

Univerzita Karlova v Praze  
Filozofická fakulta  
Ústav translatologie

Diplomová práce

Markéta Gallóová

**Uvádění mezinárodních časopisů  
(National Geographic a Reader's Digest) na český trh:  
strategie a postupy přenosu**

International Magazines and Journals  
(National Geographic and Reader's Digest) Launched at the Czech Market:  
Transfer Strategies and Processes

Vedoucí diplomové práce PhDr. Zuzana Jettmarová, M.Sc.  
Praha, září 2009

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně a že jsem uvedla všechny použité prameny a literaturu.

V Praze, 30. srpna 2009

Markéta Gallóová

Za vstřícnost a podporu při psaní této diplomové práce děkuji PhDr. Zuzaně Jettmarové M.Sc., paní Sandře Křištofové a PhDr. Renatě Červenkové.

## OBSAH

<b>1. ÚVOD.....</b>	<b>5</b>
<b>2. STAV ZKOUMANÉ PROBLEMATIKY .....</b>	<b>8</b>
<b>3. TEORETICKÁ VÝCHODISKA.....</b>	<b>16</b>
<b>3.2 MANIPULACE V PŘEKLADU.....</b>	<b>18</b>
<b>3.3 INTERNACIONALIZACE A LOKALIZACE V PŘEKLADU .....</b>	<b>30</b>
<b>3.4 ANALÝZA DISKURZU, SOCIOLOGICKÉ HLEDISKO, GLOBALIZACE .....</b>	<b>31</b>
<b>4. ZAMĚŘENÍ A METODOLOGIE EMPIRICKÉHO VÝZKUMU .....</b>	<b>39</b>
<b>4.1 ROZHOVORY .....</b>	<b>40</b>
<b>4.2 OSTATNÍ ŠETŘENÍ.....</b>	<b>42</b>
<b>4.3 PŘEKLADATELSKÁ ANALÝZA ČASOPISŮ.....</b>	<b>43</b>
<b>4.3.1 Časopisy a jejich čísla .....</b>	<b>44</b>
<b>4.3.2 Články .....</b>	<b>45</b>
<b>5.EMPIRICKÝ VÝZKUM .....</b>	<b>46</b>
<b>5.1 ROZHOVORY.....</b>	<b>46</b>
<b>5.1.1 National Geographic.....</b>	<b>46</b>
<b>5.1.2 Reader's Digest .....</b>	<b>53</b>
<b>5.2 OSTATNÍ ŠETŘENÍ.....</b>	<b>62</b>
<b>5.2.1 National Geographic.....</b>	<b>62</b>
<b>5.2.2 Reader's Digest .....</b>	<b>67</b>
<b>5.3 PŘEKLADATELSKÁ ANALÝZA ČASOPISŮ.....</b>	<b>70</b>
<b>5.3.1 Časopisy a jejich čísla .....</b>	<b>70</b>
<b>5.3.2 Články .....</b>	<b>77</b>
<b>6. ZÁVĚR .....</b>	<b>100</b>
<b>7. SUMMARY .....</b>	<b>102</b>
<b>8. LITERATURA.....</b>	<b>104</b>

## 1. ÚVOD

Naše diplomová práce pojednává o „uvádění mezinárodních časopisů na český trh“, konkrétně v případě časopisů National Geographic a Reader's Digest, které v České Republice vycházejí pod názvy National Geographic Česko a Reader's Digest Výběr. Proč je toto téma zajímavé?

V současné době žijeme ve světě, který by mnozí charakterizovali jako globalizovaný. Vše se propojuje ve vyšší celky, vzdálenosti mezi jednotlivými místy na zeměkouli se zkracují (například díky informačním a komunikačním technologiím) a více než kdy jindy dochází ke kontaktům kultur, národů, jazyků ... a jejich vzájemnému ovlivňování.

Nezřídka se setkáme s názorem, že významnou roli v tomto procesu hraje americká (či angloamerická) kultura a anglický jazyk; nezřídka se také setkáme s názorem, že tento proces má vesměs negativní důsledky a vede k uniformitě kultur, které se všechny přizpůsobují jednomu (americkému) modelu, jak naznačují nové pojmy typu „mcdonaldizace“ apod. Existují ovšem i hlasy, které tvrdí, že to s tou globalizací není až tak žhavé, a domnívají se, že kultury, národy a jazyky dokáží na globalizaci vhodně reagovat a uchovat si svou svébytnost.

Počátky globalizace spadají hluboko do minulosti; mohli bychom dokonce říci, že v určitém smyslu probíhá už celá staletí. Nejintenzivnější však byla ve dvacátém století a především pak v jeho druhé polovině. Můžeme však říci, že Česká republika (respektive do určité doby Československo) se tohoto procesu dlouho neúčastnila. Po dobu, kdy zde panoval komunistický režim, byla do značné míry izolována od okolního, především „západního“ světa, který právě můžeme považovat za jakousi kolébkou globalizace. Vývoj tady a ve státech na západ od nás probíhal trochu odděleně a odlišně. Mnohé se však začalo měnit s rokem 1989. S nástupem demokracie a změnou hospodářského systému v tehdejší Československu se naše země více přiblížila onomu „západnímu světu“ a otevřela se kontaktům s dalšími státy. Vstoupila do určitého přechodného období výrazných společenských změn. Tento proces přináší leccos pozitivního, nicméně zároveň znamená, že v takové fázi proměny je každý společenský systém trochu nevyrovnaný a více vystavený vnějším vlivům. Může se stát, že v určité bezradnosti, vystaven novým neznámým situacím, hledá určitý vzor, kterým by se mohl řídit. Česká republika se stále více zapojovala do dění na vyšších úrovních, což významně dokládá například vstup do Severoatlantické aliance a Evropské unie. Zároveň se také stala součástí onoho procesu globalizace a i u nás jsme mohli pocítit vliv americké kultury. Nepopíratelnou skutečností je všudypřítomnost anglického jazyka či přebírání technologií, především ze sféry informatiky, od USA jakožto velmoci v této oblasti. Když se

podíváme do programu televizí či kin, velký podíl filmů a pořadů je amerického původu nebo alespoň je vytvořeno podle amerického modelu. Zdá se, že tento import byl a je přijímán poměrně dobře a většina české společnosti se těmto vlivům nebrání. Možná bychom mohli dokonce říci, že americká kultura se pro naši kulturu opravdu stala vzorem.

Otázkou však zůstává, v jaké konkrétní podobě se prvky americké kultury do české kultury přejímají a jak hluboký a trvalý jejich vliv opravdu je. Může to totiž být tak, že prvky americké kultury jsou přejímány, ale zároveň upravovány a přizpůsobovány českému prostředí.

A proto je velmi zajímavé zabývat se časopisy National Geographic a Reader's Digest. Právě tyto časopisy mohou být jedním z kanálů, přes které se do České Republiky přenáší řada amerických hodnot. Výzkum toho, jakým způsobem jsou uváděny do cílového kontextu a překládány, nám může pomoci odpovědět na výše zmíněné otázky a projasnit celou situaci.

V této diplomové práci tedy budeme zkoumat uvádění časopisů National Geographic a Reader's Digest na český trh s důrazem na aspekt mezikulturních vztahů. Naším cílem bude zjistit, jak se tyto vztahy promítají do podoby překladu a zároveň co nám podoba překladu o těchto vztazích řekne.

Předně se budeme zajímat o samotný proces uvádění těchto časopisů do českého kontextu. Záměrně volíme poměrně široký pojem „uvádění“, který by měl jasně naznačit, že nás nebude zajímat pouze to, jak určitý překladatel přeloží určitý článek z daných periodik, ale že se budeme snažit pokud možno zrekonstruovat celý proces od vzniku čísla časopisu ve výchozím jazyce po vznik čísla v jazyce cílovém. Předpokládáme totiž, že tento proces bude složitější a účastní se jej mnoho faktorů. Vztahy mezi kulturami nejsou pouze cosi abstraktního, co existuje ve vzduchoprázdnu. Jedná se ve svém důsledku o vztahy mezi společenskými systémy, což jsou určitým způsobem organizované skupiny osob. Poměr kultur se tedy nepromítne do podoby překladů přímo, bezprostředně, na abstraktní rovině. Jak uvádí Lefevere (1992: vii): „Translation is [...] a rewriting of an original text. [...] Rewriting is manipulation, undertaken in service of power.“ Vztah kultur je zároveň také mocenským vztahem a proces vzniku překladu je tedy ovlivňován různými subjekty, které vykonávají tuto moc a s textem manipulují. Naším cílem bude mimo jiné zjistit, o které subjekty se jedná v případě zmíněných časopiseckých titulů, jakou mají funkci a jak s překlady manipulují. Podle Lefevera (1990: 19) by jejich role měla být zásadní, neboť „autorita [...] ovlivňuje jak výběr textů pro překlad, tak způsob, jakým jsou texty přeloženy“. Je velmi pravděpodobné, že samotní překladatelé v tomto ohledu nebudou mít zdaleka zásadní slovo.

Naše diplomová práce bude teoreticko-empirická, kvantitativně-kvalitativní. Jejím cílem nebude pouze ověřovat hypotézy – budeme se orientovat na základě určitých teoretických poznatků, které nám poslouží jako vodítka a napoví nám, na co bychom se měli v empirickém výzkumu zaměřit, zároveň však budeme považovat za důležitá především ta zjištění, která se ukáží jako důležitá na základě našeho výzkumu, nikoli pouze ty aspekty, které považují za významné námi citovaní teoretici.

Našimi hlavními východisky bude teorie manipulační školy a kritická analýza diskurzu, která přináší sociologický pohled na danou problematiku. Empirický výzkum bude spočívat především v šetření formou rozhovorů v redakcích obou časopisů a v překladatelské analýze článků.

Do naší práce začleníme i diachronní hledisko. Od významného roku 1989 uplynulo již mnoho let. Není jisté, zda v současnosti se naše země nachází již ve fázi určitého ustálení poměrů, nebo ještě stále prochází obdobím proměny, o kterém jsme se zmínili výše, ačkoliv nám osobně se jako pravděpodobnější jeví spíše druhá varianta. Je však více než pravděpodobné, že v české společnosti došlo za tuto dobu k mnoha radikálním změnám, a to i ke změnám v postojích vůči jiným kulturám. Nás tedy bude také zajímat, zda tyto změny ve společnosti našly odezvu v podobě převodu časopisů National Geographic a Reader's Digest. Budeme proto náš výzkum provádět na číslech časopisů z období od vzniku jejich české verze až po současnost. Z hlediska našeho výzkumu bude zajímavé, zda sledované jevy zůstaly stejné, či zda došlo k určitým změnám a jak zásadní tyto případné změny byly.

Dále by naše práce měla naznačit, jakým způsobem se české verze periodik začlenily do cílového systému a jak jej mohly ovlivnit, tj. jaká je jejich vývojová funkce.

Výsledky našeho zkoumání shrneme v závěru. Doufáme, že se nám podaří alespoň nastínit, jak fungují procesy v oblasti překladu, o které toho zatím u nás nebylo mnoho napsáno, přestože je to oblast velmi významná, vzhledem k tomu, jakou roli mají v současnosti sdělovací prostředky.

## 2. STAV ZKOUMANÉ PROBLEMATIKY

V této kapitole věnované stavu zkoumané problematiky uvedeme práce, které se věnují přibližně téže oblasti výzkumu, jakou se budeme zabývat my, a jejichž přístup je pro řešení našeho problému relevantní. Jedná se o práce empirické; práce teoretické (či práce empiricko-teoretické, ve kterých nás bude zajímat především teoretická část) zmíníme v části o teoretických východiscích.

Teoretici překladu náležející do tzv. „manipulační školy“ se poměrně soustavně věnovali výzkumu manipulace v překladu a uveřejnili mnoho studií na toto téma, nicméně zaměřovali se především na oblast literárního překladu. Delabastita (1990) se sice zabývá sdělovacími prostředky, ale pojednává především o filmu. Některé z jeho postřehů bychom však mohli aplikovat i na tištěná média. Delabastita mimo jiné píše:

„[...] there is a discrepancy between the obvious importance of translation in the media and the limited attention it has so far been thought worthy of. [...] translation processes in mass communication play a very effective part in both the shaping of cultures and the relations between them.“ (Delabastita 1990: 97)

I po téměř dvou desetiletích bychom se s tímto výrokem mohli ztotožnit. Je zcela zřejmé, že role sdělovacích prostředků v našich každodenních životech od počátku 90. let neustále a intenzivně narůstala a s ní tedy i role překladu v médiích a dopad překladu na jednotlivé kulturní systémy a vztahy mezi nimi. Domníváme se však, že počet studií a teoretických pojednání o tomto typu překladu se nerozmnžoval úměrně k situaci, i když jejich množství vzrostlo. Práce zabývající se oblastí překladu ve sdělovacích prostředcích se v převážné většině případů zaměřují na zpravodajství – časopisy typu, který budeme zkoumat my, jsou jako empirický materiál již méně časté, což je poměrně překvapivé, vzhledem k tomu, že na mediálním trhu zaujímají významné místo.

Orientaci na zpravodajství pozorujeme i u některých diplomových prací realizovaných na Ústavu translatologie, které mají podobné zaměření jako naše práce. Například Kaslová (2005) se zaměřuje na roli překladatele v médiích. Její výzkum se však pohybuje v prostředí tiskové agentury a soustřeďuje se výhradně na popis manipulace s informační složkou textu, k čemuž využívá model tzv. gatekeepingu. Kaslová dochází k závěru, že činnost překladatele v tiskové agentuře mnohdy zahrnuje i práci redaktora, který z výchozího textu vybírá informace pro překlad. Je možné, že i v našem výzkumu dojdeme k podobným zjištěním.



Okrajově se našeho tématu dotkla Voláková (1995), která v diplomové práci pojednává o firemních stylech („housestyles“). Voláková v roce 1995 uvádí, že není zvykem, aby české redakce sdělovacích prostředků měly explicitně definován svůj vlastní styl v podobě stylistického manuálu („stylebook“); očekává však, že v budoucnosti se to změní. Nás bude zajímat, zda české redakce zkoumaných periodik mají vlastní stylistický manuál a zda jsou pokyny v něm uvedené určeny zvnějšku, tj. zahraniční redakcí časopisu, či zda se jejich vymezení účastní česká strana.

Odras mezikulturních vztahů v hromadných sdělovacích prostředcích zajímal Koňárkovou (1996), která se zaměřila na denní tisk – Mladou frontu / MF Dnes a Právo / Rudé právo. Při analýze sledovala výskyt reálií anglicky mluvící kultury a anglicismů v textech z let 1985 a 1995 a konstatovala značný nárůst jejich počtu. Výrazné zvýšení vlivu angličtiny připisuje radikální změně politických a společenských poměrů, ke které v daném období došlo.

K podobným závěrům došla též Bozděchová (1997), která konstatovala, že v 90. letech narůstal vliv angličtiny na češtinu. Podle Bozděchové (1997: 278) se projevuje tendence k vyššímu počtu výpůjček a menší míře počešťování, což je způsobeno mezinárodní prestiží angličtiny. „Angloamerikanizace“ češtiny podle autorky nehrozí především díky velké typologické rozdílnosti obou jazyků.

Tvrzení Koňárkové (1996) a Bozděchové (1997) podporuje též Šrámek (1997: 282), který zkoumal exonyma (zeměpisná jména označující místa mimo české jazykové území) a zjistil, že po roce 1989 se nově používaná exonyma nepřizpůsobují češtině, a kromě toho jsou též preferována v původní formě i některá exonyma dříve užívaná česky (např. *Bremen* místo *Brémy*, *Graz* místo *Štýrský Hradec* apod.). Kořenský (1997: 267) v podobném duchu poukazuje na oblíbenost angličtiny v českém prostředí i v komunikaci mezi Čechy – například v názvech firem, obchodů, restaurací apod. (např. časté *-shop*, *-land*, aj.).

Takováto situace v poměru k angličtině se zřejmě netýká pouze češtiny, jak můžeme zjistit například v korpusové studii Anne Martin (2000: 327-328), která v textech tří nejvýznamnějších španělských deníků *El País*, *ABC* a *Diario 16* z dubna 1992 analyzovala překladatelské strategie používané při uvádění institucí anglicky mluvícího světa. Martin (2000: 332) konstatovala výraznou převahu výpůjček a doslovných překladů.

Reálie a částečně i anglicismy budou jedním z prvků textu, na které se budeme zaměřovat v této práci v překladatelské analýze. Analyzované časopisy budou pocházet z období od roku 1993 (*Reader's Digest*) a 2002 (*National Geographic*) do současnosti – měli

bychom tedy zjistit, zda trend popsany Koňárkovou, Bozděchovou, Šrámkem a Kořenským platí i pro tyto časopisy a pokračoval i v dalším desetiletí.

Bielsa (2007: 135-155) se také zabývá překladem zpravodajských textů – konkrétně rolí překladatele ve velkých zpravodajských agenturách AFP a Reuters. I ona konstatuje, že práce překladatele zde přesahuje tradiční pojetí a zahrnuje úkony, jako je změna titulku, odstraňování nepotřebných informací, doplňování důležitých vysvětlujících informací, změna pořadí odstavců a sumarizace. (Bielsa 2007: 142-143). Dochází k závěru, že role překladatele tu často splývá s rolí novináře a není výjimkou, když obě činnosti vykonává tatáž osoba. Upozorňuje na to, že tradiční „věrnost originálu“ není při tomto druhu překladu považována za zásadní kritérium. Ostatně ani jedna z agentur se ve svém stylistickém manuálu překladu a jeho zásadám téměř nevěnuje.

Uvidíme, zda při převodu článků časopisů Reader's Digest a National Geographic do češtiny překladatelé také provádějí podobně zásadní zásahy do textu.

Sprung ve spolupráci s Vourvoulias-Bushem popsal ve stati *Adapting Time Magazine for Latin America* (2000), jakým způsobem se překládá příloha časopisu Time pro periodika vycházející v Latinské Americe. Uvádí, že celý postup probíhá ještě na půdě Spojených států – články k překladu se vybírají v newyorské redakci časopisu Time a převod samotný realizuje vybraná překladatelská agentura Harvard Translations, sídlící ve státě Massachusetts. Proces je důkladně promyšlený a dobře organizovaný, neboť musí proběhnout ve velmi krátkém čase. Při překladu se klade důraz na zachování charakteristického stylu časopisu i složení přílohy z hlediska obsahu článků. Agentura Harvard Translations dokonce používá speciální stylistický manuál a glosář klíčových termínů. Jako organizační základna slouží při této práci počítačový program Quark Publishing System.

Na popsaném překladatelském procesu je zajímavé jeho výhradní zaměření na výchozí kontext a kontrola ze strany výchozí redakce. Naším úkolem bude zjistit, zda se podobný systém uplatňuje i při převodu námi zkoumaných časopisů do češtiny. Dá se však předpokládat, že přinejmenším v případě časopisu Reader's Digest Výběr tomu tak, alespoň do určité míry, může být. Naznačuje to totiž příspěvek Robynse (1994: 83-91). Ten ve své stati, která je pro náš výzkum velmi přínosná, mimo jiné zastává názor, že v překladu již neplatí tradiční protiklad mezi výchozím (vysílajícím) a cílovým (přijímajícím) systémem:

„[...] what happens is a split between on the one hand the systems of discourse production, which are international and centralized, and on the other hand the systems of discourse reception, which are still local but present varying degrees of openness to the

import of non-local messages. In other words, [...] the source system deals with the production of both the original text and its translation, and the target system deals with their reception.“ (Robyns 1994: 84)

Konkrétně časopis *Reader's Digest* Robyns (1994: 84) charakterizuje jako hromadný sdělovací prostředek rozšířený po celém světě, jehož tvorba je centralizována, ačkoli se děje v interakci s místními přijímajícími systémy. Jedná se tedy o velmi podobný princip, jaký popsali Sprung a Vourvoulias-Bush (2000).

Podle Robynse má *Reader's Digest* velmi homogenní charakter, který se snaží zachovat i ve svých různých jazykových verzích. Tato jednotnost je dána obvyklým složením jednotlivých čísel – vždy obsahují tytéž druhy článků – a stylem psaní, a dále tím, že časopis důsledně prezentuje určité konzervativní hodnoty, které lze do jisté míry považovat za typické hodnoty americké<sup>1</sup> společnosti. Mezi ně Robyns (1994: 89) zahrnuje osobní úspěch, optimismus, morální konservativismus a volný trh. Robyns (1994: 85) uvádí, že veškeré zahraniční edice časopisu jsou centrálně řízeny z hlavní redakce ve Spojených státech. Tato redakce určuje, které články vyjdou v zahraničních vydáních, a musí schválit jakékoli významnější změny obsahu čísla nebo samotných článků. Jejím souhlasu je podřízen i výběr článků napsaných původně v místním jazyce, které jsou vždy pouze dva až tři v každém čísle. Na druhou stranu se časopis snaží působit tak, že jeho postoje jsou objektivní a obecně platné – např. je prezentován jako časopis nabízející „výběr“ textů z jiných zdrojů, ačkoliv ve skutečnosti tyto články tvoří pouze 30 až 40 % obsahu (Robyns 1994: 86). Také se snaží vytvořit dojem, že jeho jednotlivé jazykové verze jsou integrovány do místního kontextu a týkají se jej – např. řada článků je tzv. „lokalizována“, což v terminologii časopisu *Reader's Digest* znamená, že v původně americkém článku jsou jisté detaily (např. místní názvy apod.) nahrazeny odpovídajícími údaji domácími (Robyns 1994: 87). (O termínu „lokalizace“, jak jej chápe teorie překladu, pojednáme podrobněji níže – srov. s. 27-28 této práce)

Robyns (1994: 89) shrnuje takto: „*The Digest* constructs a homogeneous, de-historicized and de-contextualized world in which people from all over the globe act and think the same.“

Robyns tedy hovoří o časopisu *Reader's Digest* velmi otevřeně a můžeme říci, že jej prezentuje spíše v negativním světle. Bude velmi zajímavé pozorovat, zda se tato tvrzení prokáží v našem empirickém výzkumu jako pravdivá a platná i pro český kontext, a pokud

---

<sup>1</sup> Pokud není uvedeno jinak, přídavné jméno „americký“ v této práci vždy používáme ve vztahu k USA, nikoli k americkému kontinentu.

byla platná v polovině 90. let, kdy právě byl tento časopis uveden do České Republiky, zda se situace od té doby změnila.

I v jiných zdrojích týkajících se časopisu Reader's Digest jsme se setkali s tím, že bývá spojován s ideologií a také s politickými zájmy. Sharp (2000; cit. Wallace 2002: 288) v souladu s Robynsem (1994) tvrdí, že časopis vždy prosazoval specificky americké názory na řadu otázek „od sexu po komunismus, což obojí zavrhoval“. Zahraniční edice časopisu měly za druhé světové války propagovat myšlenku demokracie, dále toto periodikum údajně podporovalo prezidenta Nixona a spolupracovalo s CIA a FBI (Canning 1996; cit. Liebovich 1997: 705-706). Litvak a Maule (1974) zveřejnili studii, ve které líčí postavení časopisů Reader's Digest a Time na kanadském trhu. Uvedli, že oba časopisy měly určité daňové zvýhodnění oproti jiným zahraničním časopisům. O této otázce probíhala politická debata a téměř došlo ke změně legislativy tak, aby toto zvýhodnění bylo odstraněno. Nakonec se tak však nestalo. Litvak a Maule (1974: 620-623) konstatovali, že kanadští zákonodárci ustoupili od svého záměru, protože vláda USA několikrát zasáhla ve prospěch obou zmíněných časopisů – dokonce vyhrožovala Kanadě politickými sankcemi, pokud by nové zákony zavedla. Podle autorů studie je to zjevný doklad politického významu časopisů, který je navíc doložen i tím, v Kanadě propagují politické názory USA (Litvak, Maule 1974: 622).

Litvak a Maule jsou touto skutečností velmi znepokojeni. Komentují ji takto:

„[...] many Canadians continue to express concern over the powerful US presence in and influence on mass media in Canada, a situation that could „Americanize“ the value structure of our society. [...] it cannot be ignored that the mass media are an ideological instrument and that their ownership and control constitute a part of the power base of a society.“ (Litvak, Maule 1974: 628)

I tato stat' naznačuje, že časopis Reader's Digest může hrát roli v dynamice mocenských vztahů a být nástrojem pro ovlivňování kultur, což je problematika, kterou se v naší práci zabýváme.

Zajímavé závěry týkající se konkrétního mezinárodního časopisu přinášejí také Machin a Leeuwen, kteří se zabývali ženským časopisem Cosmopolitan z hlediska principů „globalizace“ a „glokalizace“ (pro detailnější rozbor těchto pojmů srov. s. 31 a další této práce). Machin a Leeuwen (2004: 100) uvádějí, že v poslední době se velmi rozšířila myšlenka, že dochází ke glokalizaci spíše než ke globalizaci, ale podle nich byl tento názor přijímán bez důkladnějšího empirického ověření a nelze jej akceptovat bez výhrad.

Prostřednictvím analýzy žánru a modality na příkladu holandské a indické verze časopisu ukazují, že v různých jazycích se v časopisu mění diskurz (například se zaměřuje na jiný typ čtenářky, píše o ženách z příslušných zemí, o tématech, která je zajímají), ovšem zůstává stejný formát (například způsob psaní článků podle principu „problém“→ „řešení“, způsob zobrazení žen na fotografiích, prosazovaný přístup k životu a „světonázor“). Podle Machina a Leeuwena (2004: 119) se v tomto případě jedná o globalizační postup, ačkoliv to na první pohled není zjevné. Tito teoretici tvrdí (Machin, Leeuwen 2004: 99), že formát globálních médií není pouhý neutrální „obal“ obsahu, ale je nositelem vlastního významu, a hraje klíčovou roli v rozšiřování hodnot, které tato média zastávají (tj. amerických hodnot). Lokální diskurz je podle nich (Machin, Leeuwen 2004: 119) záměrně začleněn do západních (kapitalistických) modelů a touto formou se dané hodnoty šíří nenápadně a skrytě, což je o to nebezpečnější (Machina, Leeuwen 2004: 99).

Machin a Leeuwen používají pro svou analýzu rámec kritické analýzy diskurzu, který bude důležitý i pro nás v této práci. Z tohoto teoretického systému vycházel i Valdeón (2005), který se zaměřil také na oblast zpravodajství. Analyzoval články na internetových stránkách BBCWorld v angličtině a BBCMundo ve španělštině s cílem zjistit, zda se jedná o dva relativně samostatné zpravodajské kanály vytvořené specificky pro dvě odlišná publika (anglicky a španělsky mluvící) – což byl oficiální postoj tvůrců těchto médií – či tomu tak není. Valdeón (2005: 200-220) zkoumal jazykovou i obsahovou stránku textů ve španělštině a článků s podobným tématem v angličtině, přičemž se soustředil především na témata spojená se Španělskem, ale mající mezinárodní význam (např. atentáty v Madridu v březnu 2004). Na základě analýz Valdeón zjistil, že španělské texty trpí řadou nedostatků – gramatické chyby, stylistické neobratnosti, častá významová zkreslení či nesrozumitelnost. Na základě porovnání s anglickými články pak konstatoval, že většina španělských článků jsou překlady nebo se u nich přinejmenším projevuje silná závislost na angličtině. Vyskytovalo se v zde mnoho kalků a po významové stránce pasáže, které poukazyvaly na jinou kulturní orientaci – například rozvinuté přívlastky vysvětluující skutečnosti, které by španělskému publiku nebylo třeba vysvětlovat. Významným zjištěním bylo ideologicky ovlivněné použití některých výrazů, např. ETA byla v BBCMundo vždy označována jako „separatistická skupina“ zatímco v původních španělských médiích se o ní hovoří téměř výhradně jako o „teroristické skupině“ (Valdeón 2005: 209). Valdeón (2005: 216-218) tedy uzavírá, že BBCMundo představuje z větší části překládané zpravodajství, které nebere ohled na cílové příjemce a sleduje politické a ekonomické zájmy výchozí kultury. Pro nás je tato stať dalším z dokladů o časté praxi, kdy výchozí kultura ovlivňuje podobu překladu v celé řadě aspektů; zde je navíc

zajímavý i fakt, že daný zpravodajský server se snaží zatajit, že zveřejňuje překlady a nikoli původní texty.

Velmi zajímavá je pro nás práce Kwiecińskiego (2001), ve které realizoval kvantitativní analýzu překladů z angličtiny do polštiny – novinových článků spadajících pod oblast zpravodajství a situačních komedií. Při tomto výzkumu se zaměřil na protiklad naturalizace a exotizace a sledoval kulturně příznakové lexikální prvky textů. Jedná se o přístup blízký tomu, který chceme volit v naší práci, a určitou spřízněnost vidíme i v podobné pozici Polska a České Republiky ve vztahu k americké kultuře. Podrobněji se o Kwiecińskiego práci zmíníme v kapitole o teoretických východiscích, neboť z ní budeme čerpat po teoretické stránce a některé aspekty výzkumu mohou být zajímavé též pro naši metodologii.

Otázkou exotizace a naturalizace se zabývala též Bassnett (2005). Také ona se pohybovala v oblasti zpravodajství. Bassnett se domnívá, že otázka kulturních rozdílů je složitá a důležitá, především u vzdálenějších kultur, což dokazuje na několika překladech zápisu ze soudního jednání se Saddamem Hussainem z července 2004 uveřejněných v časopisech *The Independent*, *The Daily Telegraph* a *Evening Standard*. Bassnett (2005: 126) zjistila, že tyto různé verze jsou například odlišně ideologicky zabarvené (jedna podporuje válku v Iráku a druhá ji odsuzuje), mají různou délku, rozdílný styl. Bassnett (2005: 127-128) také zkoumala řeč Saddama Hussaina, jejíž překlad vyšel v lednu 2003 v časopise *The Guardian*, a konstatovala, že věrnost originálu, tj. velmi exotickému způsobu vyjadřování řečníka, a nepřizpůsobení textu cílovému prostředí vede místy až k nesrozumitelnosti a vytváří obraz Hussaina jakožto „šilného diktátora“. Bassnett (2005: 127) proto považuje naturalizaci za nezbytnou součást překladu zpravodajských textů.

Bassnett (2005: 124) také v této studii zjistila (podobně jako jsme výše uvedli u studie Bielsy (2007)), že při vytváření zpráv v jednom jazyce na základě cizojazyčných zdrojů splývá práce novináře a překladatele. Často je výchozí text pouze zdrojem informací, na jehož základě se napíše zcela nový text. Ti, kteří tuto činnost vykonávají, jsou navíc někdy jen neradi označováni za překladatele – považují se za novináře.

Bassnett (2005: 130) na závěr své statě dodává, že je třeba zkoumat překladatelské strategie za účelem zjištění, zda v překladu zpráv převažují globalizační či lokalizační tendence. I ona potvrzuje naše zjištění, že této oblasti doposud nebylo věnováno odpovídající množství pozornosti.

Pro náš výzkum může též být přínosná stať Jettmarové (1998) *Influence of Translation Strategies on Target-System Norms – Literalness as an Overall Strategy for Translating Advertisements in the Czech Republic*. Popisuje totiž, jak vypadal překlad reklam z angličtiny

do češtiny v letech 1990 až 1995 z hlediska umístění na ose „adekvátnost“ – „přijatelnost“ (Jettmarová 1998: 100). Jettmarová (1998: 100-101) rozlišuje čtyři postupy převodu zkoumaných reklam (od nejvyšší adekvátnosti k nejvyšší přijatelnosti): úplný přenos, částečný přenos, částečná substituce a úplná substituce. Pro nás je velmi zajímavé, že vývoj v překládání těchto reklam se v průběhu času posouval od adekvátnosti (úplný přenos) v prvních letech k přijatelnosti (úplná substituce) v posledních letech. Jettmarová (1998: 97) dále konstatuje, že celkově převažující strategií byl doslovný překlad, a to z několika důvodů: (1) v přijímajícím prostředí neexistovaly zavedené žánrové normy a konvence pro typ reklamy, který byl v nově nastalé společenské situaci po roce 1989 potřeba; (2) klienti a mezinárodní reklamní agentury velmi často výslovně trvali na doslovném překladu reklam; (3) v nové situaci na trhu nebyl dostatek kvalitních překladatelů a překladatelé nepřiliš zdatní, jak uvádí pro jiné kontexty například Levý (1963, cit. Jettmarová 1998: 103), volí často právě doslovný překlad. Tato studie nepojednává sice o překladu časopisů, ale hovoří o převodu textů, které možná mají s našimi časopisy řadu styčných bodů – představují žánr, který je do českého kontextu uváděn jako relativně nový; importují do cílového prostředí nové společenské hodnoty, pohledy na svět i jazykové struktury a mohou přispívat k internacionalizaci diskurzu a kultur (Jettmarová 1998: 104); instrukce pro převod dává výchozí systém. Domníváme se proto, že vývoj metody pro překlad reklam může být v některých aspektech podobný jako vývoj překladů časopisů, kterými se zde zabýváme. Tato stať nám může být v tomto ohledu dobrým vodítkem a možná dojdeme na základě našeho vlastního výzkumu k některým analogickým zjištěním.

### 3. TEORETICKÁ VÝCHODISKA

V této části naší diplomové práce si představíme teoretické systémy i jednotlivé pojmy, ze kterých budeme vycházet. Teoretická východiska nám pomohou lépe pochopit, co vlastně zkoumáme, o jaký materiál a společenskou situaci se jedná; pomohou nám definovat aspekty, na které se zaměříme; a umožní nám stanovit metody výzkumu.

Naše teoretická východiska se budou týkat především dvou oblastí: Za prvé – teoretický model překladu, ze kterého budeme vycházet při rekonstrukci vnějšího procesu překladu časopisů National Geographic a Reader's Digest (Popovič aj.). Za druhé – teoretická pojednání o překladu zaměřená na otázku manipulace; sem spadá pojetí manipulační školy (která problematiku nahlíží především z hlediska překladu) a pojetí kritické analýzy diskurzu (především sociologické hledisko).

#### 3.1 MODEL PŘEKLADU

V naší diplomové práci chceme využít některý z dostupných teoretických modelů překladu, který nám umožní zrekonstruovat vnější proces převodu časopisů National Geographic a Reader's Digest do češtiny. Budeme se o to snažit v takové šíři, abychom zohlednili co nejvíce aktérů a jiných faktorů tohoto procesu důležitých z hlediska manipulace s textem. Rozhodli jsme se vycházet ze základního, zcela jednoduchého modelu Antona Popoviče, ve kterém rozlišuje řetězec prvotní a řetězec druhotné komunikace (neboli metakomunikace):

Akt prvotní komunikace:

*autor - - - - text originálu - - - - příjemce*

Akt druhotné komunikace: *překladatel - - - - text překladu - - - - příjemce*

(Popovič 1974: 49)

Tento model jsme vybrali ze dvou důvodů. Předně se jedná o komunikační model překladu (Popovič 1974: 11) a my chceme převod zkoumaných textů nahlížet právě jako komunikační řetězec, nikoli pouze jako vztah dvou statických textů (výchozího a cílového) (srov. Popovič 1974: 48). V jednoduchosti tohoto modelu pak spočívá jeho univerzálnost – domníváme se, že námi zkoumaný proces překladu může být poměrně složitý a do takto jednoduchého modelu lze na základě empirického výzkumu zapojit všechny prvky, které bude potřeba.



Takových prvků může být celá řada. Popovič (1974: 69-76) například věnuje značnou pozornost funkci redaktora. I my očekáváme, že redaktor může v našem komunikačním procesu hrát významnou roli. Dalšími zúčastněnými subjekty mohou být například odesílatel textu, zadavatel či iniciátor překladu (Nord 1991: 42-45), ale samozřejmě i jiné, které nemusíme očekávat. Musíme také dobře definovat skutečnou roli překladatele v převodu obou časopisů, neboť může zahrnovat mimo jiné řadu úkonů spíše redakčního charakteru, jak to bylo konstatováno například v některých výše zmíněných studiích o jiných sdělovacích prostředcích.

Vzhledem k tomu, že námi zkoumané časopisy jsou překládány z jednoho výchozího jazyka do celé řady jazyků cílových, mohl by překladatelský proces vypadat také tak, jak popisuje Pym, tj.:

$$\begin{array}{l}
 VT \rightarrow \textit{internacionalizace} \quad \rightarrow CT_1 \\
 \quad \quad \quad \rightarrow CT_2 \\
 \quad \quad \quad \rightarrow CT_3 \\
 \quad \quad \quad \dots\dots
 \end{array}
 \qquad \qquad \qquad \text{(Pym 2004: 35)}$$

Předpokládáme, že tento postup by se ve sledovaném překladatelském procesu mohl uplatnit v podobě, jakou uvádí Pym, nebo by se do něj také mohl promítnout dílčím způsobem, jakožto obecný princip týkající se například některých složek překládaných textů. O hypotézách Pyma se ještě podrobněji zmíníme dále.

O podobě překladatelského procesu v případě časopisu Reader's Digest můžeme již nyní mnohé usuzovat na základě výše citované Robynsovy statě. Robyns (2000: 87) uvádí, že veškeré zahraniční edice tohoto časopisu jsou kontrolovány centrální redakcí v USA. Lokální redakce jsou malé. Vybírají z amerického „originálu“ články, které pak místní překladatelé přeloží a místní redaktoři upraví v souladu s typickým stylem časopisu. Výběr článků i jakékoli významnější změny v člancích však musí být schváleny redaktory v USA. Zahraniční verze časopisu také mohou obsahovat některé články místního původu, i ty však musí být schváleny v USA – tyto vybrané články se přeloží do angličtiny, redakce v USA je zkrátí a upraví a potom se přeloží zpět do jazyka, ve kterém byly napsány. Místní redaktoři také provádějí „lokalizaci“ amerických článků (srov. výše s. 8 této práce), což se již děje bez kontroly výchozí redakce. Reklamu v různých jazykových verzích časopisu spravují také pouze místní redakce.

Proces překladu je zde načrtnut jen v hrubých rysech, nicméně určitou představu si na tomto základě můžeme vytvořit – především si všimneme výrazné kontroly ze strany výchozí redakce. Uvidíme, k jakým závěrům dojdeme při našem empirickém výzkumu a zda se popis Robynse ukáže jako platný i pro naši situaci.

### 3.2 MANIPULACE V PŘEKLADU

Jak jsme již uvedli, jedním z našich hlavních teoretických východisek je teorie tzv. „manipulační školy“. V této kapitole naší práce popíšeme, jak manipulační teorie chápe onu manipulaci a proč vlastně je toto pojetí pro nás zajímavé. Zároveň také nastíníme, jak budeme moci v souladu se závěry teoretiků manipulační školy manipulaci v překladu zkoumat.

Název „manipulační škola“, který zde používáme, vznikl na konci 80. let 20. století a označuje volně propojenou skupinu teoretiků, kteří sdíleli určité myšlenky, ačkoliv se mezi sebou v mnohém lišili. Jejich přístup bývá také popisován jako deskriptivistický a polysystémový (Hermans 1999: 7-9). Tito teoretici působili především v 70., 80. a 90. letech 20. století. My zde budeme vycházet nejvíce z prací Lefevera a Touryho. Často také zmíníme Levého a Popoviče, což je jen logické, neboť tyto teoretici představují jeden ze zdrojů, na jejichž základě se teorie manipulační školy zformovala (srov. Hermans 1999: 17).

Ačkoliv se zde soustředíme na manipulační teorii, budeme samozřejmě odkazovat i na jiné teoretiky, kteří mají k příslušným otázkám co říci.

Nejdříve se však zastavíme u samotného pojmu *překlad*, který je pro tuto práci samozřejmě klíčový. Vzhledem k našemu zaměření na kvalitativní výzkum v zásadě nechceme předem stanovit konkrétní definici překladu, neboť právě, „co je to překlad časopisů National Geographic a Reader’s Digest do češtiny a jak vypadá“, je otázka, na niž bychom teprve měli získat odpověď. Obecně tedy můžeme říci, že naše stanovisko je v souladu s deskriptivistickým pojetím Touryho (1995: 32), který používá termín „assumed translation“ a překlad charakterizuje takto:

„[...] all utterances which are presented or regarded as such within the target culture, on no matter what grounds. [...] What is addressed, even in the long run, is not even what the translation is *in general*, but what it proves to be *in reality*, and hence what it may be expected to be under various specifiable conditions.“ (Toury 1995: 32)

Jelikož však není v možnostech jedné diplomové práce popsat určitý typ překladu zcela komplexně, se všemi jeho aspekty (pokud to vůbec je v možnostech jakékoli práce), musíme se orientovat určitým směrem. Nebude nás zajímat tradiční pohled na překlad jakožto především jazykovou operaci (srov. např. Levý (1983: 120): „přeložit dílo znamená vyjádřit je – v jeho jednotě obsahu a formy – jiným jazykovým materiálem.“). Jak jsme již zmínili v úvodu, pro náš účel poslouží pojetí manipulační školy, podle které „Translation is [...] a rewriting of an original text. [...] Rewriting is manipulation, undertaken in service of power.“ (Lefevere 1992: vii).

Teoretici manipulační školy se zabývali především literaturou a literárním překladem; my jsme však přesvědčeni, že jejich tvrzení mají obecnou platnost a lze je aplikovat právě i na překlad časopiseckých článků.

„Rewriting“, neboli „přepis“, je podstatou mnoha procesů, jako například sestavování antologií či sepisování dějin literatury, psaní kritik a recenzí, redakční práce, adaptování textů pro televizi či divadlo, a samozřejmě překládání (Lefevere 1992: 6-9). Ty, kdo různé typy přepisu provádějí, Lefevere (1992: 4) obecně nazývá „rewriters“ (česky bychom mohli volit výraz „přepisovatelé“, ačkoli se může zdát poněkud nepřirozený).

Přepis podle Lefevera (1992: 6-7) vytváří určitý obraz daného textu, například literárního díla. Význam tohoto postupu je v současnosti velký, neboť takových přepisů je značné množství a lidé mnohdy přicházejí více do styku s nimi než s původními díly. Překlad je podle Lefevera (1992: 9) nejsnadněji rozpoznatelným a také nejvlivnějším typem přepisu.

Můžeme podotknout, že přepis, jak jej chápe Lefevere, má řadu společných rysů s tzv. metakomunikací podle Popoviče (1974: 215-235), který do skupiny metakomunikačních činností také zahrnuje kromě překladu např. recenze a kritiky, práci literárního teoretika či recitátora básní. Popovič charakterizuje metakomunikaci jako derivovanou, odvozenou, sekundární literární činnost, při které na základě určitého prototextu vzniká metatext. I Popovič (1974: 217) používá v tomto kontextu termín „manipulace“, nahlíží jej však jinak než teoretici manipulační školy – především z hlediska poměru mezi metajazykovou a tvořivou složkou daného procesu a z hlediska poměru mezi invariantní a variantní složkou metatextu.

Lefevere se soustředil na jiný druh *manipulace*. Podle něj přepis nevzniká ve vakuu a není neutrální; jak uvádí:

„Two factors basically determine the image of a work of literature as projected by a translation. These two factors are, in order of importance, the translator’s ideology [...] and

the poetics dominant in the receiving literature at the time the translation is made.“ (Lefevere 1992: 41)

Ideologie překladatele zde představuje poměrně široký pojem, který Lefevere přesně nedefinuje, pouze uvádí, že jeho pojetí ideologie není omezeno výlučně na oblast politiky (Lefevere 1992: 16). Lépe nám jej pomohou pochopit některé empirické studie uvedené v práci *Translation, Rewriting and the Manipulation of Literary Fame*. Ideologii motivované jsou podle Lefevera (1992: 66-69) například některé změny, které provedla jistá Anneliese Schütz při překladu deníku Anne Frankové do němčiny – odstranila jakékoli pasáže urážející Němce, aby se kniha prodávala dobře v Německu, a přizpůsobovala obraz Anne Frankové kulturnímu stereotypu své doby o tom, jak se má chovat dívka jejího věku a postavení. Ideologii podle Lefevera bychom tedy mohli chápat jako určitý hodnotící postoj, názor na to, co je (v textu) správné, přijatelné apod.

Poetiku Lefevere (1992: 26) vymezuje jako na jedné straně soubor literárních prostředků, žánrů, motivů, typických postav, situací a symbolů; na druhé straně jako koncept toho, jaká je – nebo by měla být – role literatury ve společenském systému jako celku.

Překladatel (či jiný přepisovatel) se může určitou poetikou či ideologií řídit, nebo se může rozhodnout zaujmout nesouhlasný postoj. Podle Lefevera však častěji postupuje v souladu s poetikou či ideologií. Důvody jsou následující: Za prvé – jakmile se určitá poetika stane dominantní, snaží se udržet si své postavení, a silně proto ovlivňuje literární systém tak, aby pokud možno nedošlo k jeho změně (Lefevere 1992: 26). Za druhé – dominantní ideologie a poetika jsou většinou prosazovány určitými institucemi či osobami atd., které mají moc a těm, kdo prosazují jejich stanovisko, často propůjčují určitý status a poskytují finanční prostředky. Lefevere (1992: 15-24) v tomto kontextu používá pojem „patronage“. (V češtině volíme výraz „patronace“, který nám připadá z možných alternativ nejvhodnější, ačkoliv ne zcela uspokojivý, neboť anglické „patronage“ má širší význam.) Patronace je to, co „patron“ neboli zadavatel poskytuje přepisovateli; patronace zároveň představuje vliv, který zadavatel na přepisovatele má. („Zadavatel“ zde používáme jako ekvivalent anglického „patron“; slovníkové ekvivalenty „patron“, „mecenáš“ či „podporovatel“ mají podle nás příliš specifický, úzký význam.) Patronace zahrnuje tři prvky: složku ideologickou, složku ekonomickou a status (Lefevere 1992: 16). Lefevere (1992: 17) pak rozlišuje mezi tzv. nediferenciovanou a diferenciovanou patronací („undifferentiated patronage“, „differentiated patronage“) podle toho, zda všechny tři prvky ovládá tatáž instituce (nediferenciovaná patronace) či ne (diferenciovaná patronace). Ve společenských systémech

s nediferenciovanou patronací má instituce vykonávající patronaci logicky větší moc a také většinou vyvíjí úsilí za účelem udržení stability stávajícího systému. Přepisovatel je pak v takovém systému více svazován dominantní ideologií a je pravděpodobnější, že se jí bude řídit (Lefevere 1992: 16-18).

Na základě těchto tvrzení se tedy v naší diplomové práci budeme ptát: řídí se překladatelé námi zkoumaných časopisů určitou poetikou a ideologií? Pokud ano, jaká poetika či ideologie to je? A které instituce ji prosazují? Jedná se o diferenciovanou či nediferenciovanou patronaci? Půjde nám především o to, zda se jedná o poetiku či ideologii českého či amerického systému a zda poetiku a ideologii prosazuje česká či americká redakce zkoumaných časopisů (instituce zmiňovaná Lefeverem). Lefevere většinou pojednává o případech, kdy se překladatel přizpůsobuje poetice či ideologii cílového literárního systému. My se však na základě některých výše uvedených studií (především Sprung (2000) a Robyns (1994)) domníváme, že to tak v naší situaci nemusí být.

Zde vstupuje do hry širší, *kulturní aspekt*. Literární systém, o kterém jsme doposud mluvili především, lze chápat jako podsystem systému kulturního (srov. teorie polysystému). Jako takový má daný literární systém určité vlastnosti ovlivněné charakterem příslušného kulturního systému.

Časopisy National Geographic a Reader's Digest můžeme považovat za velmi typické „představitel“ americké kultury, a jestliže pojednáváme o jejich překladu do češtiny, máme co do činění se dvěma kulturními systémy – americkým a českým. Máme za to, že v případě této dvojice bude zmíněný kulturní aspekt velmi zajímavý – mezi výchozí a cílovou kulturou se totiž jedná o vztah typicky „silné“ a „slabé“ kultury. Pojmy „silná“ a „slabá“ zde přitom nelze chápat jako hodnotící – vyjadřují pouze reálnou situaci. Kwieciński (2001) pojednává o podobné problematice jako my a považuje polský kulturní systém za slabý ve vztahu k systému angloamerickému (Kwieciński 2001: 170-171). Naše situace je analogická. Je to dáno celou řadou ekonomických, politických, kulturních a společenských faktorů, mezi nimiž na významné pozici stojí skutečnost, že Česká republika (podobně jako Polsko, jak o tom píše Kwieciński (2001: 97)) teprve nedávno prošla zásadní změnou politického systému a nachází se nyní v přechodné fázi vývoje. To samo o sobě znamená, že místní systém je poněkud nestabilní (srov. Delabastita 1990: 103-104) – i dnes, a o to více před pěti či patnácti lety, kdy byly námi zkoumané časopisy na český trh uváděny.

Na druhé straně tohoto mocenského poměru se nachází kultura americká (a anglický jazyk), o kterých celá řada teoretiků (a samozřejmě nejen jich) tvrdí, že do jisté míry „ovládají svět“, ať již v oblasti politiky, ekonomiky nebo právě překladu. Mezi ně patří například

Kwieciński (2001: 100; překlad autorky), který se domnívá, že „o naprosté dominanci anglické a anglo-americké kultury nelze pochybovat“.

Hypotézu o dominantním postavení americké kultury podporují například závěry interkulturní psychologie, což je disciplína, která popisuje a srovnává vlastnosti a procesy lidské psychiky v závislosti na kulturních faktorech založených v odlišnostech etnik, národů, rasových, náboženských či jazykových skupin. Zkoumá kulturní rozdíly mezi těmito společnostmi v kognitivních procesech, interpersonálním chování a komunikaci, v hodnotových orientacích, postojích atd. (Průcha 2004: 19). Výzkumy potvrzují, že mezi kulturami v tomto ohledu existují značné odlišnosti. Nizozemský vědec Hofstede (1999; cit. Průcha 2004: 42) například provedl koncem šedesátých a začátkem sedmdesátých let srovnávací výzkum hodnot v národních kulturách, jehož závěry byly ověřeny i v některých pozdějších studiích. Podle Hofstedových zjištění je kultura USA například silně individualistická. (V kultuře individualistické existují slabé vazby jedince na kolektiv, zájem jedince převládá nad zájmy skupiny – jedná se o protiklad tzv. individualistické a kolektivistické kultury (Průcha 2004: 81-85).) Podle jiné studie pak ze srovnání Austrálie, Kanady a USA (což jsou všechno individualistické společnosti) vychází, že Američané dávají největší důraz na hodnotu výkonu (Feather 1998; cit. Průcha 2004: 89). Tyto vlastnosti mohou přispět k tomu, že americká kultura má tendenci stát se ve světě dominantní. Daná charakteristika navíc nepředstavuje nic nového – její kořeny sahají do daleké minulosti (Průcha 2004: 42). Barša pojednává o zahraniční politice USA a vysvětluje, co vedlo k neoimperialistickému chování USA ve světě:

„[...] sebepojetí Ameriky bylo ovlivňováno mýtem o nadřazenosti bílých anglosaských protestantů (White Anglo-Saxon Protestants – WASP). Od samého začátku to byla republika imperialistická, neboť byla založena na územní expanzi a různých formách podmaňování či vytlačování skupin považovaných za kulturně či rasově méněcenné.“ (Barša 2003; cit. Průcha 2004: 43)

V podobném duchu se nesou i slova Henryho Kissingera:

„Jedinečnost, kterou si Amerika po celé své dějiny připisovala, vedla k dvěma rozporným postojům v zahraniční politice. [...] Podle jednoho z nich je povinností Ameriky vést po celém světě křížácká tažení za prosazení svých hodnot.“ (Kissinger 1996; cit. Průcha 2004: 44)

Průcha (2004: 138) také uvádí názor, který podporuje tezi o „slabé české kultuře“ a který podle něj zastává řada českých intelektuálů (Průcha cituje Ferdinanda Peroutku a Jáchyma Topola) – totiž že Češi jsou malý, slabý národ, který má tendenci k sebedoceňování, „ušlápnutosti“ a nízké národní hrdosti.

Dominanci angloamerické kultury ve světě považuje za reálnou též Venuti. Tuto situaci podle Venutiho (1995: 12-14) jasně dokazuje (a také částečně způsobuje) mezikulturní tok literatury a to, jaký podíl knih publikovaných v jednotlivých zemích tvoří překlady. Venuti uvádí, že v období od 50. do 90. let 20. století představovaly překlady pouhých 2 až 4 procenta všech knih vydaných v USA či Velké Británii, přestože se produkce knih v těchto zemích za dané období zvýšila čtyřikrát. Oproti tomu ve Francii například překlady tvořily v roce 1985 9,9 procent vydaných knih a z toho navíc dvě třetiny byly překlady z angličtiny. V Itálii tvořily překlady v roce 1989 25,4 procent knih a více než polovina byla z angličtiny; v Německu v roce 1990 překlady představovaly 14,4 procenta a z toho opět dvě třetiny byly z angličtiny. Venuti (1995: 14) uzavírá, že od druhé světové války je angličtina nejprekládanějším jazykem na světě, do kterého se však moc nepřekládá.

Venuti k tomu dodává:

„The consequences of this trade imbalance are diverse and far-reaching. By routinely translating large numbers of the most varied English-language books, foreign publishers have exploited the global drift toward American political and economic hegemony in the postwar period, actively supporting the international expansion of Anglo-American culture.“ (Venuti 1995: 15)

Čísla, která Venuti uvádí, nejsou z našeho hlediska zcela aktuální, nicméně domníváme se, že ilustrují obecné trendy, které se v průběhu jednoho až dvou desetiletí nejspíše nezměnily dramatickým způsobem.

Venutiho závěry potvrdil později i Pym (2004: 38) a zobecnil je do tvrzení, že čím větší je určité „locale“, tím více se z daného jazyka překládá a tím méně se překládá do toho jazyka; zároveň čím menší je „locale“, tím více se překládá do daného jazyka a tím méně se překládá z toho jazyka. Navíc existuje přímá úměrnost mezi tím, kolik knih se v určitém jazyce vydá lokalizovaných (tj. zjednodušeně řečeno překladů) a kolik knih se v daném „locale“ vydá v cizím jazyce (nelokalizovaných, nepřeložených).

„Locale“ Pym (2004: 1) definuje jako „přijímací situaci“, přičemž hranice určitého „locale“ představují body, ve kterých došlo k vnitrojazykové či mezijazykové lokalizaci textu (Pym 2004: 22). „Locale“ není vymezeno jako „kultura“ či „jazyk“, ale v některých případech může těmto entitám odpovídat.

Na význam mezikulturních vztahů upozorňuje i Delabastita (1990: 103-105), který píše o překladu filmů, nicméně jeho poznatky můžeme bez obav aplikovat i na překlad časopisů. Delabastita doporučuje, abychom si při popisu překladu (filmů) kladli mimo jiné tyto otázky: jaké je postavení výchozí a cílové kultury v mezinárodním kontextu, tj. zda se jedná o kultury prestižní či okrajové; jak otevřená je cílová kultura vůči kulturám jiným; a také jaké je postavení překládaného textu v rámci výchozí kultury – zda je prestižní či ne.

Myšlenky poměru kultur se dotkl i Popovič (1974: 180-181), když psal o tzv. „času kultury“, který definoval jako vývojový vztah mezi výchozí a cílovou kulturou. V našem případě se nejspíše jedná o situaci, kdy z určitého hlediska (alespoň co se zkoumaných časopisů týče) čas cílové (české) kultury zaostává za časem kultury výchozí (americké).

V souvislosti s poměrem kultur existují samozřejmě i názory, že americká kultura ve světě v zásadě příliš dominantní není, nebo alespoň že tato dominance nepřináší negativní důsledky. Podrobnější diskusi na toto téma se budeme věnovat později v kapitole o kritické analýze diskurzu a globalizaci.

My se v této práci přikláníme spíše k těm teoretikům, kteří zastávají názor, že k dominanci americké kultury dochází. V teoretické literatuře, se kterou jsme se zatím setkali, tento názor ostatně převažoval. Usuzujeme tedy, že platí výše zmíněné „rozložení sil“ mezi kulturou českou a americkou. Taková situace pak vede s velkou pravděpodobností k tomu, že dominantní je výchozí, tj. americká poetika a ideologie, což by mohlo mít důsledky v oblasti, kterou se zde zabýváme:

Prvním důsledkem by mohlo být to, že se uvedení časopisů National Geographic a Reader's Digest na český trh vůbec uskutečnilo, že bylo vůbec iniciováno.

K uvedení těchto časopisů mohly vést v zásadě dva důvody: K překladu často dochází, pokud cílový kulturní/literární systém postrádá cosi, co jiný (výchozí) kulturní/literární systém má. Jestliže v cílovém systému existuje určitá „mezera“, snaží se ji tento systém zaplnit a z jeho strany vyjde popud k překladu. Je to běžný způsob interakce kultur, na který upozorňoval například Popovič (1974: 27). Námi zkoumané časopisy jsou poměrně specifického typu a před rokem 1989 v Československu velký výběr časopisů nebyl (srov. Jettmarová 1998: 104). Je možné, že právě tento druh časopisů v našem kontextu neexistoval ani určitý čas po změně politického režimu. Pak by mohla naše (cílová) kultura být



iniciátorem (v abstraktním slova smyslu) daného překladatelského procesu. Ovšem může nastat i opačná, tzv. „koloniální“ situace, kdy cílový systém v zásadě daný překlad nepotřebuje, ale je mu jaksi „vnucen“ zvenčí (srov. Toury 1995: 27). K tomu může dojít právě při dominanci výchozí kultury. Nedokážeme odhadovat předem, který z uvedených důvodů platil pro situaci, která nás zde zajímá. Mohlo by se dokonce jednat i o kombinaci obou. Pokusíme se zjistit, jak tomu bylo, a napoví nám například to, zda v letech, kdy se časopisy National Geographic a Reader's Digest u nás začaly vydávat, u nás již existovaly jiné časopisy podobného zaměření či nikoli. Popis postavení daných časopisů v rámci systému časopisů v České republice bude jedním z dílčích úkolů naší práce – bude nás zajímat, do jakého prostředí byly tyto časopisy uvedeny a v jakém prostředí fungují v současnosti. Něco se také můžeme dozvědět z rozhovorů s osobami z redakcí časopisů.

Další oblastí, které se poměr kultur může dotknout, je recepce překladů – tedy to, zda a jak dobře byly v cílovém prostředí akceptovány. Zkoumané časopisy mohly být u nás přijaty pro své vlastní kvality - jakožto zajímavý typ časopisů, který tu zatím chyběl; nebo mohly být přijaty především proto, že pocházejí z americké kultury. Jak uvádí Lefevre (1992: 87-88): „[...] a culture with a low self-image will welcome translation (and other forms of rewriting) from culture or cultures it considers superior to itself.“ („Nízké sebevědomí kultury“ - srov. výše Průcha (2004: 138).) V tomto procesu často hrají důležitou roli některé instituce (Lefevre 1992: 20), které mohou pozitivní přijetí textů mocensky podpořit – v našem případě by to mohla být buď redakce cílová nebo výchozí, což teprve zjistíme. Stejně tak se teprve dozvíme, s jakým „nadšením“ byly časopisy National Geographic a Reader's Digest v českém prostředí přijaty; nicméně domníváme se, že právě vzhledem ke kulturním vztahům mohly být přijaty velmi pozitivně. Náš výzkum v tomto ohledu se zaměří na vývoj nákladů časopisů po období, kdy se u nás prodávají. Bude tedy bude pouze orientační, nicméně domníváme se, že pro potřeby naší práce dostatečný. Podrobněji a z trochu jiného pohledu se o mechanismech přijímání nových typů textů (diskurzu) zmíníme v kapitole věnované kritické analýze diskurzu.

V neposlední řadě může mít převaha americké poetiky a ideologie dopad i na samotnou podobu překladu. Je to logické, neboť: „The ideology dictates the basic strategy the translator is going to use and therefore also dictates solutions to problems [...].“ (Lefevre 1992: 41). Jak jsme již zmínili v úvodu (srov. Lefevre 1990: 19), tento vliv se projevuje jak ve výběru textů pro překlad (v našem případě se bude jednat o volbu časopisů jako takových a také o výběr článků v rámci těchto časopisů), tak ve volbě překladatelské metody. To

znamená – řečeno Touryho jazykem – , že jsou ovlivněny všechny typy norem: předběžné („preliminary“), počáteční („initial“) i operační („operational“) (Toury 1995: 56-59).

Na úrovni počátečních norem se pak podle Touryho (1995: 56) jedná o volbu mezi „adekvátností“ a „přijatelností“ nebo též „inovací“ („innovation“) a „zachováním“ („preservation“) (Toury 1985; cit. Kwieciński 2001: 72). Druhá dvojice termínů pochází z Touryho stati *Aspects of Translating into Minority Languages* (1985; cit. Kwieciński 2001: 71-73), která je pro nás zajímavá právě proto, že pojednává o „malých“ jazycích. Toury (1985; cit. Kwieciński 2001: 72) definuje tyto postupy takto: inovace – „zavádění posunů a odchylek od modelů a norem uznávaných v dané kultuře“, zachování – „dodržení stávajících norem a modelů“. Konstatuje, že v dominantních cílových kulturách jsou tolerovány pouze drobné odchylky od celkové přijatelnosti cílových promluv a převažuje postup zachování. Oproti tomu v případě slabého cílového systému převažuje inovace, dochází k interferencím a do cílových promluv se dostávají cizí prvky (Toury 1985; cit. Kwieciński 2001: 72-73). Interference v překladu je běžná a Toury (1995: 275-278) ji dokonce zařazuje jako jeden ze zákonů překladatelského chování, nicméně v případě překladu ze silné či prestižní kultury do kultury slabé je vyšší a je více tolerována, nebo dokonce může představovat určitou hodnotu.

Podobně Lefevere (1992: 91) uvádí, že pokud cílová kultura považuje originál za vysoce prestižní text, je pravděpodobné, že překlad bude co nejdoslovnější.

Jako důsledek mezikulturních vztahů se zde tedy do popředí dostává obecná dichotomie orientace na výchozí či cílový systém a míra přijatelnosti prvků výchozího systému v cílovém textu. Tato opozice bude v naší práci důležitá. Pokud opravdu vycházíme z předpokladu, že český kulturní systém je slabý ve vztahu k systému americkému, měla by se tato skutečnost projevat ve vyšším výskytu prvků výchozí kultury v textech překladů námi zkoumaných časopisů. Jedná se již tedy o konkrétní oblast, na kterou se budeme moci zaměřit v našem empirickém výzkumu při analýze překladů – jak uvádí Lefevere (1992: 51; překlad autorky): „Z přeložených textů se můžeme o interakci kultur a manipulaci textů mnoho dozvědět.“ Protikladu orientace na výchozí či cílový systém se budeme podrobněji věnovat a uvedeme si, jak ji nahlízejí různí teoretici a které pojetí bude pro nás nejvhodnější. Zajímá nás, jak teoretici definují tyto opačné orientace představující dva póly, mezi kterými mohou překladatelé volit svou strategii, a také je pro nás důležité, jak konkrétně by se tyto strategie měly v přeložených textech projevat.

Daným protikladem se zabýval například Venuti (1995: 20 a další), který používal termíny „domestication“ a „foreignization“; my zde zvolíme v češtině výrazy „naturalizace“ a „exotizace“ s vědomím, že se vyskytují i u jiných teoretiků, kde mohou mít odlišný význam.

V souvislosti s výše zmíněnými kulturními vztahy Venuti konstatuje, že v anglicky mluvících zemích je převažující praxí postup naturalizace, který vede k tzv. „plynulému překladu“ („fluent translation“). Venutiho pojetí přizpůsobení překladu domácím (zde americkému či britskému) prostředí vymezuje překlad, ve kterém je uplatněn současný jazyk, nikoli archaizovaný, obecně používaný jazyk, nikoli specializované výrazy, standardní jazyk, nikoli jazyk hovorový; nepoužívají se v něm cizí výrazy; syntax je plynulá a nadržuje se syntaxi výchozího jazyka; text je snadno srozumitelný a čtivý (Venuti 1995: 4-5). Podle Venutiho tento postup vede k „neviditelnosti“ překladatele, která je podle norem přijímajícího prostředí žádoucí. Zároveň také v souladu s do jisté míry xenofobním postojem angloamerické kultury zbavuje texty všeho, co je příznakové pro cizí prostředí (Venuti 1995: 17). Toto vymezení naturalizace je specifické, neboť zahrnuje i postupy, které bychom mohli charakterizovat jako určité „výrazové zeslabení či nivelizaci“ (Popovič 1974: 123) a které se netýkají žádných kulturně příznakových prvků (například substituce standardního jazyka za hovorový). Venutiho definici bychom mohli nejlépe vnímat jako jeden případ postupu naturalizace pro konkrétní kulturu – angloamerickou – v konkrétní době, tj. (v souladu s výše zmíněným Touryho vymezením (1985; cit. Kwieciński 2001: 72)) přizpůsobení domácím normám a modelům, které v tomto případě vyžadují čtivý jednoduchý text.

O kulturně příznakových prvcích – „prvcích národní a dobové specifičnosti“ – hovořil již Levý, který zahrnul výše zmíněný protiklad do opozice „věrný“ versus „volný“ překlad. Věrný překlad se podle Levého (1983: 114) soustřeďuje na oblast „zvláštního“ a zachovává prvky národní a dobové specifičnosti; překlad volný oproti tomu zachovává obecný obsah a formu a zavádí substituci v celé oblasti zvláštního. Levý uvádí, že velmi volný překlad může vést k „lokalizaci“ či „aktualizaci“, což hodnotí jako spíše nežádoucí výsledky. Pro nás je zajímavé Levého (1983: 119) vymezení národní a dobové specifičnosti: „nejde o uchopitelnou, vydělitelnou složku, ale o kvalitu, která v různé míře prostupuje všechny složky literárního díla: jazykový materiál, formu i obsah“. Souhlasíme s tím, že národní a dobová specifičnost je poměrně široký koncept, nemyslíme si však, že je zcela neuchopitelný a nevydělitelný.

Konkrétněji se o kulturně příznakových prvcích textu („elements in the Universe of Discourse“) zmiňuje Lefevere (1992: 42), který uvádí, že strategie překladu těchto prvků výchozího textu je jednou z hlavních oblastí, kterou ovlivňuje ideologie a poetika. Lefevere (1992: 49) vidí kulturně příznakové prvky jako cosi problematického pro cílového příjemce. Uvádí některé příklady: „[...] odkazy na dobové osoby, události nebo významy, specifické

konotace slov, veškeré literární aluze, které jsou považovány za známé pro příjemce“ (Lefevere 1992: 42; překlad autorky).

Podrobně se této tematice věnuje Popovič. Zaměřuje se na oblast umělecké literatury a stylu, podle našeho názoru však můžeme jeho poznatky chápat i v obecnější rovině a aplikovat je například na typ překladu, který nás zde zajímá. Popovič (1974: 132) uvádí, že překladatel může vůči originálu zaujmout různé stylistické postoje, a to: 1. nulový postoj stylistický (nivelizovaný jazyk překladu, výrazová nivelizace, „překladatelština“), 2. uplatnění domácího stylu (adaptace stylu originálu, poetika překladatele „pohlcuje“ poetiku originálu), 3. odkrývání nového stylu (obohacení domácího stylistického kontextu o nový „rukopis“). Zajímavé je, že Popovič (1974: 140) považuje za odkrývání nového stylu pouze případ, kdy daný text nejen přináší nové ideově-estetické informace a nový styl, ale také se stane zdrojem pro mezitextové navazování, tj. v cílovém systému vznikají další texty, které na něj nějakým způsobem navazují. V našem případě by tomu tak bylo, pokud by například vznikaly další české časopisy podobného typu jako National Geographic a Reader's Digest nebo pokud by jiná média přejala překladatelské strategie uplatňované těmito časopisy. V empirickém výzkumu budeme mapovat vznik podobných časopisů.

Zmíněné tři překladatelské metody se v překladu projevují tzv. individuálními posuny, které stojí v protikladu k objektivně nevyhnutelným, konstitutivním posunům a tvoří poetiku překladatele. V oblasti kulturních prvků se pak překladatel pohybuje na ose „my“ – „oni“ neboli „svoje“ – „cizí“, přičemž míšení prvků výchozí a cílové kultury v textu Popovič (1974: 187) nazývá „kreolizace“. Důraz na „svoje“ vede podle Popoviče (1974: 63) k naturalizaci neboli zdomácnování, důraz na „cizí“ k exotizaci neboli zcizování. „Cizí“ výchozí kultura je v textu reprezentována novými, pro cílového příjemce většinou neznámými, „neopakovatelnými“ prvky (Popovič 1974: 63-65), které Popovič nazývá též prvky „překladovosti“. Patří k nim:

- 1) Věci nepřeložené a nepřeložitelné na tematické rovině díla: kalky, reálie, míry, váhy, zeměpisné názvy, literární onomastika.
- 2) Prvky tzv. vnitrojazykového překladu: vysvětlivky pod čarou nebo přímo v textu, komentář k textu překladu, překlady cizojazyčných citátů uvedených v originálu.
- 3) Značná věrnost předloze po jazykové stránce: vysoký počet kalků, „kreolizace“ textu.
- 4) Nezvyklé veršové uspořádání v poezii.

Popovičovo pojednání o této problematice považujeme za velmi zdařilé. Především jeho vymezení prvků překladovosti je podle našeho názoru dostatečně komplexní, ale zároveň ne

přehnaně složité. Jeho výhodou je, že se týká jak obsahové roviny (bod 1), tak jazykové stránky (bod 3) a zahrnuje i presupozice čtenářů (bod 2). Bude pro nás tedy jedním z hlavních východisek při empirické analýze překladů.

Velmi přínosné jsou také závěry Kwiecińskiego (2001), který se věnoval důkladně otázce opozice naturalizace a exotizace (také Kwieciński, jako např. Venuti (1995), používá termíny „domestication“ a „foreignisation“) a na základě svých poznatků oba pojmy vymezil takto: naturalizace – „cílový text je přizpůsoben uznávaným pojmům, normám a konvencím cílového jazyka/kultury“; exotizace – „do cílového textu jsou uváděny pojmy a jazykové formy, které jsou cílovému jazyku a kultuře cizí a/nebo nesrozumitelné“ (Kwieciński 2001: 13-14). Také s touto definicí, která se podobá Touryho vymezení postupů „zachování“ a „inovace“, se můžeme pro účely naší práce ztotožnit.

Kwieciński (2001: 171) patří k teoretikům, kteří se domnívají, že volba překladatelské strategie na ose naturalizace – exotizace bývá ovlivněna poměrem zúčastněných kultur, a v konkrétním případě vztahu mezi kulturou polskou a angloamerickou očekává v překladu z angličtiny do polštiny vysokou přítomnost „cizích“ prvků. Tyto cizí prvky nazývá „culture-specific items“ (což odpovídá českému pojmu „kulturně příznakové prvky“) a v empirické analýze textů se zaměřuje konkrétně na lexikální prvky z této skupiny.

Pro analýzu překladů vytvořil Kwieciński (2001: 157-165) propracovaný systém klasifikace překladatelských postupů používaných při převodu lexikálních kulturně příznakových prvků. Jeho systém je velmi podrobný – pro naše však účely možná až příliš. Naš výzkum se od Kwiecińskiego studie bude lišit především tím, že nezůstane pouze u *lexikálních* kulturně příznakových prvků, a také tím, že nebude čistě kvantitativní. Naše analýza bude kvantitativně-kvalitativní a bude zkoumat též celkovou strukturu jednotlivých čísel časopisů National Geographic a Reader's Digest, jejich složení co se týče článků atd. a na mikrostrukturní úrovni (v souladu s vymezením Popoviče, srov. výše) například výskyt syntaktických kalků apod. Nebudeme tedy potřebovat tak důkladnou klasifikaci, jakou má Kwieciński – naše analýza bude méně podrobná v rámci množiny „lexikálních kulturně příznakových prvků“, bude však zasahovat i mimo tuto oblast, což považujeme za lépe reprezentující celkovou překladatelskou strategii. Sám Kwieciński (2001: 170) konstatuje, že naturalizační nebo exotizující překladatelská metoda se projevuje na všech úrovních textu a lexikální prvky jsou pouze jejím „ukazatelem“, byť rozhodujícím.

Tímto můžeme uzavřít kapitolu věnovanou manipulační škole a některým souvisejícím teoretickým východiskům. Pro další části naší práce a náš empirický výzkum je důležité především konstatování, že poměr (anglo)americké a české kultury by měl mít dopad

na podobu překladu a to takový, že by se měl projevit ve struktuře a složení časopisů a v podobě textů, konkrétně ve vyšší přítomnosti kulturně příznakových prvků. Při vymezení a analýze těchto prvků budeme vycházet především ze závěrů Popoviče a Kwiecińskiego.

V následujících kapitolách teoretické části uvedeme některé aspekty teorie A. Pyma a dále pak kritické analýzy diskurzu, které nám nabídnou velmi důležitý, trochu odlišný úhel pohledu na zkoumanou problematiku a zároveň v něčem doplní a také potvrdí hypotézy manipulační školy.

### 3.3 INTERNACIONALIZACE A LOKALIZACE V PŘEKLADU

Nyní se soustředíme na některé aspekty překladu, o kterých pojednává Pym (2004). Jeho pojetí považujeme za přínosné, neboť se zajímá o současné trendy v oblasti překladu, jako například: „Úlohou lokalizovaného textu není zastupovat nějaký jiný, výchozí text; lokalizovaný text je naopak součástí *jednoho procesu neustálé materiální distribuce*, která začíná v jedné kultuře a může pokračovat v mnoha dalších.“ (Pym 2004: 5; překlad autorky, důraz původní). Domníváme se, že Pymův popis se může blížit tomu, jak vypadá situace v mezinárodních časopisech typu National Geographic a Reader's Digest, kde také dochází k velkému pohybu textů napříč kulturami.

Pym se věnuje především překladu v oblasti informačních technologií a používá pojem „lokalizace“, jak jsme si již mohli všimnout ve výše uvedené citaci. Tento koncept nás zajímá, neboť jsme se s ním setkali ve stati Robynse (1994) o časopisu Reader's Digest a ještě na něj narazíme jako na součást „glokalizace“ v kontextu hypotéz souvisejících s globalizací. Pym (2004: 1; překlad autorky) definuje lokalizaci jako „adaptaci a překlad textu za účelem přizpůsobení určité přijímací situaci“. Tento pojem zde tedy není přesně vymezen; má však poměrně široký význam – zcela jistě širší než tentýž termín například u Levého (1983: 114), který považuje lokalizaci za projev velmi volného překladu a důsledek extrémního substituování národní specifičnosti cílového prostředí za národní specifičnost prostředí výchozího, nebo u Popoviče (1974: 122), který vidí lokalizaci jako úpravu místa děje či tématu. Levý také nahlíží lokalizaci spíše jako něco nežádoucího, zatímco Pym tento postup považuje za neutrální či přínosný. Co se týče vztahu lokalizace a překladu, Pym (2004: 56) uvádí, že lze zaujmout dvě stanoviska – buď vnímat překlad jako proces zahrnující vše, co zahrnuje lokalizace, nebo brát překlad jako součást lokalizace, víceméně pouhý jazykový převod. Pym se mírně přiklání k druhé variantě.

Lokalizace by v ideálním případě měla navazovat na předcházející fázi tzv. „internacionalizace“. „Internationalization is the process of generalizing a product so that it can handle multiple languages and cultural conventions without the need for redesign.“ (Pym 2004: 29) Proces překladu textů, které mají být uvedeny do vícera kulturních kontextů, by pak vypadal tak, jak jsme uvedli ve schématu na straně 14 této práce. Z výchozího textu by se vytvořila jedna „zobecněná“ („internacionalizovaná“) verze a z té pak verze lokalizované. Internacionalizovaná verze vypadá tak, že se z textu odstraní všechny kulturně příznakové prvky (Pym 2004: 31). Pym se domnívá, že by tento přístup v některých případech snížil náklady na překlad.

Pymovo vymezení internacionalizace není úplně jasné, neboť neuvádí, co přesně chápe pod pojmem „kulturně příznakové prvky“ – jen stěží si například dokážeme představit „plnou internacionalizaci“ určitého textu vzhledem k tomu, že i samotný jazyk je nositelem kulturní příznakovosti. Můžeme však s tímto pojmem pracovat jako s obecným principem, kde „kulturně příznakové prvky“ budeme definovat podle potřeby.

Pro naši práci bude tedy zajímavá otázka, zda se při překládání časopisů National Geographic a Reader's Digest některé z výše uvedených procesů uplatňují. Vzhledem k tomu, že se jedná o případ, kdy články psané původně v angličtině se překládají do celé řady dalších jazyků, mohlo by se například pracovat s principem odstranění kulturně příznakových prvků (internacionalizace). Dále nás bude zajímat, zda i česká redakce časopisu Reader's Digest Výběr pracuje s pojmem lokalizace, kterou Robyns (1994: 87; viz výše) charakterizuje jako jeden z postupů uplatňovaných tímto časopisem při překladu, a jaké je jeho vymezení v porovnání s definicemi Pyma a dalších teoretiků překladu, které jsme si právě uvedli.

### **3.4 ANALÝZA DISKURZU, SOCIOLOGICKÉ HLEDISKO, GLOBALIZACE**

Analýzu diskurzu a především pojetí Normana Fairclougha zařazujeme do naší diplomové práce jako druhé stěžejní teoretické východisko vedle teorie manipulační školy, a to z více důvodů. Nepojednává sice konkrétně o překladu, nicméně obecné principy, se kterými pracuje, můžeme velmi dobře použít. Její význam pro nás spočívá především v tom, že komunikační proces zasazuje do širokého společenského kontextu, a jestliže její poznatky aplikujeme na překlad jakožto určitý specifický druh komunikace, můžeme dojít zajímavých zjištění.

Analýza diskurzu například pojednává o tom, jak diskurz ovlivňuje společenské systémy, jaký podíl na tom mají mocenské vztahy a ideologie, na jakém principu funguje vliv médií a jakou roli hraje diskurz v procesu globalizace.

Podle Fairclougha (1989: 17) je diskurz „jazyk jako společenská praxe“. Diskurz představuje určitý proces, který zahrnuje nejen text, ale i jeho produkci a interpretaci, které jsou společensky zakotveny (Fairclough 1989: 24). Text zároveň můžeme považovat za formu, ve které se diskurz reálně vyskytuje (Fairclough 2006: 41). Diskurz tvoří (spolu s „žánry“ a „styly“) součást tzv. „diskurzních řádů“ („orders of discourse“), což jsou soubory konvencí související s určitými společenskými institucemi (Fairclough 1989: 17)). Diskurz ní řády se podle Fairclougha (2006: 30-31) projevují ve společnosti v podobě společenských postupů („social practice“), což jsou obvyklé způsoby, jak lidé jednají či jak probíhají události, a tedy určitý druh konvencí, které regulují „společenské dění“ („social events“). Společenské postupy zároveň zprostředkovávají vztah mezi tímto reálným děním a společenskými strukturami („social structures“), které představují nejjobecnější a nejtrvalejší charakteristiky společenských systémů (společenskou strukturou je např. třídní systém, systém genderových vztahů apod.) (Fairclough 2006: 30). Jak vidíme, diskurz vstupuje do složitých vztahů se širokým společenským kontextem – je součástí běžného společenského dění, ale zároveň také zprostředkovaně souvisí i s relativně trvalým společenským uspořádáním. Tyto vztahy jsou dialektické – diskurz je společensky determinován a společnost je zároveň determinována diskurzem; dochází k cyklickému pohybu mezi diskurzem a nediskurzivními prvky společenského života (Fairclough 2005: 57). Jakákoli společenská změna s sebou nese i změnu diskurzu:

„Social change includes change in the character of social events, in social practices and the networking of social practices and (in the long run) social structures; and in so doing it includes change in the character of texts, in orders of discourse and (in the long run) in languages.“ (Fairclough 2006: 32-33)

Na druhou stranu i změna v diskurzu bude mít vliv na společenské události, postupy a ve svém důsledku i společenské struktury. Diskurz má tedy v tomto ohledu podle Fairclougha velký význam. Takový význam má proto i překlad, jakožto určitý typ diskurzu; a Faircloughova tvrzení podporují náš názor, že manipulace s překladem může mít značný společenský a kulturní dopad. Prostřednictvím překladu má tento vliv také daná „instituce“, která manipulaci vykonává (srov. výše v kapitole o teorii manipulační školy).



Ostatně i Fairclough se ve svých teoretických pracích zabývá otázkou moci a jejího vztahu k diskurzu:

„The way in which orders of discourse are structured, and the ideologies they embody, are determined by relationships of power in particular social institutions, and in the society as a whole.“ (Fairclough 1989: 31).

Diskurz je tedy mocí ovlivňován; zároveň je však také nástrojem, jehož prostřednictvím je moc vykonávána, neboť podle Fairclougha (1989: 37) je kontrola nad diskurzními řády jedním z prostředků k udržení moci. Fairclough (1989: 12) upozorňuje na to, že v současné době je moc vykonávána a udržována především prostřednictvím ideologie (oproti druhému možnému způsobu, kterým je nátlak). Role diskurzu je pak v tomto procesu obrovská, neboť právě diskurz (a tedy také jazyk a text, a také překlad) je důležitým – ne-li nejdůležitějším – nositelem ideologie.

Za povšimnutí stojí, že ideologie je další kategorií, kterou má analýza diskurzu společnou s manipulační školou. Fairclough (2003: 218) definuje ideologii jako vyjádření těch aspektů světa, které přispívají k vytvoření a udržení mocenských vztahů. Zdá se tedy, že Fairclough se na rozdíl od Lefevera přiklání k více „politickému“ vymezení tohoto pojmu.

Výše zmíněný koloběh diskurzu a nediskurzivních prvků tedy probíhá za účasti „mocenských institucí“, které do něj zasahují a regulují jej. Jejich funkce je významná, neboť určitý typ diskurzu může zásadně ovlivnit společenský systém pouze tehdy, pokud se stane tzv. dominantním, tj. pokud zvítězí v „boji“ mezi různými typy diskurzů, ke kterému přirozeně neustále dochází. K tomuto „vítězství“ mu mohou dopomoci právě ony mocenské instituce (Fairclough 2005: 55), za které můžeme považovat jakýkoli element, který má moc – ať již je to instituce v užším slova smyslu, nebo například osoba, skupina osob apod.

Analogicky můžeme předpokládat, že mezinárodní časopisy, kterými se v naší práci zabýváme, mohou mít významný vliv na cílový společenský systém, ovšem záleží na tom, jak se jim podaří (či podařilo) v tomto systému prosadit; konkrétně tedy, jak jsou tyto dva časopisy úspěšné v rámci podsystemu mezinárodních časopisů v České republice, případně v rámci podsystemu časopisů podobného zaměření. Podle výše uvedených principů tato úspěšnost závisí také na tom, jak časopisy byly podpořeny zainteresovanými mocenskými institucemi (ať již to jsou samotné redakce časopisů či instituce jiné). Tyto otázky budou jednou z oblastí, které nás budou při výzkumu zajímat. Odpovědi na ně můžeme získat předně zjištěním nákladu obou časopisů, toho jak se náklad v průběhu let vyvíjel, a porovnáním

nákladu s jinými českými časopisy či cizími časopisy vycházejícími v České republice, což je v souladu s postupem, ke kterému jsme došli výše na základě teorie manipulační školy. Naši představu pak může dokreslit zmapování marketingových strategií redakcí obou časopisů – jak získávají čtenáře, jak k tomu využívají reklamu, internet, různé výhody, formy nákupu časopisů či předplatného apod.

Teoretici z oblasti kritické analýzy diskurzu se také intenzivně věnují otázce *globalizace* a roli, jakou v tomto procesu zastává diskurz. Pro nás je tato teoretická diskuse nanejvýš zajímavá.

Globalizace je jev, o jehož existenci v současné době nejspíše nelze pochybovat. Lze se však na něj dívat různou optikou. Nejčastěji je globalizace vnímána jako vytváření globální úrovně v oblasti společenské, kulturní, politické a ekonomické. Dochází při ní k propojování světa a výměně informací, kulturních hodnot, zboží a služeb, k migraci obyvatel a míšení kultur a jazyků, vzniku tzv. globální vesnice (Kučiš 2008: 67). Jedná se o složitý, různorodý, mnohvrstevnatý proces, který člověk nemůže plnou měrou kontrolovat (Fairclough 2006: 28). Zásadně k němu přispěl rychlý rozvoj informačních a komunikačních technologií.

Jsou zmiňovány přínosy globalizace – například propojování zemí a národů po celém světě, snížení nákladů na dopravu a komunikaci, odstranění bariér pohybu zboží, služeb, peněz, vědomostí a osob (Kučiš 2008: 67).

Na druhou stranu je globalizace vnímána též jako nežádoucí proces homogenizace, stírání rozdílů a potlačování národní osobitosti, a především pak jako postupná dominance angloamerické (či americké) kultury a příslušného světonázoru a systému hodnot (Kučiš 2008: 67). O tomto aspektu globalizace jsme již psali v části o manipulační škole. Můžeme se domnívat, že rozšiřování „kulturní hegemonie“ napomáhají též tzv. globální média, mezi něž můžeme počítat i časopisy, které nás zajímají v této práci.

V zásadě se můžeme domnívat, že i samotný překlad – jakýkoli překlad, překladatelská činnost obecně – přispívá ke globalizaci tím, že rozšiřuje určité texty do vícera kulturních prostředí. To naznačil již Popovič (1974: 29) a nazval tento aspekt překladatelské činnosti jeho univerzální stránkou, která stojí v dialektickém protikladu k jeho druhé stránce, diferenciací. I Popovič (1974: 29-30) viděl záporné stránky tohoto procesu: „Vznik literárních univerzálií má i negativní důsledky: rozmnožování stejných typů, odvozenost, epigonství, ztráta jedinečnosti, standardizace, uniformita kultur.“

Vraťme se však ke kritické analýze diskurzu. Fairclough nahlíží globalizaci z jiného úhlu pohledu než teoretici, které jsme si zatím uvedli:

„Globalization should not be conceived of as a process of homogenization, a gradual dissemination of (essentially Western) social practices, as well as economic and political structures, across the globe. ... globalization can be conceived of as changes in scales and relationships between scales, and social-spatial entities such as nation-states are subject to processes of ‘re-scaling’ in which the global scale may be ‘an ultimate horizon for action’.“ (Fairclough 2006: 35)

Fairclough rozlišuje mezi „globalizací“ a „globalismem“ a zastává názor, že připisování negativních důsledků globalizaci je způsobeno právě tím, že oba tyto koncepty jsou zaměňovány nebo považovány za totéž. Jak Fairclough (2006) dokládá na příkladech několika textů s politickou tematikou, toto zmatení pojmů někdy vzniká jako kýžený efekt tvrzení, která uvádějí zastánci globalismu. Globalismus je podle Fairclougha (2006: 40-41) ideologie, která vychází z neoliberální ekonomie a definuje globalizaci z pohledu neoliberální ekonomie především jako liberalizaci a globální integraci trhů; zároveň globalismus uvádí, že tento proces je nevyhnutelný a nezvratný, není nikým řízen, je prospěšný pro každého, podporuje rozšiřování demokracie ve světě a vyžaduje boj s terorismem. Fairclough se však domnívá, že toto tvrzení je mylné a globalizace je opravdu pouze „změna v úrovních a vztazích mezi úrovněmi“ (Fairclough 2006: 35).

Tvrzení, že globalizace nepřináší homogenizaci a rozšiřování určitých společenských postupů a struktur po celém světě, zdůvodňuje Fairclough (2006: 34) takto: Jestliže je jistá společenská entita (např. stát) ovlivňována procesem globalizace, vzniká určitý vztah mezi vnějším a vnitřním prostředím dané entity. Při tomto procesu jsou většinou některé prvky z vnějšího prostředí vnášeny do prostředí vnitřního, což Fairclough nazývá „rekontextualizace“. Tento proces však není jednostranný – jedná se o dialektický vztah, ve kterém zároveň dochází ke „kolonizaci“ a „přisvojení“ („appropriation“). Cílové prostředí nepřijímá vnášené prvky pasivně, ale nějakým způsobem na ně reaguje, zpracovává je apod.; někdy je dokonce nemusí přijmout vůbec. U těchto prvků také často dochází k oslabení vazeb na původní sociální/kulturní systém (tzv. „deterritorialization“) a zároveň se mísí s prvky prostředí přijímajícího, čímž vzniká kulturní hybridita (Fairclough 2006: 123). (Srov. Popovičova „kreolizace“ (1974: 187).)

Fairclough je tedy zastáncem názoru, že dochází k tzv. „glokalizaci“ (podobně jako například Pym 2004: 37).

Pokud Fairclough hovoří obecně o „vnášení prvků“ do určitého prostředí, má často na mysli, vzhledem k sociologickému zaměření svých statí, společenské postupy; ty jsou však

podle něj obvykle uváděny nejdříve prostřednictvím diskurzu (Fairclough 2006: 34). Zároveň upozorňuje, že proces vnášení a přijímání prvků se v každém prostředí bude lišit a míra úspěšnosti diskurzu (zda se ujme, zůstane platný a případně bude dále ovlivňovat přijímající kontext) bude záviset na faktorech, které jsme výše uvedli (vlastnosti diskurzu, vlastnosti přijímajícího prostředí, mocenské vztahy).

Jako příklad uvádí globální sdělovací prostředky. Mají opravdu velký vliv a představují klíčový prvek procesu globalizace, neboť jsou rozšířeny po celém světě a často patří do rozsáhlých nadnárodních korporací (Fairclough 2006: 97-99). Nicméně když se zaměříme na konkrétní rekontextualizaci, uvidíme, že nejde o pouhou kolonizaci, argumentuje Fairclough (2006: 110). Například časopis *Cosmopolitan* se vydává v Rumunsku. V této zemi však nemá zdaleka takový společenský dopad jak bychom možná očekávali (vzhledem k jeho úspěšnosti jinde), a to ze dvou důvodů: za prvé je tento časopis v rumunském kontextu relativně drahý a mohou si jej tady kupovat pouze bohatší ženy, tedy mnohem menší skupina žen než v západních státech; za druhé je Rumunsko ještě stále velmi patriarchální stát s hluboce zakořeněnými společenskými normami v této oblasti, které jsou v přímém protikladu k názorům prezentovaným tímto časopisem (Fairclough 2006: 110-111).

Názor Fairclougha, že globalizace nepředstavuje tak negativní a „ničivý“ proces, jak se někteří domnívají, podporuje například i Průcha (2004: 56), který upozorňuje na to, že: „existence národů a vědomí národní identity pokračuje s překvapující houževnatostí a vůbec nejeví příznaky nějakého odumírání.“

Uvedený příklad časopisu *Cosmopolitan* nám může posloužit jako pojítka mezi dvěma postoji ke globalizaci z řad teoretiků zabývajících se kritickou analýzou diskurzu. Oproti tvrzení Fairclougha stojí názor Machina a Leeuwena (2004), kteří se taktéž zabývali tímto ženským časopisem (srov. výše s. 9-10 této práce).

Na první pohled se zdá, že tyto názory jsou v rozporu, a mohlo by to vyplývat i ze způsobu, jak je zmínění teoretici prezentují. Nicméně my se domníváme, že se jedná spíše o dva opačné póly určité „osy“, kde na jedné straně stojí důraz na globální aspekt (a převažující globalizaci ve smyslu homogenizace) a na druhé straně důraz na aspekt lokální (a převažující globalizaci, či lokalizaci). Proces šíření určitých prvků ve světě se pak může v konkrétních případech nacházet na kterémkoli bodě této osy s tím, že ve většině případů nejspíše půjde o proces smíšený.

Nás pak samozřejmě v naší práci bude zajímat především to, kde se na této pomyslné ose nachází překlady časopisů *National Geographic* a *Reader's Digest* do češtiny. Jak se to dozvíme? Můžeme to zjistit právě pomocí takové překladatelské analýzy, jakou jsme již

definovali výše na základě teorie manipulační školy aj., tedy analýzou zaměřenou na otázku prvků cizí kultury v cílovém textu.

Naše rozhodnutí ostatně podporují i doporučení teoretiků kritické analýzy diskurzu: „[...] we can only fully appreciate how discourse figures as a moment of processes of globalization if we have methods for analysing the concrete forms in which discourse appears within these processes – that is, texts [...]“ (Fairclough 2006: 32).

Vzhledem k tomu, že diskurz je společensky determinován a zároveň je společnost determinována diskurzem, je logické, že způsob této determinace lze usuzovat na základě podoby diskurzu. Fairclough (2005: 60-61) a Chilton (2005: 20) se domnívají, že kritická analýza diskurzu (a tedy analýza textů) může odhalit povahu společenských procesů a přispět tak významnou měrou k sociálnímu výzkumu či k politické a kulturní analýze (Fairclough 2006: 41). Překladatelská analýza jakožto určitý typ textové analýzy a potažmo analýzy diskurzu je tedy nanejvýš vhodným nástrojem pro naše účely, s jehož pomocí zjistíme, jaké procesy (společenské, kulturní apod.) stojí v pozadí uvádění mezinárodních časopisů na český trh. Typ překladatelské analýzy, který hodláme použít (zaměřená na kulturní příznakovost), se v podstatě zabývá tím, co Fairclough (2006: 123-124) nazývá „cultural hybridity“ nebo „interdiscursive hybridity“, tj. míchání prvků z různých kultur či diskurzů, a ukazuje nám, jak je diskurz (a s ním příslušné společenské postupy) rekontextualizován. Můžeme ji považovat za druh „interdiskurzivní analýzy“, což je podle Fairclougha (2005: 61) analýza specifického míšení diskurzů, žánrů a stylů v určitém textu.

Jestliže diskurz zahrnuje celý proces sociální komunikační interakce včetně produkce a interpretace textu, kritická analýza musí také zkoumat nejen samotný text, ale i jeho produkci a interpretaci (Fairclough 1989: 24). Na to upozorňuje i Leeuwen (2005: 13), který v komentáři k vlastní stati o časopisu *Cosmopolitan* uvádí, že při popisu rozdílů mezi jednotlivými jazykovými verzemi periodika nesmíme zapomenout na rozhovory s globálními i lokálními producenty časopisu, na stylistické manuály apod. (Srov. např. též Touryho (1995: 65) doporučení zjišťovat překladatelské normy ze dvou hlavních zdrojů: (1) textové – překlady, (2) vnětétextové – výroky o překladu ze strany překladatelů, redaktorů, vydavatelů a dalších osob, které se překladatelského procesu účastní nebo jsou s ním nějakým způsobem spojeny.) Naše analýza časopisů *National Geographic* a *Reader's Digest* bude těmto požadavkům vyhovovat: bude zahrnovat překladatelskou analýzu samotných textů, ale také analýzu celého procesu, kterým překlady vznikají, tj. fáze produkce překladového textu. V souladu s připomínkou Leeuwena bude mít tato část empirického výzkumu podobu rozhovorů s osobami, které se daného procesu účastní a hrají v něm rozhodující roli. Již méně

se budeme zabývat fází interpretace a recepce textu, ovšem letmo se jí také dotkneme, především v tom, jak populární oba časopisy v našem prostředí jsou (statistika nákladů) a jak přijímající kontext ovlivnily (např. vznik časopisů podobného typu).

V rámci překladatelské analýzy se zaměříme na přítomnost rysů cizí kultury na úrovni diskurzního obsahu i formátu časopisu (srov. Machin a Leeuwen 2004), tj. na úrovni mikro- i makrostrukturní. Zajímavé může být také všimnout si, zda nedochází k manipulaci pomocí prezentace znalostí, na kterou upozorňuje Chilton (2005). Chilton uvádí, že lze manipulovat s názory lidí tím, že jistý ideologický názor prezentujeme jako obecně přijímanou pravdu, která je součástí „znalostí“ určitého, např. kulturního společenství. (Chilton (2005) chápe tyto znalosti ve smyslu presupozicí.)

Na závěr teoretické části týkající se kritické analýzy diskurzu bychom rádi upozornili na zajímavou skutečnost: Tito teoretici velmi často hovoří o kontaktu různých společenských (a kulturních) systémů, jejich vztazích a vzájemném ovlivňování a o tom, že tyto procesy se dějí pomocí diskurzu. Hovoří také o globalizaci. Nicméně jsme se nesetkali s tím, že by pojednávali o překladu, ba dokonce tento pojem vůbec explicitně nezmiňují. Je to poměrně překvapivé, neboť je zřejmé, že překlad v těchto procesech hraje klíčovou roli. Domníváme se proto, že určité propojení kritické analýzy diskurzu s teorií překladu, o které budeme v naší práci usilovat, je ideální postup. Oba tyto teoretické systémy se velmi dobře doplňují, jak jsme již snad doložili výše. Například závěry, které jsme na základě obou systémů vyvodili pro náš empirický výzkum, se téměř shodují. Ať se řídíme jednou či druhou teorií, vyjde nám jako nejvhodnější tentýž postup, způsob i téže zaměření analýzy.

#### 4. ZAMĚŘENÍ A METODOLOGIE EMPIRICKÉHO VÝZKUMU

Náš empirický výzkum by měl z konkrétního hlediska popsat uvádění mezinárodních časopisů National Geographic a Reader's Digest na český trh.

Na základě našich teoretických východisek, uvedených empirických studií i vlastních zkušeností se domníváme, že v daném procesu se bude projevovat poměr kultur (americké a české), který vede k určité manipulaci s překlady. Naším hlavním cílem bude zjistit, zda to tak opravdu je, jak se to projevuje a jaké instituce, osoby apod. na to mají vliv.

Dále by zkoumání mělo naznačit, zda tyto časopisy mohou ovlivňovat přijímající prostředí a zda se jedná spíše o proces globalizace či (g)lokalizace.

K tomu nám nejlépe poslouží tři základní části výzkumu, jejichž volbu jsme již zdůvodnili v teoretické části práce:

1. šetření formou rozhovorů;
2. ostatní šetření;
3. překladatelská analýza časopisů.

Náš výzkum bude deskriptivní, kvantitativně-kvalitativní a bude kombinovat synchronní i diachronní hledisko. Budeme při něm mít na paměti teoretická východiska, nicméně budeme usilovat o to, abychom byli co nejméně ovlivněni předběžnými závěry a řídili se především empirickými zjištěními. Při tomto typu výzkumu se možná nevyhneme určité dávce subjektivity – ačkoliv se ji budeme snažit omezit –, ovšem nepovažujeme to za závažné pochybení, které by mohlo snížit hodnotu výsledků.

Diachronní hledisko se bude projevovat ve všech částech výzkumu – při rozhovorech se budeme ptát u většiny aspektů na to, jak vypadají dnes a jak vypadaly v minulosti (především v době, kdy byly časopisy do České republiky uvedeny); při ostatních šetřeních budeme mapovat dnešní situaci i situaci při prvním uvedení časopisů; v překladatelské analýze budeme zkoumat čísla časopisů z průběhu let jejich existence na českém trhu. Jsme si vědomi, že tato diachronnost může představovat určitý problematický prvek výzkumu, především u překladatelské analýzy, neboť zjištěné skutečnosti budeme posuzovat očima dnešního člověka, který je ovlivněn jinými normami, než jaké platily před deseti lety, má jiné zkušenosti, než lidé před deseti lety, jinak věci vnímá apod. Budeme se však snažit tuto skutečnost při analýze brát na vědomí. Jestliže si tento nedostatek uvědomujeme, neměl by jím být výzkum zkreslen. Kromě toho se nejedná o dobu příliš vzdálenou.

Nyní podrobněji uvedeme, jak bude empirický výzkum vypadat a na co se jeho jednotlivé části zaměří. Metodologie empirického výzkumu bude stejná pro oba zkoumané časopisy.

#### 4.1 ROZHOVORY

Rozhovory povedeme s osobami, které se účastní převodu časopisů do češtiny, a nejlépe s těmi, jež mají v tomto procesu „rozhodující slovo“. Budou to lidé z redakcí českých verzí časopisů. Je sice možné, že významnou (ne-li nejvýznamnější) roli zde hraje výchozí, americká redakce (srov. Sprung 2000, Robyns 1994), nicméně jen těžko bychom se s ní dostávali do kontaktu a domníváme se, že bychom nemohli získat z této strany dostatečně podrobné informace. Osobní kontakt považujeme za určitou výhodu.

Rozhovory budou z naší strany předem připravené, polostrukturované. Budeme mít určitý soubor otázek, které dotazovaným osobám položíme, nicméně předpokládáme, že nebude konečný. V průběhu rozhovorů jistě narazíme na další informace zajímavé pro náš výzkum, které nás mohou vést též jiným směrem.

Rozhovory budeme v naší práci parafrázovat; k doslovnému přepisu se uchýlíme pouze výjimečně, pokud bychom to považovali z nějakého důvodu za nutné. (V tom případě označíme přesnou citaci uvozovkami.)

Hlavním cílem rozhovorů bude rekonstruovat proces převodu časopisů do češtiny. Budeme se tedy ptát, jak tento proces přesně vypadá a jaké má fáze, které osoby se jej účastní a jakou mají funkci.

S ohledem na otázku poměru kultur a mocenských vztahů nás bude zajímat, jaká je hierarchie zúčastněných subjektů – např. v jakém postavení se nachází česká redakce ve vztahu k redakci americké či jiným redakcím; zda překladatelský proces řídí pouze redakce česká nebo do něj americká redakce nějakým způsobem zasahuje.

Budeme se ptát, jak přesně vypadá práce překladatele – pouze „překládá“ (v užší slova smyslu), nebo může text zkracovat či do něj něco doplňovat, nebo se jeho činnost dokonce podobá práci novináře či zahrnuje také práci redaktora (srov. Bielsa 2007, Kaslová 2005)? Jakou funkci má v převodu redaktor (srov. Popovič 1974)? Kdo je odesílatelem výchozího textu, zadavatelem překladu či iniciátorem překladu (srov. Nord 1991)?

Bude nás také zajímat, zda existují explicitní instrukce pro překlad – například v rámci stylistického manuálu (srov. Bielsa 2007, srov. též Touryho (1995) operační normy). Pokud ano, pak budeme chtít zjistit, co tyto instrukce zahrnují a kdo je definuje, tj. kdo určuje



ideologii a poetiku, kterou se řídí překladatelé (výchozí nebo cílová redakce?) (srov. Lefevere 1992); a také kdo dohlíží na jejich dodržování (kontroluje například výchozí redakce podobu českých překladů, jak to uváděl Robyns (1994?).

Bude nás zajímat, zda je explicitně vyjádřena počáteční překladatelská norma (srov. Toury 1995), tj. norma s ohledem na naturalizační či exotizační orientaci, (např. jak se má nakládat s kulturně příznakovými prvky textu, jak moc má být překlad „věrný“ originálu). Také budeme chtít vědět, zda je stanoveno, jaký má být v českém vydání časopisu počet přeložených a počet původně v češtině napsaných článků, a kdo tento poměr určuje (srov. Robyns 1994). Je třeba dodržovat původní formát časopisu (typografie, obrázky apod.) (srov. Machin, Leeuwen 2004)? V časopisu Reader's Digest se budeme ptát konkrétně na to, zda používají pojem lokalizace a jak jej definují (srov. Robyns 1994), abychom zjistili, zda se jeho vymezení podobá témuž pojmu u některého z teoretiků překladu (Pym 2004, Levý 1983, Popovič 1974).

Rádi bychom se také dozvěděli, kdo rozhoduje o volbě reklamy, která bude v časopisech zveřejněna a zda na to má vliv výchozí redakce.

Za účelem určení podoby překladatelského procesu nás bude také zajímat, zda se do češtiny překládá přímo z anglických článků uveřejněných v originálním vydání časopisu, či z nějakým způsobem upravených verzí (např. internacionalizovaných (srov. Pym 2004)). (Srov. též předběžná norma u Touryho 1995). Bude nás obecně zajímat, jak vypadá „koloběh“ článků mezi různými verzemi časopisů, abychom mohli určit, jestli se může překladatelský proces blížít modelu Pyma (srov. schéma na straně 14 této práce).

Další otázkou bude, zda se procesu převodu účastní kromě redakcí i nějaké další instituce a jak (srov. Fairclough 2006, Lefevere 1992).

Také bude zajímavé zjistit, kdo jsou překladatelé článků těchto časopisů: Jsou to stálí překladatelé, tj. zaměstnanci redakcí, nebo externí spolupracovníci? Jsou to vzděláním spíše překladatelé nebo odborníci z jiných oborů? Kolik překladatelů pro redakci pracuje? Na základě jakých kritérií je jim práce zadávána? Kolik mají obvykle času na vypracování překladu – tj. mohou se při práci nacházet pod časovým tlakem, který ovlivní jejich překladatelskou metodu?

V rámci rozhovorů se dotazovaných osob můžeme zeptat přímo i na to, co je předmětem našeho výzkumu, tj. co si myslí o odrazu poměru kultur v uvádění daných časopisů na český trh a o jejich roli v procesu globalizace. Tento názor může být z našeho pohledu do jisté míry laický a také ovlivněný postavením těchto osob a jejich osobní účastí na celém procesu, nicméně může být pro nás zajímavý.

Tyto rozhovory nám tedy pomohou stanovit podobu procesu převodu časopisů National Geographic a Reader's Digest do češtiny. Tento proces poté popíšeme pomocí nám známých translatologických kategorií a pokusíme se jej zakreslit do přehledných schémat.

Měli bychom se zde také dozvědět odpovědi na některé důležité otázky, které nás zajímají. A v neposlední řadě nám zjištění z této části umožní lépe stanovit postup v další fázi – translatologické analýze. Budeme lépe vědět, na co se máme zaměřit, a analýza zároveň ověří, zda opravdu platí to, co nám osoby z redakcí časopisů uvedly a zda se to v překladech projevuje.

## 4.2 OSTATNÍ ŠETŘENÍ

Pod tuto část výzkumu zahrnujeme šetření jiná než rozhovory v redakcích a translatologická analýza časopisů. Bude se jednat především o rešerše na internetu, případně v obchodech s periodiky či v jiných informačních zdrojích.

V tomto šetření bychom měli například zjistit, jak vypadalo přijímací prostředí v době uvedení časopisů National Geographic a Reader's Digest v ČR (srov. Fairclough 2006), tj. především jaké zde existovaly časopisy, zda byly některé z nich typově podobné námi zkoumaným časopisům a jaká byla jejich oblíbenost (což napoví náklady). To by nám mělo naznačit, jestli se jednalo o vyplnění mezery na trhu (srov. Popovič, Jettmarová) nebo spíše o „kolonizaci“ (srov. Toury 1995), ačkoliv to takto nestanovíme jednoznačně (i v případě mezery na trhu mohl například vyjít impuls k uvedení daných časopisů pouze ze strany subjektu výchozího systému).

Další oblastí bude zmapování systému časopisů na trhu v současnosti. Budeme zjišťovat, jak vypadá podsystém periodik podobných časopisům National Geographic a Reader's Digest a jak se změnil oproti době jejich uvedení v ČR. Tím můžeme zjistit, zda vznikly nějaké podobné časopisy, tj. zda některý z námi zkoumaných časopisů ovlivnil v tomto ohledu cílový systém a stal se zdrojem pro mezitextové navazování (srov. Popovič 1974).

Srovnání nákladu obou časopisů s dalšími jim podobnými časopisy bude také indikovat, jak dobře se tento druh diskurzu v našem prostředí ujal (srov. Fairclough 2005, Lefevre 1992).

Uvedeme také přehled vývoje nákladů časopisů National Geographic a Reader's Digest za dobu jejich existence na našem trhu a budeme tak sledovat změny jejich oblíbenosti.

Bude také zajímavé zjistit, jak vypadají marketingové strategie obou časopisů – zda hodně využívají propagace a v jaké formě (internet, zvláštní nabídky, různé formy nákupu a předplatného apod.). Díky tomu budeme moci lépe pochopit, jakým způsobem oba časopisy získávají své postavení na trhu a zda za nimi stojí silná mocenská instituce (srov. Lefevre, Fairclough). Také uvidíme, na jaký okruh čtenářů se soustředují.

Budeme chtít rovněž získat informaci o tom, jaká společnost je majitelem obou časopisů, tj. kdo je zadavatelem či iniciátorem překladu, v které zemi sídlí (nemusí se totiž ani jednat o americké firmy) a zda se jedná například o nadnárodní společnost s aktivitami v různých zemích, která vlastní i jiné časopisy (srov. Fairclough 2005). To je důležité z hlediska našeho zaměření na problematiku globalizace a (g)lokalizace.

V rámci této fáze výzkumu se také podíváme, jestli oba časopisy vlastní internetové stránky a popíšeme je.

### **4.3 PŘEKLADATELSKÁ ANALÝZA ČASOPISŮ**

Translatologická analýza bude představovat velmi významnou část našeho výzkumu. Budeme v ní částečně vycházet z některých závěrů a kategorií teoretiků, které jsme zmínili v této práci, částečně se budeme řídit skutečnostmi zjištěnými v předchozích dvou fázích výzkumu, které naši analýzou zároveň ověříme. Analýza bude spíše kvalitativního zaměření, nicméně výsledky budeme moci kvantitativně zpracovat, pokud se to bude jevit jako vhodné.

Obecně řečeno, tato analýza se v časopisech zaměří především na protiklad „svoje“ versus „cizí“ (srov. Popovič 1974), který je ukazatelem problematiky poměru kultur a globalizace, jež je pro naši práci klíčová. Analýza bude u každého ze zkoumaných časopisů prováděna na dvou základních úrovních: úroveň časopisu jako takového a jeho čísel, a úroveň článků (což zahrnuje i nižší mikrostrukturní úrovně). Na obou úrovních provedeme vždy nejdříve charakteristiku výchozího textu a poté překladatelskou analýzu textu cílového.

U každého z časopisů budeme zkoumat dvě až tři čísla z počátku jeho existence na českém trhu, dvě až tři čísla z poloviny tohoto období a dvě až tři čísla z posledních let. Všechna čísla z každé fáze budeme zkoumat jako celek (výzkum podle podkapitoly 4.3.1). Časopisy zběžně projdeme a vybereme texty, které budeme analyzovat na úrovni článků (výzkum podle podkapitoly 4.3.2). Měly by to být vždy přibližně čtyři články z každého období, které budeme považovat za reprezentativní s ohledem na zaměření našeho výzkumu. Vše samozřejmě v originálních číslech i v českém překladu.

### 4.3.1 Časopisy a jejich čísla

Na úrovni časopisu jako celku se zmíníme o tom, kdy obě zkoumaná periodika (ve své originální verzi) vznikla a jaká byla jejich historie před zavedením na český trh. Zajímavé bude také zjistit, do jakých jazyků se překládají, ve kterých zemích vycházejí a kdy byla do těchto zemí uvedena. Tak lépe pochopíme, zda se jedná opravdu o časopisy mezinárodní a jaké je z jejich pohledu postavení České Republiky v kontextu ostatních států.

Měli bychom zde charakterizovat, o jaký typ časopisu se jedná, jaká je jeho hlavní funkce a záměr a na jaká témata se zaměřuje.

Pokusíme se také načrtnout určitou charakteristiku producentů textů v těchto časopisech, pokud to bude možné a budou mít určité společné rysy. Budeme také definovat zamýšleného příjemce obou časopisů.

Dále budeme zjišťovat, jaké mají jednotlivá čísla obou časopisů obvykle složení. Zda se v nich vyskytují určité tematické oblasti, opakující se druhy článků, rubriky apod. Zde nás bude zajímat, zda se články týkají spíše univerzálních témat, která mohou zajímat čtenáře na celém světě, nebo se více zaměřují na lokální tematiku. Pokud se vyskytují články obou typů, tak nás bude zajímat poměr jejich počtu.

Všimneme si také počtu a druhu reklam, které se v časopise vyskytují.

Stejným způsobem budeme analyzovat také českou verzi časopisů a veškerá zjištění porovnáme s výchozím časopisem.

Navíc budeme zjišťovat, zda všechny články v různých číslech českých časopisů jsou překlady nebo se zde vyskytují i články původně napsané v češtině a kolik jich je. Dále bude důležité, které články byly vybrány pro překlad a které ne – především z ohledem na protiklad mezinárodních a lokálních témat. U původně českých článků pak stejně tak, zda se zaměřují na témata mezinárodní nebo lokální (blízká českému kontextu), případně zda se nějakým způsobem inspirují zaměřením článků ve výchozím časopisu, které nahradily.

Tento aspekt bude z hlediska našeho výzkumu velmi důležitý. Čím více původních českých článků v časopisu, tím více se budeme přibližovat „svému“ a (g)lokalizaci. To bude platit, i pokud se v českých člancích často objevují témata lokálního charakteru.

### 4.3.2 Články

V této části výzkumu uvedeme stručnou charakteristiku výchozích článků na rovině makrostrukturní – téma, obsah, funkce, kompozice textu, non-verbální prvky (tj. fotografie a obrázky, obecně grafická stránka článků), styl, slohové postupy; i mikrostrukturní – syntax, lexikum. Ve všech těchto oblastech se soustředíme především na prvky, které jsou kulturně příznakové.

Při analýze překladů se zmíníme o kategoriích, které jsme uvedli v charakteristice výchozího textu, abychom je s výchozím textem stručně srovnali. Hlavní oblastí našeho zájmu však budou kulturně příznakové prvky, které budeme chápat především ve smyslu vymezení rysů překladovosti podle Popoviče (1974: 63-65):

- 1) Věci nepřeložené a nepřeložitelné na tematické rovině díla: kalky, reálie, míry, váhy, zeměpisné názvy, literární onomastika.
- 2) Prvky tzv. vnitrojazykového překladu: vysvětlivky pod čarou nebo přímo v textu, komentář k textu překladu, překlady cizojazyčných citátů uvedených v originálu.
- 3) Značná věrnost předloze po jazykové stránce: vysoký počet kalků, „kreolizace“ textu.

Pro náš případ nebude s největší pravděpodobností platit Popovičův bod (4), „nezvyklé veršové uspořádání v poezii“, nicméně na toto místo můžeme dosadit „nezvyklé uspořádání textu“, tj. prvky kompozice textu, které u nás působí cize.

Na této rovině analýzy bude naším úkolem zrekonstruovat překladatelskou metodu, kterou volili překladatelé zkoumaných článků, a stanovit, ke kterému bodu na ose „svoje“- „cizí“ / naturalizace – exotizace / globalizace – (g)lokalizace překlady inklinují. Zároveň bychom měli zjistit, ke kterému vymezení postupů naturalizace či exotizace (či podobných postupů pod jinými názvy) teoretiků, které jsme v rámci naší práce uvedli, se uplatňovaná metoda blíží.

Zajímavý samozřejmě nebude jen počet výskytů jednotlivých druhů převodu, ale také to, kterých konkrétních prvků textu se týkají. Např. můžeme pozorovat, zda se v převodu neprojevuje určitá ideologie apod.

Pro popis a klasifikaci jednotlivých překladatelských řešení budeme používat především kategorie Newmarka (1988). Konkrétní pojmy budeme definovat až na základě výzkumu, neboť provádíme analýzu kvalitativního zaměření.

## 5. EMPIRICKÝ VÝZKUM

### 5.1 ROZHOVORY

#### 5.1.1 National Geographic

Rozhovory týkající se časopisu National Geographic Česko jsme vedli s paní Sandrou Křištofovou z české redakce tohoto časopisu. Paní Křištofová zde pracuje na pozici vědecké a technické editorky a náplní její činnosti je především kontrolovat a upravovat již hotové překlady po stylistické a odborné stránce. Z pracovníků redakce jsme zvolili právě paní Křištofovou, neboť má velmi dobrý přehled o fungování celého procesu převodu časopisu do češtiny a zároveň je v úzkém kontaktu se samotnou překladatelskou činností a má významný vliv na podobu přeloženého textu. Paní Křištofovou jsme oslovili e-mailem, ve kterém jsme požádali o konzultaci, a ona velmi ochotně souhlasila. První, delší rozhovor, jsme realizovali v září 2008, druhý – za účelem upřesnění některých drobností – v dubnu 2009.

V rozhovoru s paní Křištofovou jsme se dozvěděli tyto informace:

Časopis National Geographic Česko vydává nakladatelství Sanoma Magazines sídlící na Praze 4 v budově, ve které se nachází také redakce tohoto časopisu. Sanoma Magazines vydává i řadu dalších časopisů zcela jiného zaměření (např. Vlasta, Týdeník Květy, Story) a do tvorby časopisu National Geographic v podstatě nezasahuje.

Na podobu české verze National Geographic má zásadní vliv výchozí, americká redakce.

Je určeno, že původní české články tvoří 10-20% každého čísla. Publikuje se vždy jeden delší článek (7-10 stran) v části zvané „Česká mozaika“ a dále někdy český rozhovor (spíše výjimečně) a některé kratší rubriky (např. tzv. „Zákulisí“ (o tvorbě časopisu), „Jak to vidím“ (slovo českého šéfredaktora)). Článek „Česká mozaika“ se týká vždy místního tématu souvisejícího s českou kulturou, historií, vědou, přírodou apod.

Ostatní články se přebírají a překládají z anglického originálu. Jak uvedla paní Křištofová, většinou se přebírá téměř celé výchozí číslo v původní podobě, tj. jak delší reportáže tak krátké rubriky, pouze je třeba vynechat jeden středně dlouhý článek a/nebo některé rubriky v celkové délce České mozaiky a českých rubrik. Části časopisu, které lze vypustit však vždy určuje výchozí redakce. V naprosté většině případů je to již stanoveno předem. Česká redakce může vznést své návrhy, ty však musí být výchozí redakcí schváleny. Je také možné některý článek z jednoho čísla anglického časopisu uveřejnit v jiném čísle

časopisu českého, ovšem nejdéle do tří měsíců (tj. např. článek, který vyšel v USA v lednu 2009 může vyjít v ČR nejpozději v březnu 2009) a opět se souhlasem americké redakce. Limit tří měsíců je dán především trváním práv na fotografie v daných člancích.

Americká redakce sleduje i podobu původních českých článků, které se vždy přeloží do angličtiny a posílají do USA ke schválení. Podle slov paní Křištofové do nich málokdy zasahují, nejčastěji pouze co se týče grafiky, nicméně tato kontrola tu je.

Zpočátku existence české verze (od roku 2002) se v americké redakci ověřovaly dokonce i české překlady. Jak uvedla paní Křištofová, bylo to poněkud problematické, neboť tuto kontrolu prováděli Češi žijící v USA, jejichž znalost češtiny nebyla dokonalá. Nicméně kontrola se postupem času uvolňovala a v současnosti již americká redakce sleduje překlady pouze u jednoho čísla za rok. Je to dáno mimo jiné spokojeností s prací české redakce.

I tak má však výchozí redakce významný vliv na podobu českých překladů. Články se v zásadě nesmějí žádným způsobem měnit. Musí zůstat stejné fotografie (česká redakce pouze někdy z finančních důvodů vypouští velké rozkládací fotografie přes 3 stránky, což má povoleno), grafické zpracování, rozvržení textu a počet stránek článku, o samotném textu nemluvě. Vzhledem k tomu, že v důsledku překladu se někdy text prodlouží či zkrátí (to však méně často, jak konstatovala paní Křištofová), je pak třeba něco vypustit či vložit. Za tímto účelem posílá výchozí redakce články s již vyznačenými pasážemi, které lze vynechat. Pokud je třeba text prodloužit, bývá to podle paní Křištofové pouze otázkou slov a stačí doplnit pár adjektiv, což nemusí výchozí redakce schvalovat.

Samostatně může česká redakce rozhodovat o názvech článků, u kterých se nemusí držet původního znění, pokud uzná za vhodné.

Paní Křištofová nám také sdělila, že někdy (ač výjimečně) do české verze článků doplňují drobné faktické informace. Jedná se především o oblast egyptologie, kde mají čeští odborníci ve světě významné slovo. Jak uvedla, přeložené články související s egyptologií jsou konzultovány s českými odborníky z důvodu ověření terminologie a stává se, že tito odborníci mají odlišné názory například na data apod. Do textu se pak vloží poznámka typu „čeští egyptologové uvádějí rok ...“ apod. I tyto úpravy se posílají ke schválení do americké redakce, ale bývají tolerovány.

Proces překladu nám paní Křištofová popsala takto:

Česká redakce dostane od americké redakce článek k překladu v jakémsi balíčku spolu s komentářem nazývaným „backgrounder“. Účelem tohoto komentáře je usnadnit překladateli práci a zajistit kvalitu překladu. Týká se pasáží, které by podle názoru výchozí redakce mohly v překladu představovat problém – vysvětluje některé termíny, obrazná vyjádření, hovorové

výrazy, ale i „složitější“ slova běžné slovní zásoby, uvádí bližší informace o osobách v článku citovaných apod. („Backgrounder“ k několika článkům jsme dostali od paní Křištofové k dispozici a podrobněji jej rozebereme v rámci naší překladatelské analýzy.) V textu článku jsou naznačeny pasáže, které lze vypustit. Tento materiál dostane překladatel, který celý článek přeloží. Jak uvedla paní Křištofová, překladatel se má pokud možno co nejvíce držet originálu a nic neměnit, nepřidávat ani neubírat – ani pasáže, které jsou vyznačené. Obecně však neexistují žádné podrobnější instrukce týkající se překladatelské metody nebo přístupu ke kulturně příznakovým prvkům. Přeložený článek překladatel pošle paní Křištofové, která jej celý čte a kontroluje. Paní Křištofová se podle svých slov při tom zaměřuje především na odborné termíny, které dohledává a ověřuje. Překladatel nemusí odborné termíny vždy nutně překládat; pokud si s nimi neví rady, přeloží je paní Křištofová. Překladatel to poznamená do vlastního komentáře, který obvykle k překladu dodává. Tam napíše například, že některý termín důkladně dohledával a ověřoval, nebo naopak že u některého neví, jak jej převést. Paní Křištofová také sleduje shodu s originálem, ale ne příliš podrobně, větu od věty. Dále je to ona, kdo provádí zkrácení nebo doplnění textu (podle instrukcí výchozí redakce), a také výraznější stylistické úpravy textu, pokud je to nutné. Paní Křištofová také konzultuje významnější změny v překladu článku s výchozí redakcí.

Po paní Křištofové čte text dvakrát korektorka v češtině. Poté se text vsadí do grafického rámce a ještě jednou jej pročítá paní Křištofová. Nakonec jej ještě čte šéfredaktor.

Překladateli se již zkorigovaný text znovu na schválení neposílá.

Redakce nemá překladatele jako stálé zaměstnance, pracují pro ni externě. Články se jim posílají podle toho, na jakou oblast se který překladatel zaměřuje, ačkoliv to není nijak striktně rozdělené. Specializované termíny se často konzultují s odborníky, některé velmi úzce zaměřené články se dávají ke kontrole odborníkovi celé. Na náš dotaz nám paní Křištofová sdělila, že žádný z jejich překladatelů nemá překladatelské vzdělání – jsou vzděláni jazykově nebo se také jedná o odborníky z jiných oborů (například biologie apod.). Překladatelé mají převod delších reportáží obvykle 10 až 14 dní, krátké rubriky (1 strana) mohou být zadány do druhého dne.

Dozvěděli jsme se také, že o tom, jaká reklama bude zveřejněna v českém vydání, rozhoduje plně česká redakce.

Pro naši práci z těchto rozhovorů vyplývají některá významná zjištění. Asi nejvýraznější je skutečnost, že podobu české verze časopisu National Geographic téměř výhradně definuje výchozí redakce. Stanovuje, které anglické články budou v češtině uveřejněny a které ne, a dokonce i které části textu. Má rozhodující slovo i v otázce



původních českých článků. Významnější změny musí vždy schválit. Dříve dokonce kontrolovala české překlady. V tomto smyslu již došlo k určitému uvolnění, i tak je však kontrola intenzivní. Jednotlivá čísla české verze odpovídají, jak bylo konstatováno, téměř dokonale číslům výchozím.

Celková situace se velmi podobá tomu, co popsal Robyns (1994) v případě časopisu *Reader's Digest* či Sprung a Vourvoulias-Bush (2000) u časopisu *Time*.

Velmi zajímavá je role překladatele v tomto procesu, který zde má poměrně omezené pole působnosti; je redukována tvořivá složka překladatelské činnosti a zdálo by se, že je mu připsána téměř mechanická práce čistě jazykového převodu. Jeho činnost je tedy velmi vzdálena výrazným zásahům do textu, které provádějí například někteří překladatelé zpravodajství, jak uvedly ve svých studiích Bielsa (2007) či Bassnett (2005). Tvořivou část procesu realizuje z větší části editorka paní Křištofová. Překladatelé časopisu *National Geographic* mají na práci poměrně dost času a jejich metoda by tedy neměla být ovlivněna spěchem.

Počáteční norma (srov. Toury 1995) je umístěna spíše blíže pólu adekvátnosti (na Touryho ose adekvátnost – přijatelnost), alespoň pro překladatele. Významnější změny ve směru přijatelnosti provádí až editorka. Počáteční norma je nicméně definována jen velmi vágně jako „co nejvíce se držet originálu“ a není podrobněji stanoveno, například prostřednictvím operační normy (Toury 1995), kterých částí textu se má týkat (styl, kulturně příznakové lexikum, reálie apod.).

Operační normu spatřujeme v tom, že je při překladu kladen důraz na správnost odborných výrazů, což je vzhledem k zaměření časopisu pochopitelné.

Paní Křištofová nám nedokázala říci, z které strany (výchozí redakce, nakladatelství Sanoma) vyšel impuls k uvedení časopisu *National Geographic* v České Republice, nemůžeme tedy na základě rozhovoru určit, kdo je iniciátorem překladu (srov. Nord 1991). Autoři textu jsou vždy u jednotlivých článků uvedeni, odesílatelem je americká redakce časopisu (srov. Nord 1991). Můžeme říci, že bezprostředním zadavatelem překladu je pro překladatele česká redakce časopisu; ale potažmo je zadavatelem i vydavatelství Sanoma, které je „nadřízeným“ redakce, a také americká redakce, jejímiž instrukcemi se česká redakce musí řídit (srov. Nord 1991).

Naše dva rozhovory tedy naznačují, že se jedná o nediferencovanou patronaci (srov. Lefevere 1992), ve které vše řídí jediná instituce – americká redakce časopisu. Výchozí systém je tedy dominantní a v přeložených textech by se mohla odrážet poetika a ideologie výchozího textu. Je to však pouze předběžný závěr, který bude třeba ověřit translatologickou

analýzou. Důležité bude také vědět, o jakou poetiku a ideologii se případně jedná. Velmi zajímavým detailem je pak skutečnost, že česká redakce může do článků doplňovat některé údaje týkající se především egyptologie, a to dokonce údaje, které do jisté míry zpochybňují tvrzení výchozího textu. Domníváme se, že v tomto případě došlo k určitému převrácení mocenských vztahů způsobenému prestiží českých odborníků v dané oblasti, která platí bez ohledu na relativní prestiž obou kulturních systémů – českého a amerického.

Celkově se zdá, že časopis National Geographic bude spíše globálním médiem, ve kterém v českém kontextu tvoří reportáže „české mozaiky“ lokální složku, což naznačuje mírnou glocalizaci (srov. Fairclough 2006, Pym 2004).

Zajímavý je pro nás tzv. „backgrounder“ k článkům, který můžeme považovat za prvek internacionalizace v daném překladatelském procesu, neboť do jisté míry oslabuje kulturní vázanost textu tím, že jeho kulturně příznakové prvky vysvětluje (byť je to pouze pro účely překladu a na další podobu článku to nemá velký vliv) (srov. Pym 2004).

Jedním z cílů naší práce bylo rekonstruovat proces převodu časopisu National Geographic do češtiny. Můžeme říci, že se nám to podařilo, neboť paní Křištofová nám poměrně podrobně vylíčila, jak tvorba každého čísla časopisu National Geographic Česko probíhá. Její součástí je jednak překlad článků z angličtiny, jednak zapojení původních českých článků, což – poměrně překvapivě – také zahrnuje překlad do angličtiny, který zde má funkci dokumentární spíše než instrumentální. Podařilo se nám definovat roli překladatele i ostatních zúčastněných subjektů. Zjistili jsme však, že bychom na tento proces mohli jen s obtížemi aplikovat některý z teoretických modelů překladu. V úplném základu se sice nachází Popovičův (1974) model prvotní a druhotné komunikace, který jsme zmínili v teoretických východiscích, nicméně realita je o tolik složitější, že obojí nemůžeme srovnávat. Jak jsme očekávali, v tomto procesu jsme našli některé subjekty obsažené v teorii Nord (1991), ale také subjekty další a řadu aspektů, kterými je popsán proces velmi specifický – např. významná role editorky a výchozí redakce.

Abychom si lépe uvědomili celkovou dynamiku tohoto komunikačního procesu, zakreslili jsme jej do schématu na obrázku č. 1, do kterého jsme zahrnuli jak překlad anglických článků, tak manipulaci s českými články, neboť se domníváme, že obě složky by neměly být oddělovány. Na schématu je patrný mimo jiné značný pohyb textů mezi jednotlivými aktéry procesu, a to i mezi českou a americkou redakcí. Musíme si uvědomit, že to je umožněno především tím, že komunikace probíhá přes internet – za jiných okolností by takové přesuny byly příliš časově náročné.

Pro naši překladatelskou analýzu z rozhovorů vyplývají některé další úkoly, které jsme doposud nestanovili na základě teoretických východisek nebo jsme je stanovili jinak, a to především: Popsat reportáže sekce „česká mozaika“ a ověřit, zda odpovídají tomu, jak byly charakterizovány paní Křištofovou. Všimnout si toho, které pasáže přeložených článků jsou vypouštěny, čímž se dozvíme něco o strategiích výchozí redakce. Stanovit, zda se v překladech vyskytují doplněné informace, především z oblasti egyptologie a jak často. Sledovat, jak jsou překládány názvy článků (zda se spíše drží originálu či zda česká redakce využívá volnosti v této oblasti). Všimnout si překladu odborných termínů. Zjistit, jak se v překladu projevují instrukce z tzv. backgrounderu.



### 5.1.2 Reader's Digest

Informace o časopisu Reader's Digest Výběr nám poskytla šéfredaktorka české verze PhDr. Renata Červenková (působí v této funkci od roku 2005) ve dvou rozhovorech, které proběhly v září a listopadu 2008. Stejně jako v případě časopisu National Geographic Česko, i zde byl druhý rozhovor spíše upřesňující a doplňující k rozhovoru prvnímu. Kontakt na paní Červenkovou jsme získali tak, že jsme napsali e-mail do české redakce a byli jsme odkázáni právě na ni.

V rozhovorech jsme získali následující údaje:

Časopis Reader's Digest vychází v padesáti edicích v padesáti zemích světa, v jednadvaceti jazycích. Jak uvedla paní Červenková, organizace je proto složitější a existuje určitá hierarchie redakcí. Světová centrální redakce sídlí v Pleasantville ve státě New York v USA. Dále existují redakce pro určité oblasti – Latinská Amerika, Asie, Střední Evropa, Západní Evropa – a redakce v jednotlivých státech. Pod oblast Střední Evropa spadala i Česká Republika spolu s Polskem, Maďarskem, Chorvatskem, Slovinskem, Srbskem a Bulharskem. Šéfredaktor pro Střední Evropu sídlí v Budapešti a redakce jednotlivých států mu do určité míry podléhají. Například navrhuje, jak by měla vypadat jednotlivá čísla a které články obsahovat, ačkoliv státní redakce se tím nemusí vždy řídit. Česká redakce byla v této pozici až do nedávné doby, ale jak nám sdělila paní Červenková, od července 2008 se osamostatnila a podléhá již přímo světové redakci; stejně tak se osamostatnila i redakce v Polsku. Slovensko nemá vlastní redakci – distribuuje se tam česká verze v češtině.

Paní Červenková uvedla, že v současné době tvoří původní české články 40 až 50 % časopisu, zatímco zpočátku (po uvedení časopisu do ČR v roce 1993) to bylo 20 až 30 %. Jak konstatovala paní Červenková, trendem je větší zaměření na regionální otázky.

Sestavování českého čísla probíhá zajímavým způsobem. Některé články se přebírají a překládají, některé jsou původní české. Při vybírání anglických článků se však nevychází z jednotlivých čísel americké verze časopisu. Reader's Digest funguje na základě poměrně složitého systému, ve kterém existuje určitá centrální databáze článků, z níž mohou jednotlivé redakce čerpat. V této databázi jsou uloženy články v angličtině, ale nejsou to pouze texty, které vyšly v americké edici. Mohou to být například články napsané ve Francii, v Číně nebo právě v České Republice, které se přeloží do angličtiny a do databáze uloží. O tom, které články se mohou do databáze zahrnout, rozhoduje centrální redakce na návrh jednotlivých redakcí. (Česká redakce údajně přispěla do databáze například článkem o srpnu 1968.) Dále jsou v databázi články, které vznikly spoluprací více redakcí, např. takzvané celosvětové

výzkumy – může to být článek o tom, zda se lidé v různých státech chovají slušně, pro který vytvoří centrální redakce určitý rámec a jednotlivé redakce k tomu udělají vlastní statistiku.

Články se potom přebírají, alespoň v české redakci, takto: Existují články, které musí všechny redakce povinně otisknout (např., jak uvedla paní Červenková, rozhovor s prezidentem Obamou, který u nás vyšel v únoru 2009, nebo ony „celosvětové výzkumy“), těch však není mnoho. Další články si pak redakce vybírají víceméně libovolně (podle toho, v jaké pozici se nacházejí – česká redakce má větší volnost než například redakce chorvatská, která podléhá šéfredaktorovi pro Střední Evropu). Dostupnost některých článků může být omezena pouze na určité státy, což je u nich poznamenáno. V zásadě však ve Francii může vyjít reportáž napsaná původně v Čechách nebo v Čechách reportáž napsaná ve Francii; vše se však děje přes angličtinu.

Článek může česká redakce převzít trojím způsobem:

- 1) Článek se použije ve stejné podobě, v jaké se nachází v databázi, pouze se přeloží do češtiny.
- 2) Článek se „lokalizuje“ (termín časopisu Reader's Digest, který použila paní Červenková) – to znamená, že článek se jako celek nemění, do vlastního textu se nezasahuje, pouze se doplní nějaké informace relevantní pro dané téma v ČR ve vloženém rámečku.
- 3) Článek se „adaptuje“ (opět termín časopisu Reader's Digest) – zasahuje se do samotného textu, článek se silně přizpůsobí přijímacímu prostředí. Paní Červenková uvedla příklad článku o infarktu: Ve výchozím textu může být uveden případ skutečného pacienta, který měl ve třiceti letech infarkt. Do české verze se potom najde skutečný český pacient s toutéž nebo velmi podobnou diagnózou. Důležité je, že musí opravdu existovat – nelze pouze nahradit anglické jméno jménem českým. Dále se uvedou české statistiky místo původních, citují se čeští lékaři místo amerických (nebo se některé citace amerických lékařů převezmou a doplní dalšími českými). Zůstane přibližně zachována výchozí struktura, grafika apod. Někdy se přejímají fotografie, někdy nemusí a k článku se dodají fotografie českého autora.

Paní Červenkové jsme se otázali, na základě jakých kritérií se rozhoduje, které články se budou pouze překládat a které lokalizovat či adaptovat. Odpověděla nám, že je částečně označené již v databázi (o čemž rozhoduje americká redakce), které články se *nesmí*

lokalizovat či adaptovat, které se *mohou* lokalizovat či adaptovat a které *se doporučuje* lokalizovat či adaptovat. Dále však o tom rozhoduje šéfredaktorka svým vlastním uvážením. Samozřejmě se neupravují články, u kterých je to zakázáno, ale jinak to záleží na volbě redakce. Adaptovány jsou většinou články na zdravotní témata, rady typu „Jak nenaletět při nákupu auta“ apod.

Články, které se nemění nebo pouze lokalizují, překládají většinou překladatelé. Články pro adaptaci upravují redaktori, kteří umí anglicky a sami rozhodnou, co se v článku vypustí, zachová, nahradí či doplní, a sami anglické pasáže přeloží.

Původní české články uveřejněné v časopise Reader's Digest Výběr jsou dvojího druhu. Jednak články vybrané z jiných českých periodik (např. Týden, Marianne, aj.; přejímání článků je v zásadě podstatou časopisu Reader's Digest), jednak články napsané někým z redakce speciálně pro tento časopis. Při psaní vlastních článků se redaktori Výběru snaží držet stylu časopisu Reader's Digest, který paní Červenková charakterizovala jako „jasnost, srozumitelnost, logická struktura, uvádění zdrojů“ – na posledně jmenovaný aspekt je kladen velký důraz. Redaktori tento styl odpozorují z původních článků a dříve dokonce Reader's Digest pořádal semináře s touto tematikou.

Významnou a charakteristickou součástí časopisu jsou krátké textíky sloužící především odlehčenému pobavení. Jsou to různé vtipy, zážitky ze života, postřehy, citáty apod. Některé z nich se do české verze vybírají z angličtiny, ale většina je původních českých. Zde se paní Červenková zmínila o tom, že při přebírání se bere ohled především na to, aby byly pro Čecha srozumitelné a líbily se mu – jak konstatovala, „ne všemu, čemu se zasměje Američan, se zasměje i Čech“. Tím se řídí i překlady.

Časopis má také určitou zavedenou strukturu a vzhled. Ty mohou jednotlivé státy převzít v dané podobě, nebo je také mohou změnit.

Paní Červenková se domnívá, že při tvorbě místní verze časopisu má česká redakce značnou volnost a nezávislost, ačkoliv to tak nebylo vždy. V letech brzy po uvedení časopisu do ČR bylo striktněji určeno z centrální redakce, které články je třeba uveřejnit, a původní české texty se překládaly do angličtiny a posílaly do USA ke schválení.

Paní Červenková nás nicméně upozornila na jednu zajímavou změnu, která naopak představuje omezující opatření ze strany americké redakce. Česká verze časopisu se vždy jmenovala „Reader's Digest Výběr“. Do konce roku 2001 byl na titulní straně uveden název „Reader's Digest“ a pod ním „Výběr“, obojí téměř stejně velkým písmem. Od roku 2002 se tisklo „Výběr“ velkým písmem a pod ním „Reader's Digest“ výrazně menším fontem. Od října 2008 se však časopis musí jmenovat „Reader's Digest“, aniž by bylo zmíněno české

„Výběr“. Paní Červenková konstatovala, že je to z důvodu změny politiky vedení světové redakce. Od roku 2007 vlastní Reader's Digest Association, amerického vydavatele časopisu, investiční fond Ripplewood Holdings. Ten usiluje o to, aby Reader's Digest měl jako značka ve všech verzích cosi společného.

Proces převodu článků probíhá tak, že většinou šéfredaktorka (někdy po poradě s kolegy) vybere články, které se v daném čísle použijí. Překladaatelé přeloží články, které se neupravují; redaktoři přeloží a upraví články, které se adaptují. České verze poté čte editor, který text ještě také srovnává s originálem, a šéfredaktorka.

Při překladu je údajně třeba především dávat pozor na faktické údaje, které musí vždy být ověřené, uvedené zdroje a osoby musí opravdu existovat. Odborné termíny se konzultují s odborníky; nicméně nebývá jich mnoho, jak konstatovala šéfredaktorka.

Reader's Digest Výběr má svůj stylistický manuál nazvaný „stylové zásady“, který jsme dostali k dispozici k nahlédnutí. Není příliš podrobný, o jeho obsahu se však ještě zmíníme.

Česká redakce počítá dnes s cca 8 překladateli, kteří pro ni trvale pracují, byť externě. Nejčastěji mívají, dle slov šéfredaktorky, vzdělání jazykového zaměření. V současné době nemají na překlad žádného odborníka z jiného oboru. Překladaatelé mají na práci většinou dost času, mezi sedmi a čtrnácti dny podle délky textu.

Rozhovor s šéfredaktorkou Renatou Červenkovou byl velmi přínosný. Můžeme srovnávat s tím, co jsem se dozvěděli v redakci National Geographic Česko. Zdá se, že procesy v časopisu Reader's Digest Výběr se v současné době blíží více lokální úrovni než u prvně zkoumaného periodika. Podíl původních českých textů je poměrně vysoký a i některé přejaté články se výrazně přizpůsobují cílovému prostředí. Česká redakce má značnou volnost při vybírání článků do čísel časopisu, ať se jedná o články české či přejaté. Změny v rámci přejatých článků také nejsou řízeny centrálně. Existují určité instrukce od výchozí redakce, nejsou však zdaleka tak rigidní, jako u časopisu National Geographic.

Místnímu kontextu dodává na váze i skutečnost, že redakce může přispět do celosvětové databáze vlastním článkem, který pak může vyjít v edicích v jiných zemích. Česká redakce je poměrně autonomní, neboť nepodléhá šéfredaktorovi pro Střední Evropu.

Pokud srovnáme získané informace s tím, co v roce 1994 popsal Robyns (srov. s. 7-8 této práce), můžeme konstatovat, že situace je v současné době diametrálně odlišná, ale byla nejspíše podobná v době uvedení časopisu na český trh. Došlo tedy ke značnému vývoji.

Jediným aspektem v rozporu s lokálním směřováním je změna názvu časopisu na Reader's Digest. Nutno říci, že tato změna je velmi významná a poměrně radikální, neboť se



týká jedné z nejdůležitějších součástí periodika. Otázkou je, zda po ní nebudou následovat i jiné podobného charakteru, to však nyní nedokážeme posoudit.

Velmi nás zaujal způsob přejímání článků z angličtiny, kdy se nevybírání pouze z určitého čísla americké verze, ale z centrální databáze, do které mohou přispívat různé země. Je to překvapivý systém, ve kterém se mísí lokální a globální úrovně. Samotná databáze je v zásadě globální. Články v ní jsou však původem lokální, některé „glokální“ – např. zmíněné celosvětové výzkumy, do kterých přispívají různé země (můžeme hovořit o tom, že rámec pro takový výzkum vytvořený americkou redakcí je určitou internacionalizovanou verzí, do které se pak vkládají lokální prvky) (srov. Pym 2004). Je třeba si všimnout také toho, že v databázi jsou všechny články uloženy v angličtině, která zde působí jako *lingua franca*. Mimo jiné to znamená, že v českém vydání se mohou vyskytovat překlady z druhé ruky.

Můžeme tedy říci, že v systému cirkulace článků časopisu Reader's Digest se lokální úrovně kombinují a vytvářejí úroveň globální. Zdá se však, že přímý vliv výchozí americké redakce je zde relativně slabý a je oslabena mocenská manipulace s překlady ze strany americké kultury.

V rozhovoru jsme se také dozvěděli klíčové informace o tom, že články z angličtiny se přejímají třemi způsoby, nazývanými podle terminologie světové redakce „překlad“, „lokalizace“ a „adaptace“. Pokud srovnáme vymezení těchto pojmů v časopisu Reader's Digest Výběr s definicemi teoretiků překlada, zjistíme, že jsou si v něčem podobné a v něčem se liší. Reader's Digest předně jednotlivé postupy odděluje, zatímco teoretici nikoli – Levý (1983: 114) například považuje lokalizaci za typ překlada, podobně jako Popovič (1974: 122), Pym (2004: 56) vidí překlad jako součást lokalizace

Lokalizace a adaptace se shodují v obecném principu, kterým je určité přizpůsobení cílovému kontextu. Lokalizace v časopisu Reader's Digest však neodpovídá názoru žádného z teoretiků, a to proto, že se netýká samotného překládaného textu – jedná se pouze o doplnění daného článku.

Postupy, které se v časopise uplatňují při „adaptaci“, se poměrně blíží pojetí lokalizace u Levého (1983: 114; srov. s. 27 této práce) a případně také adaptaci jakožto jedné z překladatelských metod podle Newmarka (1988: 46), ve které jsou prvky výchozí kultury nahrazeny prvky kultury cílové, ačkoli on tuto metodu považuje za charakteristickou pro divadelní hry a poezii.

Pojem „adaptace“ se objevuje u Pyma (2004: 1), který však s jeho pomocí pouze definuje lokalizaci (srov. s. 27 této práce). Pod Pymovo široké vymezení lokalizace by se „adaptace“ ve smyslu časopisu Reader's Digest dala také zahrnout.

Na tomto příkladu můžeme vidět, jak se jedny z klíčových pojmů teorie překladu používají v běžné praxi.

Zajímavé je také to, že dnešní vymezení „lokalizace“ v české redakci se neshoduje s tím, jak postup charakterizoval Robyns (1994: 87; srov. s. 8 této práce). Jeho lokalizaci se blíží více dnešní „adaptace“, ačkoli ani ta neodpovídá přesně.

I v případě časopisu Reader's Digest Výběr se nám podařilo zjistit, jak funguje proces jeho tvorby v českém jazyce. Je to postup poměrně složitý, specifický tím, že zahrnuje přebírání anglických článků v různých podobách (překlad, lokalizace, adaptace), přebírání původních českých článků z jiných časopisů i psaní článků speciálně pro Reader's Digest. Americká redakce je zde především odesílatelem výchozích textů (a to buď článků amerických autorů nebo článků autorů z jiných zemí, jejichž primárním odesílatelem byla redakce v dané zemi), její role zadavatele je oslabena, neboť její instrukce nejsou zcela závazné. Komunikace mezi českou a americkou redakcí je mnohem méně intenzivní než například v časopisu National Geographic. Česká redakce je zadavatelem překladu. Překladatel (tedy ten, kdo je v tomto procesu „pouze překladatel“) neprovádí v překladu zásadní změny, nemá však ani zakázáno text zkracovat či prodlužovat, jak to bylo v časopise National Geographic. Odlišnou roli však má redaktor, který adaptuje výchozí články z angličtiny a vykonává zároveň činnost novináře a překladatele. Připomíná nám to práci překladatelů zpravodajství, které zmiňovaly Bielsa (2007) či Bassnett (2005).

Česká redakce časopisu Reader's Digest je zadavatelem též pro překladatele do angličtiny, který přeloží článek určený k zaslání do mezinárodní databáze. V tomto případě je již i překlad do angličtiny instrumentální (srov. Nord), ne pouze dokumentární jako v časopise National Geographic.

Výběr většiny článků a jejich konečnou kontrolu provádí šéfredaktorka. Jazykovou kontrolu a srovnání překladů s originálem má na starosti editor.

Při srovnání s teoretickými modely překladatelského procesu, ze kterých jsme v této práci vycházeli, jsme zjistili, že i tento reálný proces tvorby časopisu je velmi složitý a specifický. Popsali jsme v něm nám známé kategorie a subjekty, nebude však možné jej vtěsnat do určitého předem daného schématu. V případě článků s tzv. mezinárodními výzkumy v něm můžeme spatřovat určitou internacionalizační fázi (srov. Pym 2004). Vzhledem k jeho obecně volné vazbě na výchozí kontext a často i text a značnému pohybu

textů pro něj snad nejvýstižněji platí tento Pymův výrok: „Úlohou lokalizovaného textu není zastupovat nějaký jiný, výchozí text; lokalizovaný text je naopak součástí *jednoho procesu neustálé materiální distribuce*, která začíná v jedné kultuře a může pokračovat v mnoha dalších.“ (Pym 2004: 5)

Proces tvorby časopisu Reader's Digest Výběr jsme zakreslili do schématu na obrázku č. 2.

Z rozhovoru s šéfredaktorkou dále vyplynulo, že počáteční norma při překladu časopisu (srov. Toury 1995) není explicitně definována. Jak paní Červenková tvrdila, při přebírání textů se bere ohled na to, aby byly pro Čecha srozumitelné a líbily se mu („ne všemu, čemu se zasměje Američan, se zasměje i Čech“). To naznačuje, že v redakci jsou si vědomi kulturních rozdílů, rozdílů mezi příjemci výchozích a cílových textů, a že jim záleží na přijatelnosti textu (srov. Toury 1995). Na druhou stranu se však má dodržovat styl výchozího textu. Informace můžeme odvozovat i z operační normy (srov. Toury 1995), která je vyjádřena ve stylistickém manuálu redakce. Ten se týká některých běžných pravopisných pravidel, ale také přepisu cizích jmen a názvů, tj. kulturně příznakových prvků, které nás zajímají.

Ocitujeme zde několik zásad, které považujeme za důležité a ilustrující přístup redakce k této problematice:

„Názvy cizích míst počešťujeme pouze v obecně známých případech.

Cizí křestní jména nepřekládáme.

Cizí ženská jména přechylujeme; výjimku tvoří obecně rozšířená nepřechýlená příjmení nebo taková, jejichž skloňování působí bizarně (Marilyn Monroe, Audrey Tatou).

Názvy cizích institucí počešťujeme pouze v obecně známých případech; pokud je to možné, zjednodušujeme je.

Názvy lékařských institucí pokud možno zjednodušujeme, tam kde to jde, přibližujeme českému čtenáři pomocí jemu známých termínů;

Harvard Medical School – lékařská fakulta Harvardovy univerzity;

Rush University Medical Center - lékařská fakulta Rush University,

ovšem Bridgewater State College v Massachusetts zůstává;

jednoznačná pravidla se těžko stanovují, proto je třeba zapojit cit pro věc; určující je snaha, aby český čtenář pochopil funkci dané instituce.“

Jak vidíme, tato pravidla nejsou zcela jednoznačná a nechávají mnohé na úsudku překladatele či redaktora („je třeba zapojit cit pro věc“). Snaží se zřejmě najít určitý kompromis mezi věrností původním názvům a srozumitelností pro příjemce. Pro nás jsou klíčové pasáže „názvy lékařských institucí pokud možno zjednodušujeme, ... přibližujeme českému čtenáři“ a „určující je snaha, aby český čtenář pochopil funkci dané instituce“, ze kterých můžeme usuzovat, že celkově je důraz kladen spíše na přijatelnost textu, tj. na „svoje“ nikoli na „cizí“. Počáteční norma se tedy zdá být spíše naturalizační, byť intuitivní a poněkud rozkolísaná.

Pro naši překladatelskou analýzu z rozhovorů vyplývají některé další úkoly, které jsme doposud nestanovili na základě teoretických východisek, nebo jsme je stanovili jinak. Je to především: Ověřit, zda podíl českých článků je opravdu 40 až 50%. Pokud to půjde, zjistit, jakou část časopisu tvoří překlady původně amerických článků a článků z jiných výchozích jazyků, tj. překlady z druhé ruky. Stanovit podíl článků přeložených, lokalizovaných a adaptovaných a dále podíl tzv. „celosvětových článků“. Zjistit, kolik z původně českých článků je z jiných časopisů a kolik bylo napsáno pro Reader's Digest Výběr. Určit, jak vypadá překlad, lokalizace a adaptace a čím se liší a zda tyto postupy odpovídají definici podle redakce časopisu. Charakterizovat, jakým způsobem se v překladu projevuje stylistický manuál a zda jsou jeho pokyny dodržovány.



## 5.2 OSTATNÍ ŠETŘENÍ

### 5.2.1 National Geographic

Situaci na českém trhu časopisů velmi dobře charakterizuje studie J. Bandy *Zahraniční kapitál v českých vydavatelstvích časopisů* (2006). Podle Bandy (2006: 5-14) se mnohé změnilo se změnou politického režimu. Před rokem 1989 podléhalo vydávání periodik téměř výhradně státní kontrole; po přelomu jsou vydavatelství soukromá, nezávislá na státu, nicméně často ekonomicky závislá na příjmu z inzerce. Výrazně vzrostl počet časopiseckých titulů, a to jak českých tak zahraničních, které začaly na místní trh vstupovat. Obecně se zvyšovala účast zahraničních vydavatelství, která také koupila některé původně české tituly či celá vydavatelství časopisů, případně sama zakládala nová česká periodika. Tyto společnosti se postupně staly na našem trhu dominantními díky svým znalostem z oboru a finančním možnostem. V roce 2006 měly časopisy publikované vydavatelstvími ovládanými zahraničními subjekty podíl na celkové čtenosti 80,45 procenta. Benda (2006: 6) v tomto vývoji spatřuje projev globalizačních procesů, jejichž součástí se podle něj Česká republika po roce 1989 postupně stala. V jejich důsledku také dochází k silné koncentraci mediálního průmyslu – jedno vydavatelství kupuje jiná a ve výsledku pak takové velké společnosti disponují až desítkami časopiseckých titulů. Tato koncentrace je vnímána spíše negativně, neboť „omezuje prezentaci různorodých pohledů“ (Benda 2006: 6).

Benda (2006: 16-45) dále uvádí velmi zasvěcený přehled struktury českého časopiseckého trhu podle toho, kterými vydavatelstvími jsou jednotlivé tituly vydávány a kým jsou ona vydavatelství vlastněna. Časopis National Geographic Česko vydává Sanoma Magazines Praha, s.r.o. (jak jsme se již dozvěděli v našich rozhovorech v redakci), které je držitelem licence National Geographic Society – majitele amerického časopisu National Geographic. Sanoma Magazines Praha je pobočkou nizozemské společnosti Sanoma Magazines International B.V., již vlastní finská společnost SanomaWSOY Oy, jedna z největších skandinávských mediálních skupin (Benda 2006: 16). Sanoma Magazines Praha zahrnuje několik bývalých českých vydavatelství (např. MONA, KWĚTY ČESKÉ) a vydává řadu ženských a společenských časopisů (např. Vlasta, Ring, Týdeník Květy, Story, Překvapení, aj.).

SanomaWSOY působí ve dvaceti evropských zemích a má silnou pozici především v zemích Evropy východní (Wikipedia 2009) - edice časopisu National Geographic vydává v Bulharsku, Chorvatsku, Maďarsku, Rumunsku, Rusku a Srbsku. Dále publikuje příbuzné

tituly National Geographic Kids (Maďarsko, Bulharsko) a National Geographic Traveler (ČR – od 2008, Rumunsko, Rusko) které vycházejí dvakrát ročně (Sanoma Magazines International 2009).

Závěry, které ve své stati uvedl Benda (2006), se nesou v duchu našeho předpokladu v této práci, že média mohou být prostředkem globalizace a kulturní kolonizace. Jak je z této studie patrné, nemusí se to dít ani pouze prostřednictvím zahraničních časopisů uvedených na český trh, ale i tím, že zahraniční vydavatelství koupí určitý český časopis a ovlivňuje poté jeho obsah.

Jak vidíme, vlastnické vztahy týkající se časopisu National Geographic Česko jsou poměrně složité. Vydává jej významná finská mediální společnost, která publikuje verze tohoto titulu i v několika dalších zemích. Nakladatelství Sanoma Magazines, jehož součástí se stalo několik českých, může na místním trhu působit jako opravdu globální subjekt, ačkoliv na vyšší úrovni se zaměřuje spíše na určitou „část světa“ – východní Evropu.

Náležitost k této mediální skupině zcela jistě přispívá ke globálnímu charakteru časopisu. Nicméně musíme podotknout, že na základě našeho předchozího výzkumu se zdá, že významnější roli v jeho případné globální podobě bude hrát americké vydavatelství, které dělá většinu významných rozhodnutí, zatímco Sanoma do procesu převodu časopisu téměř nezasahuje.

Co se týče marketingových strategií tohoto časopisu, zahrnují slevy na předplatné, dárky pro nové předplatitele v podobě mapy, globusu, trička, apod., či občasné nabídky pro čtenáře jako jsou volné vstupenky na dokumentární film aj. Neliší se významně od běžných metod jiných periodik.

Nakladatelství Sanoma také kromě National Geographic Česko vydává od března 2008 příbuzný časopis National Geographic Traveler, který vychází dvakrát ročně a zaměřuje se na cestování (včetně typů na cesty aj.). Dále také publikuje české překlady některých z mnoha knih vydavatelství National Geographic – například edici Škola fotografování, souborné knihy fotografií, aj.

Časopis National Geographic Česko začal vycházet v říjnu roku 2002. Naším úkolem bylo dále zjistit, jak vypadal v této době podsystém časopisů podobného zaměření, tj. populárně-naučných časopisů o cestování, cizích kulturách, přírodě, ekologii a vědeckých zajímavostech.

V této době byl takový typ časopisu na českém trhu zastoupen čtyřmi nevýznamnějšími tituly: Lidé a země, 100+1 zahraniční zajímavost, Koktejl a Země světa.

Časopis Lidé a země vycházel již od roku 1952. Vydávalo jej Mladá fronta, nakladatelství a vydavatelství, a od roku 1993 společnost Mladá Fronta a.s. (Benda 2006: 28). Časopis vychází dodnes s podtitulem „zeměpisný a cestopisný měsíčník“. Tento původně český časopis publikuje články českých redaktorů – populárně naučné zeměpisné a cestopisné články, reportáže, fejetony, informace průvodcovského rázu či rady na cesty. Obsahově se velmi podobá námi zkoumanému časopisu, a dokonce i vzhledově, neboť až do prosince 2007 měl na obálce typický žlutý rámeček, jaký má časopis National Geographic. Poté se obal změnil na odlišnější design. Tato podobnost vzhledu byla velmi nápadná a nejspíše ne náhodná. National Geographic se zřejmě stal prostředkem mezitextového navazování ještě předtím, než se v České republice začal vydávat.

Cena tohoto měsíčníku je 45,- Kč.

Také 100+1 zahraniční zajímavost má dlouhou historii. Jak je uvedeno na jeho internetových stránkách (100+1 – Zajímavosti z celého světa 2009), vznikl roku 1964 jako časopis zahraniční redakce ČTK, jehož původním účelem bylo přejímat zprávy ze zahraničí. Později však pro něj psali čeští redaktori. V roce 1991 se redakce časopisu osamostatnila a dnes jej vydává společnost 100+1 a.s. Má podobný repertoár témat jako National Geographic – vydává „články o přírodě, zvířatech, exotických i blízkých zemích, novinky z vědy a techniky, psychologie, životního stylu [...] o historických zajímavostech, archeologii [...]“(100+1 – Zajímavosti z celého světa 2009). Roku 2007 zjednodušil název na „100+1“ s podtitulem „Zajímavosti z celého světa“. Stojí 30,- Kč.

Koktejl začal vycházet roku 1992. Je to měsíčník s podtitulem, který poněkud připomíná námi zkoumaný časopis - „Geografický magazín“. Je zaměřen především na články a reportáže o různých místech světa, včetně České Republiky. Vydává jej Czech Press Group, stojí 59,- Kč. Příbuzné mutace zahrnují Koktejl Speciál – monotematická čísla o jedné zemi.

Titul Země světa začal vycházet v roce 2002 jen krátce před uvedením časopisu National Geographic. Vydává jej společnost GeoBohemia, s.r.o. Na svých internetových stránkách (Země světa 2009) je charakterizován jako „moderní zeměpisný a cestopisný měsíčník určený širokému okruhu čtenářů, kteří touží poznat přírodu, historické a umělecké památky, kulturní dědictví, tradice a zvyky různých zemí, národů a kultur světa. Nechybí však ani materiály z českých regionů“. Jedná se o měsíčník, který má především monotematická čísla věnovaná vždy jedné zemi, oblasti, městu, kulturní tradici apod. Jeho cena je 49,- Kč.

Po uvedení časopisu National Geographic pokračovalo vydávání výše zmíněných časopisů a přibylo několik dalších titulů.



V roce 2003 to byl časopis Travel Life, který se roku 2005 přejmenoval na Travel Focus. Vydává jej jednou za dva měsíce vydavatelství Leonardo. Podle informací na internetových stránkách (Travel focus 2009) se jedná o „výběrový časopis se zaměřením nejen na luxusní cestování“. Travel focus se údajně liší od časopisů typu National Geographic tím, že se zaměřuje výhradně na cestování (nikoli na informace o zvířatech, rostlinách, lidech, válkách; reportáže zahrnující sociologický pohled apod.). Pojednává o hotelech, gastronomii dopravě, sportovních možnostech, luxusní dovolené, apod. Má komerčnější charakter. Stojí 59,- Kč.

Od roku 2004 vychází Cestopisy – „Magazín o cestování a cestovatelích“. Pojednává téměř výhradně o cestování, a to v České Republice i v zahraničí. Založil a vydává jej Český klub cestovatelů. Jedná se o dvouměsíčník, který lze koupit za 29,- Kč. I tento časopis má okolo titulní strany jednobarevný rámeček, ačkoli tentokrát hnědé barvy.

Dalším významným titulem podobným časopisu National Geographic je magazín Geo, který se v Čechách začal vydávat roku 2005. Jedná se o původně německý časopis (vyšel poprvé v roce 1976), který v současné době najdeme ve dvaceti zemích světa. Publikuje jej vydavatelství Gruner+Jahr, v ČR prostřednictvím Motor-Press Bohemia s.r.o. (Benda 2006: 22). Magazín GEO (s podtitulem „objevovat a chápat svět“) je charakterizován jako „populárně-naučný magazín, určený inteligentním, zvědavým čtenářům, které zajímá příroda, věda, cestování, psychologie a vše, co souvisí s člověkem a se světem, ve kterém žije“ (Magazín GEO 2009). Magazín Geo je dalším z časopisů využívajících výrazný barevný (světle zelený) rámeček na titulní straně.

Pro dokreslení pozice zkoumaného časopisu na českém trhu jsme se obrátili na statistiky o prodaných nákladech výše uvedených titulů. Čerpali jsme při tom z průzkumů ABC ČR – Audit Bureau of Circulation (2009). Statistiky nejsou úplné, neboť ne každý časopis zpřístupní data ke zpracování, jsou však dostatečně průkazné. Uvedli jsme je v tabulce č. 1 – kde jsme údaje nezískali, tam jsme ponechali volné okýnko nebo jsme vynechali sloupec pro daný rok.

**Tabulka č. 1: Průměrné měsíční náklady časopisů typu National Geographic**

Časopis / Rok	1995	1999	2000	2004	2005	2006	2007	2008
<b>National Geographic Česko</b>				57 449	52 922	48 365	44 119	36 669
<b>Lidé a země</b>				33 845				
<b>100+1</b>	58 652	52 674	39 789	37 001	37 020	34 620	34 462	31 826
<b>Magazín Koktejl</b>		29 469	32 955	26 738	29 951	27 737	27 371	23 839
<b>Travel Life</b>				6 709				
<b>Geo</b>						19 752	18 386	15 522

Na základě našich šetření můžeme konstatovat, že na českém trhu byl ještě před zavedením časopisu National Geographic nemalý počet časopisů podobného typu. Nejvíce se mu šálou témat blížily tituly Lidé a země a 100+1 zahraniční zajímavost; Koktejl a Země světa byly úžeji zaměřené na cestování a informace o různých zemích a místech, chyběly jim články o vědě, historii atd. Po vzniku české verze časopisu se objevily další tři tituly. Nejvíce se mu podobá Geo, což je však také zahraniční časopis překládaný z němčiny. Cestopisy se opět soustředily spíše pouze na cestování, Travel Life pojednává také pouze o cestování a je navíc určen jinému druhu příjemce, který netouží po dobrodružství ale spíše po luxusnější dovolené. Od všech ostatních periodik se National Geographic liší větším důrazem na otázky ekologie a životního prostředí.

Zdá se tedy, že na českém trhu nebyla před zavedením námi zkoumaného periodika „díra“, která by vyžadovala zaplnění. Vzhledem k dřívější existenci podobných periodik nepředstavoval National Geographic pro cílové prostředí zcela nový druh diskurzu. Přesto nám statistiky ukazují, že časopis se ujal velmi dobře a ačkoli jeho náklad v průběhu let postupně klesal, vždy přesahoval všechny uvedené časopisy (jedinou výjimkou by mohlo být Lidé a země, kde téměř nemáme údaje, ale soudě podle roku 2004 ani tento titul nejspíše nebyl výjimkou). Je velmi pravděpodobné, že časopisu pomohla jeho mezinárodní prestiž a podpora výchozí redakce (jak uvedl Benda (2006), zahraniční redakce měly více zkušeností a finančních prostředků). Nabídl také oproti ostatním časopisům (opět nejspíše díky finančním možnostem) mnohem kvalitnější fotografie, což mohlo hrát svou roli. Tato stránka se projevuje i v jeho ceně (99,- Kč), která je vyšší než u kteréhokoli z ostatních časopisů.

Co se týče mezitextového navazování (srov. Popovič), závěry jsou zajímavé. V naší práci nemáme prostor na podrobné zkoumání jednotlivých periodik (např. styl psaní reportáží apod.), připadá nám však markantní využívání podobného grafického prvku, rámečku okolo titulní strany – měl jej časopis Lidé a země (v podstatě identický, jaký má National

Geographic), v určité obměně pak Cestopisy a Geo. Domníváme se, že u žádné jiného typu časopisů se tento rys s takovou frekvencí nevyskytuje. Tento rámeček je jedním ze symbolů časopisu National Geographic a zdá se, že ostatní časopisy jej jako takový využily. Zajímavé však je, že u časopisu Lidé a země se tak stalo ještě před zavedením tohoto titulu v ČR. Nemůžeme tedy říci, že by se jednalo o vliv přeloženého textu.

Na základě našich zjištění můžeme shrnout, že uvedení časopisu National Geographic na český trh bylo spíše určitou kolonizací. Nebylo nutné a podpořila jej silná mocenská instituce. Po této počáteční kolonizaci však následovalo přisvojení cílovým kulturním systémem, neboť časopis nabídl přidanou hodnotu v podobě určité kvality a prestiže. Časopis tedy získal v cílovém prostředí velmi dobré postavení. Nestal se zdrojem mezitextového navazování (vyjma toho, že byl takovým zdrojem ještě jako zahraniční časopis).

### **5.2.2 Reader's Digest**

Časopis Reader's Digest Výběr v České Republice vydává společnost Reader's Digest Výběr s.r.o., kterou vlastní americká The Reader's Digest Association (Benda 2006: 31). Ta je zase od roku 2007 ve vlastnictví investičního fondu Ripplewood Holdings. Zde je tedy vlastnická struktura poněkud jednodušší a více se koncentruje v USA než například u časopisu National Geographic. Vzhledem k tomu, že společnost Reader's Digest Výběr vznikla výhradně za účelem vydávání stejnojmenného časopisu, nedá se očekávat, že by působila proti výchozí americké redakci. Je zde menší pravděpodobnost, že by došlo k zásahům do procesu převádění časopisu do češtiny ze strany subjektu v cílovém systému. Jedná se o jednoznačně nediferencovanou patronaci, kde výchozí, americký systém má velmi silnou pozici. Zdá se tedy, že pokud jsme konstatovali na základě rozhovorů určitou volnost české redakce časopisu, nejedná se o volnost „samozřejmou“ ale o volnost přidělenou výchozími subjekty. Volnost, která má možná určité meze a určité důvody. Více však budeme moci konstatovat až po překladatelské analýze a zjištění, jak ve skutečnosti tato volnost vypadá.

Společnost Reader's Digest Výběr vydává od roku 2003 kromě svého kmenového časopisu ještě Receptář, což potvrzuje závěry Bandy (srov. s. 59 této práce) o tom, jak zahraniční vydavatelství pronikají na český trh. Je zajímavé, že společnost zvolila právě tento titul. Zdá se, že jedním z důvodů mohla být vysoká čtenost tohoto periodika (jeden z nejvyšších nákladů podle ABC ČR – Audit Bureau of Circulation (2009)) a také to, že má s časopisem Reader's Digest Výběr určité společné rysy – například zacílení na starší

generaci, důraz na osobní úspěch v podobě dosažení co nejlepších pěstitelských či chovatelských výsledků.

Česká pobočka má i řadu dalších aktivit, neboť vydává množství původních publikací amerického vydavatelství Reader's Digest, které představují významný obchodní artikl a specifikum tohoto subjektu. Vydávají se populárně zpracované specializované příručky, encyklopedie, atlasy, hudební CD, DVD (dříve videokazety). Pro Reader's Digest se staly emblematickými knihy edice Nejlepší světové čtení (v angličtině „Reader's Digest Select Editions“, dříve „Reader's Digest Condensed Books“), které jsou poměrně kontroverzní. Jedná se totiž o zkrácené verze známých beletristických děl (románů apod.). Pro řadu osob představují zkreslující až znesvěcující zásah do daných děl, na druhou stranu se na ně lze dívat jako na zpřístupnění těchto textů i osobám, které by si je jinak nepřečetly (Wikipedie, otevřená encyklopedie 2009).

Reader's Digest Výběr má (stejně jako americký Reader's Digest) specifický způsob distribuce. Nevyužívá maloobchodní síť ale přímý marketing. Časopis nenajdeme u stánků s periodiky – zasílá se předplatitelům domů. Stejně funguje z velké části i prodej ostatních publikací vydavatelství. Reader's Digest Výběr také poštou zákazníky oslovuje, zasílá jim různé nabídky na výhodný nákup slibující možnost značně vysokých výher. Tyto postupy jsou někdy považovány za klamavé, neboť vytváří dojem, že výhra je téměř jistá (především na první pohled bez důkladného pročtení materiálů), ačkoliv to tak není (Wikipedie, otevřená encyklopedie 2009).

Nyní se podíváme na pozici časopisu Reader's Digest Výběr na českém časopiseckém trhu. Časopis můžeme stručně charakterizovat takto: zahrnuje články zahraniční i české, přebrané z jiných časopisů i vlastní; pojednává o široké škále témat, často se zaměřuje na otázku zdraví, poskytuje různé užitečné rady do života, také uvádí příběhy ze života (většinou optimisticky laděné s důrazem na osobní snahu čelit nepřízni osudu a schopnost dosáhnout úspěchu), faktické informace z různých oblastí, vtipy a krátké zábavné příběhy na odreagování, rozhovory se známými osobnostmi; najdeme v něm celou škálu publicistických útvarů; zároveň vždy působí velmi seriózně a důvěryhodně; orientuje se na starší věkovou skupinu (významnou část jeho čtenářů tvoří lidé nad 50 let) a na rodiny. (Podrobnější popis časopisu zahrneme až do následující části výzkumu.) Zamyslíme-li se nad podobou časopisu Reader's Digest Výběr, domníváme se, že se jí žádný jiný časopis na českém trhu v zásadě neblíží. Některé časopisy s ním mají určité společné rysy, nikdy to však není kombinace většiny z těch nejdůležitějších.

ABC ČR – Audit Bureau of Circulation (2009) zařazuje Reader's Digest Výběr mezi „společenské časopisy“ spolu s tituly jako například Reflex nebo Story. Jsme však toho názoru, že mají málo společného.

Pokud jde o prodané náklady, nemáme zde tedy skupinu podobných časopisů, se kterými bychom mohli srovnávat. Budeme však na některá periodika odkazovat, abychom si dokázali vytvořit představu o úspěšnosti námi zkoumaného časopisu. Když vyjdeme z průzkumů ABC ČR – Audit Bureau of Circulation (2009), zjistíme, že ve skupině měsíčně vycházejících časopisů nemá Výběr v podstatě konkurenci. Jen v některých letech jej v nákladech překonaly Receptář a Svět ženy, ostatní jsou však daleko za ním. Pro porovnání zvolíme Reflex, který ABC ČR dává do stejné skupiny jako Výběr, a dále deníky MF Dnes a Lidové noviny, neboť pouze některé celostátní deníky se čteností blíží našemu časopisu. Přehled nákladů jsme zapsali do tabulky č. 2. Pro naše účely považujeme za dostatečné uvést data přibližně pro každé dva roky.

**Tabulka č. 2: Průměrné měsíční náklady časopisu Reader's Digest Výběr a některých dalších vybraných periodik**

Časopis / Rok	1995	1997	2000	2002	2004	2006	2008
<b>Reader's Digest Výběr</b>	145 753	251443	173 895	104 302	95 250	106 248	111 876
<b>Reflex</b>	64 323	69 803	63 563	61 313	54 855	53 866	51 326
<b>MF Dnes</b>	365 949	362778	338 996	312 077	308 486	303 355	291 711
<b>Lidové noviny</b>	81 441	62 251	91 371	91 031	72 272	72 634	70 413

Jak vidíme z našeho výzkumu, časopis Reader's Digest Výběr má na českém trhu výjimečnou pozici. Před jeho uvedením do ČR zde neexistoval časopis podobného ražení a neobjevil se ani poté. Porovnáním nákladů jsme také zjistili, že Reader's Digest Výběr je v českém mediálním prostředí velmi úspěšný, překoná téměř všechny ostatní měsíčně vycházející časopisy a lze jej srovnávat pouze s nejčtenějšími deníky.

Zdá se, že Reader's Digest Výběr našel dobrou odezvu na našem trhu, ačkoliv se nestal zdrojem mezitextového navazování. Můžeme proto usuzovat, že zde existovala určitá mezera, kterou zaplnil, a čtenáři to uvítali. Byl to zcela nový druh diskurzu, který však nebyl odmítnut jako cizí, neznámý a nežádoucí, naopak byl přisvojen. Nejspíše mu k úspěchu pomohla také prestiž známého časopisu a v neposlední řadě specifický a pravděpodobně účinný druh marketingu.

## 5.3 PŘEKLADATELSKÁ ANALÝZA ČASOPISŮ

### 5.3.1 Časopisy a jejich čísla

#### 5.3.1.1 National Geographic

Pro naši analýzu jsme vybrali sedm čísel časopisu National Geographic a odpovídajících sedm čísel české edice National Geographic Česko: October 2002, October 2003, April 2004, May 2006, December 2007, March 2008, April 2009; říjen 2002, říjen 2003, duben 2004, květen 2006, prosinec 2007, březen 2008, duben 2009.

National Geographic vznikl jako oficiální časopis National Geographic Society, sdružení vzdělaných mužů různých oborů zaměřeného na „prohlubování a šíření zeměpisných znalostí“ (National Geographic 2009b). Společnost byla založena roku 1888 ve Washingtonu a ve stejném roce začal vycházet i časopis. Jmenoval se nejdříve National Geographic Magazine, později pouze National Geographic.

National Geographic, zpočátku určený především členům National Geographic Society, se postupem času stal velmi oblíbeným titulem veřejnosti USA. V cizím jazyce – japonštině – vyšel poprvé v dubnu 1995. O rok později vznikají internetové stránky [www.nationalgeographic.com](http://www.nationalgeographic.com). V roce 1997 vychází španělsky, 1998 italsky, hebrejsky a řecky, 1999 francouzsky, německy a polsky. Polsko tak bylo první zemí bývalého Východního bloku, kde se časopis začal vydávat. Hned po něm následovala Česká Republika (v roce 2002) a až poté další, například Rusko, Maďarsko (2003) či Slovinsko (2006). Roku 2007 vyšel časopis například v čínštině a dnes má již 32 různých edicí na celém světě (National Geographic 2009b).

National Geographic můžeme označit za populárně naučný měsíčník, který pojednává o různých zemích, kulturách, národech, historii, vědě, archeologii, přírodě a ekologii. Jeho orientace se však v průběhu let mírně měnila – zpočátku (v duchu hesla National Geographic Society) se zaměřoval především na geografii, cizí země i USA a cestování. Později přešel k širšímu okruhu témat a v posledních letech je patrný značný příklon k otázkám ochrany životního prostředí, jak naznačuje i motto, které National Geographic Society přijala za své roku 2007: „chceme inspirovat k ochraně naší planety“. Tento posun je patrný i v časopisech, které jsme analyzovali – téma ekologie jsme zaznamenali poprvé v květnu 2006 a objevilo se i ve všech následujících číslech (srov. Příloha č. 1).

Z toho, co jsme z časopisu National Geographic přečetli, se domníváme, že se v něm neprojevuje žádná výrazná ideologie, snad kromě právě zmíněné ochrany životního prostředí. V tomto názoru nás utvrzuje i jedna z instrukcí uvedená v komentáři „backgrounder“, kterou zmíníme později.

Co se týče čtenářů časopisu v USA, v současné době je mezi nimi 55 % mužů a 45 % žen, 56 % čtenářů je ve věku 25-54 let, 36 % má vysokoškolské vzdělání a 30 % je v manažerské či odborné pracovní pozici (National Geographic 2009b).

Články pro National Geographic píše novináři, kteří se často specializují na určitou oblast (ať už oblast geografickou nebo tematickou), a nezdá se, že by také odborníci z celé řady vědeckých oborů, kteří se později stali přispěvateli časopisu.

Reklama v časopise odpovídá – pochopitelně – profilu čtenářů a jejich zájmům. Převažuje různé vybavení pro cestovatele, fotoaparáty, ale také automobily. Často dává reklama důraz na ekologičnost propagovaného produktu. Reklama je umístěna vždy na začátku či na konci časopisu mezi rubrikami, nikdy uprostřed dlouhých reportáží, a dokonce ani ne mezi nimi, není tedy rušivá.

Porovnáme-li National Geographic Česko s jeho americkým předobrazem, zjistíme celou řadu podobností. Obecné tematické zaměření zůstává stejné, což je samozřejmě dáno i značným procentem přejímaných článků, jak ještě uvidíme.

Čtenářská obec české verze je charakterizována takto: 58 % tvoří muži, 52 % je ve věku 20-49 let, 26 % představují vedoucí pracovníci nebo podnikatelé, 14 % studenti a 37 % má vysokoškolské vzdělání (Sanoma Magazines Praha 2009). Až na malé odchylky tedy čte obě verze téměř identický typ osob.

I v české edici jsou autory původních článků jak novináři tak odborníci.

Reklama je velice podobná (včetně umístění v rámci časopisu) s jediným rozdílem, že příliš neprezentuje ekologičnost produktů. To ukazuje na pravděpodobný rozdíl v prioritách čtenářů obou jazykových verzí.

V této části našeho výzkumu nám zbývá zabývat se složením obou jazykových verzí časopisu. Obsah zkoumaných čísel jsme zaznamenali v tabulkách v příloze č. 1.

Časopis National Geographic (verze USA) má určitou obvyklou strukturu. Základní dělení na „departments“ neboli „rubriky“ a „features“, „reportáže“. Rubriky se nacházejí na začátku a na konci každého čísla, jsou 1 až 5 stránek dlouhé a opakují se v nich některé typy. Především je to slovo šéfredaktora, které najdeme na úvod každého čísla. Dále „Forum“ (Od května 2006 „Letters“), což jsou názory, komentáře, dopisy čtenářů. Sekce „On Assignment“ a „Behind the Scenes“ – které po 5/2006 nahradí „Inside Geographic“ – pojednávají o tom,

jak vznikaly články v daném čísle, kdo je napsal atd. Týkají se tedy samotného časopisu a v tabulkách jsme k nim proto jako téma uvedli „NG“. V české verzi časopisu nesou název „Zákulisí“. V části „Geographica“ jsou uváděny krátké texty na různá témata z různých koutů světa, a jak vidíme v příloze č. 1, i ta doznala změny do května 2006 – rozdělila se na několik samostatných jednostránkových rubrik, které nesou názvy podle svých témat. Opakují se „Environment“, „Wildlife“, „Science“, „Archeology“, aj. Tento proces kopírovala i česká edice, kde vycházela část „Geographica“ a pak odpovídající „životní prostředí“, „divoká příroda“, „věda“, archeologie“, apod. Občas se vyskytuje rozhovor „Voices“. Některé rubriky jsou čistě fotografické („Flashback“, „Photo Journal“, „Your Shot“, „Visions of Earth“ – „Pohled zpět“, „Pohledy na Zemi“).

Základ časopisu tvoří reportáže, které mají v průměru 15 až 30 stran dlouhé, tedy poměrně dlouhé. Jejich zaměření jsme se pokusili charakterizovat v tabulkách v příloze č. 1 ve sloupci nazvaném „geografická oblast, téma“. Některé pojednávají o různých místech na světě, pak jsme je označili „svět“; někdy se týkají konkrétní země nebo oblasti. Pokud je jejich tématem například pouze určitý vědní obor obecně, napsali jsme „věda“, ale pokud píší o archeologických nálezích v Egyptě, téma jsme nazvali „Egypt, archeologie“. Zkoumáním složení výchozích časopisů jsme zjistili, že v reportážích se zde píše o všech oblastech světa, ačkoliv nejčastěji se vyskytuje USA. Tato geografická oblast se alespoň jednou vyskytovala v každém čísle, ať již jako hlavní téma nebo pouhé dějiště tématu jiného. Nedá se však říci, že by ostatní oblasti „zastiňovala“.

Podíváme se nyní na složení časopisu National Geographic Česko. Dodržuje celkovou strukturu americké verze, rozdělení na rubriky a reportáže. Už jsme si také výše uvedli české názvy některých částí, které se shodují. V tabulkách v příloze č. 1 jsme vyznačili žlutou barvou části, které jsou vždy jak ve výchozím, tak v cílovém čísle časopisu. Oranžově jsme pak v českých časopisech zbarvili části, které jsou původně české. Zbývající, bílá políčka představují články, které byly přejaty z americké verze, nikoli však ze stejného čísla.

Zjistili jsme, že původně české jsou rubriky „Česká mozaika“, „Jak to vidím“ (slovo českého šéfredaktora“, „Fórum/Ohlasy“, „Příště“. Někdy části rubrik „Zákulisí“ nebo „Geographica“. České příspěvky vždy nějakým způsobem pojednávají o českém kontextu a tvoří 10 až 20 % každého čísla. Potvrdili jsme tedy přesně to, co jsme se dozvěděli v rozhovoru v české redakci časopisu.

Dále se ukázalo, že český časopis přebírá vždy 80 až 90 % výchozího čísla. Zajímavé je, že se přebírá dokonce i úvod šéfredaktora z redakce USA, ačkoliv vlastní text vkládá též



český šéfredaktor (nemá však prestižní postavení na začátku časopisu, ale až na konci). Vynechané články nemají společné rysy.

Výjimkou je první číslo časopisu v češtině, říjen 2002, které převzalo z odpovídajícího čísla v angličtině pouze tři reportáže a dvě rubriky. Podle našeho názoru k tomu vedla jednoznačně snaha sestavit číslo z co nejzajímavějších článků, aby tak nalákalo české čtenáře. Počítalo se jistě s tím, že mu bude věnována značná pozornost. Je výjimečné i úvodem od amerického šéfredaktora a krátkým článkem o historii časopisu National Geographic. V tomto čísle se také objevila historická reportáž z amerického časopisu National Geographic z roku 1917, kde se psalo o Čechách. Tyto historické reportáže se pak objevovaly i v některých dalších českých číslech, např. v říjnu 2003.

Jak jsme tedy zjistili, česká verze se velmi blízce drží výchozího amerického časopisu a v průběhu její existence na našem trhu nedošlo k výrazným změnám v poměru přejetých a původně českých článků. Mohlo by se zdát, že zde dochází k silnému vlivu ze strany výchozího systému. S ohledem na celkový profil časopisu se však domníváme, že se jedná o „glokální“ titul: Je rozšířen po celém světě (globální aspekt); existuje značná shoda mezi výchozími a cílovými čísly (globální aspekt); ale pojednává o tématech z celého světa (lokální aspekt) a v české verzi najdeme část zaměřenou na český kontext (lokální aspekt).

Tato část naší analýzy také nenaznačuje, že by se toto periodikum snažilo šířit určitou čistě americkou ideologií a v tom smyslu ovlivňovat manipulaci s překlady. Můžeme hovořit pouze o prosazování idey ochrany životního prostředí, a to ještě spíše prostřednictvím upozorňování na problémy, které v této oblasti existují.

### **5.3.1.2 Reader's Digest**

U časopisu Reader's Digest představovalo shánění materiálu k analýze velmi problematickou část výzkumu. Časopis totiž v angličtině v České Republice nevychází a není dostupný v knihovnách (dokonce ani např. v Národní knihovně či v knihovně Amerického centra v Praze). V antikvariátech jsme neměli štěstí. Jediným zdrojem anglických textů pro nás byla tedy česká redakce časopisu. Tam jsme se však dozvěděli, že anglické časopisy systematicky nearchivují. Další potíž spočívá v tom, že se nepřekládá z jednoho čísla americké verze do jednoho čísla verze české, ale články se převážně vybírají z mezinárodní databáze, o které jsme již psali. Je tedy velice těžké zdrojové texty dohledat. Nicméně se nám podařilo přesvědčit ke spolupráci paní šéfredaktorku Červenkovou a ona nám nechala některé články vyhledat. Nejsou však již k dispozici ty úplně nejstarší, začínáme tedy rokem 1997.

K dispozici máme tento materiál:

Časopis Reader's Digest Výběr říjen 1997 a tři články z něj v angličtině, Reader's Digest Decembre 1999, Reader's Digest Výběr prosinec 2000 a jeden článek z něj v angličtině, Reader's Digest Výběr březen 2001 a Reader's Digest February 2001 (1 článek společný), Reader's Digest Výběr duben 2004 a tři články z něj v angličtině, Reader's Digest Výběr říjen 2008 a jeden článek z něj v angličtině, Reader's Digest October 2008, Reader's Digest Výběr březen 2009 a pět článků z něj v angličtině.

Celkem máme tři časopisy v angličtině (dva verze USA a jeden verze Austrálie), sedm v češtině a 14 článků v každém jazyce. Domníváme se, že to je zcela dostačující vzorek.

Časopis Reader's Digest vznikl v roce 1922 v USA, kde jej založili manželé Lila a Dewitt Wallace, s myšlenkou vytvořit titul, který by čtenářům nabízel „výběr“ článků z různých zdrojů a oblastí. Časopis, který se zasílal přímo odběratelům do domácností, si brzy získal své příznivce a nakonec se stal, můžeme říci, určitým kulturním fenoménem. První zahraniční edice vyšla ve Spojeném Království v roce 1938. Dnes Reader's Digest existuje v 50 edicích a 35 jazycích po celém světě. Česká verze vznikla v roce 1993 jako třicátá v pořadí a ze zemí Východního bloku ji o jeden rok předcházely verze maďarská a ruská. (Reader's Digest Výběr 2009b)

Neznáme bližší údaje o autorech článků v americké verzi časopisu. Nebylo by ani lehké takové informace zjistit a jakkoli generalizovat, neboť zde vycházejí články i z jiných periodik, výtahy z knih atd. Do časopisu také nemálo přispívají vlastními texty čtenáři, což je pro Reader's Digest typické.

Reader's Digest je zaměřen na čtenáře starší padesáti let, na rodiny, na osoby střední úrovně vzdělání i příjmů zastávající hodnoty, které tento časopis prezentuje. O nich se ještě zmíníme později.

Reklama zabírá v americké verzi značnou část časopisu a je umístěna v průběhu celého obsahu i uvnitř článků. Nabízí celou škálu produktů, ovšem s ohledem na typ čtenáře převažují například různé typy pojištění či spoření, léky a potravní doplňky, potraviny, čisticí prostředky, apod.

V případě české verze časopisu bychom napsali o autorech článků a čtenářích v zásadě totéž. Objevuje se zde také podobný typ reklam, ale zdaleka ne v takovém množství jako v americkém časopise.

Na základě našeho výzkumu jsme si také upřesnili představu o celkovém zaměření časopisu. V tabulkách v příloze č. 2 jsme zapsali obsah zkoumaných čísel a také témata jednotlivých článků. Můžeme si všimnout, že v amerických číslech převažují osobní příběhy

různých „obyčejných lidí“, tj. nikoli známých osobností, ačkoliv ty se tam také vyskytují. Tyto příběhy ilustrují dobře ideologii časopisu. Pojednávají o zdravotních problémech, o těžkých a složitých situacích, nehodách, napínavých událostech, ale také (a především) o tom, že tyto těžkosti byly překonány, a to vlastní vůlí či s pomocí rodiny a Boha. Zdraví, rodina a náboženství se stávají tématem i jiných typů článků. Velmi často dává časopis různé rady do života (jak využívat čas, jak ušetřit, jak zhubnout apod.). Dále se články (ve výrazně menší míře) dotýkají řady jiných oblastí – příroda, domácí mazlíčci, politika, kultura, cizí země, aj.

Reader's Digest se skládá z rubrik a článků. Rubriky mívají jednu až pět stránek, články jsou často jen o málo delší, pět až deset stránek, jen jeden nebo dva články mívají 12 až 25 stran. Oba typy textů jsou v časopise prostrídány. Rubriky se opakují. Zahrnují krátké zprávy („News of Medicine“ – „Ze světa medicíny“, „The Digest“ – „Tady a teď“), medailony osobností („Close up“ – „Zblízka“), kvízy („Word Power“ - „Co na jazyku“/„Síla slov“) a nejčastěji krátké příhody ze života, vtipy a citáty („Laughter – The Best Medicine“ – „Smích – nejlepší lék/lékař“, „Life's Like That“ – „Takový je život“, „Quotable quotes“ – „Citáty a postřehy“).

V tabulkách v příloze č. 2 jsme také zaznamenávali původ článků. Chtěli jsme tím zejména zjistit, kolik českých a kolik přejatých článků je v českých číslech. Zaznamenávali jsme však původ i u článků v časopisech v angličtině. Při tom jsme zjistili, že se jedná o poměrně problematickou oblast, neboť u některých článků je uveden původ (jiné periodikum nebo kniha), u jiných ale není a pak není jisté, zda jde o text napsaný pro americkou edici časopisu Reader's Digest nebo původně pro verzi v jiné zemi. Vzniká tak zvláštní situace, kdy v člancích čteme o různých osobách, ale nevíme, odkud jsou a kde se děj odehrává. Usuzovat můžeme pouze z toho, že byli „odvezeni do nemocnice v Rotterdamu“ nebo „se prošli po Lyonu“ nebo z podoby osobních jmen. Vždy je to však nejisté. Proto jsme často uvedli jako původ „RD ?“, tedy časopis Reader's Digest ale neznámá edice. Celkově však v obou amerických číslech i v jednom australském převažovalo umístění dějů do USA a můžeme se domnívat, že se jedná o články napsané pro americkou edici.

Nepřesné označení původu článků považujeme za poněkud matoucí a domníváme se, že může být součástí strategie vytvořit onen „homogenní svět“, o kterém se zmiňoval Robyns (1994: 89).

Celkový formát časopisu Reader's Digest je specifický. Co do struktury a témat neexistuje v České Republice podobný titul. Témata i prezentovaný světonázor jsou navíc podle nás dosti kulturně vázána na americký kontext a také odpovídají charakteristice časopisu podle Robynse (1994, srov. s. 8 této práce). Domníváme se, že v české společnosti

se například nedává tak velký důraz na rodinu a zcela určitě ne na náboženství. Způsob, jakým jsou témata podávána, podle nás naznačuje (alespoň v některých případech) snahu šířit určitou ideologii. O tom se ještě podrobněji zmíníme na příkladu některých článků, které budeme analyzovat.

Pokud se podíváme na složení českých čísel (srov. příloha č. 2), uvidíme, že se strukturou podobají výchozímu časopisu. Používají stejné typy rubrik a článků i stejné tematické zaměření. Nicméně vzhledem ke způsobu tvorby časopisu nenajdeme dvě čísla (výchozí a cílové) s převážně shodnými články. V rámci výzkumu jsme se soustředili na množství českých článků v časopise. V tabulkách v příloze č. 2 jsme oranžovou barvou označili původně české texty napsané speciálně pro časopis Reader's Digest Výběr (původ označen „RD CZ“), růžovou barvou texty přejeté z jiných českých titulů (jako původ uvedeno jméno periodika). Zjistili jsme, že jejich počet v průběhu let výrazně narůstal. V říjnu 1997 to bylo 11 stran článků pro Reader's Digest Výběr a žádný článek z jiných časopisů, v březnu 2001 tři strany pro Reader's Digest Výběr a 11 stran z jiných časopisů, v dubnu 2004 tvořily původní články 35 stran a v březnu 2009 jsme napočítali 34 stran článků Reader's Digest Výběru a 6 stran článků z jiných českých časopisů. Mírně vzrostl také podíl českých vtípů a příběhů v krátkých rubrikách typu „Smích“ a „Takový je život“, ačkoliv ne tak výrazně. (Zde jsme z praktických důvodů v tabulce uváděli „CZ“ pro české vtipy a příhody a „A“ pro vtipy a příhody přeložené z angličtiny, i když mohly pocházet například od mexického čtenáře.)

Došlo také k nárůstu článků a rubrik zaměřených na téma nějakým způsobem související s českým prostředím. V časopisech z let 1997 až 2004 byly takové texty průměrně dva, v časopisech z let 2008 a 2009 byly tři a byly také delší.

Bohužel jsme nemohli dobře zjistit, zda články přejeté do českých časopisů z mezinárodní databáze Reader's Digest jsou původní anglické texty nebo překlady z jiných jazyků. Ani v české verzi to totiž není uvedeno. Věděli jsme to pouze u článků, které nám v české redakci vytiskli z databáze, neboť ty jsou označené podle původu. Z pěti článků z března 2009 jsou tři z americké verze, jeden z Austrálie a jeden z Holandska. Tato data však nejsou dostačující pro to, abychom na jejich základě činili nějaké závěry.

V oblasti počtu českých (původních či přejetých) článků však můžeme říci, že se jedná o zjevný posun směrem k lokálnímu zaměření na ose „globální – lokální“. Zároveň však počet českých článků nedosáhl čísla 40 až 50 %, které jsme se dozvěděli v české redakci Výběru. Spíše se pouze blíží 30 %. Zmíněná tendence je také poněkud zmírněna tím, že i lokální texty mají obvyklý formát a témata ostatních článků amerického časopisu Reader's Digest, tedy formát a témata, která náležejí spíše výchozí kultuře.

Mezi čtrnácti články, které jsme analyzovali, byl pouze jeden lokalizován a jeden adaptován (vycházíme-li z klasifikace podle redakce časopisu Reader's Digest Výběr), což není vysoké číslo. U některých článků, které jsme neanalyzovali podrobně, můžeme podle vloženého rámečku usuzovat na lokalizaci. Pár takových jsme našli a označili jsme je v tabulkách v příloze č. 2.

## **5.3.2 Články**

### **5.3.2.1 National Geographic**

#### **5.3.2.1.1 Backgrounder**

Před samotnou srovnávací analýzou článků se ještě jednou zmíníme o komentáři k překladu nazývaném „backgrounder“, o kterém jsme se dozvěděli v rozhovorech v redakci National Geographic Česko. Uvedeme si podrobněji, co v něm najdeme a v čem spočívá jeho internacionalizační aspekt. Tento materiál jsme dostali k dispozici k článkům Tornadoes (April 2004), Bethlehem (December 2007) a Amphibian Loss (April 2009). Mezi těmito třemi komentáři jsme nepozorovali žádnou změnu ve strategii nebo v typu instrukcí.

Backgrounder se skládá z textu článku v angličtině, ve kterém jsou naznačeny pasáže, jež lze v případě potřeby vypustit, a z vlastního komentáře.

Na úvodní stránce jsou zásadní instrukce platné pro celý text. Pro nás je důležité sdělení na úvodní stránce komentáře k článku Bethlehem:

„Please bear in mind that this politically sensitive text will probably be scrutinized more closely by readers than most, and exercise caution and balance when interpreting its larger trends and judgments. Overall, the writer presents the facts and allows them to speak for themselves. His observations tend to avoid judgment of one side or the other, but particularly when deciding which sections to cut, please ensure that the piece retains its journalistic balance.“

Domníváme se, že tato instrukce velice dobře ilustruje skutečnost, že časopis National Geographic se snaží být ideologicky neutrální, jak jsme zmínili výše.

Komentář dále zajišťuje terminologickou úroveň, neboť nabádá, aby článek zkontroloval odborník – na Střední Východ (Bethlehem) či herpetolog (Amphibian Loss).

K hlavním pokynům také patří, aby změny v člancích byly přeloženy a zaslány ke schválení editorovi do výchozí redakce.

Komentář se týká nejčastěji kulturně příznakových prvků, které velmi podrobně vysvětluje. Např.:

„ [...] the Church of Nativity: The Church of Nativity in Bethlehem is built over the manger that is believed to be the birthplace of Christ, and is considered sacred by both Christians and Muslims.“ (Bethlehem)

„Tornado Alley: this is the part of the U.S. where tornadoes are most prevalent each year, and also includes the states of Nebraska, Kansas, and Oklahoma.“ (Tornadoes)

„Dodge Caravan: a type of US-made minivan. A photo of this car can be found at: [internetový odkaz].“ (Tornadoes)

Takto vysvětluje například též historické události, které jsou zmiňovány. U institucí uvádí odkaz na jejich internetové stránky, pokud existují. Příkládá také fotografie kulturně vázaných předmětů, oblečení apod., aby si překladatel mohl vytvořit přesnou představu toho, co překládá.

U osobních jmen komentář uvádí pro češtinu velmi užitečný údaj, zda se jedná o muže, či ženu. Dále uvádí, jak se jména správně vyslovují: „Rex Geyer – REX (rhymes with ‘hex’) GUY- yer“ (Tornadoes). Komentáře z let 2007 a 2009 již posílají výslovnost samostatně ve formátu, který lze pustit na počítači.

U zvířat, jejichž název je uveden v angličtině, doplňuje i latinské jméno: „Wyoming toad: *Bufo baxteri*“ (Amphibian Loss).

Komentář dává důraz na přesnost vyjadřování, například co se týče vyjádření množství: „As many as: important qualifier; implies that this is not an exact number and that it is the upward limit of the estimate“ (Amphibian Loss).

Uvádí již přepočítané měrné jednotky (míle na kilometry, stupně Fahrenheita na stupně Celsia apod.)

V komentáři jsou též uvedena synonyma některých výrazů, které nejspíše považoval editor za složitější: „haul: move quickly“ (Tornadoes). Najdeme zde parafráze některých vět: „but I’d rather pore through the data myself and then look out the window to see what’s

developing. – meaning he'd rather interpret the data himself and monitor the conditions first-hand.“ (Tornadoes)

Komentář také upozorňuje na aktualizovaný jazyk a vysvětluje jej: „They admit it's a drop in the pond: Play on words. Drop in the pool is an expression meaning it has a small impact given the scope of the problem. In this case pond refers to the common habitat of frogs.“ (Amphibian Loss)

Podle našeho názoru je tento komentář výrazem velmi profesionálního přístupu k překladu. V některých případech jsou vysvětlení zbytečná, neboť dostatečně schopný překladatel význam sám pochopí, velmi často jsou to však opravdu užitečné informace, které by překladatel musel sám hledat. Takto je lépe zajištěno, že překladatel opravdu dobře pochopí význam výchozího textu a bude při převodu přesný.

Jak jsme si ukázali, „backgrounder“ většinou vysvětluje kulturně příznakové prvky textu a tím v podstatě dočasně, pro účely překladatele, odstraňuje jejich kulturní příznakovost. Takové vysvětlení mohou použít překladatelé snad ve všech jazycích a proto se domníváme, že se jedná internacionalizovanou fází překladatelského procesu.

### **5.3.2.1.2 Srovnávací analýza článků**

Při analýze si budeme všimnout dvou aspektů souvisejících s protikladem „cizí“ versus „svoje“. Za prvé z pohledu výchozího textu se zaměříme na to, jak je v překladu nakládáno s kulturně příznakovými prvky. Za druhé z pohledu cílového textu budeme zkoumat rysy překladovosti (srov. Popovič 1974: 63-65).

Dále nás bude zajímat, co bylo v textu vynecháno – například z důvodu omezení prostorem článku – či které pasáže byly doplněny, především pokud jde o drobné faktické informace dodané českými odborníky, o kterých jsme se dozvěděli v rozhovorech v redakci (srov. s. 44 této práce).

Pro popis použijeme klasifikaci překladatelských postupů P. Newmarka (1988: 81-93).

Ve směru od orientace na „cizí“ k důrazu na „svoje“ bychom postupy seřadili přibližně takto: přejaté slovo („transference“), naturalizace („naturalisation“), přejaté slovo doplněné vysvětlením („notes, additions, glosses“), kalk („through-translation“), inovativní ekvivalent („translation label“), zavedený ekvivalent („recognised translation“), složková analýza („componential analysis“) (zahrnuje funkční ekvivalent a popisný ekvivalent) a kulturní ekvivalent („cultural equivalent“). Na poslední místo bychom zahrnuli vynechání daného prvku, což je ale postup, o který Newmark (1988) do své škály nezahrnuje.

Nyní se budeme věnovat analýze jednotlivých článků. Ještě předtím však můžeme konstatovat, že u všech článků byla dodržena struktura výchozího textu a jeho délka co do stránek v časopise. Popisky k fotografiím, grafy, tabulky, vložené rámečky apod. zůstávají stejné. Také zůstala přesně zachována grafická stránka, pouze ojediněle byly velké třístránkové fotografie zmenšeny na dvoustránkové (což nám již sdělila paní Křištofová v rozhovoru).

Překlad se také velmi přesně ve všech případech drží stylu originálu, který lze charakterizovat jako kombinaci odbornosti (odborné termíny) a „čtivosti“ (živý, plynulý text, častá výrazová aktualizace, místy přímá řeč). Je zvláště patrné, že přesnosti odborných pojmů je věnována velká pozornost.

S významovými chybami, posuny či neobratným překladem jsme se setkali také ojediněle. Na tyto aspekty se však v naší práci nezaměřujeme a nebudeme se jimi tedy zabývat podrobněji.

Pokud zde v analýze uvádíme, že „překladatel provedl určité úpravy“, činíme tak s vědomím, že je pravděpodobně mohla realizovat editorka. Pro zjednodušení to však nebudeme zmiňovat.

Budeme analyzovat celkem dvanáct článků z šesti čísel časopisu v češtině a v angličtině.

### **1) Death on the Nile – Smrt na Nilu (říjen 2003)**

Tento článek pojednává o nových poznatcích o historii Egypta, které přinesly některé archeologické objevy. U tohoto typu článku se některé kulturně příznakové prvky týkají spíše kontextu amerického (kulturní systém, kam patří autor článku a výchozí časopis), některé spíše kontextu (staro)egyptského (kulturní systém tématu).

Co se týče prvního kontextu, zjistili jsme jeden případ přejatého anglického názvu univerzity „Macquarie University“. Překladatel jednou doplnil přejaté slovo vysvětlením: „It’s like Agatha Christie“ – „Pro mne je to jako detektivka hodná pera Agathy Christie“. Ve všech výskytech došlo ke kulturnímu nahrazení jednotek (např.: „45 miles“ – „70 kilometrů“) nebo ke změně na formát číslovek používaný v češtině („10,000“ – „10 000“). (Tyto změny se opakovaly i ve všech ostatních analyzovaných člancích, nebudeme se tedy o nich již dále zmiňovat.) Dvakrát byly odstraněny kulturní odkazy na americký kontext (např.: „Saqqara was one of the most revered royal cemeteries of Ancienit Egypt – roughly equivalent to Arlington National Cemetery in the United States today“).



Co se týče egyptské oblasti, byla všechna místní jména, jména bohů, faraónů aj. použita v českém přepisu (tj. naturalizace, nebo též zavedený ekvivalent): „Saqqara“ – „Sakkára“, „Userkare“ – „Veserkare“.

Popisné názvy z této oblasti byly přeloženy: „Step Pyramid“ – „Stupňovitá pyramida“, „the Netherlands' National Museum of Antiquities“ – „nizozemské Národní muzeum starověkých památek“.

Setkali jsme se také s doplněnými „polemickými“ údaji, o kterých jsme se doslechli v rozhovorech v redakci. Např.: „Khuit's pyramid was built first, so she must have come before Iput.“ – Chuitina pyramida byla postavena dříve, takže se musela stát královnou ještě před Iput nebo musela být významnější než ona.“; nebo „[...] he changed his name to Meryre, 'beloved of the sun'“ – „[...] změnil si jméno na Merire, tedy milovaný Reem“.

## 2) Tokyo Bay – Tokyjský záliv (říjen 2003)

Článek pojednává o Tokiu, Tokijském zálivu a především o ekologických a sociálních problémech této oblasti.

V tomto článku překladatel zaujal nejednoznačný přístup k prvkům americké kultury. Některé převzal, např. „[...] Koji Suzuki, whose macabre bestseller *The Ring* [...]“ – „[...] Kódži Suzuki, jehož hrůzyplný bestseller *The Ring* [...]“. Některé přeložil, ale ponechal přirovnání: „[...] as developmentally remote from Tokyo as rural Iowa from New York City“ – „[...] k Tokiu stejně daleko, jako mají venkovské části Iowy daleko k New York City“. Nejvíce bylo zastoupeno vysvětlující doplnění: „[...] twice what the U.S. spent to build its Interstate Highway System“ – „[...] dvakrát více, než Spojené státy vynaložily na výstavbu svého dálničního systému Interstate Highway System“.

Dvakrát byl takový kulturní prvek vynechán, například když reportér v jedné větě srovnává systém odvozu odpadu v Tokiu se systémem na Manhattanu, kde bydlí.

Zajímavé je v tomto textu nakládání s cizí měnou. Kde jsou v originále jeny, překlad vždy uvádí jeny, kde jsou dolary, uvádí dolary. Pokud je ve výchozím textu částka v jenech a v závorce přepočítání v dolarech, překlad uvádí totéž. Pouze v jednom případě převádí dolary na koruny, když je uvedena cena mýtného za průjezd podvodním tunelem přes Tokijský záliv (1 500 korun). Zřejmě jej k tomu vedla snaha, aby si čtenář udělal dobrou představu o výši této částky. V zásadě by však takový postoj mohl zaujmout ve všech případech, kde jsou dolary a bylo by to možná logičtější.

Jedna přejatá fráze z japonštiny byla stejně přejata i v češtině: „*parasito shinguru*, or parasite single“ – „*parasito shinguru* čili svobodní příživníci“.

Japonské názvy a jména jsou přepisovány českým přepisem: „Koji Suzuki“ – „Kódži Suzuki“. Popisné nebo částečně popisné názvy jsou do češtiny přeloženy: „Toho University in Chiba“ – „universita Toho v Čibě“.

Dvakrát jsme se setkali s funkčním ekvivalentem: „Landmark Tower“ – „moderní budovy“ a „[...] now women were enjoying the gender jujitsu“ – „[...] teď si ženy zatím jen užívají změny“. V druhém případě jde o výrazovou ztrátu, která by podle nás nebyla nutná.

V článku byly vynechány tři kratší odstavce z prostorových důvodů. Byly zvoleny bez ohledu na kulturní význam, kde to nejméně narušilo tok textu.

### **3) Quarked – Zkvarkováno (říjen 2003)**

Tento kratší článek spadá pod rubriku „Who Knew?“ („Kdo to ví?“), která je věnována vědě. Tentokrát se zde píše o nově objeveném typu hvězd, tzv. kvarkových hvězdách. Na tomto článku je zajímavé, že byl vynechán celý jeden odstavec, ve kterém jistý vědec vysvětluje určitou teorii pomocí analogie se systémem sbírání baseballových kartiček. Tato vynechávka byla částečně způsobena potřebou text zkrátit, aby se vešel na stránku, domníváme se však, že právě tento odstavec byl zvolen z důvodu kulturní vázanosti na americký kontext.

### **4) Tornadoes – Hon na tornádo (duben 2004)**

Tento článek vypráví o odborníkovi na tornáda a laickém „lovci tornád“, kteří se snažili po deset let v rámci výzkumného projektu získat co nejpodrobnější informace o tornádech v USA. Jejich cílem bylo umístit do dráhy vzniklého tornáda sondy, které by zaznamenávaly některé vědecké údaje a pořídily fotografie uvnitř větrného víru.

Kulturní příznakovost se tedy v tomto případě týká kontextu USA.

Jména osob jsou v tomto případě přejímána beze změny, pouze ženská jsou přechylována (jako ostatně ve všech zkoumaných člancích). Stejně se přejímají jména místní. Překladatel dále přejal „bílý Dodge Caravan“.

V důsledku přílišného lpění na výchozím textu se jednou vytvořil syntaktický kalk: „It’s not like we’re not used to it.“ - „To není to, na co bychom nebyly zvyklé.“

Nejčastějším postupem opět bylo vysvětlující doplnění, jako například: „motorka Harley-Davidson“, „medvěd grizzly“, „film *Twister (Tornádo)*“, „Národní laboratoř silných

bouří (National Severe Storm Laboratory, NSSL)“, „děvčátka Heather a Halley, jimž místní média dala přezdívky Twister (Tornádo) a Stormy (Bouře)“.

Některé názvy institucí však překladatel pouze přeložil: „Chicagská univerzita“, „Oklahomská univerzita“, „National Weather Service“ – „Národní meteorologická služba“.

Překladatel ponechal odkaz na součást americké kultury, která se však stala již světově známou, a použil zavedený ekvivalent: „Tinman [...] from The Wizard of Oz“ – „Plecháč z knihy Čaroděj ze země Oz“. Dá se čekat, že čeští čtenáři tento odkaz pochopí i bez vysvětlení.

Jednou jsme narazili na kulturní ekvivalent: „Styrofoam coffee cups“ – „plastové kelímky s kávou“. Dvakrát byly kulturní prvky, které neměly v textu zásadní význam, vynechány: „We caravan in Texas for days, listening to Merle Haggard“, „Subway sandwiches“.

## **5) The Judas Gospel – Jidášovo evangelium (květen 2006)**

Reportáž informuje o nalezení tzv. Jidášova evangelia (text přibližně z r. 150 n.l.), o osudu tohoto spisu, způsobu restaurování, jeho obsahu a náboženském významu.

V tomto překladu je zajímavě nakládáno s názvy institucí. Jsou citováni odborníci (jejich jména, povětšinou anglická, zachována v původní podobě) a u nich se uvádí příslušnost k určité univerzitě. Názvy univerzit anglicky mluvícího světa jsou všechny přejaty beze změny, např. „[...] špičkovou laboratoř, která se na University of Arizona zabývá radiokarbonovou metodou [...]“, „Craig Evans z Acadia Divinity College“ (celkem 6 případů). Oproti tomu najdeme překlad „Emmel, dnes profesor na univerzitě v německém Münsteru“ („Emmel, now a professor at the University of Münster in Germany“). Strategie tedy není jednotná – snad proto, že překladatel se domníval, že názvy v angličtině budou pro naše čtenáře dostatečně srozumitelné. Stejně tak tato česká verze přejala „National Geographic Society“ (což je pochopitelné, neboť se jedná o instituci, kterou čtenáři s největší pravděpodobností dobře znají) a „Waitt Institute for Historical Discovery“ (zde může být název pro čtenáře neprůhledný, čekali bychom alespoň vysvětlující doplnění).

Několikrát překladatel použil vysvětlující doplnění: „So Tchacos turned from the Ivy League to Akron.“ – „Tchacosová tedy přesunula svou pozornost od univerzit Ivy League do Akronu.“; „My flight from the Kennedy [...]“ – „Můj let z Kennedyho letiště [...]“. Zajímavě řešeno je vysvětlení kulturně vázaného označení, které se nepoužívá v českém kontextu: „Stokyards call the goat that leads other animals to Slaughter the Judas goat.“ V češtině:

„Někde chovatelé domácích zvířat říkávají kozlu, který vede ostatní zvířata na porážku, jidášský.“

Názvy egyptských památek jsou překládány do češtiny („Church of the Apostles“ – „Chrám apoštolů“), stejně jako biblická jména („Judas“ – Jidáš“) jakožto zavedené ekvivalenty.

Dvakrát se v překladu použil funkční ekvivalent pro fráze související s americkou kulturou: „In plain English, or Coptic, Judas is going to kill Jesus [...]“ – „Jednoduše – třeba koptsky – řečeno, Jidáš Ježíše zabije [...]“ „Hanna was determined to get top dollar for it.“ – „Hanna byl odhodlán dostat za něj co nejvíc.“

V tomto textu jsme našli tři doplnění informací odborníky, například: „a massive treatise Against Heresies“ – „objemný spis známý pod názvem Adversus haereses (Proti herezím)“. „Gospel of Mary“ – „Mariino evangelium – je zde myšlena Máří Magdaléna“; „Second Discourse of Great Seth“ – „Druhý traktát velkého Seta (známé také jako Evangelium egypt’anů)“.

## **6) Allergy Misery – Trápení s alergiemi květen (2006)**

Reportáž „Allergy Misery“ hovoří o problematice, která je univerzální. Zabývá se tím, co jsou to alergie, jak vznikají a jak probíhá výzkum v této oblasti. Uvádí však údaje o počtu nemocných v USA, příklady pacientů z USA atd., je tedy v tomto smyslu kulturně vázána na výchozí systém.

Článek nedoznal významnější změn ve smyslu, že by například byly doplněny údaje pro Českou republiku, což by teoreticky bylo možné. Neodpovídalo by to však praxi tohoto periodika. Některé drobné změny dané umístěním příjemce překladu v jiném kulturním systému jsme však zaznamenali.

Osobní jména a jména měst v USA byla přejata v původní podobě („Cameron Liflander“, „nedaleko jejich domova v Riverside v Connecticutu“). Stejně tak název jedné instituce „National Jewish Medical and Research Center“. Možná poněkud překvapivě není podáno k tomuto názvu ani vysvětlení. Když se dále v originále vyskytuje pouze „professor [...] at National Jewish“, v češtině je vždy celé jméno („docent [...] v National Jewish Medical and Research Center“). Přejato bylo i jméno časopisu „Journal of Allergy and Clinical Immunology“. Oproti tomu „Johns Hopkins School of Medicine’s Asthma and Allergy Center“ je přeloženo („středisko pro výzkum astmatu a alergií při lékařské fakultě univerzity Johna Hopkinse“).

Statistiky, které citují údaje o USA, jsou zachovány („chronickým zánětem trpí [...] asi 20 milionů Američanů“). Ve dvou případech však byly projevy kulturní orientace nahrazeny funkčním ekvivalentem, např.: We live in a kation where states have enacted legislation [...]“ – „V USA platí zákony [...]“: jednou kulturním ekvivalentem: „a home-baked muffin“ – „doma upečená buchta“.

Nevhodně byl vyřešen kulturní odkaz, který paradoxně souvisel s evropskou kulturou a měl by nám tedy být bližší. Výchozí věta zní: „It would be helpful if immunologists [...] were able to tease out each factor [...] and say, *J'accuse!*“ V češtině najdeme: „Pomohlo by, kdyby imunologové [...] dokázali odhalit každý faktor [...] a mohli prohlásit: *Tento žaluji!*“. V českém překladu by měla zůstat zachována spíše také francouzská fráze, nebo se měl použít zavedený ekvivalent *Žaluji!*. Takto není zjevný odkaz na slavné dílo Emila Zoly.

Do kategorie vložených odborných informací můžeme zahrnout tento převod: „[...] studies of what immunologists call the atopic march“ – „[...] studie toho, o čem imunologové mluví jako o sekvenčním vývoji klinických forem alergie, neboli „atopickém pochodu“.

V článku byl vynechán jeden kulturně neutrální odstavec kvůli délce textu a ze stejného důvodu několik vět v některých popiscích k fotografiím.

## **7) Prince Charles – Not Your Typical Radical**

### **Princ Charles není běžný radikál (květen 2006)**

Tento článek poskytuje čtenáři zajímavý pohled na prince Charlese jakožto člověka, který se velmi stará o svůj majetek, cornwallské vévodství, a při jeho správě se snaží zavádět ekologicky šetrné metody vycházející z tradičního zemědělství, stavitelství apod. Převažuje zde tedy kulturní systém Spojeného Království s občasnými vstupy systému amerického.

Většina osobních jmen a místních názvů se v překladu objevuje v nezměněné podobě, včetně popisných názvů sídel prince Charlese („David Wilson“, „Home Farm“, „Highgrove House“, „Maiden Castle“). Oproti tomu „Duchy of Cornwall“ je přeloženo jako „cornwallské vévodství“ (zavedený ekvivalent).

V oblasti místních názvů jsme našli jeden kalk: „the Cornish town of Newquay“ – „město Cornish v Newquay“.

Jména koní byla pouze přeložena: „Vévoda a Císař, princův pár obrovských suffolských koní“ – „the prince's own pair of giant Suffolk punch draft horses, Duke and Emperor“.

Za kulturní ekvivalent můžeme považovat „chairperson“ přeložené jako „předsedkyně“; nebo převod měny „13.2 million pounds (23.5 million dollars)“ na „13,2 milionu liber (přes půl miliardy korun českých)“. (Což není v souladu s nejčastějším postupem v jiných člancích.)

Jeden prvek – nejspíše poněkud složitý a neprůhledný pro českého čtenáře – byl vynechán: „Bertie Ross, his chief executive (officially, the Secretary and Keeper of the Records“) – „výkonný ředitel Bertie Ross“.

## 8) Bethlehem A.D. 2007 – Betlém L.P. 2007 (prosinec 2007)

Reportáž „Bethlehem A.D. 2007“ popisuje, jak dnes vypadá město Betlém a jaká je tam náboženská a politická situace.

V tomto článku se objevuje několik kulturních kontextů (muslimský, křesťanský, minulost, přítomnost...), které jsou různě vzdáleny od výchozího i cílového kontextu, ač se to na první pohled nezdá. Dokládá to překlad této věty: „They came for falafel, seasoned with tahini and parsley, and the fresh *shawarma* sandwiches“ – „Přicházeli na *falafel* ochucený *tahinou* a petrželí a na čerstvé sendviče *šáwarmá*.“ Názvy arabských pokrmů jsou jak v angličtině tak v češtině naturalizovány, v české verzi jsou však slova „falafel“ a „tahína“ kurzívou, což znamená, že v angličtině se jedná o známý výraz, zatímco v češtině méně.

Pro arabská místní a osobní jména se v překladu používá český přepis: „Beit Jala“ – „Bajt Džálá“. Místní názvy popisné jsou přeloženy česky: „Judean desert“ – „Judská poušť“, „Manger Square“ – „náměstí Jesliček“. Stejný postup platí i pro známou instituci současnosti: „International Court of Justice“ – „Mezinárodní soudní dvůr“.

Pro náboženské pojmy a jména se používá zavedený český ekvivalent („rabbi“ – „rabín“, „Goliath“ – „Goliáš“).

Jedno přirovnání odkazující na americký kulturní kontext bylo v překladu vyřešeno deskriptivním ekvivalentem: „like Conestoga wagons around a campfire“ – „jako okruh obytných vozů krytých plachtou kolem táborového ohně“.

V tomto článku jsme také našli další případ doplněného odborného údaje: „[...] and these revelations became the Koran, the Arabic word for „recitation“ – t „[...] a z těchto zjevení se stal al-Qur’án, korán, což v arabštině znamená přednášení, recitaci.“

## 9) Grand Stand – Úžasná vyhlídka (březen 2008)

Tento článek spadá ve výchozím časopise pod rubriku „Landscapes“. Česky byla rubrika nazvána „Expedice“. V americké verzi existuje také rubrika „Expeditions“ a bylo by snadné použít v tomto případě například název „Krajina“. Domníváme se tedy, že název byl zvolen z důvodu kulturní vzdálenosti. Článek totiž informuje o nové vyhlídce na Velký kaňon v USA. Pro americké čtenáře je to „krajina“, pro Čechy spíše „expedice“.

Jako v řadě dalších článků je coby měna zachován dolar (například cena vstupného na vyhlídku). Název vyhlídky – „Skywalk“ – je přejat v anglické podobě, bez vysvětlení. Oproti tomu název kaňonu je přeložen do češtiny („Velký kaňon“), jedná se nejspíše o zavedený ekvivalent. Byly vynechány tři věty nebo části vět z důvodu potřeby ušetřit místo. Zvoleny byly úseky kulturně vzdálenější pro českého čtenáře, např.: „Where it is – Not at the popular South Rim, as some folks think, but on Hualapi tribal land, at the canyon’s western tip.“

## 10) The King Herself – Egypt: její milost král (duben 2009)

Další z článků pojednávající o starém Egyptě se tentokrát věnuje vládkyni Hatšepsut a novým informacím o ní, které byly zjištěny archeologickými výzkumy.

Analýzu můžeme začít již samotným nadpisem, který zní v angličtině „The King Herself“ a v češtině „Egypt: její milost král“. V české verzi je navíc slovo „Egypt“ z důvodu dodržení grafického rámce originálu. Ve výchozím časopise je totiž titul rozvržen velkými písmeny na celou jednu stránku a je rozdělen do čtyř řádků způsobem „THE KING HERSELF“. Aby i v češtině zůstal stejný počet řádků, vložil překladatel slovo Egypt.

Podobně jako v ostatních článcích, které jsme doposud analyzovali, jsou v češtině přejata osobní anglická jména. Egyptská místní a osobní jména mají český přepis: „Deir el Bahri“ – „Dér el-Báhrí“, „Thebes“ – „Théby“, „Hatsepsut“ – „Hatšepsut“. Stejně tak slova ze starého egyptského jazyka („rekhyt“ – „rechjet“).

Názvy univerzit jsou většinou přejaty („Swansea University in Wales“ – „Swansea University ve Walesu“, „Pacific Lutheran University in Tacoma, Washington“ - „Pacific Lutheran University v Tacomě ve státě Washington“, celkem pět výskytů). Ale: „Metropolitní muzeum umění“ a „Americká univerzita v Bejrútu“ jsou přeloženy.

Příklady zavedeného ekvivalentu pocházejí z různých kulturních kontextů: „Beethoven’s *Pathétique* Sonata“ – „Beethovenova Patetická sonáta“; „Valley of the Kings“ – „Údolí králů“; nebo věta „[...] a forensic drama more along the lines of *CSI* than *Raiders of the Lost Ark*“ – „[...] drama z prostředí soudního lékařství, jež v mnohém připomíná spíše *Kriminálku Miami* než *Dobývatele ztracené archy*“.

V tomto článku jsem našli pouze jedno drobné doplnění odborného údaje: „[...] while her husband-brother was the offspring of an adopted king“ – „[...] její manžel a bratr (Thutmose II.) byl pouze potomkem přiženěného vládce“.

Celkem byly vynechány tři kulturně neutrální odstavce z důvodu délky textu.

### **11) Soul of Russia – Duše Ruska (duben 2009)**

Reportáž „Soul of Russia“ podává zprávu o současné podobě pravoslavné církve v Rusku, kde byla dlouhá léta potlačována ale přečkala období nepřízně a znovu ožívá.

Tento kulturní kontext by měl být českým čtenářům bližší, než příjemcům v USA. Projevilo se to například v tom, že jsme nenašli žádný případ vysvětlujícího doplnění nebo složkové analýzy pro prvky ruské kultury. Jediné vysvětlující doplnění se týkalo kulturního kontextu autora článku: „I had been the New York Times bureau chief in Moscow“ – „byl jsem vedoucím pobočky listu New York Times v Moskvě“.

Jak je pravidlem v článcích National Geographic Česko, názvy z ruské kultury jsou přepisovány česky, tj. místo „Lake Shartash“ je „jezero Šartaš“ a místo „St.Matryona of Moscow“ najdeme „svatá Matrjona z Moskvy“. Slova citovaná ve výchozím textu z ruštiny (jsou celkem 3) jsou přejata („glubinka“).

Nejvýraznější změnou vůči originálu bylo v tomto článku doplnění ve frázi „velká ikona nejkřutějšího sovětského vůdce Josefa Stalina“. V originále je pouze „a large icon of Joseph Stalin“ a překlad tedy vložil do textu určitý hodnotící postoj, který zřejmě není v souladu s ideologickou neutralitou, která je jednou ze zásad časopisu. Je to velmi neobvyklé řešení s ohledem na jinak velmi „umírněný“ způsob překladu, zřejmě způsobené určitým (možná osobním) zaujetím.

### **12) Vanishing Amphibians – Mizející obojživelníci (duben 2009)**

Toto je typický článek časopisu National Geographic zaměřený na přírodu a ekologii. Informuje o problematice vymírání řady druhů obojživelníků, kteří jsou ohroženi znečištěním životního prostředí.

Nejvýraznějším rysem reportáže je častý výskyt odborných pojmů, především jmen obojživelníků. V překladu je znát, že se jej účastnil odborník, neboť české názvy mají i velmi specifické a exotické druhy žab a názvy nejsou pouhým překladem anglického jména („Golden poison frog“ – „pralesnička strašná“).



Dále můžeme v tomto článku najít další doklady nesystematického řešení názvů institucí, např. přejaté „David Craig z University of California v Berkeley“, ale přeložené „biolog působící na univerzitě v San Franciscu“ (přestože v originále je „San Francisco State University“).

Celkově můžeme říci, že v textech v časopise National Geographic se vyskytuje velké množství kulturně příznakových prvků. Některé náleží americké kultuře, některé kulturám jiným. Z naší analýzy vyplývá, že překladatelská metoda se za dobu existence tohoto titulu na českém trhu příliš nezměnila. Jak jsme předpokládali na základě toho, co jsme se dozvěděli v rozhovorech, překlad se velmi těsně drží originálu a do textu není významněji zasahováno. Metoda není ani výrazně exotizační ani výrazně naturalizační. Snaží se zřejmě najít určitý rozumný kompromis. Je však mírně vychýlená směrem k pólu exotizace, neboť převažují přejatá slova a přejatá slova s doplňujícím vysvětlením nad funkčními, deskriptivními či kulturními ekvivalenty a vynecháním. Vynechány bývají pasáže související s americkou kulturou v článcích zaměřených na kulturu jinou, kde nejsou klíčové.

Překlad však má značně nejednotný přístup k některým otázkám, jako je převod názvů institucí (někdy je přeloží, někdy převezme) a převod měn (dolary versus koruny). Nesourodost je markantní například v těchto větách, kde je o téměř tentýž případ:

„Vévoda a Císař, princův pár obrovských suffolských koní“ – „the prince’s own pair of giant Suffolk punch draft horses, Duke and Emperor“ (květen 2006).

„Děvčátka Heather a Hailey, jimž místní média dala přezdívky Twister (Tornádo) a Stormy (Bouře)“ (duben 2004).

Komentář k překladu (tzv. backgrounder) tuto rozkolísanost metody neřeší. Vysvětluje výchozí text, avšak nedává již instrukce, jakým způsobem překlad řešit.

### **5.3.2.2 Reader’s Digest**

V časopise Reader’s Digest a Reader’s Digest Výběr budeme analyzovat 17 článků z let 1997 až 2009. V obsahu čísel v tabulkách přílohy č. 2 jsme je označili pro lepší orientaci tučným písmem. Některé výchozí články jsme získali přímo z databáze a nevíme, do jakého čísla časopisu Reader’s Digest původně patřily, proto je v seznamu nemáme a jejich názvy zmíníme až nyní.

Analýza bude probíhat podobně jako u časopisu National Geographic s tím rozdílem, že zde budeme chtít u každého článku stanovit, o jaký postup podle redakce Výběru se jedná

– překlad, lokalizace, či adaptace. Budeme také věnovat značnou pozornost ideologickému zabarvení článků.

**1) Madeleine Albrightová – nesmlouvavá obhájkyň svobody;  
Madeleine Albright – Standing for Freedom  
(říjen 1997)**

Tento článek pojednává o Madeleine Albrightové, o jejím životě, o tom, jak se stala ministryní zahraničí USA, a o jejích zásluhách. Líčí ji až idealisticky jako velmi ráznou ženu, která vždy pracovala v zájmu USA a dosáhla výjimečných úspěchů. Článek je pro naši analýzu nanejvýš zajímavý hned z několika důvodů. Za prvé se týká jak amerického, tak českého kulturního systému. Za druhé reprezentuje určitou ideologii, kterou bychom mohli označit v souladu s Robynsem (1994) za americkou.

Je to již samotné vylíčení „hrdinky“ Madeleine Albrightové. Dále pak především propagace politiky USA:

„Albright’s own life has taught her the meaning of freedom, the importance of National security – and the vital role the United States plays in restoring the world to order.“

„I’ve never seen America as imperialistic or colonialist or meddling.“ (Článek cituje Albrightovou.)

Obě věty zůstaly v českém překladu beze změny.

V jiných případech ale kulturní rozdíly vedly k řadě změn. Například byly vynechány některé informace určené čtenářům v USA týkající se české či evropské politiky, protože pro českého čtenáře by byly redundantní. Tvoří součást jeho presupozicí.

Například se vynechaly podtržené části následujících vět:

„Primakov was insisting that Moscow could not accept a NATO committed to defense of Poland, Hungary and the Czech Republic – the very states forced into the Soviet empire 50 years ago.“

„My mind-set is Munich,“ she has often said, referring to the 1938 agreement that allowed Hitler to invade Czechoslovakia – and led to World War II.“

Dále text uvádí pouze „Hitler“ a „Stalin“ tam, kde je v originále „Adolf Hitler“ a „Joseph Stalin“.

Překladatel se musel vyrovnat s vysokým počtem kulturně příznakových prvků amerického kontextu. Podobně jako se to dělo v časopise National Geographic, použil český přepis pro cizí jména, např. „Boutruse-Boutruse Ghali“ - „Butruse-Butruse Ghálí“. I zde byly

míle nahrazeny kilometry apod., a to ve všech člancích, které jsme analyzovali. Některé fráze doplnil vysvětlením: „Washington Post“ – „list Washington Post“, „after graduating from Wellesley College“ – „po absolutoriu na prestižní Wellesley College“. Pro jiné volil deskriptivní ekvivalent („many of them post-war baby-boomers“ – „většina z nich se narodila v období poválečného hospodářského rozmachu“) nebo funkční ekvivalent („D minus in geography“ – „ze zeměpisu skoro propadala“; „[...] who showed her the ways of Capitol Hill“ – „[...] který ji zasvětil do tajů praktické politiky“; „I spent huge portions of my life in air-raid shelters, singing *A Hundred Green Bottles Hanging on the Wall*.“ – „Značnou část svého dětství jsem strávila v protiletadlovém krytu a zpívala si.“).

Funkční ekvivalent najdeme také k frázi „cojones – Spanish word for testicles“ – „španělská vulgární slova“. Český čtenář by zřejmě španělskému výrazu neporozuměl a vysvětlení se možná zdálo překladateli nepřijatelné.

Názvy institucí jsou většinou přeloženy zavedeným ekvivalentem („National Security Council“ – „Rada pro národní bezpečnost“).

V tomto textu tedy došlo k řadě úprav; podle terminologie časopisu Reader's Digest jej však můžeme označit za překlad.

## 2) Únos na lince 961 – Flight 961 hijacked! (říjen 1997)

„Flight 961 hijacked!“ je jedním z typických článků časopisu, který líčí příběh „obyčejných lidí“ plný napětí ale s dobrým koncem. Vypráví o letu z etiopské Addis Abeby do Abidjanu na Pobřeží slonoviny, při kterém tři Etiopané unesli za letu letadlo a požadovali, aby letělo do Austrálie. Letadlo nemělo dostatek paliva. Pilot však díky své odvaze a schopnostem dokázal přistát na hladině moře a značná část cestujících přežila. Pilot je opět typickým „americkým hrdinou“, jakých najdeme v časopise celou řadu.

V přeloženém textu je příběh líčen stejným způsobem jako v originále a stejně vyzní. Určitá drobná ideologická změna je však znatelná – překladatel vypustil některé krátké pasáže související s náboženským chováním pilota, například: „Please help me save these people, he prayed.“; či zvolání typu „Thank God!“ a „For God's sake“. To je poměrně důležité a ukazuje, že překladatel si byl vědom tohoto kulturního rozdílu, a také, že mohl tímto způsobem do textu zasahovat.

Cizí názvy jsou opět přepsány česky: „Djibouti“ – „Džibuti“.

Tento článek byl výrazně zkrácen – přibližně čtvrtina až třetina byla proškrtána, což se týká různých částí textu. Vzhledem k typu vypuštěných pasáží v tom nevidíme žádnou strategii, pouze snahu článek zkrátit.

### **3) Dvakrát darovaný život - A Healing Birth (Říjen 1997)**

Tato reportáž patří mezi delší články, umístěné v časopise zpravidla na konci, které vyprávějí opět něčí osobní (pohnutý) příběh. V tomto případě se jedná o Anissu Ayalovou – mladou dívku, která onemocněla leukémií. Nemoc se jí podařilo překonat díky duševní nezlomnosti, velké pomoci rodiny a Boha. Její rodiče zvolili možnost počít druhé dítě, které se po narození mohlo stát dárce kostní dřeně na transplantaci pro Anissu.

Děj článku je umístěn v USA a s tím souvisí výskyt některých kulturně vázaných prvků. není jich však mnoho a nehrají v textu velkou roli – jsou pouze kulisou příběhu, jak tomu v mnoha člancích časopisu Reader's Digest bývá. Jsou to většinou místní názvy a jména institucí. V překladu jsou někdy přejaty („Minneapolis“, „Citrus Valley“), většinou však nahrazeny funkčním ekvivalentem: „University Pennsylvania Health System“ – „Pensylvánská lékařská fakulta“; „Dad belonged to the Lions Club and the Elks Lodge and Mom belonged to Walnut Junior Women's Club“ – „Tatínek byl členem dvou klubů a maminka členkou ženského spolku“. Někdy se vyskytoval deskriptivní ekvivalent: „barrios of East Los Angeles“ – „hispánské chudinské čtvrti východního Los Angeles“. S názvy institucí může překladatel v textech časopisu Reader's Digest nakládat mnohem volněji než v National Geographic, protože zde nemají vědeckou hodnotu, pouze dokreslují hlavní příběh a naznačují, že je skutečný.

Dolary nejsou převáděny na koruny.

Nejvýznamnějším rysem tohoto článku je však křesťanská ideologie, která jím zcela prostupuje. Celá rodina Ayalových je věřící, všichni chodí do kostela a modlí se za záchranu Anissy. Překlad je v tomto ohledu velmi zajímavý, protože všechna místa zmiňující víru apod. důsledně vypouští. Zmizely z něj tedy například věty: „They were committed churchgoers and grateful to God for their blessings, of which the greatest were their two children.“ „It seemed so unfair. But God has his reasons doesn't he?“ „He was in deep prayer when he heard Mary's car outside.“

Přes tento výrazný zásah můžeme text označit terminologií Výběru za překlad.

#### 4) **The Woman Who Bewitched the World (prosinec 2000)**

##### **Kouzelný svět Harryho Pottera (December 2000)**

Tento článek je věnován autorce série knih o Harry Potterovi, J. K. Rowlingové. Seznamuje čtenáře s jejím životem, tvorbou a povahou. Text je napsán poměrně aktualizovaným jazykem s řadou metafor souvisejících s obsahem knih Rowlingové.

V české verzi najdeme poměrně výrazný počet změn oproti výchozímu textu. Několikrát bylo například změněno pořadí vět, aniž by k tomu ovšem byl zjevný důvod. Přinejmenším my jsme na takový důvod nepřišli.

Dále byly některé pasáže vypuštěny. Stalo se to zřejmě z kulturních důvodů, jako například: „In America – where Rowling has held the top four slots on the New York Times bestseller list of children’s book since the list was created in July – a nation of bleary-eyed children stayed up [...]“. Jistě by bylo možné tuto pasáž převést do češtiny pochopitelným způsobem, překladatel to však zřejmě nepovažoval za nutné. Některé úseky však byly vypuštěny bez ohledu na kulturní aspekt – například informace, jaké zaměstnání mají rodiče Rowlingové. Důvodem k vynechání jistě nebyla potřeba článek zkrátit, aby se vešel na určitý prostor, neboť jinde zase překladatel něco do textu přidal, např.: „Nejdřív se jí to líbilo,“ usmívá se při vzpomínce Rowlingová.“ Komentář, který jsme podtrhli, ve výchozím textu vůbec není. Podobný typ vět byl doplněn několikrát („pochvaluje si“ apod.).

Místy je neutralizován příznakový jazyk: „a broomstick hop away from the bookstore“ – „jen pár kroků od knihkupectví“.

Pro kulturně příznakové prvky překladatel většinou volí funkční ekvivalent, např.: „Christ Church Primary School in down-at-the-heels Camden“ – „církevní škola“. Pro jména a pojmy z knih o Harry Potterovi používá zavedené ekvivalenty z českých překladů, podobně jako pro „Pooh, Tigger and Piglet“, kteří jsou v článku také zmíněni.

Obecně můžeme říci, že s tímto textem bylo nakládáno poměrně volně až svévolně, neboť docházelo i k změnám, které nebyly motivované. Kulturně příznakové prvky, které jsou obtížnější (na překladatelské řešení nebo čtenářské porozumění), překladatel vypustil nebo silně zobecnil. V terminologii Výběru jde však stále o překlad.

#### 5) **Víra mě nikdy nezdála – Keeping the Faith (duben 2004)**

Nyní budeme analyzovat jiný typ textu – rozhovor se známou osobností, Melem Gibsonem. Má však něco společného s jinými články, a to důraz na víru a náboženství (křesťanské).

Gibson zde hovoří především o svém filmu Utrpení Krista, který byl nedávno předtím uveden do kin. V souvislosti s tím vyjadřuje silné náboženské přesvědčení.

V textu není mnoho jiných kulturně příznakových prvků. Pouze „the Depression“, které překlad vysvětluje popisným ekvivalentem „hospodářská krize v třicátých letech“, a „Shakespearean Hamlet questions“, kde překlad vynechává „Shakespearean“, možná proto, že „shakespearovské“ by v češtině znělo kostrbatě, nebo proto, že si myslí, že čtenáři stačí říci „hamletovské“ a bude rozumět.

Rozhovor je celkově asi o čtvrtinu zkrácen. Jsou vynechány některé bloky otázek a odpovědí, nelze v tom však spatřovat určitou strategii. Dále jsou vypuštěny některé hovorovější věty a fráze: „you know“; „suffice it to say, hey, I was a wild boy“; „It sounds pretty Zen, doesn't it?“

Je však zajímavé, že s článkem nebylo nijak manipulováno z hlediska ideologie; vyjádření týkající se víry a náboženství nebyla víceméně změněna ani vynechána, alespoň ne tak systematicky, jako to bylo například u článku „Dvakrát darovaný život“.

Text můžeme považovat za překlad podle kategorií redakce Výběru.

## **6) Případ uložený v ledu - A Really Cold Case (duben 2004)**

Toto je článek, který v zásadě neutrálně a bez přílišného ozvláštnění jazyka informuje o objevení zmrzlého mužského těla z doby před 5300 lety v ledovci v Alpách.

Překlad se v tomto případě velmi přesně drží originálu. Kulturně příznakové prvky zde zastupují místní názvy, které jsou přeloženy („Öztalské Alpy“). Jednou byl kulturní prvek vynechán: „the nickname Ötzi (rhymes with tootsie)“. Vynechání souvisí s presupozicemi českých čtenářů, kteří mají většinou určitou představu o výslovnosti písmene „ö“.

Tento článek však byl lokalizován (podle terminologie redakce časopisu). Byl do něj vložen rámeček s podtitulkem „Turistické boty z čtvrtohor“, kde je uvedeno, že čeští vědci z Technologické fakulty Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně zkoumali boty zmíněného zmrzlého muže, důkladně je popsali a vyrobili jejich repliky.

## **7) Z literatury faktu: Šest hodin na Drewovu záchranu Book Bonus: Six Hours to Save Drew (duben 2004)**

Tato reportáž vypráví typický (pro časopis Reader's Digest) příběh chlapce, který se narodil se srdeční vadou a jen ve věku několika měsíců se nacházel v ohrožení života. Zachránilo jej však štěstí (vhodné srdce na transplantaci) a zručný a obětavý chirurg.

Děj se odehrává v USA, najdeme zde tedy některé příznakové prvky z této kultury, není jich však mnoho. Místní názvy a osobní jména jsou přejaty, názvy dvou nemocnic přeloženy (např. „Royal Children's Hospital in Melbourne, Australia“ – „Královská dětská nemocnice v australském Melbourne“). Jedno kulturně příznakové vyjádření bylo nahrazeno kulturním ekvivalentem: „Santa came early, baby“ – „Dostaneš k Vánocům ten nejkrásnější dárek, holčičko.“

V tomto článku se celkem šestkrát objevil odkaz na víru, dvakrát byl vynechán, jinak přeložen (např. „krátila si čas čtením nebo se modlila“).

Tento článek považujeme za překlad.

#### **8) A Mother's Courage - Odvážná matka Susana (říjen 2008)**

V článku „A Mother's Courage“ se dozvídáme příběh jisté Susany Trimarco z Argentiny, jejíž dcera byla unesena obchodníky s bílým masem. Susana se rozhodla dceru najít a nakonec se jí to podařilo. Text má napínavý děj. V češtině v zásadě nedošlo ke změnám, které by pro náš výzkum byly zajímavé.

#### **9) Můj příběh (Mylníky)**

##### **My Story (Milestones are Made of This)**

**(březen 2009)**

Tento krátký článek nese podtitul „I'd avoided “showing off” my whole life. But for my 50th birthday, things were going to change.“ Jistá žena v něm vypráví, jak nezvykle oslavila své padesáté narozeniny a z článku vyplývá „ponaučení“, že v padesáti letech život nekončí. Je tedy dokladem toho, že tento časopis se opravdu orientuje na čtenáře tohoto věku. Opět se jedná o příběh „obyčejného člověka“, který vlastní vůlí něco změní ve svém životě k lepšímu.

Našli jsme zde tři pasáže, které jsou pro naši analýzu zajímavé. Článek začíná větou „francouzský výraz pro starší ženu je *une femme d'un certain age*, tedy dáma jistého věku“. V češtině je část „tedy dáma jistého věku“ navíc, je to tedy přeloženo s ohledem na čtenáře, kteří by francouzsky nemuseli umět.

Dále překladatel přejal pro angličtinu typické užití velkých písmen pro zdůraznění slov „Úžasná já“, které v češtině není běžné a můžeme jej považovat za kalk. Stejně překlad „lunch *al fresco*“ jako „oběd *al fresco*, tedy na čerstvo“ (znamená to „pod širým nebem“).

Jedná se o překlad.

**10) Jedna otázka pro různé země**  
**Around the World with One Question**  
**(březen 2009)**

Toto je tzv. mezinárodní výzkum, ve kterém se časopis Reader's Digest ptal svých čtenářů v různých zemích „What Would You do with an Extra Hour?“ („Co byste dělali, kdybyste měli denně hodinu navíc?“). Tento krátký článek považujeme za adaptaci ve smyslu kategorií časopisu Výběr. Pouze přibližně vychází ze struktury originálu, mění obsah vět a volí jiné údaje. Informuje o výsledcích průzkumu pro Českou republiku, které ve výchozím textu nejsou zmíněny.

**11) Rodina rozhodla: dáme ti své ledviny**  
**Four Times a Donor Kidney**  
**(březen 2009)**

Další z námi analyzovaných článků je příběh jistého Andrého Beka z Nizozemska, který byl stížen vážnou nemocí. Život mu zachránila rodina, jejíž členové mu jeden po druhém (otec, matka, bratr, manželka) darovali ledvinu. Jedná se o téma a děj velmi podobné dvěma článkům, které jsme již v naší práci analyzovali. Takové texty se opakují v každém čísle časopisu.

Z pohledu našeho výzkumu neplynula na mikrostrukturní úrovni z tohoto článku žádná významná zjištění. Kulturní příznakovost zde zastupuje jen několik vlastních jmen osobních a místních, která byla přejata. Článek však byl poměrně výrazně zkrácen asi o čtvrtinu až třetinu, a to vynecháním některých odstavců a vět. Při vynechání hrála roli pouze snaha co nejméně narušit dějovou linii. Jinak se překlad držel originálu.

**12) Spláchněte je – Wash that friend right out of your hair (březen 2009)**



Text „Wash that friend right out of your hair“ patří mezi četné články časopisu Reader's Digest, které dávají svým čtenářům určité rady. Tento je nabádá, aby si „pročistili vztahy“ a zbavili se takzvaných „toxických lidí“. Je napsán energickým jazykem, který má zřejmě za cíl čtenáře pobídnout k činnosti a rozhodnosti. Téma článku je obecné, ani není nijak zasazen do určitého kontextu, nenajdeme zde tedy žádné kulturně příznakové prvky. V české verzi se jedná o překlad, který se od výchozího textu neodlišuje, pouze je v něm změněno pořadí několika odstavců – není nám příliš jasné, z jakého důvodu.

### **13) Osudu navzdory – Beyond Tragedy (březen 2009)**

V tomto delším článku vzpomíná Kathleen Kennedy Townsendová na svého strýce J.F.Kennedyho a na celou svou rodinu. Vypráví, jak často docházelo mezi jejími příbuznými k úmrtím a o tom, jak se s tím dokázali vyrovnat. Tento článek je vázán ideologicky na americkou kulturu, neboť pojednává o jedné z jejích nejvýznamnějších osobností. J.F.Kennedy a jeho bratr (otec Kathleen) jsou zde líčeni jako muži, kteří ji v mnohém inspirovali a byli jí vzorem. Kathleen zmiňuje jejich boj za svobodu, boj proti komunismu, či prosazování vysokých ideálů.

V české verzi se jedná o překlad, který se od originálu v zásadě neodchyluje. Tentokrát není ani krácen. Jediný název instituce je přeložen („klášterní škola Nejsvětějšího srdce v marylandské Bethesdě“). Jednou je přejato spojení „baby boom“. Zde můžeme srovnat změnu, jaká nastala za deset let od roku 1997, kdy byl tentýž pojem vysvětlen.

V tomto článku je také zmíněna víra. Dané pasáže však nejsou vynechávány („jejich jména jsme vyslovovali při každé nedělní mši“).

Jedná se o překlad.

### **14) Jak se rodí král (březen 2001)**

#### **Learning to be King (February 2001)**

Jako poslední budeme analyzovat článek, který máme k dispozici z české a australské edice časopisu. Na základě analýzy jsme zjistili, že oba články se výrazně liší. V českém článku je dokonce asi o třetinu textu více. Znamená to, že text v australské edici nemůže být v původní podobě, ze které český překlad vycházel. Není totiž pravděpodobné, že vše, co je v českém článku navíc, by doplnil český překladatel či redaktor. Oba články jsou tedy verzemi jednoho

východního textu. Na této dvojici textů uvidíme, jak se může lišit přístup k přejímání jednoho článku.

Článek představuje čtenáři nového jordánského krále Abdalláha II.

Mezi českou a australskou verzí jsou rozdíly v pořadí odstavců a vět. Nejzajímavější je však to, co je navíc v každém článku.

V australském je navíc několik odstavců a některé věty či části vět. Většinou jsou pasáže vážnějšího tónu informující neutrálně o Abdalláhově politice. Jsou někdy kritické – například konstatují, že Abdalláh se občas chová populisticky.

Oproti tomu v pasážích, které jsou navíc v české verzi (také věty i celé odstavce), je král většinou líčen pozitivně, a co je nejdůležitější, jako politik velmi nakloněný USA a americké kultuře. Uvedeme si některé příklady:

„Kráľ Abdalláh II. se chová zcela neformálně, nesnáší patolízaly a je do morku kostí nasáklý americkou kulturou. Spolu s marockým králem Muhammadem VI. [...] patří k trojici panovníků, které by optimisté nejspíš nazvali novými arabskými pokrokáři.“

„Všichni Hášimovci žili nějaký čas ve Spojených státech.“

„Rychle se amerikanizoval,“ říká jeho někdejší učitel Jim Smith.“

V tomto duchu se nese většina textu, který je v českém článku navíc. Nejspíše jej tam nedoplnila česká strana, ale byl již ve východním článku. Naopak v Austrálii se nejspíše rozhodli tyto pasáže vynechat. Jako druhá možnost nás napadá, že by tento článek nepocházel z mezinárodní databáze, ale východní americká redakce by zasílala přímo do české a australské redakce dvě odlišné verze.

Ať je to jakkoli, dokládá tento rozdíl mezi oběma články velký rozdíl mezi tím, jaký byl v roce 2001 poměr mezi americkým a australským systémem a mezi americkým a českým systémem.

Na základě překladatelské analýzy článků můžeme konstatovat, že přístup k překladu se případ od případu značně liší. To je nejspíše dáno tím, že při tvorbě české verze časopisu Reader's Digest má redakce větší volnost než například redakce National Geographic. také to může být způsobeno vývojem v průběhu let.

Obecně z analýzy vyšlo, že s texty článků může být silně manipulováno. V řadě článků byly například vynechány celé odstavce či věty, zpřeházeno pořadí částí textu, nebo někde došlo k vložení kratších úseků.

Asi nejvíce nás překvapila skutečnost, že k větším zásahům docházelo u nejstarších textů z roku 1997. Podle toho, co jsme se dozvěděli v redakci, by tendence měla být opačná – od větší kontroly výchozí redakce k větší volnosti. Na druhou stranu je pravda, že články z roku 1997 byly více ideologicky zabarvené než ty pozdější, a bylo tedy více důvodů ke zmíněným změnám.

Nejlépe vidíme tento vývoj v oblasti prvků textu vyjadřujících náboženské přesvědčení. V roce 1997 jich článek „Dvakrát darovaný život“ obsahoval velké množství, byly však v překladu všechny eliminovány. V pozdějších letech články nebyly tak intenzivně orientované tímto směrem, překlad však také méně prvků odstraňoval. Zdá se, jako by se tolerance k této kulturní odlišnosti zvyšovala. Může to představovat znak určité konvergence kultur, která může být následkem obecného vývoje v České republice po roce 1989, nebo toho, že čtenáři jsou již za patnáct let existence časopisu v ČR „vychováni“ a zvykli si. V takovém případě by to dokládalo – vzhledem k počtu čtenářů – značný vliv časopisu na cílovou společnost. Není to vyloučeno.

Kulturně příznakové prvky typu reálie představují v časopise Reader's Digest něco zcela jiného než v časopise National Geographic. Tvoří zde většinou pouze kulisu jiného děje. Oproti tomu v časopise National Geographic jsou většinou součástí kulturního systému, který stojí v centru pozornosti daného článku. Proto mohou oba časopisy volit jiné strategie pro jejich převod a také je volí. Překladatelé v časopise Reader's Digest kulturně příznakové prvky buď převezmou a doplní vysvětlení, nebo častěji přeloží či nahradí funkčním, deskriptivním či kulturním ekvivalentem, případně je vypustí. To navíc odpovídá instrukcím uvedeným v stylistickém manuálu české redakce.

Samostatnou kapitolu představuje srovnání českého článku a australské verze, kde jsme zjistili velký rozdíl v poměrech daných kulturních systémů. Pokud by ona pro-americká ideologie byla záměrně směřována do českého časopisu a do australského nikoli, znamenalo by to zjevnou snahu o kolonizaci ze strany výchozí redakce. Pokud tyto pasáže textu vybrala pro překlad česká redakce, znamená to, že toto ideologické zaměření vítá. V každém případě však tato ideologie ve výchozím textu byla.

## 6. ZÁVĚR

Cílem naší práce bylo popsat jak vypadá uvádění mezinárodních časopisů National Geographic a Reader's Digest. Zaměřili jsme se na to, jakou roli oba časopisy hrají v poměru výchozí a cílové kultury, zda při jejich převodu do češtiny dochází k mocenské manipulaci s texty, zda se jedná spíše o kolonizaci či přisvojení a zda jsou zda tvoří součást procesů globalizace nebo spíše glokalizace.

Náš empirický výzkum zahrnoval několik fází. Jeho výsledky nebyly na první pohled zcela jednoznačné, pokud je však spojíme v jeden celek, dojdeme k určitým zajímavým závěrům.

V případě časopisu National Geographic je proces tvorby každého čísla silně řízen výchozí redakcí. Česká redakce nemá téměř žádnou volnost ve výběru článků ani v nakládání se samotným textem článků. V důsledku toho se cílová čísla časopisu velmi podobají číslům výchozím, a to jak na úrovni makrostrukturní, tak mikrostrukturní – překladatelská metoda se mírně blíží exotizaci. Časopis zahrnuje poměrně malý podíl původně českých článků.

Přesto se domníváme, že tento titul není nástrojem kolonizace nebo mocenské manipulace. Není totiž téměř vázán na americký kulturní systém a nezastává žádnou ideologii. Jak dokládá jedna z instrukcí pro překlad, kterou jsme zde ocitovali, National Geographic se snaží být ideologicky neutrální. Tento časopis neusiluje o ovlivnění cílového systému. Spíše se zdá, že kontrola ze strany výchozí redakce má zajistit jistou kvalitativní úroveň časopisu. Jeho témata jsou navíc většinou velmi lokální a ze všech oblastí světa. National Geographic si zakládá na diverzitě a informuje většinou právě o tom, co je na kterém místě specifické, zajímavé a odlišné.

Samozřejmě – tím že se toto periodikum prodává v řadě států a pojednává o místech celého světa, získává globální charakter. Nese však v sobě dost lokálních prvků, takže jej můžeme považovat ze opravdu „glokální“ médium.

Zjistili jsme také, že ve způsobu převodu časopisu National Geographic se během sedmi let mnoho nezměnilo. I to může být dokladem jeho kulturní neutrality či určité „nadčasovosti“.

O časopisu Reader's Digest jsme se dozvěděli, že při jeho převodu do češtiny má česká redakce větší autonomii. Může téměř libovolně volit články, které uveřejní, a to jak přeložené, tak české. Může texty výrazně měnit. Výsledná cílová čísla nikdy nekopírují přesně určité číslo výchozí – obsahují jiné články. Českých textů je v časopise Reader's

Digest více, než v National Geographic. Překladatelská metoda se více blíží naturalizaci, alespoň co se týče nakládání s reáliemi.

Na druhou stranu i přes všechny tyto změny zůstává časopis více vázán na výchozí kontext než National Geographic. Je to dáno makrostrukturní úrovní. Obsahuje totiž stále tytéž typy článků jako americká edice. Zastává také velmi důsledně určitou ideologii, která se při překladu jen ztěžší úplně vytratí.

Reader's Digest uveřejňuje články z různých zdrojů a různých zemí původu. Všechny ale pojednávají o podobných příbězích a podobném typu lidí. Původ článků také často není zcela jasný, jak jsme viděli. Prostředí tvoří pouhou kulisu děje. Časopis tak opravdu vytváří určitý „jednotný svět na americký způsob“.

Nechceme tvrdit, že by Reader's Digest byl nástrojem intenzivní kulturní kolonizace a globalizace. Domníváme se však, že se k těmto pólům blíží více, než National Geographic, ačkoliv na první pohled se to nemusí zdát. Na druhou stranu zůstává otázkou, zda v tom spatřovat něco negativního. Časopis našel v českém prostředí velkou odezvu a zaplnil určitou mezeru na trhu. Výlučně na základě mocenské podpory a marketingu by nezískal tolik příznivců, kolik má. Jeho čtenáři o něj mají zájem a možná jim dává něco, co jim dříve chybělo.

Domníváme se tedy, že jsme alespoň do jisté míry získali odpovědi na otázky, které jsme si na začátku naší práce kladli. Dobře by je možná ověřil nějaký druh sociologického výzkumu.

Přínos naší práce spatřujeme mimo jiné v tom, že poměrně podrobně popsala určitou oblast překladu, která v českém kontextu nebyla příliš zkoumána. Získali jsme při tom řadu zajímavých informací, které mají i sami o sobě hodnotu.

Obraz, který jsme načrtli, by bylo dobré dokreslit i dalšími výzkumy, které by se mohly zaměřit například na získání podobného typu údajů o dalších mezinárodních časopisech na českém trhu. Také by bylo zajímavé zjistit, jak jsou námi zkoumané časopisy převáděny do jiných jazyků a v čem se tyto postupy liší a shodují.

## 7. SUMMARY

This study has aimed at describing the strategies and processes that apply during the introduction of international magazines to the Czech market. We have chosen the well-known and widely read, truly international magazines National Geographic and Reader's Digest as our material. We have focused on the role of these magazines in the interaction of cultures (Czech and American). We have realized that this area of translational knowledge has not yet been analysed thoroughly enough. There are only a few studies, only one of them concerning one of these magazines (Reader's Digest). This study (Robyns 1994) suggests that Reader's Digest disseminates (American) ideology and at the same time constructs a certain homogeneous world. We have intended to find out if this was true about Reader's Digest and also National Geographic in the Czech Republic.

We have chosen basically two theoretical sources. One of them was "the Manipulation School" which states that: "Translation is [...] a rewriting of an original text. [...] Rewriting is manipulation, undertaken in service of power." Lefevere (1992: vii). Therefore we wanted to describe, whether there is some manipulation taking place during the translation of the above mentioned magazines and in service of which power it operates.

Critical discourse analysis was our second point of departure. It helped us to understand the social mechanisms and social impact of text circulation. It also brought the aspect of globalisation and glocalisation to our focus.

Based on theoretical works we decided that the best way to reach our goal was an empirical study comprising three basic parts: interviews with Czech editors of the magazines concerned, analysis of the Czech media market and other magazines there, translation analysis of several volumes of the magazines. All parts of our examination should evolve around the dynamics between two points of a scale, one them giving more weight to the source (American) context, one of them to the target (Czech) context. There is also another scale whose points represent "the global" and "the local".

The analysis took place and brought several conclusions. We have discovered that the process of translation of National Geographic to Czech is governed by the American editor to a great degree. It decides almost entirely on the form and content of each magazine volume. The translation method is slightly inclined to exotization. The magazine has very local content, however. Therefore this process can be characterised as glocalisation. The translations are not manipulated.

The Czech editor of Reader's Digest has much more autonomy and power than the editor of National Geographic has. It can choose the articles to be published. The Czech Reader's Digest has also more Czech articles. The translation method is more naturalising. The magazine, however, represents some typical USA ideology that is rarely lost in translation. It doesn't differentiate much between the different locales that receive its message or serve as a source of its articles. There is, therefore, a certain not very visible manipulation taking place and also a kind of cultural colonisation.

Thanks to our study we have learned much about the strategies and processes of introduction of National Geographic and Reader's Digest to the Czech market. It would be useful to carry out other projects in this area, for example focusing on other international magazines or these magazines in different countries.

## 8. LITERATURA

### Primární literatura:

*National Geographic*. National Geographic Society. October 1888 -. Washington: National Geographic, 1888 -.

*National Geographic*. 2002. National Geographic Society. October 2002. Washington: National Geographic, 2002.

*National Geographic*. 2003. National Geographic Society. October 2003. Washington: National Geographic, 2003.

*National Geographic*. 2004. National Geographic Society. April 2004. Washington: National Geographic, 2004.

*National Geographic*. 2006. National Geographic Society. May 2006. Washington: National Geographic, 2006.

*National Geographic*. 2007. National Geographic Society. December 2007. Washington: National Geographic, 2007.

*National Geographic*. 2008. National Geographic Society. March 2008. Washington: National Geographic, 2008.

*National Geographic*. 2009a. National Geographic Society. April 2009. Washington: National Geographic, 2009.

*National Geographic Česko*. National Geographic Society. Říjen 2002 -. Praha: Sanoma, 2002 -.

*National Geographic Česko*. 2002. National Geographic Society. Říjen 2002. Praha: Sanoma, 2002.

*National Geographic Česko*. 2003. National Geographic Society. Říjen 2003. Praha: Sanoma, 2003.

*National Geographic Česko*. 2004. National Geographic Society. Duben 2004. Praha: Sanoma, 2004.

*National Geographic Česko*. 2006. National Geographic Society. Květen 2006. Praha: Sanoma, 2006.

*National Geographic Česko*. 2007. National Geographic Society. Prosinec 2007. Praha: Sanoma, 2007.

*National Geographic Česko*. 2008. National Geographic Society. Březen 2008. Praha: Sanoma, 2008.

*National Geographic Česko*. 2009a. National Geographic Society. Duben 2009. Praha: Sanoma, 2009.



*Reader's Digest*. Reader's Digest Association. 1922 -. Pleasantville (USA): Reader's Digest Association, 1922 -.

*Reader's Digest*. 1999. Reader's Digest Association. December 1999. Pleasantville (USA): Reader's Digest Association, 1999.

*Reader's Digest*. 2001. Reader's Digest Association. February 2001. Pleasantville (USA): Reader's Digest Association, 2001.

*Reader's Digest*. 2008. Reader's Digest Association. October 2008. Pleasantville (USA): Reader's Digest Association, 2008.

*Reader's Digest Výběr*. Reader's Digest Výběr. Listopad 1993-. Praha: Reader's Digest Výběr, 1993-.

*Reader's Digest Výběr*. 1997. Reader's Digest Výběr. Říjen 1997. Praha: Reader's Digest Výběr, 1997.

*Reader's Digest Výběr*. 2000. Reader's Digest Výběr. Prosinec 2000. Praha: Reader's Digest Výběr, 2000.

*Reader's Digest Výběr*. 2001. Reader's Digest Výběr. Březen 2001. Praha: Reader's Digest Výběr, 2001.

*Reader's Digest Výběr*. 2004. Reader's Digest Výběr. Duben 2004. Praha: Reader's Digest Výběr, 2004.

*Reader's Digest Výběr*. 2008. Reader's Digest Výběr. Říjen 2008. Praha: Reader's Digest Výběr, 2008.

*Reader's Digest Výběr*. 2009. Reader's Digest Výběr. Březen 2009. Praha: Reader's Digest Výběr, 2009.

*Reader's Digest Výběr*. 2009a. Reader's Digest Výběr. Březen 2009. Praha: Reader's Digest Výběr, 2009.

### **Sekundární literatura:**

*100+1 – Zajímavosti z celého světa*. [online][citováno 15.8.2009] Dostupné z WWW: <<http://www.stoplus.cz>>

ABC ČR – AUDIT BUREAU OF CIRCULATION. *Prodané náklady od roku 1993*. [online] [citováno 15.8.2009] Dostupné z WWW: <[http://www.abccr.cz/tabgraf96-soucasnost/tabprod\\_nak96\\_98.html](http://www.abccr.cz/tabgraf96-soucasnost/tabprod_nak96_98.html)>

BASSNETT, S. 2005. Bringing the News Back Home: Strategies of Acculturation and Foreignisation. *Language and Intercultural Communication*, 2005, vol. 5, n. 2, s. 120-130.

- BENDA, J. 2006. *Zahraniční kapitál v českých vydavatelstvích časopisů*. [online] Praha: FSV UK, 2006. Pražské sociálně vědní studie. Mediální řada. [citováno 20.7.2009] Dostupné z WWW: <[http://publication.fsv.cuni.cz/attachments/103\\_002\\_Benda.pdf](http://publication.fsv.cuni.cz/attachments/103_002_Benda.pdf)>
- BIELSA, E. 2007. Translation in global news agencies. *Target*, 2007, vol. 19, n. 1, s. 135-155.
- BOZDĚCHOVÁ, I. 1997. Vliv angličtiny na češtinu. In *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Ed. F. Daneš. Praha: Academia, 1997. s. 271-279.
- Cestopisy*. 2009. [online] [citováno 15.8.2009] Dostupné z WWW: <<http://cestopisy.cz/>>
- CRYSTAL, D., DAVY, D. 1969. *Investigating English Style*. New York: Longman, 1969.
- ČECHOVÁ, M., et. al. 2003. *Současná česká stylistika*. Praha: ISV, 2003.
- DELABASTITA, D. 1990. Translation and the Mass Media. In *Constructing Cultures*. Eds: A. Lefevere and S. Bassnett. London: Pinter, 1990. s. 97-109.
- DELABASTITA, D. 1991. A False Opposition in Translation Studies: Theoretical versus/and Historical Approches. *Target*, 1991, vol. 3, n. 2, s.137-152.
- FAIRCLOUGH, N. 1989. *Language and Power*. London: Longman, 1989.
- FAIRCLOUGH, N. 2003. *Analysing Discourse – Textual analysis for social research*. London: Routledge, 2003.
- FAIRCLOUGH, N. 2005. Critical discourse analysis in transdisciplinary research. In *A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis*. Eds.: R. Wodak, P.Chilton. Amsterdam: John Benjamins, 2005. s. 53-70.
- FAIRCLOUGH, N. 2006. *Language and Globalization*. London: Routledge, 2006.
- HERMANS, T. 1999. *Translation in Systems*. Manchester: St. Jerome, 1999.
- CHILTON, P. 2005. Missing links in mainstream CDA – Modules, blends and the critical instinkt. In *A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis*. Eds.: R. Wodak, P.Chilton. Amsterdam: John Benjamins, 2005. s. 19-52.
- JETTMAROVÁ, Z. 1998. Influence of Translation Strategies on Target-System Norms – Literalness as an Overall Strategy for Translating Advertisements in the Czech Republic. In *Translator's Strategies and Creativity*. Amsterdam: John Benjamins, 1998. s. 97-105.
- KASLOVÁ, Z. 2005. *Překlad neliterárních textů – role překladatele v médiích*. Praha, 2005. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav translatologie.
- Koktejl – Geografický magazín*. 2009. [online] [citováno 15.8.2009] Dostupné z WWW: <<http://www.czech-press.cz/index.php?kid=2>>

- KOŇÁRKOVÁ, I. 1996. *Odras společenské reality posledních let ve vlivu angličtiny na jazyk denního tisku: srovnávací sociolingvistický rozbor*. Praha, 1996. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav translatologie.
- KOŘENSKÝ, J. 1997. Vícejazyčná komunikace v českých zemích. In *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Ed. F. Daneš. Praha: Academia, 1997. s. 264-270.
- KUČIŠ, V. 2008. Language as Global Communication Tool. In *Člověk – jazyk – text*. Ed. A. Jaklová. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2008. s. 65-70.
- KWIECIŃSKI, P. 2001. *Disturbing strangeness: Foreignisation and domestication in translation procedures in the context of cultural asymmetry*. Toruń: Edytor, 2001.
- LEEUWEN, T. VAN. 2005. Three models of interdisciplinarity. In *A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis*. Eds.: R. Wodak, P. Chilton. Amsterdam: John Benjamins, 2005. s. 3-18.
- LEFEVERE, A. 1990. Translation: Its Genealogy in the West. In *Constructing Cultures*. Eds: A. Lefevere and S. Bassnett. London: Pinter, 1990. s. 14-28.
- LEFEVERE, A. 1992. *Translation, Rewriting and the Manipulation of Literary Fame*. Eds: A. Lefevere, S. Bassnett. New York: Routledge, 1992.
- LEVÝ, J. 1983. *Umění překlada*. Praha: Panorama, 1983.
- LIEBOVICH, L. W. 1997. American Dreamers: The Wallaces and Reader's Digest: An Insider's Story. By Peter Canning. *The Journal of American History*, Sep. 1997, vol. 84, no. 2, s. 705-706. Recenze. [online] [citováno 30.12.2008] Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/2952682>>
- LITVAK, I. A.; MAULE, Ch. J. 1974. Interest-Group Tactics and the Politics of Foreign Investment: The Time – Reader's Digest Case Study. *Canadian Journal of Political Science / Revue canadienne de science politique*, Dec. 1974, vol. 7, no. 4, s. 616-629. [online] [citováno 30.12.2008] Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/3230569>>
- Magazín GEO*. 2009. [online] [citováno 15.8.2009] Dostupné z WWW: <<http://www.geo-magazin.cz>>
- MACHIN, D.; LEEUWEN, T. VAN. 2004. Global Media: Generic Homogeneity and Discursive Diversity. *Continuum*, March 2004, vol. 18, no. 1, s. 99-120. [online] [citováno 5.3.2009] Dostupné z WWW: <<http://www.cardiff.ac.uk/encap/projects/globalcomm/publications/pdfs/ttc/pdfs/6translationtechnologyculture.pdf>>
- MARTIN, A. 2000. Institutional References from the English-Speaking World in the Spanish Press. In *Translation in Kontext – selected contributions from EST Congress, Granada 1998*. Eds: Chesterman, A.; Gallardo San Salvador, N.; Gambier, Y. Amsterdam: John Benjamins, 2000. s. 327-338.
- National Geographic*. 2009b. [online] [citováno 17.7.2009] Dostupné z WWW: <<http://www.nationalgeographic.com/>>

*National Geographic Česko*. 2009b. [online] [citováno 17.7.2009] Dostupné z WWW: <<http://www.national-geographic.cz/>>

NEWMARK, P. 1988. *A Textbook on Translation*. London: Prentice Hall International, 1988.

NORD, CH. 1991. *Text Analysis in Translation*. Amsterdam: Rodopi, 1991.

OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. 1999. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. Praha: Libri, 1999.

POPOVIČ, A. 1974. *Teória umeleckého prekladu*. Bratislava: Tatran, 1974.

PRŮCHA, J. 2004. *Interkulturní psychologie – Sociopsychologické zkoumání kultur, etnik, ras a národů*. Praha: Portál, 2004.

PYM, A. 2004. *The Moving Text: Localization, translation, and distribution*. Amsterdam: John Benjamins, 2004.

*Reader's Digest*. 2009. [online] [citováno 29.6.2009] Dostupné z WWW: <<http://www.rd.com/>>

*Reader's Digest Výběr*. 2009b. [online] [citováno 29.6.2009] Dostupné z WWW: <<http://www.vyber.cz/>>

ROBYNS, C. 1994. The Internationalisation of Social and Cultural Values: On the Homogenization and Localization Strategies of the Reader's Digest. *Folia Translatologica*, 1994, vol. 3, s. 83-91.

*Sanoma Magazines International*. 2009. [online] [citováno 3.8.2009] Dostupné z WWW: <<http://www.sanomamagazines-int.com/>>

*Sanoma Magazines Praha*. 2009. [online] [citováno 25.8.2009] Dostupné z WWW: <<http://www.sanoma.cz/>>

SPRUNG, R. C., VOURVOULIAS-BUSH, A. 2000. Adapting Time Magazine for Latin America. In *Translating into Success: cutting-edge strategies for going multilingual in a global age*. Eds: R. C. Sprung, S. Jaroniec. Amsterdam: John Benjamins, 2000. s. 13-27.

ŠRÁMEK, R. 1997. Cizí místní jména v češtině (o exonymech v dnešní češtině). In *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Ed. F. Daneš. Praha: Academia, 1997. s. 280-286.

TYMOCZKO, M. 1990. Translation in Oral Tradition as a Touchstone in Translation Theory and Practice. In *Constructing Cultures*. Eds: A. Lefevere, S. Bassnett. London: Pinter, 1990. s. 46-55.

TOURY, G. 1995. *Descriptive Translation Studies and Beyond*. Amsterdam: John Benjamins, 1995.

*Travel focus*. 2009. [online][citováno 15.8.2009] Dostupné z WWW: <<http://www.travelfocus.cz/>>

VALDEÓN, R. A. 2005. The „Translated“ Spanish Service of the BBC. *Across Languages and Cultures – A Multidisciplinary Journal for Translation and Interdisciplinary Studies*, 2005, vol. 6, č. 2, s. 195-220.

VAN DIJK, T. A. Contextual knowledge management in discourse production – A CDA perspective. In *A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis*. Eds.: R. Wodak, P. Chilton. Amsterdam: John Benjamins, 2005. s. 71-100.

VENUTI, L. 1995. *The Translator's Invisibility*. London: Routledge, 1995.

VOLÁKOVÁ, B. 1995. *Housestyles – pragmatolingvistická a sociolingvistická analýza*. Praha, 1995. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav translatologie.

WALLACE, J. M. Condensing the Cold War: Reader's Digest and American Identity by Joanne P. Sharp. *History of Education Quarterly*, 2002, vol. 42, no. 2, s. 288-290. Recenze. [online] [citováno 30.12.2008] Dostupné z WWW: <<http://www.jstor.org/stable/3218078>>

*Wikipedia: the free encyclopedia*. 2009. [online] [citováno 4.8.2009] Dostupné z WWW: <<http://en.wikipedia.org/>>

*Wikipedie: otevřená encyklopedie*. 2009. [online] [citováno 7.8.2009] Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/>>

*Země světa*. 2009. [online][citováno 15.8.2009] Dostupné z WWW: <<http://www.zemesveta.cz/>>

**Příloha č. 1: OBSAH ANALYZOVANÝCH ČÍSEL ČASOPISŮ NATIONAL GEOGRAPHIC A NATIONAL GEOGRAPHIC ČESKO**

**Tabulka č. 3: Obsah časopisu National Geographic – October 2002.**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Počet stran
Departments	From the Editor		<i>Slovo šéfredaktora</i>	1
	Forum		<i>Dopisy čtenářů</i>	3
	<b>Geographica</b>		<b><i>Svět</i></b>	<b>3</b>
	Behind the Scenes		<i>NG</i>	3
	<b>Who Knew?</b>	<b>Astronomy: Quarked</b>	<b><i>Věda</i></b>	<b>1</b>
Features		<b>Death on the Nile</b>	<b><i>Egypt, archeologie</i></b>	<b>20</b>
		<b>A Pharaoh's Peacemaker</b>	<b><i>Egypt, archeologie</i></b>	<b>5</b>
		<b>Tokyo Bay</b>	<b><i>Japonsko</i></b>	<b>25</b>
		<b>Saving Places</b>	<b><i>Svět</i></b>	<b>15</b>
		<b>Hotspot: New Zealand</b>	<b><i>Nový Zéland</i></b>	<b>27</b>
		<b>In Focus: The West Bank</b>	<b><i>Západní břeh</i></b>	<b>9</b>
		<b>Istanbul on Edge</b>	<b><i>Turecko</i></b>	<b>21</b>
		<b>ZipUSA: Hibbing, Minesota</b>	<b><i>USA</i></b>	<b>4</b>
Departments	Final Edit	Forever Young	<i>USA</i>	1
	On Assignment		<i>NG</i>	1
	Flashback	Her Little Secret	<i>Turecko</i>	1

**Tabulka č. 4: Obsah časopisu National Geographic Česko – říjen 2002.**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Počet stran
Rubriky	<b>Geographica</b>		<b><i>Svět</i></b>	<b>3</b>
	Přelomové okamžiky	Zrození legendy	<i>NG</i>	4
	Fórum		<i>Dopisy čtenářů</i>	2
	<b>Kdo to ví?</b>	<b>Zkvarkováno</b>	<b><i>Věda</i></b>	<b>1</b>
	Editorial	<i>(speciálně pro českou verzi časopisu)</i>	<i>Slovo amerického šéfredaktora</i>	1
	<b>Česká mozaika</b>	<b>Ve stínu pyramid</b>	<b><i>Egypt, archeologie, ČR</i></b>	<b>10</b>
Reportáže		<b>Surikaty</b>	<b><i>Příroda</i></b>	<b>21</b>
		<b>Tokijský záliv</b>	<b><i>Japonsko</i></b>	<b>25</b>
		<b>Smrt na Nilu</b>	<b><i>Egypt, archeologie</i></b>	<b>23</b>
		<b>U ruských lovců ohně</b>	<b><i>Rusko</i></b>	<b>17</b>
		<b>Poklady planety</b>	<b><i>Svět</i></b>	<b>15</b>
		<b>PSČ USA: New York – Po zhroucení</b>	<b><i>USA</i></b>	<b>6</b>
Rubriky	Historické reportáže	Bohemia a Čechové (February 1917)	<i>ČR</i>	6
	<b>Zákulisí</b>		<b><i>NG</i></b>	<b>2</b>
	<b>Jak to vidím</b>		<b><i>Slovo českého šéfredaktora</i></b>	<b>1</b>

**Tabulka č. 5: Obsah časopisu National Geographic – October 2003.**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Počet stran
Departments	From the Editor		<i>Slovo šéfredaktora</i>	1
	Forum		<i>Dopisy čtenářů</i>	3
	Geographica		<i>Svět</i>	3
	Behind the Scenes		<i>NG</i>	3
	Who Knew?	Cellular Imaging: The Glow-in-the-Dark Brain	<i>Věda</i>	1
Features		<b>Saudi Arabia on Edge</b>	<i>Saúdská Arábie</i>	39
		<b>Kinkajous</b>	<i>Příroda</i>	15
		<b>Iraq's Antiquities War</b>	<i>Irák</i>	17
		<b>Orangutans Hang Tough</b>	<i>Borneo, příroda</i>	5
		<b>Maya Water World</b>	<i>Mexiko, archeologie</i>	19
		<b>Mongolian Crossing</b>	<i>Mongolsko</i>	19
		<b>ZipUSA: 05641 Barre, Vermont</b>	<i>USA</i>	5
Departments	Final Edit	Have TV, Will Travel	<i>Mongolsko</i>	1
	On Assignment		<i>NG</i>	3
	Flashback	What a Relief	<i>Irák</i>	1

**Tabulka č. 6: Obsah časopisu National Geographic Česko – říjen 2003.**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Počet stran
Rubriky	Geographica	<i>(Mix zpráv ze světa)</i>	<i>Svět</i>	6
		<i>(1 zpráva česká)</i>	<i>ČR</i>	1
	Česká mozaika	Příběh kříže	<i>ČR, historie</i>	9
	Fórum		<i>Dopisy čtenářů</i>	1
	Kdo by to řekl?	Snímání buněk: Zářící mozek	<i>Věda</i>	1
	Editorial		<i>Slovo amerického šéfredaktora</i>	1
Reportáže		<b>Saúdská Arábie na rozcestí</b>	<i>Saúdská Arábie</i>	29
		<b>Kynkažuové</b>	<i>Příroda</i>	15
		<b>Orangutani se drží</b>	<i>Borneo, příroda</i>	5
		<b>Vodní svět Mayů</b>	<i>Mexiko, archeologie</i>	19
		<b>Válka o irácké památky</b>	<i>Irák</i>	17
		<b>PSČ USA: 05641 Barre, Vermont</b>	<i>USA</i>	6
Rubriky	Historické reportáže	Čechoslováci, yankeeové Evropy (August 19387)	<i>ČR</i>	6
	Zákulisí		<i>NG</i>	2
	Uvidíte na obrazovce		<i>NG</i>	1
	On-line		<i>NG</i>	1
	Pohled zpět	Reliéf je v pořádku	<i>Irák</i>	1
	Poslední záběr	O zatopené jeskyni	<i>Mexiko, archeologie</i>	1
	Jak to vidím		<i>Slovo českého šéfredaktora</i>	1
	Příště		<i>NG</i>	1



**Tabulka č. 7: Obsah časopisu National Geographic – April 2004.**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Počet stran
Departments	From the Editor		<i>Slovo šéfredaktora</i>	1
	Forum		<i>Dopisy čtenářů</i>	3
	Geographica		<i>Svět</i>	5
	My Seven		<i>Rady</i>	1
	Do It Yourself		<i>Typy na výlet, USA</i>	
	Behind the Scenes		<i>NG</i>	2
	Who Knew?	Geology: To the Center of the Earth	<i>Věda</i>	1
Features		<b>Chasing Tornadoes (backgrounder)</b>	<i>USA</i>	35
		<b>Cranes</b>	<i>Příroda</i>	19
		<b>Johannesburg</b>	<i>Jižní Afrika</i>	19
		<b>Badlands</b>	<i>USA</i>	19
		<b>Valley of Death</b>	<i>Myanmar</i>	19
		<b>ZipUSA: 04578 Wiscasset, Maine (Worm Capital of the World)</b>	<i>USA</i>	4
Departments	Final Edit	Crowning Glory	<i>Příroda</i>	1
	On Assignment		<i>NG</i>	3
	Flashback	Tiger Territory	<i>Myanmar</i>	1

**Tabulka č. 8: Obsah časopisu National Geographic Česko – duben 2004.**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Počet stran
Rubriky	Geographica	<i>Mix zpráv ze světa</i>	<i>Svět</i>	2
		<i>4 zprávy z České Republiky</i>	<i>ČR</i>	3
	Česká mozaika	Čápi	<i>ČR, příroda</i>	9
	Fórum		<i>Dopisy čtenářů</i>	1
	Kdo by to řekl?	Geologie: Cesta až do středu Země	<i>Věda</i>	1
	Editorial		<i>Slovo amerického šéfredaktora</i>	1
Reportáže		<b>Hon na tornáda (backgrounder)</b>	<i>USA</i>	31
		<b>Jeřábi</b>	<i>Příroda</i>	19
		<b>Údolí smrti</b>	<i>Myanmar</i>	19
		<b>Johannesburg</b>	<i>Jižní Afrika</i>	19
		<b>Badlans</b>	<i>USA</i>	17
		<b>PSČ USA: 04578 Wiscasset, Maine</b>	<i>USA</i>	4
Rubriky	Pohled zpět	Tygrí teritorium	<i>Myanmar</i>	1
	Zákulisí		<i>NG, ČR</i>	2
	Zkuste si sami	<i>(typy na výlet)</i>	<i>USA</i>	1
	Mých sedm		<i>Rady</i>	
	Poslední záběr	Vrcholná krása	<i>Příroda</i>	1
	Jak to vidím		<i>Slovo českého šéfredaktora</i>	1
	Příště		<i>NG</i>	1

**Tabulka č. 9: Obsah časopisu National Geographic – May 2006.**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Počet stran
Miscellany	Editor's note		<i>Slovo šéfredaktora</i>	1
	Letters		<i>Dopisy čtenářů</i>	2
	Your Shot	Close Study	<i>Fotografie</i>	1
	Photo Journal	Fardah's Tale	<i>Irán</i>	1
Departments	Visions of Earth	Mindanao, Phillipines	<i>Filipíny</i>	2
		Jessore, Bangladesh	<i>Bangladéš</i>	2
		Rift Valley, Tanzania	<i>Tanzánie</i>	2
	Wildlife	Darwin's Tortoise?	<i>Věda, příroda</i>	1
	Family of Man	Students	<i>Svět</i>	1
	Technology	Beneath New York	<i>USA</i>	1
	Geography	Marrying Young	<i>Svět</i>	1
	Expeditions	Butterfly Magnetism	<i>Věda</i>	1
	Science	When Science and Politics Clash	<i>Věda</i>	1
	Voices	Edward O. Wilson: From Ants, Onward	<i>Rozhovor, USA</i>	6
Features		<b>Fall of the Wild</b>	<i>Příroda, ekologie, USA</i>	36
		<b>The Judas Gospel</b>	<i>Historie, archeologie, Egypt</i>	17
		<b>Prince Charles – Not Your Typical Radical</b>	<i>Velká Británie</i>	19
		<b>Allergy Misery</b>	<i>Zdraví, USA</i>	19
		<b>River of Spirits</b>	<i>Myanmar</i>	21
Departments	ZIP USA	Lindsborg, KS 67456: Checkmate on the Prairie	<i>USA</i>	4
Miscellany	Inside Geographic		<i>NG</i>	3
	Flashback	Climb to Power	<i>Velká Británie</i>	1

**Tabulka č. 10: Obsah časopisu National Geographic Česko – květen 2006.**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Počet stran
Rubriky	Editorial		<i>Slovo amerického šéfredaktora</i>	1
	Fórum (Ohlasy)		<i>Dopisy čtenářů</i>	1
	Česká mozaika	Otomanská kultura	<i>ČR, archeologie</i>	9
	Pohledy na Zemi	Mindanao, Filipíny	<i>Filipíny</i>	2
		Jessore, Bangladéš	<i>Bangladéš</i>	2
	Expedice	Magnetismus motýlů	<i>věda</i>	1
	Technologie	Pod New Yorkem	<i>USA</i>	1
	Lidská rodina	Studentky	<i>svět</i>	1
	Věda kolem nás	Když se střetne věda spolitikou	<i>věda</i>	1
	Pohled zpět	Vzhůru k moci	<i>Velká Británie</i>	1
	Zákulisí		<i>NG</i>	2
Reportáže		<b>Jidášovo evangelium</b>	<i>Historie, archeologie, Egypt</i>	17
		<b>Zánik divočiny</b>	<i>Příroda, ekologie, USA</i>	27
		<b>Trápení s alergiemi</b>	<i>Zdraví, USA</i>	19
		<b>Princ Charles není běžný radikál</b>	<i>Velká Británie</i>	19
		<b>Barmská řeka duchů</b>	<i>Myanmar</i>	21
Rubriky	Jak to vidím		<i>Slovo českého šéfredaktora</i>	1
	Příště		<i>NG</i>	1

**Tabulka č. 11: Obsah časopisu National Geographic – December 2007.**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Počet stran
Miscellany	Editor's note		<i>Slovo šéfredaktora</i>	1
	Letters		<i>Dopisy čtenářů</i>	4
	Your Shot	Bug Snappers	<i>Příroda</i>	1
	Photo Journal	Changing Ukraine	<i>Ukrajina</i>	1
Departments	Visions of Earth	Brazil	<i>Brazílie</i>	2
		Iceland	<i>Island</i>	2
		Democratic Republic of Congo	<i>Kongo</i>	2
	Environment	Skiing Goes Downhill	<i>Evropa</i>	1
	Wildlife	Hybrid Baboons	<i>Příroda</i>	1
	Culture	States of Faith	<i>Svět</i>	1
	Health	Dutch Masters	<i>Zdraví, Nizozemsko</i>	1
	Archeology	Tut's Family Secrets	<i>Egypt, archeologie</i>	1
	Conservation	Whale Counter	<i>Příroda, ekologie</i>	1
Features		<b>Extreme Dinosaurs</b>	<i>Archeologie, příroda</i>	25
		<b>Bethlehem 2007 A.D. (backgrounder)</b>	<i>Západní břeh, Izrael, Palestina</i>	27
		<b>Wings of the Albatross</b>	<i>Příroda</i>	27
		<b>Enduring Cowboys</b>	<i>USA</i>	21
		<b>Frozen Ground</b>	<i>Příroda, ekologie</i>	19
Miscellany	How to help		<i>Ekologie</i>	1
	Inside Geographic		<i>NG</i>	3
	Flashback	The Buckaroo Stops Here	<i>USA</i>	1

**Tabulka č. 12: Obsah časopisu National Geographic Česko – prosinec 2007.**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Počet stran
Rubriky	Editorial		<i>Slovo amerického šéfredaktora</i>	1
	Ohlasy		<i>Dopisy čtenářů</i>	1
	Pohledy na Zemi	Kongo	<i>Kongo</i>	2
	Životní prostředí	S lyžováním to jde s kopce	<i>Evropa</i>	1
	Archeologie	Falešný palec	<i>Egypt, archeologie</i>	1
	Archeologie	Tajemná mumie	<i>Egypt, archeologie</i>	1
	Divoká příroda	Pravé barvy	<i>Příroda</i>	1
	Divoká příroda	Upíří dech	<i>Příroda</i>	1
	Zdraví	Holandští mistři	<i>Zdraví</i>	1
	Technika	Autochromy slaví 100 let	<i>Věda</i>	1
	Zeměpis	Stav víry	<i>Svět</i>	1
	Ochrana přírody	Náhodný lov	<i>Příroda, ekologie</i>	1
	Kultura	Raritní mince	<i>Kultura, svět</i>	1
	Česká mozaika	Jak jedli (a jedí) Češi	<i>ČR</i>	7
	Nový web NG	Internetový NG v novém kabátku	<i>NG</i>	1
	Rozhovor	Amos Oz: Vžít se do těch druhých	<i>Izrael</i>	7
Jak pomoci	Zastavte zabíjení	<i>Příroda, ekologie</i>	1	
Reportáže		<b>Betlém L.P. 2007 (backgrounder)</b>	<i>Západní břeh, Izrael, Palestina</i>	27
		<b>Bizarní dinosauři</b>	<i>Archeologie, příroda</i>	23
		<b>Na křídlech albatrosa</b>	<i>Příroda</i>	25
		<b>Zatímco král spí</b>	<i>Tonga (Tichomoří)</i>	17
Rubriky	Zákulisí		<i>NG</i>	3
	Jak to vidím		<i>Slovo českého šéfredaktora</i>	1
	Příště		<i>NG</i>	1

**Tabulka č. 13: Obsah časopisu National Geographic – March 2008.**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Počet stran
Departments	Editor's note		<i>Slovo amerického šéfredaktora</i>	1
	President's Note		<i>Slovo předsedy National Geographic Society</i>	1
	Letters		<i>Dopisy čtenářů</i>	2
	Your Shot		<i>Fotografie</i>	1
	Photo Journal	Befriended by Romans	<i>Evropa</i>	1
	Visions of Earth	Masai Mara, Kenya	<i>Keňa</i>	2
		Tehachapi Mountains, California	<i>USA</i>	2
		La Jolla, California	<i>USA</i>	2
	Conservation	Off the Endangered List	<i>Příroda, ekologie</i>	
	Culture	Bound by Rings in Thailand	<i>Thajsko</i>	1
	Health	The Truth About Wisdom Teeth	<i>Zdraví</i>	1
	Climate	Exposed in Lake Okeechobee	<i>USA</i>	1
	Geography	West Nile Virus Takes Wing	<i>USA</i>	1
Landscapes	Grand Canyon Skywalk	<i>USA</i>	1	
Features		<b>Animal Minds</b>	<i>Příroda, věda</i>	25
		<b>Iceland's Heated Debate</b>	<i>Island, ekologie</i>	28
		<b>The God Particle</b>	<i>Věda</i>	15
		<b>Pioneers of the Pacific</b>	<i>Tichomoří, historie</i>	18
		<b>Bhutan's Experiment</b>	<i>Bhútán</i>	21
Departments	How to Help	The Thinking Chimp	<i>Příroda</i>	1
	Inside Geographic		<i>NG</i>	3
	Flashback	Sitting Kitty	<i>Příroda</i>	1

**Tabulka č. 14: Obsah časopisu National Geographic Česko – březen 2008.**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Počet stran	
Rubriky	Editorial		<i>Slovo amerického šéfredaktora</i>	1	
	Ohlasy		<i>Dopisy čtenářů</i>	2	
	Pohledy na Zemi	Keňa	<i>Keňa</i>		2
		Kalifornie	<i>USA</i>		2
		Kalifornie	<i>USA</i>		2
	Kultura	Uprchlíci pózuji s fotografy	<i>Thajsko</i>	1	
	Divoká příroda	Seznam se mění	<i>Příroda, ekologie</i>	1	
	Zeměpis	Smrtící úder západonilského viru	<i>USA</i>	1	
	Expedice	Úžasná vyhlídka	<i>USA</i>	1	
	Zdraví	Co si počít se zuby moudrosti	<i>Zdraví</i>	1	
	Životní prostředí	Okeechobee ukázalo poklady	<i>USA</i>	4	
Zákulisí		<i>NG</i>			
Česká mozaika	Výsypky – pohroma, nebo šance?	<i>ČR, věda</i>	7		
Reportáže		<b>Zvířecí smysl</b>	<i>Příroda, věda</i>	25	
		<b>Horká diskuse</b>	<i>Island, ekologie</i>	28	
		<b>Božská částice</b>	<i>Věda</i>	15	
		<b>Žena, která utvářela Irák</b>	<i>Irák</i>	16	
		<b>Průkopníci v Tichomoří</b>	<i>Tichomoří, historie</i>	18	
Rubriky	Jak to vidím		<i>Slovo českého šéfredaktora</i>	1	
	Příště		<i>NG</i>	1	



**Tabulka č. 15: Obsah časopisu National Geographic – April 2009.**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Počet stran
Departments	Editor's note		<i>Slovo šéfredaktora</i>	1
	Letters		<i>Dopisy čtenářů</i>	3
	Your Shot		<i>Fotografie</i>	1
	Photo Journal	Only Women	<i>Mexiko</i>	1
	Visions of Earth	Indonesia	<i>Indonésie</i>	2
		China	<i>Čína</i>	2
		United Arab Emirates	<i>Spojené arabské emiráty</i>	2
	Culture	Urban Chickens	<i>Kultura, USA</i>	1
	Environment	Budding Pursuit	<i>Příroda</i>	1
	Science	Best Guesses	<i>Věda</i>	1
	Landscapes	Tahoe's Unclear Future	<i>USA</i>	1
	Wildlife	Birds of a Feather	<i>Příroda</i>	1
Environment	Crude Currents	<i>Ekologie</i>	1	
Features		<b>Australia's Dry Run</b>	<i>Austrálie</i>	25
		<b>Changing Rains</b>	<i>Ekologie</i>	5
		<b>Svalbard's Ice Paradise</b>	<i>Špicberky</i>	21
		<b>The King Herself</b>	<i>Egypt, archeologie</i>	23
		<b>Soul of Russia</b>	<i>Rusko</i>	25
		<b>Wanishing Amphibians (backgrounder)</b>	<i>Příroda, ekologie</i>	15
Departments	Inside Geographic		<i>NG</i>	4
	Flashback	The Coming Plague	<i>USA</i>	1

**Tabulka č. 16: Obsah časopisu National Geographic Česko – duben 2009.**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Počet stran	
Rubriky	Editorial		<i>Slovo amerického šéfredaktora</i>	1	
	Ohlasy		<i>Dopisy čtenářů</i>	1	
	Pohledy na Zemi	Indonésie		<i>Indonésie</i>	2
		Čína		<i>Čína</i>	2
		Spojené arabské emiráty		<i>Spojené arabské emiráty</i>	2
	Životní prostředí	Surový příliv		<i>Ekologie</i>	1
	Divoká příroda	Vrána k vráně?		<i>Příroda</i>	1
	Věda	Hlavalamy		<i>Věda</i>	1
	Životní prostředí	Věda pro každého		<i>Ekologie</i>	1
	Kultura	Slepice ve městě		<i>Kultura, USA</i>	1
	Zákulisí		<i>NG</i>	3	
		<i>(1 část česká)</i>	<i>ČR</i>	1	
Česká mozaika	Za Rakousko-Uhersko!		<i>ČR</i>	10	
Reportáže		<b>Špicberky: ledový ráj</b>	<i>Norsko</i>	21	
		<b>Egypt: její milost král</b>	<i>Egypt, archeologie</i>	21	
		<b>Duše Ruska</b>	<i>Rusko</i>	25	
		<b>Mizející obojživelníci (backgrounder)</b>	<i>Příroda, ekologie</i>	15	
		<b>Tajemné vody Tiou-čaj-kou</b>	<i>Čína</i>	15	
Rubriky	Jak to vidím		<i>Slovo českého šéfredaktora</i>	1	
	Příště		<i>NG</i>	1	

**Příloha č. 2: OBSAH ANALYZOVANÝCH ČÍSEL ČASOPISŮ READER'S DIGEST A READER'S DIGEST VÝBĚR**

**Tabulka č. 17: Obsah časopisu Reader's Digest Výběr – říjen 1997**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Původ článku	Počet stran
Rubriky	Galerie Výběru		Umělecké dílo, USA	RD ?	1
	<b>Proč čtu RDV</b>		<b>Osobnost</b>	<b>RD CZ</b>	<b>1</b>
	Citáty a postřehy		Citáty a postřehy	3xCZ, 6xA	1
		Jen si mrkněte	Fejeton, USA	Washington Post	3
		Zptejte se svého žaludku	Zdraví	RD ?	6
		To zázračné slůvko máma	Rodina	Knihy Family Circle	3
		<b>Co na jazyku</b>		<b>Význam slov</b>	<b>RD CZ</b>
Články		<b>Madeleine Albrightová – nesmlouvavá obhájkyně svobody</b>	Osobnost, politika, USA	RD USA (překlad)	7
		Nemusíte být dokonalí	Rady do života	RD ?	3
	Drama všedního dne	<b>Únos na lince číslo 961</b>	Napětí, osobní příběh, Afrika	RD VB (překlad)	7
Rubriky	Humor v uniformě		Vtipy	2xCZ, 3xA	1
Články		Zachraňte kapustňáky!	Příroda, ekologie, USA	RD ?	5
		<b>Dáte se letos očkovat proti chřipce?</b>	<b>Zdraví, ČR</b>	<b>RD CZ</b>	<b>4</b>
		Věčný mladík jménem Volvo Amazon	Auta, Skandinávie	Aftenposten	4
Rubriky	Neznámé o známých		Osobnosti	4xCZ, 1xA	2
Články		Co čeká světové megalopole	Svět	Le Monde	7
		Den, kdy jsme vypnuli televizor	Rady do života, osobní příběh	Florida Magazine	2
		Splnit si svůj sen	Osobní příběh	RD ?	7
Rubriky	Takový je život		Vtipné příhody ze života	6xCZ, 4xA	2
Články		Na návštěvě u kočovníků	Mongolsko	RD ?	7
		Proč to mezi manželi neklape	Vztahy, rady do života	RD ?	4
		Můj hrad – můj dům	Osobní příběh, Francie	Smithsonian	9
Rubriky	Zprávy ze světa medicíny		Mix zpráv o zdraví	4xA	2
Články		Má FBI důvěru Američanů?	Politika, USA	RD ?	5
		Dvanáct	Zdraví, rady	McCall's	2

		jednoduchých způsobů, jak rychleji spalovat tuky			
		Konec jednoho příběhu	Osobní příběh	RD ?	3
Rubriky	Smích nejlepší lék		Vtipy	14xCZ, 2xA	2
Články		Dobrota neznámých lidí	Osobní příběh, vztahy	Z knihy The Kindness of Strangers	5
		Teplé lidské slovo	Osobní příběh, Norsko	Kampanje	2
		Vstupte do Bílého kruhu bezpečí	Rady do života, ČR	RD CZ	4
		Vášeň v pěti strunách	Osobní příběh, USA	RD ?	4
Rubriky	Dvojjazyčně	The Cat Years / Kočičí léta		San Francisco Chronicle	2
Články	Zvláštní příloha	<b>Dvakrát darovaný život</b>	Osobní příběh, zdraví, rodina, USA	RD USA (překlad)	24

**Tabulka č. 18: Obsah časopisu Reader's Digest Výběr – prosinec 2000**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Původ článku	Počet stran
Rubriky	Od redakčního stolu		Slovo šéfredaktorky	RD CZ	1
	Hrdinové všedního dne		Osobnosti, obyčejní lidé	RD CZ, MF Dnes	3
	Zblízka	Michail Ščigol: Ke všemu mě donutil život	Osobnosti ČR	Xantypa	4
	Životospráva		Mix zpráv o zdraví	RD USA	4
	Ze světa medicíny		Mix zpráv o zdraví	Reuters, The Times, Los Angeles Times	2
	Názor	Klíč k určování politiků	Fejeton	Česká redakce BBC	2
	Otazníky kolem nás		Zajímavosti	RD USA	2
	Smích – nejlepší lék		Vtipy	3xCZ, 9xA	2
Články		<b>Kouzelný svět Harryho Pottera</b>	Osobnosti, Velká Británie	RD USA (překlad)	9
		Jak dodržet předsevzetí	Rady, psychologie	RD ?	5
		Mají psy skutečně šestý smysl?	Příroda	RD ? (lokalizace)	6
Rubriky	Takový je život		Vtipné příhody ze života	1xCZ, 9xA	2
Články		Čisté svědomí Alexandra Nikitina	Osobní příběh, napětí	RD ?	6
		Pokrm bohů	Čokoláda, Belgie	RD ?	6
		Elixír dlouhého života	Zdraví, věda	Point	5
Rubriky	Citáty a postřehy		Citáty a postřehy	5xCZ, 7xA	1
		<b>Začínáme od Adama</b>	<b>Význam slov</b>	<b>RD CZ</b>	<b>3</b>
Články		Evropský vítěz v oblacích	Osobnost, Francie	RD ?	4
		Co se děje s mým tělem?	Zdraví, JAR	RD ? (lokalizace)	7
Rubriky	Perný den		Vtipné příhody ze života	1xCZ, 10xA	2
Články		Trosečníkem v tropickém moři	Napětí, osobní příběh	RD ?	8
		Po stopách ledních medvědů	Příroda, Kanada	RD ?	7
Rubriky	<b>Co na jazyku</b>		<b>Význam slov</b>	<b>RD CZ</b>	<b>2</b>
Články		Jednou bude králem	Osobnost, Velká Británie	The Mail on Sunday	5
Rubriky	Dvojjazyčně	The Paper Chase/ Zatočte s papíry, a to hned		Independent on Sunday	3
Články	Z literatury faktu	O krok dál	Osobní příběh, napětí, Afrika	RD USA	20

**Tabulka č. 19: Obsah časopisu Reader's Digest – December 1999**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Původ článku	Počet stran
Departments	From the Editor	Staying the Course	Slovo šéfredaktora	RD USA	1
	Visit us at readersdigest.com		Internetové stránky	RD USA	1
	Heroes for today	One Big Family	Osobní příběhy, USA	Times, Sun Journal, Good Housekeeping	3
	Turning Point	Secret of the Christmas Box	Osobní příběh, křesťanství, USA	Church News	2
	Close Up	<b>The Simple Truth About Harrison Ford</b>	Osobnost, USA	Men's Journal	4
	Well Being	Herbs That Turn Back the Clock	Zdraví	RD USA	4
	News of Medicine		Zdraví	American Health, Los Angeles Times	2
	Word Power		Význam slov	RD USA	2
	Moneywise	Do You Need a Broker?	Praktické rady	RD ?	3
	Personal Glimpses		Osobnosti, USA	People Weekly, Fortune, Men's Journal	3
	Attitudes		Fejeton	The Wall Street Journal	3
Quotable Quotes		Citáty	10xUSA	2	
Features		The Real Message of the Millennium	Náboženství	RD USA	5
		A Heart Attack to Save Life	Zdraví, rodina, USA	Orange County Register	8
Depart.	Points to Ponder		Citáty	3xUSA	1
Features		Have Airlines Forgotten Their Passengers?	Praktické rady	RD ?	6
		Who Is George W. Bush, Really?	Osobnost, USA	RD ?	6
Depart.	Laughter – The Best Medicine		Vtipy	10x bez udání země původu	2
Features		How To Heal a Family Feud?	Osobní příběh, rodina	RD ?	5
Depart.	That's Outrageous!		Osobní příběhy, USA	Washington Post, Los Angeles Times	4
Features		Vladimir's Song	Osobní příběh,	RD ?	17

			rodina, USA, Rusko		
		Our Secrets On Sale	USA	RD ?	5
		Fire and Rain	Zdraví, osobní příběh	RD USA	8
Depart.	Life's Like That		Vtipné příhody ze života	10xUSA	2
Features		Teen Drivers: Keeping Them Alive	Praktické rady, USA	RD ?	8
		The Man With the Perfect Swing	Osobní příběh, USA	RD ?	8
Depart.	All in a Day's Work		Vtipné příhody ze života	8x bez udání země původu	2
Features		New Rules for Safe Kids	Praktické rady	Z knihy Protecting the Gift	5
		My Life as a Phone Psychic	Osobní příběh	San Antonio Current	9
		Best Bargain in the Balkans	Osobní příběh, Kosovo	RD ?	12

**Tabulka č. 21: Obsah časopisu Reader's Digest – February 2001**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Původ článku	Počet stran
Depart.	Attitudes	Why Winners Come Second	Fejeton	Z knihy The Learning Game	2
	Turning Point	A Day in the Stream	Osobní příběh	RD ?	3
	Close Up	Good at Giving	Osobnost, dobročinnost	RD ?	4
	Personal Glimpses		Osobnosti, USA, Austrálie	Sunday Times, The Irish in America	3
	Well Being	The Health Boosters	Zdraví	RD ?	4
	News of Medicine		Zdraví	The Times, Pulse, The Independent	2
	Word Power		Význam slov	RD ?	2
		The Treasure Hunters	Osobní příběh	RD ?	6
		The Race to Save Robert	Osobní příběh, zdraví, USA	RD ?	7
Depart.	All in a Day's Work		Vtipné příhody ze života	5x bez udání země původu	2
Features		Will Your Marriage Last?	Praktické rady	RD ?	5
		Flying into the Future		RD ?	5
Depart.	Laughter – The Best Medicine		Vtipy	14x bez udání země původu	2
Features		What Every Parent Must Know	Praktické rady, Austrálie	RD ?	7
Depart.	Quotable Quotes		Citáty	8x bez udání země původu	1
Features		By Bike Round Australia	Osobní příběh, Austrálie	RD ?	12
		Stop Fretting and Start Living	Praktické rady	RD ?	5
Depart.	Points to Ponder		Citáty	4x bez udání země původu	1
Features		A Nun's Daughter	Osobní příběh, rodina	RD ?	7
		Into the Toxic Cloud	Osobní příběh, napětí, USA	RD ?	10
		What Explains Their Sixth Sense?	Zvířata	RD ?	6
		<b>Learning to be King</b>	Osobnosti, Jordán	RD ?	6
Depart.	Life's Like That		Vtipné příhody ze života	9x bez udání země původu	2
Features		That Secret Summer Place	Osobní příběh, USA	RD ?	5
	Special Feature	Fateful Crossing	Osobní příběh, napětí, zdraví, USA	RD ?	27



**Tabulka č. 22: Obsah časopisu Reader's Digest Výběr – březen 2001**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Původ článku	Počet stran
Rubriky	Od redakčního stolu		Slovo šéfredaktorky	RD CZ	1
	Zblízka	Eva Holubová: Potkali jsme se na dně	Osobnosti, ČR	Xantipa	4
	Cesty osudu	Den, kdy mě vyhodili z práv	Osobní příběh, osobnosti	RD ?	3
	Životospráva	Sója je zdravá	Zdraví	Health (lokalizace)	4
	Ze světa medicíny		Zdraví	5xA	2
	Názor	Rachota a horoskopy	Zamyšlení	Z knihy O věcech vezdejších	2
	Otazníky kolem nás		Zajímavosti	RD ?	2
	Smích nejlepší lék		Vtipy	6xCZ, 4xA	2
Články		Drogy za volantem	Zdraví	RD ?	6
		Nejhlubším kaňonem světa	Bangladéš, Indie, Tibet	RD ?	9
		<b>Jak se rodí král</b>	Osobnost, Jordánsko (vztah s USA)	New York Times Magazine	7
Rubriky	Takový je život		Vtipné příhody ze života	2xCZ, 8xA	2
		Havárie na kilometru 63	Osobní příběh, napětí, Kanada	RD ?	6
Rubriky	Co na jazyku		Význam slov	RD CZ	2
Články		Nová tvář pro Besima	Osobní příběh, zdraví, Kosovo	RD ?	5
		Má bible pravdu?	Náboženství	Z knihy Is the Bible True?	6
		Portréty viny	Osobní příběh	Z knihy Portraits of Guilt	6
Rubriky	Perný den		Vtipné příhody ze života	1xCZ, 7xA	2
Články		Amerika nebo smrt	Osobní příběh, napětí, USA, Kuba	USA Today	5
		Proč jsou na světě tchyně	Vztahy	AD – Křesťanství a svět	5
		Chtěl jsem být milionářem	Osobní příběh	RD ?	8
Rubriky	Citáty a postřehy		Citáty a postřehy	5xCZ, 6xA	1
Články		Zásah na Zvonech smrti	Osobní příběh, napětí, USA	National Geographic Adventure	6
		Mistr Golf	Osobnosti	Sports Illustrated	5

Rubriky	Dvojjazyčně	Almost and Irondad / Já supertáta		Chatelaine	3
Články	Z literatury faktu	Glenn – život astronauta	Osobnosti, osobní příběh, USA	Z knihy John Glenn: A Memoir	28

**Tabulka č. 23: Obsah časopisu Reader's Digest Výběr – duben 2004**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Původ článku	Počet stran
Rubriky	Od redakčního stolu		Slovo šéfredaktorky	RD CZ	1
	Tady a teď		Mix zpráv, ČR	7xCZ	4
	Co na jazyku		Význam slov	RD CZ	2
	Smích nejlepší lék		Vtipy	6xCZ, 4xA	2
	Osobnosti	U nás to půjde taky	Osobnosti, dobročinnost	RD CZ	3
	Otázky kolem nás		Zajímavosti	RD ?	2
	Ze světa medicíny		Zdraví	2xCZ, 3xA	2
	Citáty a postřehy		Citáty a postřehy	4xCZ, 5xA	1
Články		Jaké barvy má odvaha	Osobní příběh, zdraví, USA	RD ?	8
		Naděje pro gepardy	Příroda, ekologie	Africa Geographic Magazine	9
		Co nám vzkazují lékaři	Zdraví, průzkum,	RD CZ	6
Rubriky	Takový je život		Vtipné příhody ze života	4xCZ, 5xA	2
Články	Rozhovor Výběru	<b>Mel Gibson: Víra mě nikdy nezdála</b>	Rozhovor, osobnost, USA, náboženství	RD USA (překlad)	6
		8 minut	Osobní příběh, napětí, Nizozemsko	RD ?	7
		<b>Případ uložený v ledu</b>	Historie, archeologie, Německo,	RD USA (Scientific American) (lokalizace)	5
		Krok za krokem ke štíhlé linii	Zdraví, rady, ČR	RD CZ	12
Rubriky	Jak to vidí děti		Vtipné příhody ze života	8xCZ, 7xA	3
Články		Kde ještě ušetřit?	Rady do života	RD CZ	6
		Jak hlupák	Osobní příběh	RD ?	6
		Chci domů k mámě!	Osobní příběh, rodina, napětí, Palestina	RD ?	9
Rubriky	Perný den		Vtipné příhody ze života	10xA	2
	Humor v uniformě		Vtipné příhody ze života	1xCZ, 4xA	1
Články	Z literatury faktu	<b>Šest hodin na Drewovu záchranu</b>	Osobní příběh, zdraví, rodina, USA	Z knihy Walk on Waters (překlad)	14
Rubriky	Vybrali jsme		Mix zpráv	14xCZ, 1xA	10
	Kdo ví, odpoví	Velikonoční kvíz	Kvíz	RD CZ	1

**Tabulka č. 24: Obsah časopisu Reader's Digest – October 2008**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Původ článku	Počet stran
Depart.	What's New on ReadersDigest.com		Internetové stránky	RD USA	1
	React		Dopisy čtenářů	RD USA	3
	The Digest		Mix zpráv, USA, svět	RD USA	8
	Make It Matter	Producers	Ekologie, USA	RD ?	2
	At Work		Vtipné příhody ze života	9x bez udání země původu	2
	Heroes	Into the Inferno	Osobnosti	RD USA	3
	Laugh! It's the Best Medicine		Vtipy	12x bez udání země původu	2
	Outrageous!	Runaway Taxes	Fejeton, USA	RD ?	3
	Dreamers	Seriously Sidetracked	Osobní příběh, USA	RD USA	4
	Q&A	Queen Bee	Rozhovor, osobnosti	RD USA	4
	Ask Laskas		Rady	RD USA	4
Features		Let's Stop Scaring Our Kids	Vztahy, rady, USA	RD ?	4
Depart.	Off Base		Vtipné příhody ze života	4x bez udání země původu	1
	Health		Zdraví, rady	RD USA	7
Features		My Family's Buy Experiment	Osobní příběh	RD ?	6
		Get a Great Deal on Anything	Rady do života	RD USA	8
		What I've Learned	Osobnosti, rady do života	RD USA	12
		The Super-Voters	Volby USA 2008	RD USA	12
		The Gift	Osobní příběh, USA	RD USA	10
		Four Ways of Looking at a Map	Svět	RD USA	6
		Land's End	Příroda, USA	RD USA	12
		A Hero's Heart	Osobnosti (Cindy McCain), USA	RD USA	8
		Her Father's Daughter	Osobnosti (Michelle Obama), USA	RD USA	9
Depart.	Word Power		Význam slov	RD USA	2
	Puz ler		Kvíz	RD USA	1
	Quotes		Quotes	8xUSA	1
	Life		Vtipné příhody ze života	10xUSA	2
	Last Laugh		Vtip	RD USA	1

**Tabulka č. 25: Obsah časopisu Reader's Digest – říjen 2008**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Původ článku	Počet stran	
Rubriky	Od stolu a od podlahy		Slovo šéfredaktorky	RD CZ	1	
	Dobrá zpráva	Lev ze staré školy	Osobnost, ČR	RD CZ	3	
	Smích		Vtipy	6xCZ, 5xA	2	
	Můj příběh	A kdo se postará o dům?	Osobní příběh	RD ?	3	
	Síla slov		Význam slov	RD CZ	2	
	Zdraví			Zdraví	RD USA, RD UK,	2
					chripka.cz, Lidové noviny, Právo, MF Dnes, Deník	5
	Otázky a odpovědi	Dustin Hoffman má tajemství	Osobnosti, rozhovor, USA	RD ?	4	
	Otazníky		Zajímavosti	RD ?	2	
	Můj vesmír	Krokodýl v účtárně	Fejeton	RD CZ	2	
Citáty		Citáty	7xCZ, 3xA	1		
Články		Hoří	Praktické rady	RD CZ	9	
		Angkor	Angkor	RD ?	10	
Rubriky	Ze soudních síní		Praktické rady	RD ?	5	
	Nazeleno		Vtipné příhody ze života	1xCZ, 3xA	1	
Články		Sdílíme jeden svět	Dobročinnost, ČR	RD CZ	10	
		Taková je země	Zvířata	RD ?	8	
		<b>Odvážná matka Susana</b>	Osobní příběh, rodina, Argentina	RD ? (překlad)	6	
		Slavnost lososů	Zvířata	RD ?	3	
		Pohledy na bicykl	Svět	RD ?	4	
		Transplantace k nezaplacení	Zdraví, ČR	RD CZ	9	
Rubriky	V práci		Vtipné příhody ze života	4xCZ, 7xA	2	
		Normální cvok?	Praktické rady	RD ? (lokalizace)	6	
		Uzdravení doktora Mayoya	Zdraví, osobní příběh	RD ?	8	
Rubriky	Život		Vtipné příhody ze života	5xCZ, 5xA	2	
Články		Hrůzy noci	Osobní příběh, napětí, USA	RD ?	12	
Rubriky	Děti		Vtipné příhody ze života	3xCZ, 1xA	1	
	Zrcadlo		Mix zpráv	RD CZ, RD AUS, Deník, Týden, Aktuálně.cz	7	
	Hádanky		Hádanky	RD CZ	1	

**Tabulka č. 26: Obsah časopisu Reader's Digest Výběr – březen 2009.**

Typ článku	Název rubriky	Název článku	Geografická oblast, téma	Původ článku	Počet stran
Rubriky	Od stolu a od podlahy		Slovo šéfredaktorky	RD CZ	1
	Dobrá zpráva	Paní Bio	ČR, osobnost	Hospodářské noviny	2
	Tady a teď		Mix krátkých zpráv, svět	2x RD AUS	1
			Mix krátkých zpráv, svět	Novinky.cz, Lidové noviny, Právo, Aktualne.cz	2
	Můj příběh	<b>Životní milníky</b>	Osobní příběh, Austrálie	RD AUS	3
	Smích nejlepší lékař		Vtipy	7xCZ, 1xA	2
	Jedna otázka pro různé země	<b>Co byste dělali, kdybyste měli denně hodinu navíc</b>	Celosvětový výzkum, svět	RD USA (adaptace)	1
	Síla slov	EU	Význam slov, EU	RD CZ	2
	Zdraví		Mix zpráv o zdraví	RD USA	2
			Mix zpráv o zdraví	Děti a my, Zdravotnické noviny, Estetika, Lidové noviny	4
	Internet pro nesmělé	Čerstvé zprávy ze všech stran	Kurz práce na internetu, ČR	RD CZ	3
	Můj vesmír	Poprvé otcem	Fejeton	RD CZ	3
	Citáty		Citáty	6xCZ, 3xA	1
	Články		<b>Země nezemě</b>	Únosy dětí, ČR	RD CZ
		<b>Rodina rozhodla: dáme ti své ledviny</b>	Zdraví, rodina, Holandsko	RD Holandsko (překlad)	6
		Čtyři pohledy na most	Svět	RD USA	6
		Co se vlastně děje se včelami	Příroda, ekologie	RD CZ	5
Rubriky	Nazeleno – humor v uniformě		Vtipy	1xCZ, 3xA	1
Články		Poznám, kdo končí	ČR, osobnost	Týden	10
		Jako pytel brambor	Osobní příběh, napětí	RD ?	5
		8 mýtů o cvičení	Zdraví	RD ?	3
		Velkolepá show na nebi	Věda, Chile	RD ?	8
Rubriky	Děti to vidí jinak		Vtipné příhody ze života	5xCZ, 5xA	2
Články		<b>Spláchněte je jako šampon z vlasů</b>	Vztahy, psychologie	RD ?	2
	Sdílíme jeden	Rázná žena	Sociální práce, ČR	RD CZ	4

	svět				
		Tiwi Footy	Austrálie, zvyky	RD AUS	8
Rubriky	V práci		Vtipné příhody ze života	2xCZ, 6xA	2
Články		Dny, kdy mě svírala anorexie	Zdraví	RD ?	6
		I novostavba může skrývat tajemství	Praktické rady	RD CZ	6
		Mniši v umění	Umění	RD ?	5
Rubriky	Život tropí hlouposti		Vtipné příhody ze života	3xCZ, 6xA	1
Články	Z literatury faktu	<b>Osudu navzdory (Kathleen Kennedy-Townsendová)</b>	Osobnosti, USA	RD USA	12
Rubriky	Zrcadlo		Mix zpráv	RD CZ	3
	Hádanky		Hádanky	RD CZ	1