafesavoy.ambi.cz/cz/?land_off=1	en
122.	Café Taussig	http://www.cafe-taussig.cz/menu.html	en
123.	Cafe Terapie	http://www.cafeterapie.cz/	en, it
124.	Café Therapy	http://www.cafe-therapy.cz/	en
125.	Café Tramvaj	https://www.zomato.com/cs/praha/caf%C3%A9-tramvaj-11-nov%C3%A9-m%C4%9Bsto-praha-1/menu	en
126.	Café U Týna	https://www.restaurantutyna.cz/en/	en, ru
127.	Café Zátiší	http://cafezatisi.cz/	-
128.	Cafe-Pub Atmosphere	http://www.atmoska.cz/	en
129.	Caffé U Zvonu	http://www.caffeuzvonu.cz/uzvonucz/	en
130.	Caffrey's	https://www.caffreys.cz/food/	jen en
131.	Cantina	http://www.restauracecantina.cz/	en
132.	Canzone	http://canzone.cz/	-
133.	Capretto	http://capretto.cz/	en, it
134.	Carmelita	http://www.restauracecarmelita.cz/	en
135.	Cartello Alto	http://www.cartello.cz/	-
136.	Casanova	https://www.casanovarestaurant.net/	en, it
137.	Caspian	http://caspian.cz/en	en, ru, cz
138.	Času dost	https://www.casu-dost.cz/	en
139.	Čertovka	http://www.certovka.info/	en, de, ru
140.	Červená sedma	https://cervenasedma.com/	en, ru, it
141.	Československá	http://www.csrizkovna.cz	-

	ŘÍZKOVNA		
142.	Chabad	http://www.chabadprague.cz/templates/articlecco_cdo/aid/1080585/jewish/The-Chabad-Kosher-GRILL-restaurant.htm	jen en
143.	**Chez Greg**	**http://chezgreg.cz/**	**fr**
144.	**Chez Marcel**	**http://www.chezmarcel.cz/**	**en, fr**
145.	Chilli Point	http://www.chillipoint.cz/	-
146.	Chládek Zahradnické centrum	http://www.zahradnictvi-chladek.cz/restaurace.html	-
147.	Chorvatský mlýn	https://www.chorvatskymlyn.cz/	-
148.	Chutnoff	chutnoff.cz	ru
149.	Čistý stůl	http://cisty-stul.cz/	en
150.	Club restaurant Na Hromádkové	http://www.nahromadkove.cz/	-
151.	CODA Restaurant	https://www.codarestaurant.cz/	en
152.	Como	http://www.comorestaurant.cz/	en, de, ru, zh, vi
153.	Concordia,Pizzeria Concordia	http://www.pizzeria-concordia.cz/	en
154.	Coolna	http://www.coolna.in/	-
155.	Cottocrudo	http://www.cottocrudo.cz/en-GB/restaurant	en
156.	Country Life	https://www.countrylife.cz/prodejna-country-life-dejvice-praha	-
157.	Country Life	https://www.countrylife.cz/prodejna-country-life-melantrichova	-
158.	Country Saloon	www.countrybar.cz	en
159.	Crazy Cow	http://crazycow.cz/cz/	en
160.	Creme Caffé Il Balcone	https://www.zomato.com/cs/praha/creme-caff%C3%A9-il-balcone-mal%C3%A1-strana-praha-1/menu#tabtop	en
161.	Crêperie Café Girafe	http://www.cafegirafe.cz/?utm_source=tripadvisor&utm_medium=referral	en

162.	Creperie Mirakulum	http://www.creperiemirakulum.cz/	en
163.	Crystal	http://crystal-restaurant.cz/	en
164.	Cukrárna St. Tropez	http://www.cukrarnatropez.cz/	-
165.	Curry House	http://www.curryhouse.cz	en
166.	Curry House	http://www.currypalace.cz	en
167.	Curry Masala	http://www.currymasala.cz/	en
168.	Da Capo	http://www.da-capo.cz/	en, ru
169.	Da Matteo	http://www.damatteo.cz/	en, it
170.	Deer	https://www.deerprague.com/	en, de, ru, es, it
171.	Déjà vu club	https://www.dejavuclub.cz/cz	en
172.	Delicates Pizzeria&Café	http://pizzadelicates.cz/	en
173.	Demínka	http://www.deminka.com/	en
174.	Dhaba Beas	http://www.beas-dhaba.cz/	en
175.	Dhaba Beas,Dhaba Beas	http://www.beas-dhaba.cz/belehradska/?l=cz	en
176.	Dhaba Beas,Dhaba Beas	http://www.beas-dhaba.cz/cz/dhaba-tynska	en
177.	Dhaba Beas,Dhaba Beas	http://www.beas-dhaba.cz/vladislavova/	en
178.	Dish – ne burger bistro}	https://www.dish.cz/	-
179.	Divinis	http://www.divinis.cz/	en
180.	Dong Hai	www.donghai.cz	-
181.	Drinopol	http://www.drinopol.cz/	-
182.	Duplex	https://www.duplex.cz/cs/	en
183.	Dvorák	https://restaurace-dvorak.business.site/	zomato: en, de
184.	Dynamo	http://www.dynamorestaurace.cz/	en
185.	Eatbu	https://cafe esta.eatbu.com/	-
186.	El Barrio de Ángel	http://www.elbarrio.cz/	-
187.	El Centro	http://www.elcentro.cz/	jen en
188.	El Emir	http://koruna.elemir.cz/cz/	en
189.	El Pablo	http://www.elpablo.unas.cz/	es, en,

			ru
190.	El Pueblo	http://www.elpueblo.cz/cs/	-
191.	El Toro negro	https://www.eltoronegro.cz/	en, de, it, es, ru
192.	Escobaras	http://www.escobaras.cz/	-
193.	Eska	http://eska.ambi.cz/cz/menu-restaurace?id=23456	en
194.	Esplanade	https://www.esplanade.cz/	en, de, it, es, zh
195.	Eureka	http://www.restaurace-eureka.cz/	-
196.	Everest	http://www.restauraceeverest.cz/en	
197.	Evropa	www.daphotel.cz	en, de, ru, zh
198.	eldrestaurant	http://www. eldrestaurant.cz/cz/en	
199.	esta	www.restaurace- esta.cz	-
200.	GO	http://www. gorestaurant.cz/	en
201.	Food Story	http://www.foodstory.cz/kavarna/en	
202.	Fosil	https://www.fosil.cz/cz/	-
203.	Fraktal	http://fraktalbar.cz	en
204.	Francouzský trh	http://www.francouzskytrh.cz/cs/en	
205.	**Fransýr**	**http://www.fransyr.cz/?lang=cs**	**fr**
206.	FreeSolo	http://freesolo.cz/restaurace.html -	
207.	Fresherie	http://www.fresherie-bistro.cz/	en
208.	Gamberosso	https://www.gamberorosso.men/en	
209.	Gaoden	http://gaoden.cz/	-
210.	Gastronom restaurant	http:// www.gastronomrestaurant.cz/	-
211.	George Prime Steak	https://georgeprimesteak.com/	en

212.	GF	https://gfrest.cz/	en
213.	Giallo Rossa	http://www.giallorossa.cz/	-
214.	Giardino	http://www.restgiardino.cz/	en
215.	Gitanes	https://www.zomato.com/cs/praha/gitanes-mal%C3%A1-strana-praha-1/menu#tabtop	-
216.	Globus	http://www.hotel-globus.cz/cs/gastronomie/restaurace	en, de, ru
217.	Gočárův dům,Oceán	https://www.zoopraha.cz/	en, ru, zh
218.	Gold Chicken	http://www.goldchicken.cz	-
219.	Gouranga	http://www.gouranga.cz/	-
220.	Gourmet pauza	http://www.gourmetpauza.cz/?utm_source=tripadvisor&utm_medium=referral	en
221.	Gourmeta	https://www.gourmeta.cz/	-
222.	Govinda	http://www.govinda-vegclub.cz/	en
223.	Góvinda	http://govindarestaurace.cz	-
224.	Grand Cru	www.grand-cru.cz/	en
225.	Gran erro	http://gran erro.cz	en
226.	Green factory	http://www.green-factory.cz/	-
227.	Green Tomato	http://green-tomato.cz/	en
228.	Gui Lin	http://guilin.cz/	en
229.	Gurmet	http://www.gurmetpasazdlouha.cz/	en
230.	Gusto Giusto	http://www.gustopizza.cz	en
231.	Guston	https://www.guston.cz/	en, ru
232.	Hajnovka	http://www.hajnovka.cz/	en
233.	Hamburger Praha	http://www.hamburgerpraha.cz/	-
234.	Hanabi	http://www.ihanabi.cz/	en
235.	Hanil	http://www.hanil.cz/	en
236.	Harry's restaurant	http://www.harrysrestaurant.cz/	en
237.	Haštalský dědek	http://hastalskydedek.cz/	en, ru

238.	Havana	http://www.cubito.cz/	-
239.	Havelka	https://www.zomato.com/cs/praha/restaurant-havelka-star	en, de, ru,
240.	Havelská Koruna	%C3%A9-m%C4%9Bsto-praha-1	ro, es
241.	Havlíčkova restaurace	http://www.havelska-koruna.cz/	en
242.	Hector	http://restauracehavlickova.cz/index.html	-
243.	Himalaya Restaurant	http://www.hector.cz/	-
244.	Hiro	http://himalayarestaurant.cz/	en
245.	Hlávkův dvůr	http://www.hiro-restaurant.cz/	jap, en
246.	Hloupý Honza	http://www.hlavkuvdvur.cz/	en, de, ru
247.	Hlučná samota	http://www.hloupyhonza.cz/	en, de, ru
248.	Hoffmeister	http://www.hlucna-samota.cz/	en
249.	Hokejka	https://www.hoffmeister.cz/restaurace	en, de, ru, es
250.	Holešovická Kozlovna	http://www.restauracehokejka.cz/	-
251.	Hombre del mundo	http://www.holesovickakozlovna.cz	en
252.	Hooters,Hooters	http://hombredelmundo.cz/	en
253.	Hormeda	http://www.hooters.cz/cz/vodickova/Menu/832	-
254.	Hospoda u zvonu	http://www.hormeda.cz/	en, de, ru
255.	Hospoda v Lucerně	http://hospodauzvonu.cz/	-
256.	Hospůdka Karolína	http://www.hospodalucerna.cz/	en
257.	Hospůdka Náš Váš svět	http://karolina.wz.cz/	-
258.	Host	http://www.nasvassvet.cz	-
259.	Hostinec nad Šárkou		
260.	Hostinec U Tunelu		
261.	Hostinec v Chaloupkách		

http://www.hostrestaurant.cz/	en	http://www.utunelu.cz/	-
http://nadsarkou.cz/	-	http://www.hostinecvchaloupkach.cz	-

262.	Hotel Jalta	http://www.hoteljalta.com/cs/restaurace/	en, de, jap
263.	Hotel Leonardo	http://www.hotelleonardo.cz/cs	
264.	Hotel Majestic	https://www.hotel-majestic.cz/en/dining/restaurant-asmera/	en, es, ru, de, it
265.	Hotel Meran	http://www.hotelmeran.cz/hotel-home	en, de
266.	**Hotel Paris**	**https://www.hotel-paris.cz/cs/sarah-bernhardt-restaurant-praha/**	**en, fr**
267.	Hotel President	https://www.hotelpresident.cz/cs/	en
268.	Hotel Pyramida	http://www.hotelpyramida.cz/cz/restaurace/	en
269.	Hotel Ramada	https://www.hotelramadaprague city.cz/en/restaurant	en, de, ru
270.	Hradčany Savoy	https://www.hradcanysavoyprague.com/cs/	-
271.	Hrádeček	http://www.hradecek-praha.cz/	en
272.	Huricane Factory	https://www.hurricanefactory.com/prague/cs/restaurace	en
273.	Husa	http://www.phalbertov.cz/	en
274.	Husinec	http://www.husinecrestaurace.cz/	en
275.	Hybernia Pilsner Urquell Art Restaurant	http://www.hybernia.cz/jidelni-listek	en
276.	Ichnusa	https://www.ichnusa.restaurant/cs/	en, it
277.	IF Cafe	http://ifcafe.cz/info/24-if-cafe-werichova-vila	-
278.	Il Giardino	http://www.pizzerie-il-giardino.cz/	-
279.	Il Giardino	http://www.ilgiardino.cz/	en
280.	Il Giardino	http://www.ristoranteilgiardino.cz/	en
281.	Il Gusto	http://www.ilgusto.cz/	en, it

282.	Il Mulino	www.ilmulino.cz/	en, it
283.	Il Palazzo	http://www.ilpalazzo.cz/	jen en
284.	In Loco	http://www.inloco.cz/florenc/	en
285.	Indian by Nature II	http://www.ibn-restaurant.cz/	en, de, it, es
286.	**Indian Jewel**	**http://www.indianjewel.cz/**	**fr, en, de, es**
287.	In nity	http://www.In nityBar.cz	en
288.	Irish Times Bar	http://www.irishtimesbar.cz/	jen en
289.	Jacob's restaurant	https://www.jacobsrestaurant.cz en /	
290.	Jáma Pub	http://www.jamapub.cz/#	en
291.	Jáma Steakhouse	http://www.jamasteak.cz/	en
292.	James Apartments	https://www.jamesapartments.c en z/	
293.	James Joyce Prague	http://www.jamesjoyceprague.c en z/	
294.	Jelica	http://www.jelica.cz/	en, sr
295.	Jenerálka	http://www.restauracejeneralka. en cz/	
296.	Jewel	http://www.jewel.cz/	en
297.	Jídelna Kolbenka	http://www.jidelna- - kolbenka.cz/	
298.	Jídelna Pe-Pe	http://www.jidelnapepe.cz/ -	
299.	Jídelna Srdcovka	http://www.jidelnasrdcovka.cz/ -	
300.	Jídelna Štěpánská,Jídelna Trojanka	http://www.trojanka.cz/ -	
301.	Jídelna Štěpánská,Jídelna Trojanka	http://www.trojanka.cz/ -	
302.	Jídelna Světozor	http://jidelnasvetozor.webnode. - cz/	
303.	Jídelna u Vrtule	http://uvrtulejidelna.webnode.c - z/	
304.	Jihoměstský pivovar	http://www.jihomestskypivovar. - cz/	
305.	Jiná krajina,Jiná krajina	http://www.jinakrajina.cz/ -	

306.	Jiná krajina,Jiná krajina	http://www.jinakrajina.cz/	-
307.	Jiný stav	jinystav.cz	en
308.	Jo's bar	https://www.josbar.cz/	en
309.	John Lennon Pub	https://www.johnlennonpub.cz/	en
310.	Joshi	www.joshi.cz	-
311.	Joy burger bar	http://joyburgerbar.cz/	-
312.	K The Two Brothers Restaurant	http://indian-restaurant-prague.com/	en
313.	Kábul restaurant	http://www.kabulrestaurant.cz/	en
314.	Kafárna Na kus řeči	http://www.kafarna.cz/	-
315.	Kampa Group	http://www.kampagroup.com/en/restaurants/hergetova-cihelna/	en, ru
316.	Kampa Group	http://www.kampagroup.com/en/restaurants/hergetova-cihelna/	en, ru
317.	Kampa Group	http://www.kampagroup.com/en/restaurants/kampa-park/	en, ru
318.	Kamparium	http://www.kamparium.cz/	en, de
319.	Kandelábr	http://www.restaurantkandelabr.cz/	-
320.	Karlínská pivnice	http://www.pivnicekarlin.cz/	-
321.	Karlův hostinec	http://www.dicarlo.cz/	en
322.	Karlův sklep	http://www.karluvsklep.cz/	-
323.	Kasta	http://www.restauracekasta.cz/	en, de
324.	Kaštan	http://www.kastanvkruhu.cz/	en
325.	Kastrol	http://restauracekastrol.cz	en
326.	Katr restaurant	http://www.katrrestaurant.cz/	en
327.	Katsura	http://www.katsura.cz/	en only
328.	Kavala	http://www.kavala-praha.cz/	-
329.	Kavárna creperie	http://www.kavarnacreperie.cz/o-creperii-3/chut-francie-110	en
330.	Kavárna Obecní dům	http://www.kavarnaod.cz/	en, de
331.	Kiin	www.kiin.cz	en
332.	Kika	http://www.kikarestaurace.cz/	-
333.	Kitchen Ramen Bar	https://www.kitchen-ramen-bar.cz/	en

334.	Kitchen Story my way	https://kitchenstory.eatbu.com	en
335.	Klášterní pivovar Strahov	http://www.klasterni-pivovar.cz/	en, de,ru
336.	Klášterní šenk	https://www.klasternisenk.cz/	en, ru
337.	**Klobáskárna**	**http://www.klobaskarna.cz/**	**fr**
338.	Klub cestovatelů	https://www.klubcestovatelu.cz/	en
339.	Klub Školka	http://www.klubskolka.cz/	-
340.	Kobe	http://www.koberestaurant.cz/	en
341.	Kočár z Vídně	http://kocarzvidne.cz/cs/uvod/	en, de
342.	Kofein Restaurant	https://ikofein.cz/cs/?utm_source=gmb&utm_medium=poi-info&utm_campaign=website	en
343.	Kogo	http://kogohavelska.cz/	en, it
344.	Kolkovna Budějovická,Kolkovna Celnice	http://www.kolkovna.cz/	en, sk, ru, ko
345.	Kolonial Pub	https://www.kolonialpub.cz/	en
346.	Konírna	http://www.konirna.eu/cs/	en, ru, zh
347.	Konvikt	http://www.konviktpub.cz/	en, ru
348.	Kopyto	http://www.kopyto.cz/cz/	-
349.	Kotleta	www.kotleta.cz	en
350.	Kozlovna Apropos	http://www.kozlovna-apropos.cz/	en, de, ru , it, es
351.	Kozlovna l. p. 1874	http://www.kozlovna1874.cz/	en, ru
352.	Kozlovna Lidická	http://www.kozlovna.eu/	en, ru
353.	Kozlovna Tylák	http://www.kozlovnatylak.cz/	en
354.	Kozlovna U Paukerta	http://kozlovna.cz/	en
355.	Kozlovna U Paukerta	http://www.kozlovna.cz/u-paukerta	en, ru
356.	Kozlovna U Paukerta,Kozlovna U Soudku	http://www.kozlovna.cz/u-soudku	-
357.	Králík v rádiu	http://www.kralikvradiu.cz/	-
358.	Království	http://www.kralovstvi.com/	-
359.	Kravín	https://www.restauracekravin.c	en

		z/	
360.	Krcma	http://www.krcma.cz/	en, de, ru
361.	Krčma U Pavouka	http://www.krcmaupavouka.cz/	en
362.	Kredenc	http://www.kredencrestaurant.cz/	-
363.	Krok zpět	http://www.krokzpet.cz/	en
364.	Krušovická chalupa	http://www.krusovicka-chalupa.com/	-
365.	Krusovicka Salanda,Krušovická Šalanda	http://restauracesalanda.cz/	-
366.	Krystal	http://www.krystal-bistro.cz/	en
367.	Kučerovka	http://icearena.cz/ice-restaurant-kucerovka/	en
368.	Kulový blesk	http://www.restauracekulovyblesk.cz/	-
369.	Kurkuma foods	https://www.kurkumafoods.com/menus-1	en
370.	**Kyvadlo**	**www.kyvadlo.com**	**fr, en, de, ru, it**
371.	La Bastille	https://labastille.webnode.cz/menu/	en
372.	La belle époque	http://www.labelleepoque.cz/?utm_source=tripadvisor&utm_medium=referral	en
373.	La Boca	http://www.laboca.cz	en
374.	La Bodeguita del Medio	http://www.labodeguitadelmedio.cz/	en, es
375.	La Bottega Gastronomica	http://gastronomica.lacollezione.cz/	en
376.	La Bottega Tusarova	http://tusarova.labottega.cz/	en
377.	La Casa Argentina	www.lacasaargentina.eu	en
378.	La Casa Argentina	https://www.lacasaargentina.cz/cs/	en
379.	La Corte,Restaurace Dvůr	www.lacorte-dvur.cz	en
380.	La Degustation Bohême	http://www.ladegustation.cz/cz/	en

	Bourgeoise		
381.	La nestra	https://la nestra.lacollezione.cz	en
382.	La nestra in Cucina	http://www.la nestra.cz	en
383.	La Loca	http://www.laloca.cz/	en
384.	La Piccola perla	http://www.lapiccolaperla.cz/	it, cz,
385.	La rotonde	https://www.larotonde.cz/?utm_source=tripadvisor&utm_medium=referral	en
386.	La Torretta	http://www.latorretta.cz	en
387.	La Torretta	http://www.latorretta.cz/	en
388.	La Veranda	https://www.laveranda.cz/cs/o-nas/	en
389.	Ladronka	http://www.ladronka.com/	-
390.	Lal Qila	http://lalqila.cz/	en
391.	**Lamberty**	**https://www.zomato.com/cs/praha/old- ne-lamberty-star%C3%A9-m%C4%9Bsto-praha-1**	**en, de, it, ru, fr**
392.	Las Adelitas	http://www.lasadelitas.cz/	en
393.	LASCALA	http://www.lascala.cz/	en
394.	Lavande	http://restaurantlavande.cz/	en
395.	Lavička	http://www.restaurace-lavicka.cz/en/	en, de, ru
396.	Le Camille	https://www.lecamille.cz/	-
397.	Le Cinque Corone	http://www.lecinquecorone.cz/modulo/home/	en, it
398.	**le terroir**	**https://www.zomato.com/cs/praha/le-terroir-star%C3%A9-m%C4%9Bsto-praha-1/menu#tabtop**	fr
399.	Legenda Praha	http://www.legendapraha.cz/	-
400.	Lehká hlava	http://www.lehkahlava.cz/	en
401.	Lemon	https://www.lemon.cz/	en
402.	Les Moules	http://www.lesmoules.cz/?utm_source=tripadvisor&utm_	en

		medium=referral	
403.	Letenský zámeček	http://letenskyzamecek.cz/cz/restaurace/zahradni-restaurace	en
404.	Little Eataly	https://www.zomato.com/cs/praha/little-eataly-star%C3%A9-m%C4%9Bsto-praha-1/menu	en
405.	Lokál	http://lokal-dlouha.ambi.cz/cz/	en
406.	Lokál U Bílé kuželky	http://lokal-ubilekuzelky.ambi.cz/	en
407.	Londoners Praha	http://www.londonerspraha.cz/menu-food.pdf	en
408.	Louvre	http://www.cafelouvre.cz/Uvod/	en
409.	Loving Hut	http://www.lovinghut.cz/	en
410.	Loving Hut	http://www.lovinghut.cz/	en
411.	Loving Hut	http://www.lovinghut.cz/	en
412.	Loving Hut	http://www.lovinghut.cz/	en
413.	Loving Hut	http://www.lovinghut.cz/	en
414.	Loving Hut	http://www.lovinghut.cz/	en
415.	Loving Hut	http://www.lovinghut.cz/	en
416.	Loving Hut	www.lovinghut.cz	en
417.	Loving Hut	http://www.lovinghut-zborovska.cz/	en
418.	Luka Lu	**https://www.lukalu.cz/**	en, de, ru, it, sr, fr
419.	Macao & Wok	http://macaorestaurant.cz/	en
420.	Máchova plzeňská restaurace	http://www.restauracemachova.cz/	-
421.	Made in Japan	https://www.madeinjapan.cz/	-
422.	Mailsi	https://www.mailsi.cz/	jen en
423.	Maitrea	http://restaurace-maitrea.cz/	en
424.	Maják	http://www.restaurantmajak.cz/	-
425.	Makakiko	www.makakiko.cz	en
426.	Malešický mikropivovar	http://www.malesickymikropivovar.cz/	en

427.	Malostranská beseda	http://www.malostranska-beseda.cz/cs/restaurace/o-restauraci/o-restauraci.html	en
428.	Malostranská pivnice	https://www.malostranskapivnice.cz/	en, de, ru, it
429.	Malý buddha	http://www.malybuddha.cz/	en
430.	Malý Ráj	https://www.zomato.com/cs/praha/mal%C3%BD-r%C3%A1j-dejvice-praha-6	-
431.	Mama Lucy	http://www.mamalucy.cz/menu.php	en, de,
432.	Mamy	http://www.mamyfood.cz/	en
433.	Mánes restaurant	https://www.manesrestaurant.cz/?utm_source=tripadvisor&utm_medium=referral	ru
434.	Mangal Restaurant	http://mangal-restaurant.cz/	en, tr
435.	Marina ristorante	http://marinaristorante.cz/menu/aktualita/	en, ru, it
436.	Marthy's Kitchen	http://www.marthyskitchen.cz/	-
437.	Martin's Pub	http://www.martinspub.cz/	-
438.	Masala	http://masala.cz/	en
439.	Mash Hana	http://www.mashhana.cz/	en
440.	Matylda	http://www.restaurantmatylda.cz/	en, ru
441.	Matylda	www.restaurant-matylda.cz	en,ru
442.	Mayur	http://www.indickarestauracemayur.cz/	en
443.	McCarthy's	https://www.mccarthys.cz/	jen en
444.	Mechanický Balet	www.mechanickybalet.cz	en
445.	Meet Beer	http://www.meet-beer.com/cs/	en
446.	Menza Jednota	kam.cuni.cz/KAM-20.html	en
447.	Merlin	http://www.merlin-pub.cz/	-
448.	Mezcal	http://www.mezcal-restaurant.cz/cs/	en
449.	Mezi Lány	https://mezilany.cz/cz/main.html	

450.	**Michal**	**https://www.restaurant-michal.cz/**	**en, de, ru, zh, fr**
451.	Mike's Cafeteria	https://www.zomato.com/cs/praha/mikes-cafeteria-star%C3%A9-m%C4%9Bsto-praha-1/menu	en
452.	Mincovna	restauracemincovna.cz	-
453.	Mio Gusto	http://mio-gusto.cz/	-
454.	Miyabi	http://www.miyabi.cz/	-
455.	Mlejnice	http://www.restaurace-mlejnice.cz/Mlejnice/kozna/uvod.html	en, ru, kor
456.	Mlsnej kocour	http://www.mlsnejkocour.cz/menu/	en
457.	Mlýnec	https://www.mlynec.cz/cz/	en
458.	Modrý beránek	http://www.modryberanek.cz/	en
459.	Modrý zub	http://www.modryzub.com/	en
460.	Moet Lounge	http://moetlounge.com/	jen en
461.	Momoichi	http://www.momoichi.cz/	en
462.	Mon ami	http://www.restauracemonami.com/	en
463.	Monarch Gastrobar	http://www.monarch.cz/	en
464.	Monarchie	http://www.restaurace-monarchie.cz/	en
465.	Mozaika Burger & Co.	http://www.mozaikaburger.cz/	en
466.	Mr. A	http://sovereignhotel.cz	en
467.	Muc Dong	http://mucdong.cz/cs/	en
468.	Můstek	http://www.restaurantmustek.cz	en
469.	Na Baště	http://www.nabaste.com/	
470.	Na Blbým místě	https://www.prahanablbymmiste.cz/	ru -
471.	Na Břehu Rhôny	https://www.nabrehurhony.cz/na-brehu-rhony-dejvice	-
472.	Na Farkáně	http://www.nafarkane.cz/	en

xx

473.	Na Hanspaulce	http://www.restauracenahanspaulce.cz/	en, de
474.	Na Hradčanské	https://www.nahradcanske.cz/	-
475.	Na Hrádku	http://www.restauracenahradku.cz/	en, de, ru
476.	Na Klárově	http://www.naklarove.cz/	en
477.	Na Klikovce	http://www.naklikovce.cz/	en
478.	Na Kopci	http://www.nakopci.com/	en
479.	Na Křižovatce	http://www.nakrizovatce.com	en
480.	Na Květnici	https://www.nakvetnici.cz/	en
481.	Na Mělníku	http://www.namelniku.cz/	-
482.	Na Pasece	http://www.napasece.cz/	-
483.	Na Pekařce	http://www.napekarce.cz/	en
484.	Na Rozhraní	http://www.narozhrani.cz/	en
485.	Na Růžku	http://www.naruzkusmichov.cz/	-
486.	Na Rychtě	http://www.prazdrojmenu.cz/na-rychte	-
487.	Na staré hospodě	http://www.stara-hospoda.cz/	en
488.	Na Staré Sokolovně	http://www.starasokolovna.cz/	-
489.	Na tý louce zelený	http://www.natyloucezeleny.cz	-
490.	Na Urale	https://www.naurale.cz/	-
491.	Na Václavce	https://www.navaclavce32.cz/	-
492.	Na verandě	www.naverandepraha.cz	-
493.	Na Závěrce	https://www.zomato.com/cs/praha/na-z%C3%A1v%C4%9Brce-b%C5%99evnov-praha-6	-
494.	Nad Alejí	http://nadaleji.cz/	-
495.	Nad Alejí	http://nadaleji.wixsite.com/nadaleji	-
496.	ne-SMYSL	http://www.restaurantnesmysl.cz	en
497.	Nebo	http://neborestaurace.cz/	-
498.	Nebozízek	http://www.nebozizek.cz/	en, de, ru
499.	Neklid	http://www.neklid.com/	en

500.	Nepomuk	http://www.inepomuk.cz/	en, de, ru
501.	Next Door by Imperial	http://www.next-door.cz	en
502.	NOla	http://www.nola.cz/	en
503.	Nominanza	http://nominanza.com/	en, ru
504.	Nostress	http://nostress.cz/#	en
505.	Novoměstský pivovar	https://www.npivovar.cz/cz/	ru, it, sl,
506.	Nu Beer Bar	nubeerbar.cz	en
507.	Nuance	https://www.nuancerestaurant.cz/	en
508.	O Sole Mio	http://ristorante-osolemio.cz/	en
509.	Oches	https://www.oches.com/	en, ru, ja, ko
510.	Old Ladys	http://www.oldladys.cz/	en
511.	Old Prague	http://www.old-prague.cz/cz/	en
512.	Oliva Nera	http://www.olivanera.cz/	en
513.	Oliva verde	https://www.olivaverde.cz/?lang=en	en, ru, zh
514.	Olive	http://www.olivefood.cz/olive-kodanska/3/	
515.	Olše	http://www.restaurantolse.cz/	en
516.	ONE Cafe Karlín	http://onecafe.cz/one-cafe-karlin-kontakt/	-
517.	One Club	http://www.oneclubprague.cz/cs/	ru
518.	OPUS Mediterranean Fusion	http://www.opus-restaurant.cz/	en
519.	Original Restaurant Kulaťák	http://www.kulatak.cz/	en
520.	Osika	https://osikarestaurant.cz/	-
521.	Osteria	http://www.osteria.cz/	en, it
522.	Osteria Da Clara	http://www.daclara.com/	en
523.	Osudová přitažlivost	http://www.osudova-pritazlivost.cz/	en

524.	Pagana,Pagana	http://www.pagana.cz	-
525.	Pagana,Pagana	www.pagana.cz	-
526.	Palatino,Pizzeria Palatino	http://palatino-cz.com/	-
527.	Pálffy	https://www.palffy.cz/	-
528.	**Papi Oliver**	**http://www.papioliver.cz/**	**en, fr**
529.	Passage	https://www.passage.cz/	-
530.	Pasta Fresca	http://pastafresca.ambi.cz/	en
531.	Pastacaffé	http://pastacaffe-vezenska.ambi.cz/cz/	en
532.	Pastař	http://www.pastar.cz/	en
533.	Pastička	https://www.pasticka.cz/	en
534.	Pastva	http://www.pastva-restaurant.cz/	-
535.	Peklo	https://www.restaurantpeklo.com/	en, de,ru
536.	Pelmeňárna	http://www.pelmenarna.cz/	en
537.	Pension a restaurace Petra	http://www.petra-penzion.cz/	-
538.	Pension U Lile	http://www.pensionulilie.cz/restaurant.html	en, it
539.	People's restaurant	http://www.peoplesrestaurant.com/	jen en
540.	Pepenero	http://pepenero.cz/	en, it
541.	Peperoncino	http://www.restaurant-peperoncino.cz/	-
542.	Perfect canteen	http://www.perfectcanteen.cz	en
543.	Periferia Trattoria	http://periferiatrattoria.cz/	-
544.	Perón	http://www.peronsmichov.cz/	-
545.	Pět peněz	www.restauracepetpenez.cz	-
546.	Peter’s Burger	http://burgerpub.cz/	-
547.	Petřínské terasy	**https://petrinsketerasy.cz/cz/**	**cs, en,**

			vi, no, ko, sr, el, sk, ro, se, he, ar
548.	Pho Duong Anh	http://phoduonganh.cz/	en
549.	Pho Nam Nam	http://phonamnam.cz/	en, vie
550.	Pho Original	http://www.phooriginal.cz/	en
551.	Pinta - pivní steakhouse	www.pinta-restaurace.cz	en
552.	Pivnice Pod Petřínem	http://www.pivnicepodpetrinem.cz/	en
553.	Pivnice u bazénu	http://www.pivniceubazenu.cz/	-
554.	Pivnice U Švehly	http://www.u-svehly.cz/	en
555.	Pivovar Lužiny	http://www.pivovar-luziny.cz	en
556.	Pivovar Národní	http://www.pivovarnarodni.cz/	en
557.	Pivovarská restaurace Dvorce	http://www.restaurace-dvorce.cz/	en
558.	Pivovarský dům	http://www.pivovarskydum.com/	en, ru
559.	Pivovarský klub	http://www.pivovarskyklub.com/	en, ru
560.	Pizza Coloseum	https://pizzacoloseum.cz/	en
561.	Pizza Grande	http://www.pizzagrande.cz/	-
562.	Pizza Jižní Město	http://www.pizzajiznimesto.cz/	-
563.	Pizza Letná	http://www.pizzaletna.cz/cz/	en
564.	Pizza Nuova	http://pizzanuova.ambi.cz/	en
565.	Pizza Pasta Factory	http://www.pizzapastafactory.cz/eng/	en
566.	Pizza To Go	http://www.pizzatogo.cz	-
567.	Pizza Tony	www.pizzatony.cz	-
568.	Pizza Veranda	www.pizza-veranda.cz	en
569.	Pizzeria Bonaccia	www.bonaccia.eu	-
570.	Pizzeria Carllino	http://www.carllino.cz	it
571.	Pizzeria Cerreto	http://www.cerreto.cz/	it
572.	Pizzeria Corto	https://www.pizzeriacorto.cz/	en, de

573.	Pizzeria di Carlo I - Giardino	http://www.pizzeriacarlo.cz/	it
574.	Pizzeria Einstein	https://www.pizza-einstein.cz/rumunska	-
575.	Pizzeria Grosseto	http://www.grosseto.cz/vinohrady	
576.	Pizzeria Grosseto	www.grosseto.cz/dejvice	en
577.	Pizzeria Il Carne	http://www.pizzailcarne.cz/	it
578.	Pizzeria Kmotra	http://www.kmotra.cz/	en
579.	Pizzeria La Palma	http://www.lapalma.cz/	it
580.	Pizzeria La Ventola	www.laventola.cz	en
581.	Pizzeria Piccolo Mondo	http://www.pizzeriapiccolomondo.cz/	en
582.	Pizzeria Rustica	www.rustica.cz	en, ru
583.	Pizzeria Severka	http://www.severka-pizzerie.cz	-
584.	Pizzeria Stella	http://www.pizzeriastella.cz/	-
585.	Pizzeria Treviso	http://www.treviso.cz	it
586.	Pizzerie Galaxie	http://www.pizzeriegalaxie.cz/	-
587.	Pizzerie Giovanni	http://www.pizzeriagiovanni.cz	en
588.	Pizzerie Mediterane	http://www.pizzeriemediterane.cz/	en
589.	Pizzerie U Čerta	http://www.pizzerieucerta.cz	-
590.	Plachta	http://www.plachta.cz/	en, de, ru
591.	Planeta Žižkov	www.planetazizkov.cz	-
592.	Plavby Vltava	https://www.plavby-vltava.cz/restaurace	en, de, ru, zh
593.	Plavecká polévka	http://www.plaveckapolevka.cz/	-
594.	Plnej pekáč	http://www.plnejpekac.cz/	-
595.	Plný pekáč	http://www.plnypekac.cz/	en
596.	Plzeňská restaurace	https://www.plzenskarestaurace.cz/en/contact/	en
597.	Plzeňský restaurant Anděl	http://www.restauraceandel.cz/	en, ru
598.	Po Letech	http://poletech.cz/	-

599.	Pod Hrází	http://www.hospudka-karolina.cz/	-
600.	Pod Juliskou	https://www.podjuliskou.cz/	en
601.	Pod Lipami	http://podlipamivrsovice.cz/	-
602.	Pod Loubím	http://www.podloubim.com/	-
603.	Pod Smetankou	http://www.podsmetankou.cz/	-
604.	**Pod Vezi**	**http://www.podvezi.com/cafe-creperie-pod-vezi**	**en, de, it, es, ru, fr**
605.	**Pod Vezi**	**http://www.podvezi.com/restaurant-pod-vezi**	**fr, en**
606.	Podolka,Podolka	http://www.restauracepodolka.cz/	-
607.	Podolka,Podolka	www.restauracepodolka.cz/	-
608.	Podolská kotva	http://www.podolskakotva.cz/	-
609.	Polo	http://www.barpolo.cz/	en
610.	Portfolio	http://www.portfolio-restaurant.cz/	en
611.	Postel bar	http://www.postelbar.cz/	en
612.	**Pot au feu**	**http://www.potaufeu.cz/**	**en, fr**
613.	Potrefená husa	www.phbohnice.cz	en
614.	Potrefená husa	http://www.staropramen.cz/	en
615.	Potrefená husa	http://www.staropramen.cz/	en
616.	Potrefená husa	http://www.staropramen.cz/	en
617.	Potrefená husa	http://www.staropramen.cz/	en
618.	Potrefená husa	http://www.staropramen.cz/	en
619.	Potrefená husa	http://www.staropramen.cz/	en
620.	Potrefená husa	http://www.staropramen.cz/	en
621.	Potrefená husa	http://www.staropramen.cz/	en
622.	Potrefená husa	http://www.staropramen.cz/husa	en
623.	Potrefená husa	http://www.potrefena-husa.eu/	en,
624.	Presto Florentinum	www.prestorestaurant.cz	ru en
625.	Presto meat - market	http://www.meat-market.cz/bistro	-

626.	Příčný řez	http://www.pricnyrez.cz/	en
627.	Profesní dům	https://www.profesnidum.cz/	en
628.	Prosecco	http://www.ristoranteprosecco.cz/	en
629.	Provocateur	http://www.provocateur-bistro.cz/	en
630.	Punjabi Tadka	https://www.punjabitadka.cz/	en
631.	Puskin	http://restauracepuskinsporilov.cz/	-
632.	Putica	http://www.putica.cz/	en
633.	R. M. Rilke	http://www.rmrilke.cz/en	en
634.	Raclettka	http://www.raclettka.cz/	en
635.	Rana	http://www.ranapakistani.cz	en
636.	Rawcha	http://www.rawcha.cz/	-
637.	Rebel wings	http://rebelwings.cz/#home	en
638.	Rebellion	http://www.rebellion-zizkov.cz/	-
639.	Red Hook	http://www.restaurantbarredhook.cz/	-
640.	RED Pif	http://www.redpif.cz/cs/jidelni-listek/	en
641.	**Redezvous Restaurant**	**http://www.rendezvous-restaurant.cz**	**fr**
642.	Repre	http://repre-restaurant.cz	en
643.	Residence Prague	https://www.residenceprague.cz/	ru, it,
644.	Rest.sním či jím	http://restrest.cz/	-
645.	Restaurace & bar Pradlenka	http://www.pradlenka.com/	en, de,ru
646.	Restaurace a klub Santoška	http://www.klubsantoska.cz/	-
647.	Restaurace ABC	http://www.restauraceabc.cz	-
648.	Restaurace Aureole	http://www.aureole.cz/	en
649.	Restaurace Břevnovka	http://www.brevnovka.cz/	-
650.	Restaurace COLUMNA	http://www.restauracecolumna.cz	en
651.	Restaurace Dole	http://nahoreadole.cz/	en

652.	Restaurace Historie	http://www.restaurace-historie.cz/	en, de, ru
653.	Restaurace Koulovna	http://www.restauracekoulovna.cz/	-
654.	Restaurace Kuta	https://restauracekuta.eatbu.com/	-
655.	Restaurace Mattes	http://www.mattesrestaurace.cz/	en
656.	Restaurace Na Šancích	http://www.nasancich.cz	-
657.	Restaurace Poja	http://www.restaurace-poja.cz/	-
658.	Restaurace Šárka	https://restauracesarka.cz/	-
659.	Restaurace Šeberák	http://www.seberak.cz/	-
660.	Restaurace Sofra	http://www.sofrarestaurant.cz	en, it
661.	Restaurace Sokol	http://www.restauracesokol.cz/	-
662.	Restaurace Sokolovna	http://www.sokolovnaradotin.cz	-
663.	Restaurace u Dvou Pánu	http://www.udvoupanu.cz/	-
664.	Restaurace U Rokytky	http://www.urokytky.cz	-
665.	Restaurace U Zlaté trumpety	http://www.jazzungelt.cz/	en, it
666.	Restaurace za školou	http://www.restauracezaskolou.cz/	-
667.	Restaurace Zdezim	http://zdezim.webnode.cz/	-
668.	Restaurace Zubajda	https://www.restauracezubajda.cz/	en, de
669.	Restaurant & Bar U Sudů	http://www.u-sudu.cz	-
670.	Restaurant 500 (pětistovka)	http://www.500restaurant.cz/	en
671.	Restaurant Aliter	www.hotel-unic.cz	en
672.	Restaurant Globus	http://restaurantglobus.cz/	-
673.	Restaurant Karlova	http://www.restaurant-karlova.cz/	en, de, ru
674.	Restaurant Parnas	https://www.restaurantparnas.cz/	en, de
675.	Restaurant Petřín	http://www.restaurant-petrin.cz/	-
676.	**Restaurant U Emy Destinové**	**https://www.uemydestinnove.cz/**	**en, it, da, de, ru, fr**
677.	Restaurant U Glaubiců	http://www.restaurantuglaubicu	en, de,

		.cz/	it
678.	Retro Prague	http://www.retroprague.com/cz/	en
679.	Richard's Kitchen	http://www.richardskitchen.cz/	
680.	Rio's Vyšehrad	http://www.riorestaurant.cz/	jen en
681.	Ristorante Alberto	http://www.pizzeria-alberto.cz/	it
682.	Ristorante Longiano	www.longiano.cz	it
683.	River Garden Grill	https://www.rivergardengrill.cz/	-
684.	Rocky O'Reillys'	http://rockyoreillys.cz/	jen en
685.	Rodr	www.rodr.cz	-
686.	Roma Uno	http://www.romauno.cz/	-
687.	Rudol num Café	http://www.rudol numcafe.cz/cz/	
688.	Rumika	http://www.rustika-restaurant.cz	en
689.	Rustique restaurant	http://www.rustiquerestaurant.cz/?utm_source=tripadvisor&utm_medium=referral	en
690.	Rychta	https://www.zomato.com/cs/praha/plze%C5%88sk%C3%A1-rychta-hotel-ambassador-zlat%C3%A1-husa-nov%C3%A9-m%C4%9Bsto-praha-1/menu	en, ru
691.	Sa r	http://isa r.cz/	-
692.	Salabka	http://www.salabka.cz/	-
693.	Salaš U Staré cesty	http://www.ustarecesty.cz/	en
694.	San Carlo	http://www.sancarlo.cz/malastrana/cz/	
695.	Sanjay	http://www.sanjay.cz	-
696.	Santini garden	http://www.santinigarden.cz/	en
697.	Sapori	http://www.saporirestaurace.cz/	en
698.	Šárka	http://www.restauracesarka.com/	-
699.	SaSaZu	http://www.sasazu.com	en
700.	Sedm konšelů	http://sedmkonselu.cz/index.php?option=com_speisekarte&view	en

		=dines&layout=default&Itemid =234#jidlo	
701.	Šenkovna	http://www.senkovnapub.cz/	-
702.	Serial Burgers	http://www.serialburgers.cz/	en
703.	Shelanu Kosher Restaurant	http://www.shelanu.cz/	en, he
704.	Sherwood	http://www.sherwoodbar.cz/	en, ru
705.	Siam Orchid	www.siamorchid.cz	en, de, ru
706.	Sicilia	http://sicilia.cz	en, it
707.	Sicily Café	http://cafe.sicily.cz/	-
708.	Siddhárta	https://www.siddhartacafepraguе.cz/	jen en
709.	Sklep Restaurant	http://www.restauracesklep.cz/	en, ru
710.	Škoda lásky	http://www.skodalasky.cz/	-
711.	Slunečnice	restauraceslunecnice.webnode.cz	-
712.	Smetana	https://www.smetanarestaurant.com/	en
713.	Smíchovský radniční sklípek	http://www.smichovskysklipek.cz/	en
714.	Šnyt	http://www.snyt-vysocany.cz/	-
715.	Sokolovna	http://www.dejvickasokolovna.cz/	en
716.	Sokolovna	http://www.restaurantsokolovna .cz/	en
717.	Sokolovna	http://www.sokolovna.cz/	en
718.	Sonora	http://www.restaurace-sonora.cz/	en
719.	Špejle	http://www.spejle.eu/	en
720.	Spice India	http://www.spiceindia.cz/	en
721.	Spirit Bar	https://www.spiritbar.cz/	en
722.	Spojovna	http://pivovarspojovna.cz/	-
723.	Sport bar	http://www.sportbar.cz/page/cz/home.php	en, de
724.	Srdcovka Gurmania	http://www.gambrinus.cz/srdcovka/gurmania	-

725.	Sri Lankan Curry House	http://srilankanrestaurant.cz	en
726.	St. Martin	http://stmartin.cz/	en
727.	St. Tropez	http://www.s-tropez.cz/index.php/cz/	-
728.	Stará fara	https://www.restaurace-starafara.cz/	-
729.	Stará kotelna	http://www.starakotelna.cz/	-
730.	Staré časy	http://www.starecasy-praha.cz/	en
731.	**Staromáček**	**http://www.staromacek.cz/data/cs.pdf**	**en, de, ru, it, ja, da, es, ca, hu, hr, pl, zh, fr**
732.	Staroměstská restaurace	http://staromestskarestaurace.com/	en
733.	Šťastná kráva	http://stastnakrava.cz/	-
734.	Stejkárna	http://stejkarna.cz/	-
735.	Století	stoleti.cz	en
736.	Sushi Tamda	http://sushitamda.cz	en
737.	Sushi Time Anděl	http://www.sushitime.cz/	en
738.	Svatojánský Dvůr	http://www.svdvur.cz/	en, de, ru
739.	Svatý Václav	http://www.svatyvaclav.cz/	en
740.	Švejk restaurant	https://www.svejk-restaurant.cz/	en, de, ru
741.	Švejk restaurant „Prague INN“	http://www.hotelpragueinn.cz/	en, de
742.	Švejk restaurant U Brázdů	http://www.svejk.cz/cs/home/	en, de
743.	Sweet and Pepper Days	http://www.sweetandpepperdays.cz/?utm_source=tripadvisor&utm_medium=referral	en
744.	T-anker	http://www.t-anker.cz/en/about/	-
745.	Tajmahal express	http://tajmahalexpress.cz/	en
746.	Tandoor	http://www.tandoor.cz/	en

747.	Tankovna Karlin	http://www.tankovnakarlin.cz/	en
748.	Tapas bar Miró	http://www.tapasbarmiro.cz/	-
749.	Taro	http://www.taro.cz/	-
750.	Taverna Olympos	http://www.taverna-olympos.eu/cs	en, gr
751.	Tbilisi	http://www.restauracetbilisi.cz/#!/splash	
752.	Terasa U Zlaté studně	http://www.terasauzlatestudne.cz/	jen en
753.	Thai Chefs	https://www.thaichefs.cz	-
754.	The Dutch Pub	https://www.dutchpub.cz/	en
755.	The Farm	http://www.farmletna.com	en, ru
756.	The PUB	http://www.thepub.cz/praha-5/	en
757.	The Street Restaurant	http://thestreetrestaurant.com/	en
758.	The Sushi Bar	http://sushi.cz/	-
759.	The Tavern	https://thetavern.cz/	en
760.	Tikka	http://www.tikka.cz/	en
761.	Tikka	http://www.tikka.cz/katerinska/	en
762.	Tiskárna	https://www.restauracetiskarna.com/	-
763.	Titanic	http://www.titanicrestaurant.cz/	en
764.	Tlustá myš	http://www.tlustamys.cz/jidelni-a-napojovy-listek/	en
765.	Tobruk	http://www.kavarnatobruk.cz/?utm_medium=referral&utm_source=tripadvisor	en
766.	Tom’s burger,Tom’s Burger	http://www.tomsburger.cz/cs/	en
767.	Torino	http://www.ristorantetorino.cz/	en
768.	Tower Park	https://towerpark.cz/miminoo-garden-restaurant+11	en
769.	Tradice	http://www.tradiceandel.cz	-
770.	Trafalgar 43	http://trafalgar43.cz/	-
771.	Trattoria	http://trattoria-by-giovanni.cz/indexcz.html	en
772.	**Tři století**	**http://www.tristoleti.cz/index.php/cs/**	**en, de, ru, it,**

			es, fr
773.	Triton	http://www.tritonrestaurant.cz/	en, de, ru
774.	Twenty7	http://twenty7.cz/www/?utm_source=tripadvisor&utm_medium=referral	-
775.	U Agamy	http://uagamy.cz/	-
776.	U báby	http://www.bababranik.cz/	-
777.	U Balbínů	http://www.ubalbinu.cz	en, de, ru
778.	U Balouna	https://www.ubalouna.cz/	en, de, ru
779.	U Balouna	https://www.zomato.com/cs/praha/velkop%C5%99evorsk%C3%BD-ml%C3%BDn-mal%C3%A1-strana-praha-1/menu	en, de, ru
780.	U Bansethů	http://www.ubansethu.cz/	en
781.	U Benedikta	http://www.restauraceubenedikta.cz/	en, de, ru
782.	U Bílé krávy	http://www.bilakrava.cz/	en
783.	U Bílého lva	http://www.ubileholva.com/	-
784.	U Bílého lva	http://www.u-bileholva.cz/	-
785.	U Blekotů	http://www.ublekotu.net/	-
786.	U Brejšků	http://www.ubrejsku.cz/	-
787.	U Bronců	http://www.ubroncu.cz/	en, de, ru, it
788.	U Bubeníčků	http://www.ububenicku.com/	en, de, ru, es
789.	U Budovce	http://www.ubudovce.cz/	en
790.	U Bulínů	http://www.restauraceubulinu.cz/	en
791.	U Čámrse	http://www.ucamrse.cz/	-
792.	U Cedru	http://www.ucedru.cz/	en
793.	U Čejpů	http://www.ucejpu.cz/	-
794.	U Černínů	http://www.ucerninu.cz	-
795.	U Červeného kola	http://www.ucervenehokola.cz/index.php/cz/	en

796.	U Císařů	http://www.ucisaru.cz/	en, ru
797.	U Demínky	http://www.udeminky.cz/	-
798.	U Dobruských	http://www.udobruskych.cz/	-
799.	U Dudáka	http://www.restaurace-ududaka.cz/	-
800.	U dvou kaštanů	http://www.udvoukastanu.cz	en
801.	U Dvou koček	http://www.udvoukocek.cz	en
802.	U Dvou sester	https://www.zomato.com/cs/praha/u-dvou-sester-star%C3%A9-m%C4%9Bsto-praha-1/menu	en, de
803.	U Dvou srdcí	https://www.udvousrdci.cz/	en, de, ru, it
804.	U Džbánu	https://udzbanu.business.site/	en
805.	U šmistrů	http://www.restauraceu smistru.cz/	-
806.	U Fleků	http://ufleku.cz/	en, de, ru
807.	U Graffů	http://www.restaurant-graff.cz/	en
808.	U Havrana	http://www.restauraceuhavrana.cz/	en, ru
809.	U Hofmanů	http://www.uhofmanu.cz/	-
810.	U Holanů	http://www.uholanu.cz/	en
811.	U Houdků	http://www.uhoudku.websnadno.cz/	-
812.	U Houmra	http://www.uhoumra.cz/	ru
813.	U Jindřišské věže	https://u-veze.cz/	en, de, ru
814.	U Kalendů	http://www.ukalendupraha.cz/	-
815.	U Kašpara	http://www.restaurantkaspar.cz/	-
816.	U kašpárka	http://www.ukasparka.cz/	-
817.	U Kavalíra	https://www.zomato.com/cs/praha/u-kaval%C3%ADra-bubene%C4%8D-praha-6	-
818.	U Kiliána	http://www.ukiliana.terinek.cz/	en,de
819.	U Knoflíčků	http://www.uknoflicku.cz/	-
820.	U Kostela	http://www.ukostela.com/	en

821.	U Kotvy	http://www.restaurace-ukotvy.cz/	-
822.	U Kozla	http://ukozla.cz	-
823.	U Krbu	http://www.ukrbu.wz.cz/	-
824.	U Kristiána	http://www.ukristiana.cz/	-
825.	U Kroka	http://www.ukroka.cz/	en
826.	U Labutě	http://www.restauraceulabute.cz/	-
827.	U Labutí	http://www.ulabuti.com/	en
828.	**U Laury**	**http://www.ulaury.cz/jidelni-listek.html**	**es, no, zh, ja,**
829.	U Magistra Kelly	http://www.umagistrakelly.cz/	en
830.	U Majerů	http://www.restauraceumajeru.cz/	-
831.	U Malého Glena	http://malyglen.cz/en	en
832.	U Malířů	http://www.umaliru.cz/	en
833.	U Malířů	http://www.umaliru1543.com/?utm_source=tripadvisor&utm_medium=referral	en
834.	**U Marčanů**	**http://www.umarcanu.cz/**	**fr**
835.	U Mariánského obrazu	http://www.umarianskehoobrazu.cz/	en, ru
836.	U Matějíčků	http://umatejicku.cz/	-
837.	U Mecenáše	http://www.restauraceumecenase.com/	en
838.	U Medvídků	http://www.umedvidku.cz/	en,de
839.	U Michala	http://restauraceumichala.cz	-
840.	U Mikuláše Dačického	http://www.umikulasedacickeho.com/	-
841.	U Mlynáře	http://www.restauraceumlynare.cz/	jen en
842.	U Modré kachničky	http://www.umodrekachnicky.cz/ cz/	en

843.	U Možných	http://www.umoznych.cz/	en
844.	U Mrtvýho ptáka	www.restauraceumrtvyhoptaka.cz	en,ru
845.	U nás	http://www.unasrestaurace.cz/	-
846.	U nás	http://homekitchen.cz	en
847.	U Papežů	http://www.28.cz/	-
848.	U Parašutistů	http://uparasutistu.cz/	en
849.	U parku	www.uparku.com	-
850.	U Parlamentu	http://uparlamentu.cz/	en
851.	U Pepíčka	http://www.upepicka.cz/	-
852.	U Perónu	http://uperonu.cz/	-
853.	U Pětníka	http://www.dejrest.cz/u-petnika	-
854.	U Pinkasů	http://www.upinkasu.cz/	en, de, ru
855.	U Pivrnce	http://upivrnce.cz/	en, de, es
856.	U Pošty	http://www.uposty.cz/	en
857.	U Pramene	http://www.upramene.com/	en
858.	U Pravdů	http://www.upravdu.com/	en, de, ru
859.	U Prezidentů	http://www.uprezidentu.jsemin.cz/	en
860.	U Prince	http://www.hoteluprince.com	en
861.	U Přístavu	http://www.hostinecupristavu.cz/	-
862.	U Přístavu	http://www.restauraceupristavu.cz/	-
863.	U Provaznice	http://www.uprovaznice.cz/	en
864.	U Řezníka	http://www.ureznika.com/	-
865.	U Rodinného krbu	http://www.urodinnehokrbu.cz/	-
866.	U Rohatejch	http://www.urohatejch.cz/	-
867.	U Rozvařilů	http://www.urozvarilu.cz/	-
868.	U Rudol na	http://www.urudol na.cz/	-
869.	U Růžového sadu	http://www.uruzovehosadu.cz/	-
870.	U Rybníka	http://urybnika.top/	-

871.	U Rychtáře	http://www.restauraceurychtare.cz/	-
872.	U Rychtáře	http://www.urychtare.cz/	en
873.	U Sádlů	http://www.usadlu.cz/	en,de,ru
874.	U Sadu	http://www.usadu.cz	en,ru
875.	U Sedlerů	http://www.usedleru.cz/	en
876.	U sedmi Švábů	http://www.7svabu.cz/	en,de
877.	U Šemíka	http://www.usemika.cz/	en,de,ru
878.	**U Seminaristy**	**http://www.useminaristy.cz/**	**s,fr,**
879.	U Ševce Matouše	http://www.usevcematouse.cz/	-
880.	U Škopů	http://www.uskopu.cz	-
881.	U Slámů	http://www.uslamu.cz	-
882.	U Slepé Kočičky	http://www.slepakocicka.cz/	-
883.	U Slovanské lípy	http://www.uslovanskelipy.cz/	-
884.	U sousedů	http://usousedu.cz/	-
885.	U Špirků	http://www.u-spirku.cz	en,de,ru
886.	U Staré pece	http://www.pizzaustarepece.cz	-
887.	U Staré pošty	https://www.ustareposty.eu/	en,
888.	U Staré pošty	http://u-stare-posty.wz.cz/	de, ru
889.	U Staré Studny	http://www.ustarestudny.cz/?utm_source=tripadvisor&utm_medium=referral	en,de,ru en
890.	U Študáka	http://www.restauraceustudaka.cz	-
891.	U Šumavy	http://www.usumavy.cz/jidelni_listek.php	en,
892.	U Supa	https://www.pivovarusupa.cz/	de, ru
893.	U Svaté Anny	http://www.usvateanny.cz/	en
894.	U Svatého lipa a Jakuba	http://www. lipjakub.cz/	-
895.	U Svobodných zednářů	https://www.usvobodnychzednaru.cz/	-
896.	U Templáře	http://hostinecutemplare.cz	en, ru en, de, it

897.	U Templářů	http://www.utemplaru.cz/	en
898.	U tenisu	http://www.utenisu.cz/home/	-
899.	U Topolů	http://www.utopolu.cz/	-
900.	U tří bojovníků	http://www.utribojovniku.cz/	en
901.	U Tří jelínků	https://utrijelinku.cz/	en,ru
902.	U Tří prasátek	http://www.triprasatka.cz/	-
903.	U Tří růží	https://www.u3r.cz/cz/	en, ru
904.	U Vašků	http://www.uvasku.cz/	-
905.	**U Vejvodů**	**http://www.restauraceuvejvodu.cz/**	**en,de,ru,it,fr,es**
906.	U Veverky	https://www.pizzacaffeuveverky.cz/	-
907.	U Veverky	http://www.uveverky.com/	en
908.	U Vltavy	http://www.restaurantuvltavy.cz	-
909.	U Vodárny	http://restaurace-uvodarny.cz/	-
910.	U Vodoucha	http://uvodoucha.pivovarkostelec.cz	-
911.	U Vondráčků	http://www.restauraceuvondracku.cz/	-
912.	U Voraře	http://www.restauraceuvorare.cz/	-
913.	U Zajíce	https://www.zomato.com/cs/praha/u-zaj%C3%ADce-star%C3%A9-m%C4%9Bsto-praha-1/menu	-
914.	U Zavadilů	http://lokal-uzavadilu.ambi.cz/	en
915.	U Zeleného stromu	https://www.uzelenehostromu.eu/	en, de, ru, it
916.	U Žíznivého jelena	http://www.uziznivehojelena.cz/	en, de,
917.	U Zlaté hrušky		
918.	**U Zlaté konvice**		

http://restaurantuzlatehrusky.cz/	en	**lang=en**	**ru, ja, zh,**
https://www.ukonvice.cz/?	**it, es, el,**		

919.	**U Zlatého Lva**	**http://www.uzlateholva.eu/**	**en,de,ru,fr,it,es**
920.	U Zlatého preclíku	http://www.uzlatehoprecliku.cz/en/	en
921.	U Zlatého slona	http://www.uzlatehoslona.cz/	en
922.	U Zlatého stromu	www.zlatystrom.cz	en, ru
923.	U Zlatého tygra	http://www.uzlatehotygra.cz/cs/	en, de
924.	U Zvonečku	www.podzvoneckem.cz	-
925.	Ungelt	http://www.restaurant-ungelt.cz/	en, ru
926.	Universal	http://www.universalrestaurant.cz/	-
927.	Uno	http://www.unorestaurant.cz/	en
928.	Urxova 10	https://www.urxova10.cz/	en
929.	V Čase	http://www.restauracevcase.cz/	-
930.	V Cípu	https://www.vcipu.cz/	en, ru
931.	V Domově	http://www.restauracevdomove.cz	-
932.	V Kolkovně	http://www.vkolkovne.cz/	en,ru
933.	V Korunní	http://www.vkorunni.cz/	-
934.	V Podskalí	http://www.hospudkavpodskali.cz/	en
935.	V Rohlíku	http://www.restaurantvrohliku.cz/	-
936.	V Zátiší	https://www.vzatisi.cz/cz/	en
937.	Va bene	http://www.vabene.cz/vabenecz/j%C3%ADdla-ls/	en
938.	Václavka	http://www.vaclavka.cz/	en, ru
939.	Valcha Restaurant	http://www.restauracevalcha.cz/	en, ru
940.	Valoria	http://www.praha.valoria.cz/	en
941.	Ve sklípku	http://www.vesklipku.cz/	-
942.	Vegan's Prague	http://www.vegansprague.cz/	en
943.	Veganland	http://www.veganland.cz/	en
944.	Vegtral	http://vegtral.cz/	en

945.	Vejvodovka	http://www.vejvodovka.cz/	-
946.	Velká klášterní restaurace	http://www.klasternirestaurace.cz/	en, de, ru
947.	Venda Bar	http://www.vendabar.cz/	en
948.	Venue Praha	http://www.venuepraha.com/cs/	en
949.	Vescovi	http://vescovi.cz/	*;no menu
950.	Veselá Kachna	http://www.veselakachna.cz/	-
951.	Větrník	http://www.vetrnik1722.cz/	en, de
952.	Větrník	http://www.restauracevetrnik.cz/	en,de
953.	Vidličky a nože	http://www.vidlickyanoze.com/	en
954.	Vila Kajetánka	http://vilakajetanka.cz/cz/	en
955.	Villa Richter	http://www.villarichter.cz/	en
956.	Vinbio	https://www.vinbio.cz/	-
957.	Vincanto	http://www.vincanto.cz/	en,it
958.	Viniční altán	http://www.vinicni-altan.cz/	en
959.	Vinohradský Burger Bar	http://www.vinohradskyburgerbar.cz/	en
960.	Vinohradský parlament	http://www.vinohradskyparlament.cz/	en
961.	Vltavín	http://www.lunchtime.cz/sportbar-vltavin/	en
962.	Vojanův Dvůr	https://www.vojanuvdvur.cz/cz/	en, ru
963.	Vršovická Kozlovna	http:// www.vrsovickakozlovna. cz/	-
964.	Vyletna	http://www.vyletna.info	-
965.	Vyskočilka	http://www.vyskocilka-restaurace.cz/	en
966.	Výtopna	https://vytopna.cz/	en
967.	Waikiki	http://www.waikiki.cz/	-
968.	White Horse	whitehorseprague.cz	en
969.	Wine o'clock	http://www.wineoclockprague.com/menu.html	en
970.	Xindoghai	http://www.xindonghai.cz/	zh

971.	XLrestaurant	http://xlrestaurant.cz/	-
972.	Yam yam	http://www.yamyam.cz/	en
973.	Yami bistro	http://www.yamibistro.cz/	en
974.	Yamka	www.yamka.cz	-;
975.	Yes Burger,Yes Burger	http://yesburger.cz/	-
976.	Yong	http://www.yong.cz/	-
977.	Yôri	http://www.yorirestaurant.cz/	en
978.	Yoshihashi	http://www.yoshihashi.cz/	-
979.	Za Pět dvanáct	http://www.zapet12.cz/	-
980.	Zahradní restaurace Klamovka	http://www.zahradnirestaurace.cz/	-
981.	Záležitost	http://www.zalezitost.cz/	-
982.	Zapomenutý čas	www.zapomenutycas.cz	en,ru
983.	Zdenek's Oyster Bar	http://www.oysterbar.cz/	en
984.	Zdravá výživa Praha 6	http://www.zdravavyzivapraha6.cz/	-
985.	Zdravé žití u tří růží	http://www.zdraveziti.eu	-
986.	Zebra Asian noodle bar	http://www.zebranoodlebar.cz/	en
987.	Zelená zahrada	http://www.zelena-zahrada.eu/	-
988.	Želivárna	http://www.zelivarna.cz/	en
989.	Zen Restaurace	http://www.zen-restaurace.cz	en
990.	Zlatá Praha	http://www.zlatapraharestaurant.cz/cz/	en
991.	Zlatá váha	www.zlatavaha.cz	en,de
992.	Zlatý dvůr	http://zlatydvur.cz/	en
993.	Zlatý klas	http://zlatyklas.cz/	en, de, ru
994.	Žlutá pumpa	http://zluta-pumpa.info/	-
995.	Zlý Časy	http://www.zlycasy.eu/	-
996.	Žofín Garden	https://www.zo ngarden.cz/cz/	en
997.	Ztráty a nálezy	http://www.restauraceztratynalezy.estranky.cz/	en
998.	Zvonařka	http://www.restauracezvonarka.cz/	en