

**FILOZOFICKÁ FAKULTA UNIVERZITY PALACKÉHO  
V OLOMOUCI  
KATEDRA SLAVISTIKY**

**KOMENTOVANÝ PŘEKLAD PREZENTACE PODNIKU  
BOCHEMIE GROUP A.S. Z ČEŠTINY DO RUŠTINY**

**TRANSLATION OF THE PRESENTATION OF BOCHEMIE  
GROUP COMPANY FROM CZECH INTO RUSSIAN WITH  
COMMENTARY**

**Vypracovala: Petra Kouřilová**

**Vedoucí práce: Mgr. Jindřiška Kapitánová, Ph.D.**

**2014**

## Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vykonala samostatně a uvedla v ní veškerou literaturu i ostatní informační zdroje.

V Olomouci dne

---

## Poděkování

Děkuji Mgr. Jindřišce Kapitánové, Ph.D., za konzultace, rady a připomínky, které mi během psaní bakalářské práce poskytla.

---



7.3.RUSKO-ČESKÝ EKOLOGICKÝ GLOSÁŘ.....	65
7.4.KOMENTÁŘ KE GLOSÁŘŮM.....	67
7.4.1.ZDROJE VYUŽITÉ KE TVORBĚ GLOSÁŘŮ.....	67
7.4.2.SROVNÁNÍ ČESKÉ A RUSKÉ TERMINOLOGIE.....	68
ZÁVĚR.....	70
PE3IOME.....	71
BIBLIOGRAFIE.....	76
PŘÍLOHY- PREZENTACE FIRMY „BOCHEMIE A.S.“ V ČEŠTINĚ.....	79

## ÚVOD

V této diplomové práci jsme se zaměřili především na překlad odborného stylu, komentář k překladu, tvorbu glosářů a obecně jsme pohlédli i na chemický průmysl v České republice a Ruské federaci.

Práce je rozdělená do dvou částí – teoretické a praktické. V teoretické části jsme se zaměřili na obecnou charakteristiku odborného stylu, na podstyly a žánry odborného stylu a jeho specifika. Pozornost jsme také věnovali rozdílům terminologie v ruštině a češtině, jednotkám překladu a překladatelským transformacím. V této části nám byla velkou oporou především odborná literatura, znalosti z absolvovaných přednášek a materiály z internetových zdrojů.

V druhé části jsme se věnovali především samotnému překladu prezentace firmy „Bochemie a.s.“, glosářům, které jsme k překladu vytvořili a také komentářům k překladu i již zmíněným glosářům. Zabývali jsme se také překladatelskými transformacemi, na které jsme u překladu narazili.

Cílem této práce není jen samotný překlad prezentace v dané chemické oblasti, ale také analytický pohled na překlad a rozdíly mezi dvěma jazyky, tvorba glosářů, analytický pohled na zdroje, které byly k těmto slovníkům použity, na použití odborné literatury, která nás vedla k zajímavým zjištěním, poznatkům a rozdílnostem mezi jazyky, ale třeba i srovnání práce se všemi zdroji, knihami i konzultanty, která nás dovedla ke konečnému výsledku.

## 1. ODBORNÝ STYL

V překladu jsme narazili na rysy knižního stylu, užití terminologie a dalších prostředků, které nás vedly k tomu, že jsme se po stylistické stránce přiklonili k názoru, že se jedná z velké části o odborný styl. Měli bychom tedy odborný styl představit a charakterizovat, uvést jeho rysy, funkci, klasifikaci, specifika ve slovní zásobě, morfologii a syntaxi.

Odborný styl je jeden z pěti funkčních stylů. Jelikož se jazyk neustále vyvíjí a přizpůsobuje se novým vyjadřovacím potřebám, tak i funkční styly se neustále vyvíjí. Funkční styly můžeme charakterizovat z hlediska základní funkce komunikátu, stylové vrstvy specifických jazykových prostředků a stylové normy, které bývají respektovány při výstavbě komunikátů. (Minářová 1996: 46)

Odborný styl pochází z období antického Řecka a měl za úkol rozvíjet vědu. Další etapou rozvoje odborného stylu pak byla epocha Renesance. Prosazovalo se logické myšlení a poznání, hlavním jazykem pak byla latina. Ovšem v Rusku měl vývoj odborného stylu jiný ráz. Rusko éru Renesance nemělo, a odborný styl tam vznikl až v 18. století za vlády Petra I. . V tuto dobu vznikala v Rusku pod vlivem M.V. Lomonosova terminologie, vznikaly vysoké školy. Konečné zformování probíhalo v polovině 19. století. (Kapitánová: 2013b)

„Odborný styl je typickým stylem veřejné jazykové komunikace. Není to dáno tematikou projevu – není vyloučen ani zcela soukromý jazykový projev na odborné téma, smyslem odborného komunikátu je však zveřejnění získaných poznatků, jejich uvedení do praxe širšího okruhu vnímatelů.“ (Čechová: 2003)

Odborný styl je typický především přísným výběrem jazykových prostředků, tíhnutím k normativní řeči (klišé, jazykové stereotypy), přesností předávané informace, logikou argumentů, snahou autora o logický výklad, návaznost a stručnost, neosobní formu výkladu a objektivitu. (Kapitánová: 2013b), (Vychodilová 2013: 62)

Předmětem velkých sporů je podle vědce D. Je. Rozental'a klasifikace stylů v systému spisovného jazyka. „ При выделении таких важнейших общественных функций языка, как общение, сообщение и воздействие, могли бы быть в общем плане

структуры языка разграничены такие стили: обиходно-бытовой стиль (функция общения); обиходно-деловой, официально-документальный и научный (функция сообщения); публицистический и художественно-беллетристический (функция воздействия). Эти стили соотнесительны. Они отчасти противопоставлены, но в значительно большей степени сопоставлены.“ (Розенталь 1968: 11)

I. J. Svincova rozděluje funkční styly na základě funkce, kterou plní jazyk v každém konkrétním případě. Dělí je tedy na styl odborný, styl administrativní, styl publicistický a styl hovorový. Ve své publikaci I. J. Svincova také uvádí první dělení funkčních stylů vůbec. Toto dělení vzniklo v 18. století, kdy M. V. Lomonosov rozdělil funkční styly na styl vysoký, střední a nízký. (Свинцова 2004: 4)

Co se týče slovní zásoby, jak uvádí M. Čechová a kol. (2003) a J. Kapitánová (2013b), slovní zásoba odborného stylu má tyto rysy:

- použití termínů a odborných názvů (volí se mezinárodní terminologie, objevují se plná znění termínů)
- tendence k nominalizaci – převládají substantiva a celé nominální fráze (substantiva s rozvíjejícími větnými členy), objevuje se multiverbizační tendence odborného vyjadřování
- projevuje se stereotypnost a opakování slov
- nově se objevuje použití nevlastních předložek, které vznikají přechodem předložkového pádu substantiva do funkce předložky
- slova používáme v přímém významu, bez zabarvení
- převažuje abstraktní slovní zásoba
- klišé, ustálená slovní spojení a obraty

Morfologie odborného stylu má pak podle J. Kapitánové (2013b) tyto znaky:

- předmětný charakter – převládání podstatných jmen (40 % textu)
- druhořadá úloha sloves (užití jednoduchých sloves – být, verbonominální spojení)
- přítomný čas (nadčasovost)



- třetí osoba j. č., „autorské my“
- objektivita výkladu – pasivní konstrukce
- neosobnost – neosobní konstrukce
- použití kondenzátorů – přechodníky, přídavná jména slovesná, infinitivní konstrukce
- složené předložky a spojky

K syntaxi bychom mohli podle M. Čechové (2003) a Z. Vychodilové (2013) uvést tyto typické projevy:

- převládá nominální charakter vět
- dominují složité větné konstrukce – obmykání, složené předložky a spojky, verbonominální spojení
- hierarchizace textu – členění do oddílů, kapitol a subkapitol, použití spojovacích prostředků (textové orientátory, logické konektory)
- ekonomičnost, zhuštěnost vyjádření, k čemuž slouží prostředky syntaktické kondenzace, jež v psaném projevu vedou ke kumulaci informace do jednoduchých vět pomocí infinitivních konstrukcí, dějových substantiv nebo adjektiv nebo přechodníkových konstrukcí

### 1.1. PODSTYLY A ŽÁNRY ODBORNÉHO STYLU

Odborný styl má několik podstylů, v mnohých odborných literaturách a zdrojích se dělení mírně liší, tady je některé z nich:

- «Внутри системы научного функционального стиля выделяется несколько подстилей: **собственно научный** (академический) – принятый для написания научных трудов, диссертаций; **научно-технический** (производственно-технический); **научно-информативный** или **научно-деловой** – это стиль патентных и технологических описаний; **научно-публицистический**; **учебно-научный** – подстиль учебной литературы; **научно-популярный** и другие». (Vychodilová 2013: 62).

- „ V rámci odborného stylu se dnes běžně odlišuje **styl vědecký** (teoretický), **styl prakticky odborný**, tj. odborný v užším slova smyslu, jenž má modifikace (stylové typy) např. ve stylu hospodářském, právním, vojenském, dále **styl populárně naučný**, uvažuje se o **stylu učebním**, často se připomíná i **styl esejistický**“. (Čechová, M 2003: 176). Stejně dělení uvádí například Michal Křístek ve své knize *Stylistika češtiny* (Křístek 2011).
- D. Žváček (1995) uvádí dělení odborného stylu v této podobě: **научно-технический, научно-деловой, научно-популярный подстиль**

Žánry odborného stylu jsou většinou psané, mluvené žánry (jako jsou například přednáška nebo referát) jsou mluvené pouze sekundárně.

Odborný styl podle žánrů lze rozdělit na následující útvary:

1. Mluvená podoba – přednáška, diskuze, diskuze k referátu, učební hodina aj.
2. Psaná podoba – článek, anotace, recenze, popis experimentu, technický návod (Žváček 1998: 26), monografie, učebnice, recenze, přednáška, prezentace, teze aj. (Vychodilová 2013: 62).

## 2. SROVNÁNÍ RUSKÉ A ČESKÉ TERMINOLOGIE

«Наиболее характерный пласт лексических средств специального стиля представляют термины или специальные названия; термин является наименованием специфического понятия определенной области науки, определенной научной специальности.» (Žváček 1998: 33)

V oblasti odborné terminologie pozorujeme v češtině a ruštině mnoho shod, ale stejně tak i mnoho rozdílů, které se týkají frekvence jednotlivých strukturních typů, společných oběma jazykům. Jedná se například o genitivní vazby, předložkové vazby, víceslovná pojmenování, terminologická pojmenování s přívlastkem shodným nebo slova složená.

( Žváček 1998: 33-39)

- GENITIVNÍ VAZBY

„U těchto dvouslovných terminologických pojmenování stojí v češtině oproti spojení dvou substantiv s genitivem v ruštině – dvouslovné spojení s přívlastkem shodným, vyjádřeným adjektivem vztahovým nebo přívlastňovacím“. (Žváček 1998: 33)

Např.: *скорость диффузии – difúzní rychlost*

*степень ассоциации – asociační stupeň*

- NEKONGRUENTNÍ VAZBY PŘEDLOŽKOVÉ

U nekongruentních předložkových vazeb se jedná především o předložky *no*, *для* nebo *от*. Předložka *no* vyjadřuje vztahovost, některé vazby s touto předložkou mohou působit obtíže při hledání vhodného ekvivalentu (jedná se zejména o pojmenování odborných profesí). Předložka *для* pak vyjadřuje účelovost. Vazby s předložkou *от* mají zápornou motivaci účelovou.

Srov. př.: *средство для пропитывания – impregnační prostředek*

*машина для измельчения – drtička*

*паяльник по свинцу – svářeč*

*электромонтер по освещению – osvětlovací elektromontér*

*средство от кашля – prostředek proti kašli*

(Žváček 1998: 34-35)

- VÍCESLOVNÁ TERMINOLOGICKÁ SDRUŽENÁ POJMENOVÁNÍ

Jak jsme již zmiňovali výše, ruština má výraznější analytickou povahu než čeština. S tím je spojena i problematika překladu co se týče termínů, zatímco v českém jazyce se většinou jedná o jednoslovná pojmenování, v ruštině má pojmenování ve většině případů

víceslovný charakter. Jak uvádí D. Žváček (Žváček 1998), rozlišujeme dva typy víceslovných pojmenování – přívlastkový typ a apoziční (přístavkový) typ.

Jestliže se bavíme o přívlastkovém typu, jasně vidíme odvozovací schopnost češtiny a analytický charakter ruštiny (srov. př.: *белковое вещество* – *bílkovina*, *цементный завод* – *cementárna*). Pokud jde o tzv. apoziční typ, vidíme přístavkovou konstrukci v ruštině a přívlastkovou v češtině (srov. př.: *ракета-носитель* – *posná raketa*, *реагент-восстановитель* – *redukovadlo*).

Jelikož je tento víceslovný charakter v češtině zcela ojedinělý, používáme k překladu jiné prostředky – ekvivalentem je **sdržené pojmenování přívlastkové** (srov. př.: *вагон-цистерна* – *cisternový vůz*, *кран-двуног* – *dvounohý jeřáb*); **jednoslovný ekvivalent uvedeného apozičního typu** (srov. př.: *врач-педиатр* – *pediatr*, *грузовик-самосвал* – *vyklápačka*); **přístavek bez spojovníku** (srov. př.: *поэт-напруом* – *básník vlastenec*, *скульптор-любитель* – *sochař amatér*). (Žváček 1998: 38-39)

- TERMINOLOGICKÁ SPOJENÍ S PŘÍVLASTKEM SHODNÝM

Přestože jsou ve srovnání s češtinou pro ruštinu velmi typická terminologická spojení s přívlastkem neshodným, setkáváme se i s velkým množstvím terminologických spojení s přívlastkem shodným. Podle D. Žváčka (Žváček 1998) se jedná buď o přívlastky participiální, které jsou slovesného původu (srov. př.: *активирующий агент* – *aktivační činidlo*, *растворяющее средство* – *rozpouštědlo*), nebo adjektiva vztahová (srov. př.: *свинцовая плавка* – *tavení olova*, *сернокислотный завод* – *továrna na výrobu kyseliny sírové*).

Souhlasíme také s tezí D. Žváčka (Žváček 1998), že participiální typ můžeme považovat za evropeismus (srov. př.: *saponifying agent*). (Žváček 1998: 34-35)

- SLOVA SLOŽENÁ

Slova složená ve funkci termínů jsou v ruštině velmi častá, naopak v českém jazyce jsou zcela výjimečná. Zde opět D. Žváček (Žváček 1998) rozlišuje několik typů složenin – **substantivní složeniny** (srov. př.: *вакуум-насос* – *vakuové čerpadlo*, *меч-рыба* – *mečoun*), **adjektivní složeniny**, u kterých obecně podíl v terminologii roste, ovšem v češtině je jejich počet ve srovnání s ruštinou menší (srov. př.: *товарно-денежные условия* – *zbožně peněžní vztahy*, *научно-педагогическая деятельность* – *vědeckopedagogická činnost*) a **sufixální složeniny**, kdy se jedná o kombinovaný typ tvoření slov – skládáním a odvozováním (srov. př.: *кислотообразователь* – *látka odštěpující kyselinu*, *маслоотделитель* – *odlučovač oleje*). (Žváček 1998: 35-38)

### 3. PŘEKLADATELSKÉ TRANSFORMACE

Podle lingvisty D. Žváčka se překladatelskou transformací v jazyce se rozumí překladatelská operace, při níž se překládaná jednotka výchozího jazyka v cílovém jazyce změní ve formálně jinou jednotku (ve svůj transform), přičemž zachová obecný invariant obsahu. Jedná se tedy o určité přeměny, jimiž překladatel vytváří komunikativně rovnocenné, ekvivalentní jednotky v jazyce překladu. (Vysloužilová, Machalová 2011: 9).

Nutnost používání překladatelských transformací vyplývá z nesouladů mezi češtinou a ruštinou v oblasti lexikální, gramatické a stylistické, které musíme během procesu překládání vyřešit. (Vychodilová 2013: 35).

Podle N. V. Komissarova dělíme překladatelské transformace na tři základní skupiny: **1. Lexikální transformace, 2. Gramatické transformace, 3. Lexikálně-gramatické transformace.** (Vysloužilová, Machalová 2011: 9)

#### 3.1. LEXIKÁLNÍ TRANSFORMACE

«Работа переводчика над словом и словосочетанием не сводится только к нахождению эквивалентного или вариантного соответствия. Она включает в себя

также работу над лексическими преобразованиями или трансформациями.» (Žváček 1998: 19)

Mezi nejběžněji používané lexikální transformace patří– transkripce, transliterace, transplantace, konkretizace, generalizace nebo rozšíření informačního základu.

### **Transkripce a transliterace**

U překladu pomocí transkripce a transliterace se jedná o převod lexikální jednotky cestou rekonstrukce její podoby pomocí písmen cílového jazyka. U transkripce se reprodukuje zvuková podoba slova ve výchozím jazyce (srov. př.: *management* – *менеджмент*, *snowboarding* – *сноубординг*, *image* – *имидж*, *briefing* – *брифинг*). U transliterace se reprodukuje psaná podoba slova (srov. př.: *boss* – *босс*, *Obama* – *Обама*, *Вронский* – *Vronskij*, *Karlovy Vary* – *Карловы Вары*). (Vysloužilová, Machalová 2011: 9)

### **Transplantace**

Překlad pomocí transplantace představuje přenos originálního slova z výchozího jazyka do jazyka cílového bez jakékoli změny.

Např.: *Deník The Washington Times* otiskl zprávu,... → *Ежедневник The Washington Times* опубликовал информацию,... (Vychodilová 2013: 36).

### **Konkretizace**

U lexikální transformace, která se nazývá konkretizace jde o záměnu slova nebo slovního spojení s širším významem ve výchozím jazyce za slovo nebo slovní spojení s užším, konkrétnějším významem v jazyce cílovém (srov. př.: *thing* – *вещь*, *предмет*, *дело*, *факт*, *случай*, *обстоятельство*, *произведение*, *существо*). (Vysloužilová, Machalová 2011: 9)

### **Generalizace**

Transformace zvaná generalizace představuje opak konkretizace. Jedná se o záměnu slova nebo slovního spojení s užším významem ve výchozím jazyce za slovo nebo slovní spojení s širším, obecnějším významem v cílovém jazyce (srov. př.: *Young man of*

*6 feet 2 inches – молодой человек высокого роста*). (Vysloužilová, Machalová 2011: 9)

### 3.2. GRAMATICKÉ TRANSFORMACE

„Je to operace, při níž se určitá věta změní v jinou, tzn. ve svůj transform, a to při zachování stejné lexikální náplně. Je to tedy taková přeměna syntaktické konstrukce, při které se mění pouze mluvnická kategorie, nikoli však lexikální obsah. Přitom je důležité, že i zde se zachovává obecný, invariantní smysl informace (který je společný pro výchozí konstrukci i pro její transform). V procesu překlada se překladatel setkává s celou řadou gramatických transformací, které jsou vyvolávány různou jazykovou strukturou obou jazyků.“ (Žváček 1995: 27) Mezi nejčastější gramatické překladačské transformace pak patří podle Žváčka třeba záměna trpných konstrukcí činnými, syntaktické dekondenzace, záměny slovních tvarů, slovnědruhové záměny, větněčlenské záměny, záměna multiverbizačních spojení univerbizačními a naopak nebo slovosledné transformace.

#### **Záměna trpných konstrukcí činnými**

„Užívání trpného rodu v ruštině má své důležité místo především v odborném textu. Při překlada do češtiny dochází k úpravě vyvolané různým fungováním trpných a činných konstrukcí. Je-li činitelem osoba nebo kolektivní činitel, je v ruštině trpná konstrukce, zatímco čeština dává přednost činnému vyjádření.“ (Žváček 1995: 27)

Srov. př.: ...*Jak jsme již řekli...*

...*Как уже нами было сказано...*

#### **Syntaktická dekondenzace**

Dekondenzace (dekomprese) je v rusko-české překladačské praxi nejdůležitější. Jde zejména o překlad přechodníkových a participiálních konstrukcí do češtiny. Pro tento překlad existují 4 překladačské postupy:

- 1) Překlad přechodníku předložkovou substantivní konstrukcí
- 2) Překlad přechodníku pomocí hlavní věty

3) Překlad přechodníku pomocí vedlejší věty

4) Překlad přechodníku pomocí přechodníku (málo užívaný postup)

Srov. př.: *Выступая по телевидению, он заявил, что...*

*Выступил в телевизионном programu a prohlásil, že...*

(zde se jedná o překlad přechodníku pomocí hlavní věty)

(Vysloužilová, Machalová 2011: 10)

### **Záměna slovních tvarů**

Nejčastěji se v tomto případě jedná o záměnu gramatické kategorie čísla, času nebo vidu.

Srov. př.: *мы делились опытом – dělíme se o zkušenosti* (záměna gramatické kategorie času)

*информация – informace (pl.)* (záměna gramatické kategorie čísla)

*ускорить темпы развития – zrychlovat tempo rozvoje* (záměna gramatické kategorie vidu)

(Vysloužilová, Machalová 2011: 10)

### **Slovnědruhové záměny**

U slovnědruhových záměn se jedná se o záměnu slovních druhů v cílovém jazyce, může se jednat například o nominalizaci, pronominalizaci nebo verbalizaci.

Srov. př.: *...Сначала мы вели торговые переговоры с Лукойлом, но через некоторое время **Лукойл** отказался от сотурдничества...*

*...Nejdříve jsme jednali s Lukoilem, **ten** ale za nějakou dobu spolupráci odmítl...*

(Vysloužilová, Machalová 2011: 11)

(zde jde o pronominalizaci, kdy došlo k záměně podstatné jméno *Lukoil* za zájmeno *ten*)



## Větněčlenské záměny

Nejtypičtějším příkladem této záměny je mezi ruštinou a češtinou záměna neshodného a shodného přívlastku, pak také subjektivě-objektová záměna.

Srov. př.: *výrobní závod* – *завод-изготовитель*

*obchodní řetězec* – *сеть магазинов*

(v tomto případě se jedná o záměnu přívlastku shodného za přívlastek neshodný)

## Multiverbizace a univerbizace

Jak uvádí S. Žaža (Žaža 1999), sklon ruštiny k analytičnosti je v ruštině patrný v mnoha ohledech, jedním z nich je i to, že v ní nalézáme velký počet spojení sloves se substantivy. Tato spojení se obvykle skládají ze sloves širokého významu a substantiva, obvykle také slovesného původu, které je významovým jádrem celého spojení.

V českém jazyce se s těmito spojeními sloves a substantiv můžeme setkat také, ale ani zdaleka ne tak často, jako je tomu v jazyce ruském. V češtině jde toto spojení obvykle vyjádřit jednoslovně, nicméně setkat se s nimi můžeme (srov. př. *dát slib, dělat narážky, vést jednání*). (Žaža 1999: 18)

Srov. př. multiverbizace: *preferovat* – *отдавать предпочтение*, *podpořit* – *оказать поддержку*, *bojovat* – *вести борьбу*

Srov. př. univerbizace: *vzájemné porozumění* – *взаимопонимание*, *návrh zákona* – *законопроект* (Vysloužilová, Machalová 2011: 11)

U multiverbizace se pak velice často používá ruská **předložka «по»**, zejména v konstrukcích se slovy *меры, работы, комиссар (должности), пособие, расходы* aj.

Srov. př.:

*меры по информированию* – *informační opatření*

*работы по ликвидации последствий аварии* – *likvidace následků havárie*

*комиссар по внешней политике* – *komisař pro vnější záležitosti*

*пособие по беременности* – *mateřská*

*расходы по зарплате – mzdové výdaje*

(Kapitánová 2013: 63)

V knížce *O češtině každodenní* (Bulhar 1984: 219) čteme, že je obecně doporučováno se složitějším slovesně jmenným konstrukcím v českém jazyce vyhýbat, v češtině mohou totiž někdy mít až knižní zabarvení. Musíme však zdůraznit, že někdy je sloveso ve spojení s dějovým podstatným jménem velmi potřebné, až nutné. Stylisticky by bylo nevhodné použít například výrazu: *...vědecký ústav rozsáhle zkoumá...* Zde musíme použít verbonominální spojení: *...vědecký ústav provádí rozsáhlý výzkum...*

## Slovosledné transformace

Mezi ruštinou a češtinou je mnoho slovosledných rozdílů, které musí překladatel dodržovat, aby jeho překlad zněl přirozeně. „Důležité je např. místo shodného přívlastku vyjádřeného přídavným jménem slovesným. V ruštině může být přívlastek za určovaným substantivem (книга, лежащая на столе), nebo může být v pozici před určovaným substantivem, je připojen těsně (лежащая на столе книга). Mezi přívlastek a určované substantivum mohou být vloženy často bohatě členěné výrazy rozvíjející přívlastek. Je to tzv. interpoziční slovosled.“ (Žváček 1995: 28)

V češtině se takový těsný přívlastek překládá jako přívlastek volný.

Srov. př.: ...Япония ведет борьбу с самой страшной в истории страны экологической катастрофой...

...Japonsko bojuje s nejhroznější ekologickou katastrofou v dějinách země...

(Vysloužilová, Machalová 2011: 11)

### 3.3. LEXIKÁLNĚ-GRAMATICKÉ TRANSFORMACE

Mezi lexikálně-gramatické transformace patří například antonymický překlad, explikace, rozšíření informačního základu nebo celkové přehodnocení. (Vysloužilová a kol 2002: 15)

U antonymického překladu se jedná o překlad, kdy dochází k přeměně kladné části věty na zápornou, nebo naopak.

Srov. př.: *take it easy* – не волнуйся

*немало хлопот* – spousta starostí

(Vychodilová 2013: 43)

Mezi další lexikálně-gramatické transformace patří explikace, což je transformace, při které se jednotka výchozího jazyka změní za slovní spojení v cílovém jazyce, které popisuje význam slova ve výchozím jazyce.

Srov. př.: *neuropathologie – наука о нервных болезнях*

*щи – tradiční ruská zelná polévka*

(Vychodilová 2013: 45)

Rozšíření informačního základu volíme tehdy, chceme li dosáhnout co největší jednoznačnosti předávané informace, nebo pokud chceme co možná nejvíce dodržet zvyklosti v cílovém jazyce.

Srov. př.: *Park Lane – улица Парк Лейн*

(Žváček 1998: 19)

Variantu celkového přehodnocení používáme v případě, že musíme pochopit smysl překládané jednotky a převést je prostředky cílového jazyka. Souhlasíme s názorem D. Žváčka, že se jedná o jednu z nejtěžších překladatelských transformací vůbec. Nejvíce se tohoto postupu užívá při překladu frazeologizmů, které jsou častými jevy v hovorovém a publicistickém stylu. (Žváček 1998: 21)

#### **4. JEDNOTKY PŘEKLADU A JEJICH PŘEVOD**

Jak uvádí D. Žváček, překlad znamená proces předání informace z výchozího jazyka do jazyka cílového pomocí využití jazykových prostředků cílového jazyka. Proto je třeba se před začátkem překladu pořádně s textem obeznámit, pochopit jej, prozkoumat podmínky a jazykové zákonitosti. (Žváček 1998: 9)

Překlad je tvořen postupně, po jistých úsecích. Souhlasíme tedy s tezí Z. Vychodilové, že překladatel si musí překlad prozkoumat a rozdělit jej na určité segmenty, k těm pak hledá v cílovém jazyce ekvivalenty, nebo jiný vhodný překlad. Tyto jednotlivé elementy překladatelského procesu se nazývají **jednotky překladu**. (Vychodilová 2013: 30)

- PŘEKLAD NA ÚROVNI SLOV

Tento překlad je na rozdíl od výše uvedených dvou mnohem častější. Většina slov má v druhém jazyce slovo, které má podobný, blízký smysl, těmto slovům se říká **lexikální neboli slovníkové shody**. Existují dva základní typy shody slova mezi dvěma jazyky:

Prvním typem je tzv. **ekvivalence**. U ekvivalentního lexika se jedná úplnou shodu ve významu slova mezi dvěma jazyky. Je tedy jisté, že se bude vždycky vyskytovat ve stejné podobě, bude tedy přeloženo stejným českým výrazem, který se nebude zaměňovat. Srov. př.: *pondělí, Londýn, dvacet, proton aj.* Těchto slov není mnoho, většina slov je totiž mnohovýznamová. Mezi tyto ekvivalentní slova patří zpravidla termíny, reálie, čísla, jména, geografické názvy či názvy dnů a měsíců.

V druhém případě jde o tzv. **variantní shodu**. To jsou slova, která mají ve výchozím jazyce jeden význam, ale v cílovém jazyce má toto slovo významů více, existuje tedy více výrazů, které mají analogický význam.

Samozřejmě existují také slova, která v jiných jazycích nemají odpovídající lexikální jednotku – tzv. **bezekvivalentní lexikum**. Jedná se o málo známé názvy, jména, reálie či neologismy. Při překladu bezekvivalentního lexika se řídíme různými překladatelskými postupy jako například transliterací a transkripcí, opisným překladem, vysvětlujícím překladem nebo kalkováním. (Žváček 1998: 13-14)

- PŘEKLAD SLOVNÍCH SPOJENÍ

U překladu slovních spojení je podle D. Žváčka nutné rozlišovat překlad volných slovních spojení a překlad frazeologických, ustálených slovních spojení.

U překladu volných slovních spojení zůstává původní význam slova stejný, nijak se nepřenáší, ani nemění. U překladu slovních spojení postupujeme jak pomocí rozboru a překladu jednotlivých elementů slovního spojení, tak je nutné vzít v úvahu i vztah mezi jednotlivými komponenty.

V česko-ruském plánu se zaměřujeme hlavně na dva aspekty. 1) Záměna slovních druhů (transpozice), transformace neshodných přívlastků na přívlastky shodné, které jsou vyjádřené přídavným jménem (*средство работы* – *pracovní prostředek*). 2) V oblasti odborné lexiky se zaměřujeme na případy, kdy českému odvozenému slovu odpovídá v

ruštině složené pojmenování daného atributu. Tady autor naráží na otázku toho, nakolik je možné takové složené pojmenování považovat za svobodné slovní spojení.

Typickým rysem u překladu frazeologických ustálených spojení je to, že převládá význam celku nad významem jednotlivých komponentů. Proto musí překladatel pochopit celkový význam a přeložit jej jako celek, nelze překládat pouze jednotlivé komponenty. (Žváček 1998: 15-16)

Méně častými překladatelskými postupy je pak překlad na úrovni foném/grafém, překlad na úrovni morfémů, vět a textu. (Vychodilová 2013: 30-34)

## **5. HISTORIE A SOUČASNÝ STAV CHEMICKÉHO PRŮMYSLU V ČR A RF**

### Historie a současná situace chemického průmyslu v České republice

Historie současného chemického průmyslu se datuje přibližně k polovině 18. století, kdy se začala vyrábět kyselina sírová a koks. Později se výrobní portfolio rozšířilo o další anorganické a organické látky používané k výrobě hnojiv, barviv, léčiv, rozpouštědel, výbušnin atd. Současně vznikala nová odvětví chemického průmyslu, například průmysl papíru a celulosy, petrochemie, nebo plastů. Mezi moderní odvětví a skupiny výrobků patří třeba pesticidy, léky, kosmetické výrobky, aditiva nebo pomocné chemikálie (gumárenské, textilní).

Chemický průmysl se řadí mezi nejmladší průmyslová odvětví, tvoří pouze 7 % celkového průmyslu České republiky. Nicméně chemický průmysl je nepostradatelný, jelikož jeho produkty představují suroviny pro další odvětví. Chemický průmysl je velice náročný na výzkum, většina surovin je tedy dovážena ze zahraničí. (1)

Chemický průmysl je koncentrován poblíž zdrojů a do velkých výrobních komplexů. V Čechách se jedná o Polabskou chemickou oblast (od Ústí nad Labem až po Hradec Králové), na Moravě je to Moravská chemická oblast (střední a dolní tok řeky Morava).

Co se týče zpracování ropy, je důležitá oblast ropovodů (Kralupy nad Vltavou, Litvínov).

„Chemický sektor v České republice lze rozdělit do několika oblastí: základní chemie, zpracování ropy (petrochemie), farmaceutický průmysl (výroba léků), gumárenský průmysl a průmysl plastů a výroba papíru. Z nich rozhodující jsou výroba základních chemických látek (64 % z celkových tržeb) a výroba léčiv (17 %). Podíly dalších pěti oborů jsou nižší: výroba chemických specialit a vláken (9 %), výroba čisticích a kosmetických prostředků (5 %), výroba nátěrových hmot (4 %), výroba pesticidů a agrochemikálií (1 %).“ (2)

Mezi významné firmy českého chemického průmyslu patří, například Spolana Neratovice, Lovochema Lovosice, Spolchemie Ústí nad Labem, Syntezia Pardubice (základní chemie), Unipetrol, Benzina (petrochemie), Zentiva Praha, Dermacol Praha, Galena Opava (farmaceutický a kosmetický průmysl), Barum Otrokovice, Kaučuk Kralupy nad Vltavou (gumárenský průmysl), Fatra Napajedla, Technoplast Chropyně (plasty), Papírny Větrní, Papírny Štětí (papírenský průmysl). (3)

Co se týče budoucnosti chemického průmyslu, nutno říci, že chemický průmysl v konkurenční schopnosti oproti EU i mimo ni zaostává. Odvětví se však díky vstupu zahraničního kapitálu zlepšuje, dynamika je ale nízká a složitější výrobky jsou dováženy stále ze zahraničí, kde vycházejí levněji. Jelikož se ale jedná o klíčové subdodavatelské odvětví pro množství navazujících odvětví, dlouhodobé perspektivy chemického průmyslu jsou dobré. (4)

### Historie a současná situace chemického průmyslu v Rusku

V předrevolučním Rusku byl chemický průmysl v této zemi zaostalý, plně závisel na zahraničních kapitálech. Podle objemu produkce zaujímalo Rusko 8. místo na světě. K strmému rozvoji došlo hlavně během první světové války (porostla výroba vojenského vybavení a výbušnin). Po revoluci v roce 1917 si SSSR stanovilo cíl pozvednout chemický průmysl jak jen to půjde. Začaly se budovat závody a kombináty a chemická výroba ve srovnání s rokem 1913 stoupla osmnáctkrát. SSSR se octlo ve světové chemické produkci na pátém místě. Během druhé světové války se z důvodu

zabezpečení front opět produkce chemického průmyslu snížila, rostla pak mezi lety 1951-1960. Dále se chemický průmysl v Rusku ohromným tempem rozvíjel a v roce 1973 zaujímal 1. místo ve světové chemické produkci.(5)

Na území Ruska je umístěno 90 % ropných zdrojů, velký podíl nalezišť zemního plynu a nejbohatší naleziště uhlí. Rusko má také největší rezervy zemního plynu na světě, druhé největší zásoby uhlí a páté největší rezervy ropy. Nejdříve byl ruský chemický průmysl monopolní, nyní se však nachází v rukou 11 společností, z nichž se každá stará o hledání nových nalezišť, těžbu, rafinaci a obchodní činnosti. Nejvýznamnějšími společnostmi jsou LukOil, Jukos, Surgutneftegaz a Tjumenská ropná společnost. Pro zahraniční investory je v posledních dvou letech zajímavá hlavně oblast nových kazašských ropných polí, kde jsou odhadovány obrovské zásoby ropy. (6)

Chemický průmysl tvoří přibližně 1,7 % HDP Ruska a představuje přibližně 1 % celkové světové chemické výroby. Rusko se z větší části (přibližně z 60 %) zabývá základní produkcí – různá hnojiva, plasty, nebo syntetické pryskyřice. Vývoz a dovoz je relativně vyrovnaný, avšak má jinou strukturu, Rusko vyvážá méně náročné produkty jako jsou styren, metanol nebo syntetický kaučuk a naopak dovážá na výrobu náročnější produkty jako barvy, laky nebo polystyren. Do budoucna má Rusko v plánu omezit dovoz těchto složitějších produktů a nahradit je domácí výrobou. Podle P. Kvíčaly musí Rusko modernizovat a uvést nové výrobky, to je pro něj jediná možnost jak mohou ruské podniky obstát z hlediska kvality. (7)



## **6. PREZENTACE FIRMY „BOCHEMIE A.S.“- PŘEKLAD DO RUŠTINY**

### **ОСНОВА**

- 1) Общая характеристика предприятия- история, современность
- 2) Предмет деятельности и программа производства
- 3) Интегрированная система АО «Бохемие», организационная культура
- 4) Позиция «Бохемии» на рынке, награды и успехи
- 5) Последние новости и перспективы дальнейшего развития

## **1) Характеристика компании АО «Бохемие» - история и современность**

«Бохемие Групп» является общеизвестной фирмой, производителем бытовой химии и владельцем марки «Саво» в Центральной Европе. В глобальном масштабе, она крупный изготовитель химических фирменных товаров для рыночных ниш. К очень успешным в истории товарам фирменного ассортимента производства бесспорно относятся такие известные продукты как, АСПИРИН, и искусственное вещество, придающее сладкий вкус – САХАРИН, которые в г. Богумин успешно производились и были экспортированы во все страны мира.

Чешское предприятие АО «Бохемие» возникло в 2008 году в результате продажи ООО «Бохемие» новым владельцам, которыми в настоящее время являются чешская инвестиционная компания «Benson Oak Capital» и «ARX Equity Partners».

ООО «Бохемие» возникло в 1994 году путем стандартной приватизации акционерного общества «Бохемие», все акции которого имело в распоряжении государство. Смена владельцев стала следующим этапом в богатой истории данного химического завода.

Не меняя своего стратегического географического положения, «Бохемие» принадлежала на протяжении долгой истории к нескольким государствам и имела несколько названий. Прежде чем стать «Бохемией», она являлась составной частью концерна «Лахема Брно».

В 1904 году основоположники воспользовались непосредственной близостью железнодорожного транспортно узла в г. Богумин, близостью энергетических ресурсов города Острава и его окрестностей и близостью сырья в Польше, для создания жизнеспособного предприятия. Нельзя не отметить тот факт, что химический завод процветал в течение всего своего существования очень хорошо, за исключением периода экономического кризиса в 20 гг. Этот успех имел место благодаря тем, которые ориентировали предприятие на химические специализированные товары. Ассортимент был сосредоточен не только на

прибыльные и более объемистые, но рискованные продукты, он также всегда содержал товары квалифицированной химии, или употребляя современную терминологию, продукты малогабаритной химии. Завод подтверждал свою жизнеспособность также в течение военных конфликтов и успешно справлялся с последствиями центрального управления и его тенденциями откачивать и вкладывать имеющиеся финансовые ресурсы вне предприятия вплоть до обособления компании в 1991 году.

Традиционный ассортимент, кроме чистых промышленных неорганических реактивов, всегда включал в себя также продукты, предназначенные для защиты растений или уничтожения сорной травы, средства для защиты от биотических вредителей, и средства, применяемые в ветеринарии и здравоохранении. В ассортименте возможно было найти также такие фирменные товары, как синтетическое искусственное вещество, придающее сладкий вкус – сахарин, жаровые тельца для освещения городским газом, полупроводниковый кремний, стойкие гибриды и объемную группу биоцидов.

В настоящее время производственный ассортимент «Бохемии» состоит из дезинфекционных, фунгицидных, моющих и чистящих средств, неорганических реактивов, средств для поверхностной обработки металлов и материалов для электрохимических источников тока. Широко известное «Саво» заслужило уже в 1994 году марку качества «Czech Made», общеизвестный «Хлорамин Б» сохраняет свою незаменимую роль благодаря широкому спектру действия. Среди биоцидов можно найти, например, экологически безопасные «Бохемиты», служащие для охраны материалов от воздействия плесеней, плесневых грибов, дереворазрушающих насекомых, или метеорологических воздействий.

К уникальным фирменным товарам относятся чешские щелочные средства для устранения окалин «Fegorin», поставляемые знаменитым металлургическим предприятиям в западной Европе и США, и активные массы для щелочных аккумуляторов.

Исключительной в мире технологией является производство перхлората аммония путем переработки ракетного топлива, пробная эксплуатация которого была запущена в 2012 году.

1 июля 2013 года руководство компании внесло значительные изменения. После долгих переговоров, которые велись на протяжении нескольких месяцев, акционеры и руководство компании пришли к соглашению о переводе марок «Саво», «Biolit», «Diffusil» и некоторых других мелких марок в имущество компании «ЮНИЛЕВЕР» (UNILEVER).

Руководство «Бохемии» считает продажу вышеуказанных марок в имущество престижной транснациональной корпорации, действующей по всему миру, прежде всего высокой оценкой долгосрочного успешного труда сотрудников «Бохемии» в области развития, производств и продажи марочных товаров широкого потребления.

Новый владелец принял на себя обязательства по развитию и дальнейшей торговой и маркетинговой поддержке марки «Саво» и других марок, и поэтому мы можем ожидать дальнейшее укрепление их позиции на чешском, словацком и других рынках, куда указанные марки были недавно введены. Составной частью данной сделки является также заключение производственного договора между «Бохемией» и компанией «ЮНИЛЕВЕР», на основании которого «Бохемие» будет в дальнейшем производить марку «Саво» на заводе в городе Богумин. Это очень важный факт, благодаря которому в значительной степени обеспечивается занятость в компании.

В настоящее время руководство «Бохемии» и весь штат сотрудников намерены сосредоточиться на дальнейшем развитии бизнеса в области химических товаров, именно дезинфекции, фунгицидов, аккумуляторных масс и средств для обработки нержавеющей стали. Составной частью данной стратегии является также поиск и разработка новых «зеленых» проектов для будущего расширения портфолио компании. Доказательством правильности настоящего направления является тоже, актуальный успех нового проекта по утилизации ракетного топлива, – завод «Влаховице» (Vlachovice).

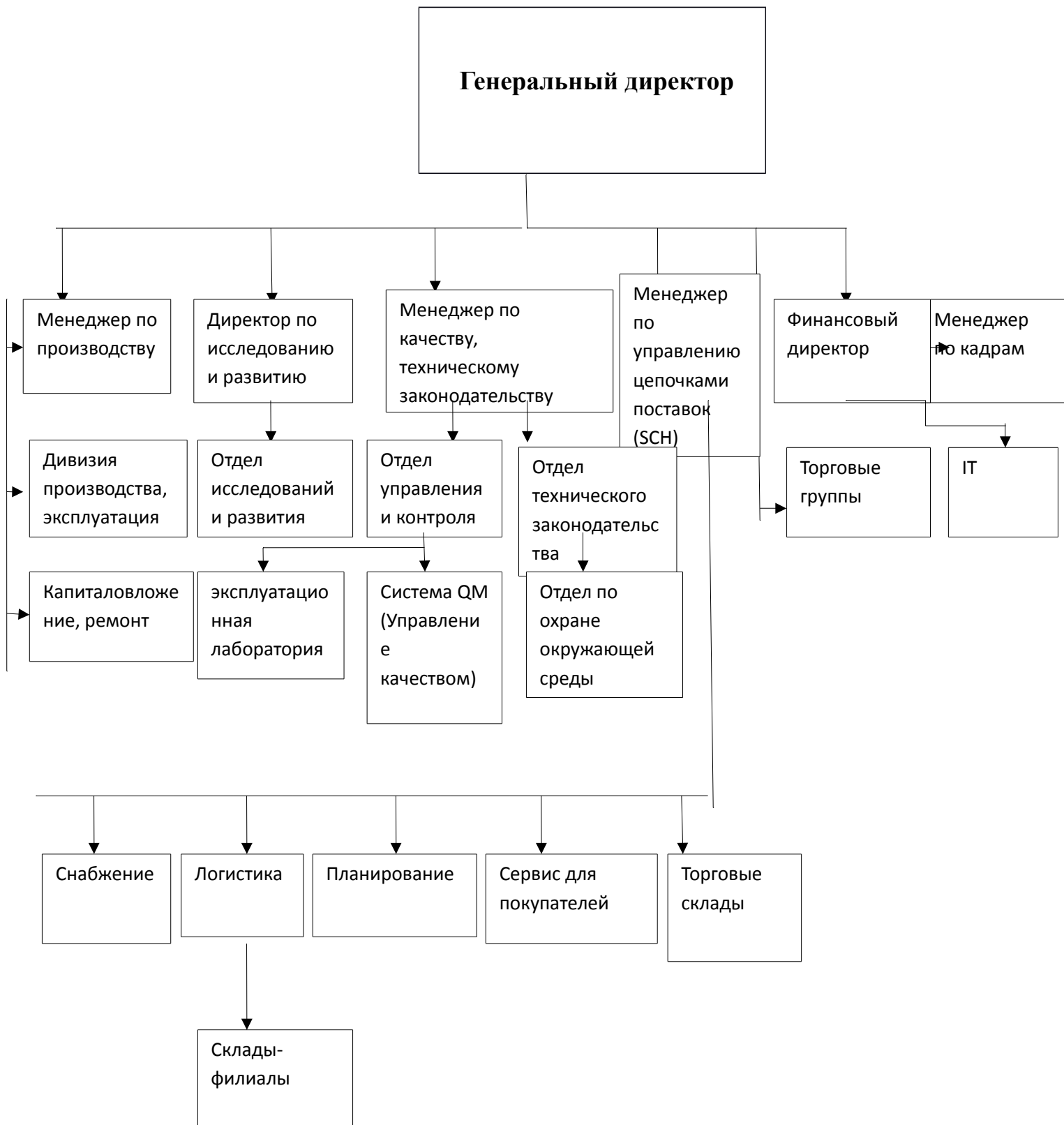
Следующим основным изменением, позитивно влияющим на эффективность предприятия, явилось введение новой информационной системы «Ахарта», реализованное в течение 2013 года. Благодаря введению «Microsoft Dynamics AX», фирма приобрела единую корпоративную информационную систему, предоставляющую базу для реализации стратегии развития базу в форме достоверности, контролируемости и инструментов для менеджерского анализа. Успешная реализация производилась без нарушения эксплуатации и производства в «Бохемии», что руководство компании считает реальным большим достижением. Благодаря введению в информационную систему «Workflow» у выбранных процессов произошло сокращение цикла: подача заказов, купля, продажа и т.д., при сохранении одинакового количества сотрудников.

АО «Бохемие» является молодым и одновременно старым, т. е. проверенным предприятием. Оно старое с точки зрения даты возникновения завода, своей традицией и солидностью, а молодое в связи с динамикой, гибкостью и постоянно улучшающимся отношением к огромному количеству покупателей.

## **2) Предмет деятельности и программа производства**

Имея 420 сотрудников в материнской компании, АО «Бохемие» относится к средним по размеру фирмам, чему соответствует также организационная структура.

## Организационная структура



Предметом деятельности является производство марочных средств для бытовой химии, дезинфекции, фунгицидов, материалов для обработки металла и других химических фирменных товаров. В дальнейшем она занимается зелеными проектами, поддерживаемыми «Бохемией».

Производственная программа компании «Бохемие Групп» основана на четырех направлениях:

- Продукция в категории средств для бытовой химии, предназначенная для потребления:

Доброкачественные и популярные средства для быстрой и эффективной очистки целого домашнего хозяйства. Среди товаров широкого потребления доминирует марка «Саво». Классическое «Саво», содержащее гипохлорит натрия («Саво», «Саво WC Дези», «Саво против плесени»), доминирует в ЧР и СР и является лидером на европейском рынке противогрибковых средств. Во всех остальных продуктовых категориях «Саво» относится к 3 самым популярным маркам на рынке (кухня, ванная, универсальные чистящие средства, отбеливатели).

«Саво», в избранных сегментах чешского рынка, достигает на рынке почти 80%, помимо Словакии оно укрепляется также на следующих заграничных рынках, прежде всего в Венгрии.

«Бохемие Групп» в 2011 году получила посредством аквизиции акционерного общества «Lybar» наряду с маркой «Lybar» также марки «Violit» и «Coyote».

«Coyote» (созданная в 1998 г.) – это марка продуктов автокосметики, рабочих жидкостей и напорных масел. С 1999 года продукты данной марки продавались на чешском и словацком рынках, где они имеют своих покупателей и полностью удовлетворяют их потребности, а в дальнейшем также в Румынии, Болгарии и Польше.

Далее, марка «ULTRA» – традиционная марка Венгрии, занимает прочную позицию на рынке в категориях «Dishwashing» (является лидером подгруппы powder) и в категории паст для очистки рук, где она однозначный лидер. Данная марка обладает сильной позицией на учрежденческом рынке.

- Химические фирменные товары:

- материалы для производства щелочных аккумуляторов – гидрат закиси никеля, никель-кадмиевые аккумуляторные массы, перфорированные ленты и электроды.

- травление стали в восстановительном расплаве (продукт «Fegorig» на базе гидрида натрия).

- хлористый цинк – применяется при производстве сухих гальванических элементов, при цинковании и лужении, в области органической химии, в качестве реактива, способствующего конденсации, при окраске и нанесении печати на ткань, полимеризации пластмасс, для приготовления паяльных растворов .

- Дезинфекция и Фунгициды

- дезинфекционные средства – более чем 80-летняя традиция использования для дезинфекции в учреждениях, сельском хозяйстве и в области здравоохранения. Настоящие продукты обеспечивают гигиеническую чистоту почти в 100% больниц в Чехии.

Продукты производятся на базе гипохлорита натрия, перекиси водорода, альдегидов, алкоголей. И, по всей вероятности, очень известен хлорамин, представляющий комплексное портфолио дезинфекционных средств для здравоохранения, сельского хозяйства и коммунальной гигиены и обладающий крепкой позицией на рынке здравоохранения в ЧР, СР, Польше и России со своей самостоятельной торговой группой. Хлорамин Б славится высокой степенью квалификации, поддерживаемой собственным изучением и исследованием. Главными соперниками являются: «Ecolab», «B. Braun», «Schulke», «Джонсон энд Джонсон» и «Anios». Торговая деятельность и регистрации в 25 странах Европы и Азии.



– фунгициды марки «Бохемит» предохраняют дерево и кладку от опасных плесеней и насекомых. «Бохемит» – один из крупнейших марочных продуктов для промышленной охраны дерева в Европе. «Бохемит» широко известен и очень популярен среди потребителей. Поставки производятся также в Прибалтику, Россию и Белоруссию. Средство обладает сертификациями в 12 странах Центральной и Восточной Европы и прибалтийских республиках.

- Зеленые проекты – новая развивающаяся область, ориентированная прежде всего на:

- переработку – восстановление и повторное использование сырья
- поиск и промышленное применение новых, безопасных для окружающей среды технологий, имеющих связь с химической промышленностью
- создание платформы, для взаимного сотрудничества правительственных учреждений, известнейших ученых и компании «Бохемие Групп».

Типичным примером зеленого проекта является в настоящее время производство перхлората аммония, выделяемого из топлива снятых с эксплуатации ракет. Таким образом, вместо сжигания в мусоросжигательных заводах со взиманием высокого сбора, данное топливо используется в качестве сырья для производства очень чистого химиката, применяемого как в военной области, так и для производства развлекательной пиротехники.

### **3) Интегрированная система АО «Бохемие», организационная культура**

В АО «Бохемия» внедрена интегрированная система менеджмента согласно ISO 9001, 14001, а на отдаленном месте работы по производству перхлората аммония в г. Влаховице она также имеет систему менеджмента согласно ISO 18001.

Руководство компании определяет принципы Политики интегрированной системы (в дальнейшем Политика) таким образом, чтобы она соответствовала намерениям компании в связи с «Идейным направлением, посланием».

Основные принципы политики интегрированной системы вытекают из долгосрочной стратегии компании, которую можно подытожить в семи областях:

- Основные ценности фирмы
- Идейное направление «Бохемии»
- Послание Бохемии
- Отношение фирмы к сотрудникам
- Отношение сотрудников к фирме
- Отношение фирмы к заказчикам
- Отношение фирмы к окружающей среде и безопасности труда

1.

#### **Основные ценности фирмы:**

Важнейшим источником процветания фирмы «Бохемие» являются ее творческие сотрудники, их профессионализм, сотрудничество и корпоративная идентичность. Отношения основаны на приличности и взаимном уважении. Качество продукции – залог приобретения верных заказчиков и мотивированного, довольного

персонала. Мы ставим себе задачей также защищать здоровье сотрудников путем соблюдения принципов безопасности и охраны здоровья в ходе работы.

2.

#### **Идейное направление «Бохемии»:**

«БОХЕМИЕ», автор умных решений

*Все для чистой гигиенической среды, для чистоты поверхностей металлов и для чистой энергии.*

3.

#### **Послание АО «Бохемие»**

Миссия «Бохемии» – удовлетворение потребностей заказчиков, прежде всего в областях гигиены, охраны строительного материала, аккумуляции электрической энергии и в области поверхностной обработки металлов. «Бохемие» предоставляет своим заказчикам комплексные решения их проблем с помощью своих продуктов, услуг, связанного с этим оборудования и пользовательского ноу-хау.

4.

#### **Отношение фирмы к сотрудникам**

*Фирма считает сотрудников главным источником своего процветания.*

Доброкачественная, соответствующая и активная выработка каждого сотрудника является источником процветания фирмы, и поэтому фирма относится к сотрудникам с искренностью, откровенностью, предоставляет им правдивую информацию.

### *Фирма*

Фирма создает подходящие рабочие условия с целью охраны здоровья сотрудников. Фирма охраняет своих сотрудников и оказывает им поддержку, если они действуют в соответствии с кодексом фирмы, основными ценностями фирмы и внутризаводскими нормами. Мы обсуждаем и консультируем с работниками и другими заинтересованными сторонами существенные вопросы по безопасности и охране здоровья.

### *Руководство фирмы*

Руководство фирмы действует и ведет себя по отношению к сотрудникам таким образом, чтобы была обеспечена стабильность и процветание фирмы. Оно прилагает усилия к рациональному использованию знаний и способностей сотрудников. Руководство оказывает помощь в области личного развития, самореализации и повышении квалификации, и образования сотрудников. В случае изменения структуры рабочих мест руководство проверяет возможности использования знаний, умений и опыта собственных сотрудников. В случае, что таким образом возможно достичь высшего общего качества персонала, в первую очередь обеспечивается его переподготовка и назначение на новые рабочие места. Среди своих сотрудников руководство систематически подыскивает способных, самоотверженных, добросовестных, лояльных и честлюбивых сотрудников, готовит их для назначения на ведущие позиции в фирме. Руководители сотрудничают с работниками при руководстве фирмой.

### **Отношение сотрудников к фирме**

*Доброкачественная работа, высокая производительность, хорошие отношения и уважение к фирме создают основу культуры фирмы.*

### *Сотрудники*

Они уважают интересы фирмы, выполняют, почитают и защищают потребности фирмы «Бохемие». При любых обстоятельствах они выполняют доверенную деятельность доброкачественно, с максимальной инициативой, аккуратностью, ответственностью и точностью, соблюдая надлежащие предписания. Сотрудники

всегда действуют как составная часть целого коллектива и всегда ведут себя как представители фирмы. По отношению к фирме они полностью откровенны, искренни и корректны. Во взаимных отношениях друг к другу они стремятся к толерантности и всегда признают остальных сотрудников равноценными партнерами, они коллегиальные и способствуют общей внутрифирменной информированности. Взаимное поведение в рамках фирмы и отношения между сотрудниками всегда и при любых обстоятельствах являются приличными, дружескими и внимательными.

**6.**

### **Отношение фирмы к заказчикам**

*АО «Бохемие» является фирмой, ориентированной на заказчика.*

#### *Заказчик*

Заказчиком является каждый, кто пользуется, или тот, кто в состоянии воспользоваться продуктами и услугами компании «Бохемие». От нас он ожидает постоянно улучшающихся продуктов и услуг.

При общении с заказчиками не может быть поставлена под сомнение или испорчена ни репутация компании, ни репутация и деятельность ее сотрудников.

#### *Фирма*

Фирма все принятые заказы выполняет со всей аккуратностью. Тесные и стабильные отношения фирмы с заказчиком, направленные на постоянное повышение удовлетворения его требований и также способ обращения с ним, приносит фирме преимущества перед конкуренцией. Завоевание и удержание заказчика обеспечивает процветание нашей фирмы. Наша зависимость от заказчиков не является пассивной зависимостью. Речь идет о создании партнерских отношений с заказчиком, на основе которых мы будем способны определять данного заказчика таким образом, чтобы он в свою очередь мог идентифицировать нас как фирму, способную удовлетворять его потребности.

7.

## **Отношение фирмы к окрестностям, окружающей среде и безопасности труда**

### *«Бохемие» ценит свои окрестности*

Охрана окружающей и рабочей среды является постоянной составной частью всех действий фирмы «Бохемие». Не только данным подходом компания обязывается к постоянному улучшению и профилактике загрязнения окружающей среды. Фирма горда регионом, в котором она была основана и в котором продолжает действовать. «Бохемие» признает своих конкурентов и она всегда готова соперничать с ними. Принимая меры по избежанию производственных травм и профессиональных болезней, «Бохемие» постоянно улучшает также общий уровень безопасности и охраны здоровья на рубеже работ. С помощью тщательной профилактики, компания предшествует катастрофам, почти авариям и ситуациям, результаты которых могли бы оказать отрицательные последствия на здоровье сотрудников.

Кроме сертификации предприятия согласно ISO 14001, в компании сотрудники руководствуются принципами программы «ответственное предпринимательство в области химии – Responsible Care». Составной частью программы «Responsible Care» являются следующие пункты: готовность к общению, охрана здоровья, безопасность, комплексная охрана окружающей среды, подготовленность к аварийным ситуациям, экоманеджмент (энвайронментальное управление), воспитание и подготовка, информационная открытость.

### Охрана вод

Для обеспечения соответствующей очистки сточных вод была постепенно построена двухступенчатая нейтрализующая станция очистки сточных вод, а также биологическая ступень окончательного очищения сточных вод. В рамках заботы об охране окружающей среды, в первую очередь внимание уделяется охране вод и качеству выпускаемых вод. В последовательном порядке решению подвергаются отдельные цеха – путем инновации производственных технологий,

применения принципов более чистой продукции, обеспечения невозможности утечек вредных веществ в воду из данных цехов, обеспечения соответствующего хранения сырья и продуктов.

### Охрана атмосферы

Существенной мерой, принятой с целью снижения количества выпускаемого загрязнения, являлась газификация котельной фирмы «Бохемие Богумин», позволившей до одной трети снизить эмиссии загрязняющих веществ в воздух. Положительное влияние на снижение количества эмиссий оказало в дальнейшем закрытие проблематических цехов и обеспечение эффективного откачивания и задержания осадок вредных веществ из цехов, а именно из цехов по производству аккумуляторных масс.

Соблюдение принципов интегрированной системы регулярно пересматривается.

В рамках общего пересмотра обсуждаются следующие факты:

- Осуществление политики интегрированной системы
- Общая оценка итогов внешних и внутренних аудитов
- Наличие основных обнаруженных нарушений, соответствующие меры по их исправлению и их соблюдению
- Информация о формулированных предупредительных мерах и их соблюдении
- Информация о состоянии измерительного и мониторирующего оборудования
- Информация о состоянии документов
- Выполнение плана воспитания и образования
- Коммуникация с внештатными, заинтересованными сторонами, включая жалобы

- Масштаб выполнения целей и целевых величин
- Энвайронментальный профиль организации (приложение)
- Информация о выполнении мер, принятых в результате предшествующих пересмотров
- Анализ претензий по низкому качеству
- Информация об итогах оценки поставщиков
- Заключение к оценке удовлетворенности заказчиков за прошлый год
- Информация о неосуществимом спросе заказчиков
- Информация об изменениях, способных оказать влияние на систему менеджмента качества и энвайронмента
- Анализ итогов измерения производительности процессов на предприятии
- Пересмотр ИС с точки зрения ее постоянной уместности и эффективности ( функция планирования процессов, улучшения, развития организационной культуры) и возможные предложения, касающиеся изменений в организации и других изменений, ведущих к улучшению ИС (планирование и улучшение системы менеджмента качества и энвайронмента и процессов) – напр., в форме предложений о предупредительных мерах на следующий год или предложений целей
- Оценка соответствия с точки зрения СУОС

Неотъемлемой частью интегрированной системы и организационной культуры является также:

**День компании «Бохемие»,**

составной частью которого является также день спорта.

День компании является осенней встречей всех сотрудников фирмы «Бохемие» с руководством фирмы. В ходе встречи представляются итоги за прошлый период,



планы и стратегические намерения на будущее, награждаются **лучшие сотрудники фирмы** и объявляется **лучший сюжет текущего года**.

#### **Фирменный журнал «Монитор»**

является следующим средством коммуникации, который распространяется в электронном виде и комментирует текущие основные события в фирме.

Основанием для постоянного улучшения качества в фирме и значительным компонентом создания положительной культуры фирмы является:

#### **Поддержка инициативы сотрудников**

В мае 2000 года в компании «Бохемие» была введена система регулярных совещаний, касающихся производства и имеющих двухмесячную периодичность.

В этих совещаниях, по своему усмотрению в качестве принимают участие члены Совета директоров. С настоящих совещаний вытекает целый ряд предложений по улучшению, и существует система, в дальнейшем наблюдающая за данными проектами до их реализации.

Совещания, касающиеся производства, представляют также одну из возможностей получения различной информации, в том числе данных об актуальном экономическом положении предприятия. К другим формам обеспечения информированности и обеспечения осознания важности запросов заказчика относятся регулярные совещания правления среднего и высшего уровня (ТОП 40).

#### **4) Позиция «Бохемии» на рынке, награды и успехи**

«Бохемие» регулярно осуществляет исследование удовлетворения заказчиков, с одной стороны, у своих дистрибьюторов при личных визитах, и с другой стороны, у конечных потребителей в виде анкет в рамках дипломных работ студентов Технического университета в г. Острава.

У заказчиков первое место однозначно занимает эффективность и цена. Таким образом, «Бохемие» в сознании клиентов является фирмой, изготавливающей хороший товар за доступную цену. Заказчик ценит функциональность товаров «Бохемии» и стремление фирмы к привлекательности внешнего вида товара. Сотрудники фирмы работают спокойно, но систематично, таким образом, чтобы не надо было возвращаться к оконченному уже делу. На месте работы они соблюдают порядок и систему. Заказчик в ожидании того, что товар производят опытные сотрудники в чистой среде, и фирма не хочет его разочаровать.

И каковы же конкретные результаты последнего исследования удовлетворения заказчиков в сегменте товаров широкого потребления?

Опрошены были мужчины и женщины различных возрастных групп в трех регионах ЧР. Исследование и анализ собранных данных осуществлялся на рубеже 20012/13 гг. Из общего количества 250 опрошенных были надлежащим образом заполнены 242 анкеты. При сравнении частотности покупки товаров «Биолит» была у обеих форм исследования наибольшая потребность в покупке один раз или несколько раз в течение года, что касается марки «Саво», это составляло от одного раза в три месяца до нескольких раз в течение года. Для заказчика самой важной характеристикой товара является эффективность и далее цена, самое большое влияние на заказчика при покупке товара у обеих форм исследования оказывает телевизионная реклама. Очень важно делать акцент на качество, которое для заказчика представляет важнейшее свойство товара и которое он ценит больше всего. Общий анализ удовлетворения показал, что среди трех обсуждаемых товаров, самым известным на рынке товаром является марка «Саво», частично известной является марка «Biolit» и очень мало известной является марка «Сoyote». Что касается процентов, 96,9 % опрошенных определили «Саво» как известную марку, а не значимой маркой оно являлось для четырех респондентов, что представляет 3,1 % от общего количества опрашиваемых. «Biolit» является маркой, известной для 82,8 % опрашиваемых, а «Сoyote» приблизительно для 18 %.

Итоги исследования находятся в соответствии с фактом, что в ЧР рыночная доля очистителей возрастает (на падающем рынке). У инсектицидов (марка «Biolit») рост рыночной доли еще более значительный. На территории Словакии «Бохемие» сохраняет свою рыночную долю на растущем рынке.

О качестве товаров «Бохемии» свидетельствуют и некоторые награды:

«ХИРОКС» получил награду на ярмарке «World of Beauty and Spa»

АО «Бохемие» приняло участие в осенней ярмарке «World of Beauty and Spa 2011», где представляла чешские доброкачественные дезинфекционные средства, предназначенные для косметических салонов и парикмахерских, фитнес-центров и велнес центров и массажных салонов. В рамках данной ярмарки состоялся также конкурс «BEAUTY EXPO PROKOS PRODUCT AWARDS», где наш товар «ХИРОКС» получил премию как высококачественный продукт с отличным применением в области ухода за телом.

«Biolit» и «Diffusil»

Журнал «Ридерз Дайджест» ежегодно проводит среди своих читателей исследование, которое выявляет самые достоверные для читателей продукты. Исследование происходит в 15 европейских странах, причем респонденты выбирают марки, которые считают надежными в области легковых автомобилей, банк, турагенств, телеканалов итд. В локальном масштабе, читатели выбирают продукты в категориях типа велосипед, или лекарство от простуды.

В 2012 году была введена новая категория «Репеллент» – средство от насекомых, в которой наша марка «Biolit» заняла второе место и марка «Diffusil» четвертое место.

## **5) Последние новости и перспективы дальнейшего развития**

Кроме успешной январской ресертификации интегрированной системы фирмой «BV Certification», направленной на область качества и окружающей среды, фирма в марте успешно окончила сертификационный аудит согласно норме ISO 13485, которая в некоторых аспектах уточняет требования системы по качеству для области производства лекарственных средств. Речь идет прежде всего о реализации законодательных требований, порядке в производстве, послепродажном наблюдении за удовлетворением наших заказчиков, и об анализе рисков, правильное проведение которого ставит себе целью элиминировать возможные опасности, связанные с производством, распределением, или использованием наших продуктов, предназначенных к дезинфекции в области здравоохранения. О хорошем уровне производства нашей дезинфекции свидетельствует не только тот факт, что в ходе обоих аудитов не было выявлено никаких несоответствий, но также удовлетворение представителей «esteer® Pharma», которые недавно осмотрели как производственные помещения, так и лаборатории нового исследовательского центра. Речь идет не только о сертификатах, которые нам, безусловно, необходимы при продаже и регистрации наших товаров, и о представлении «Бохемии» как надежной фирмы, способной предложить, по сравнению с конкуренцией, что-то в придачу...

Одновременно сертифицировано было также новое, возникающее дочернее предприятие «Bochemie Energetics», которое будет для потребностей производства перхлората аммония обеспечивать, прежде всего, область купли и продажи.

Продажа сегмента товара широкого потребления фирме «ЮНИЛЕВЕР», реализованная 1 июля, в ближайшее время не будет в повседневной жизни фирмы резко отражена. Между тем как «Бохемия» будет в дальнейшем изготавливать товары широкого потребления, «ЮНИЛЕВЕР» будет обеспечивать продажу еще с гораздо большим успехом, так как существует предпосылка значительно лучшей переговорной позиции последней компании, именно когда речь идет о крупных сетях магазинов (Makro, Кауфланд, Тесцо, Lidl),.

А перед «Бохемией» таким образом, стоит задача и при новых условиях удержать тренд постоянного роста, выйдя на рынок дезинфекции, фунгицидов и химических фирменных товаров с новыми продуктами, обладающими высокой прибавочной стоимостью. Компания имеет для этого все предпосылки, в том числе качественный персонал и новый исследовательский центр, достроенный в 2012 году с поддержкой фондов Европейского Союза.

## 6.1. KOMENTÁŘ K PŘEKLADU PREZENTACE

### 6.1.1. PŘEKLAD ABSTRAKTNÍCH SLOV

V prezentaci podniku „Bochemie a.s.“ jsme narazili na poměrně velký počet abstraktních slov. Jako příklad můžeme uvést například slovní spojení *mít na něčem zásluhu*, ve slovnících můžeme najít překlad slova *zásluha* ekvivalentem *заслуга*, ale tento překlad abstraktnímu slovu příliš neodpovídá. Hledali jsme v internetových zdrojích, abychom zjistili, zda se slovní spojení *иметь заслуги в чем* skutečně v kontextech vyskytuje. Na podobné slovní spojení jsme nenarazili a po neúspěchu hledání v kontextech a konzultaci s vedoucím práce i rodilým mluvčím jsme dospěli k závěru, že bude vhodnější opisný překlad *что-то произошло благодаря кому-либо*.

Dalším příkladem je i slovo *obchod*. Nejběžnějším překladem je *торговля*, a ten jsme také ve většině případů použili. Avšak v kontextu: *Po několikaměsíčním jednání souhlasili akcionáři a vedení společnosti s převodem značek Savo, Biolit, Diffusil a některých dalších značek do majetku společnosti UNILEVER. Součástí obchodu je rovněž uzavření výrobní smlouvy mezi Bochemií a společností Unilever...*, jsme zvolili slovo *сделка*, které nám připadá v tomto kontextu vhodnější, jelikož předchozí věta napovídá, že se jednalo o uzavření dohody, jedné transakce.

### 6.1.2. PRÁCE SE ZKRATKAMI

V prezentaci firmy se objevilo několik zkratk, ať už internacionálních, nebo méně rozšířených. Při překladu do ruštiny bylo potřeba se rozhodnout, jak zkratky přeložit. Mohli jsme překládat transkripcí, transplantací, nebo, po radě rodilé mluvčí, zkratku vypsát a přeložit a v závorce ponechat původní zkratku v latince, aby se mohl v organizační struktuře orientovat každý. Například zkratky *IT*, *QM*, *ISO* jsme se rozhodli ponechat v latince, jedná se totiž o mezinárodní zkratky, které není nutno převádět do azbuky.

Větší problém představovaly zkratky jako *SCH* (*manažer pro SCH*), zde jsme museli řešit překlad zjištěním významu zkratky, který je *supply chain*, neboli *dodavatelský řetězec*. Až poté jsme dohledali ekvivalent ke slovu *dodavatelský řetězec* a z kontextu jsme si vybrali variantu z portálu [http://ecologia.by/number/2012/1/Model\\_sistemy\\_upravleniya\\_okruzhayuschej\\_sredoj/http://hh.ru/vacancy/9006189](http://ecologia.by/number/2012/1/Model_sistemy_upravleniya_okruzhayuschej_sredoj/http://hh.ru/vacancy/9006189) – *менеджер по управлению цепочками поставок*. Tuto variantu jsme již nezkracovali, jelikož neznáme přesnou organizační strukturu ruské společnosti, a tím pádem si nemůžeme být jistí správnou zkratkou. V závorce jsme však ponechali původní zkratku *SCH*.

Další problematickou položkou byla zkratka *OV* (*obchodní vedení*), překladů jsme našli více, přikláněli jsme se k překladu *коммерческое руководство*, pro jistotu správného užití v ruské organizační struktuře jsme se rozhodli poradit i s konzultantem. Správná varianta překladu je podle jeho zkušeností *совет директоров*, ke které jsme se také přiklonili.

Jako poslední bych uvedla zkratku *EMS* (*Environmental Management System*), v internetovém slovníku google translator jsme našli přesný ekvivalent, kterým je *Система управления окружающей средой*, k této zkratce byla pak na internetu na portálu [http://ecologia.by/number/2012/1/Model\\_sistemy\\_upravleniya\\_okruzhayuschej\\_sredoj/http://hh.ru/vacancy/9006189](http://ecologia.by/number/2012/1/Model_sistemy_upravleniya_okruzhayuschej_sredoj/http://hh.ru/vacancy/9006189) nalazena odpovídající zkratka *CYOC*, kterou jsme zvolili pro překlad v naší prezentaci.

### 6.1.3. PŘEKLAD METAFORICKÝCH SLOVNÍCH SPOJENÍ

V textu jsme narazili i na metafory. Tyto metaforická pojmenování nebylo možné přeložit jejich ekvivalentem v ruském jazyce. Museli jsem správně pochopit smysl výrazu a najít pro něj nevhodnější překlad.

Nyní uvedeme příklad dvou metaforických pojmenování z prezentace chemického podniku.

Za první metaforu považujeme slovo *pilíř* v této větě: *Výrobní program Bochemie Group je postaven na čtyřech základních pilířích:...* Jasným ekvivalentem je v ruštině výraz *столб*, avšak jelikož se jedná o metaforu, rozhodla jsem se zaměnit tento výraz za slovo *пункт*, jež vystihuje podstatu a logiku věci a nemůže být při překladu nijak zavádějící. Po konzultaci s rodilým mluvčím jsme došli k závěru, že ani slovo *пункт* není úplně přesné, nakonec jsme se přiklonili k návrhu rodilé mluvčí a použili výraz *направление*.

Druhým příkladem metafory je slovní spojení: *ekologicky přívětivý výrobek*. Přídavné jméno *пřívětivý* je původně míněno spíše jako povahová vlastnost, a měl by být tudíž spojován s lidskou bytostí. Takže podstatné jméno *výrobek* by v pravém slova smyslu být *пřívětivý* nemohl, jedná se tedy také o přenesený smysl slova. Význam jsme samozřejmě pochopili, ale museli jsme najít vhodný překlad. S pomocí internetového vyhledávače, kde jsme zadali kombinace výrazů *экология + товар/продукт*, jsme našli nejčastější kombinace – *экологически чистый товар* – <http://www.sver4ok.ru/>, *экологический продукт* – [http://www.agroar.ru/content\\_ru/ekologichesky\\_produkt](http://www.agroar.ru/content_ru/ekologichesky_produkt), и *экологически безопасный продукт* – [http://professional.ru/Soobschestva/idei\\_sobstvennogo\\_biznesa/ekologicheski\\_bezopasnye\\_produkty\\_pitaniya\\_nashe\\_32991612/](http://professional.ru/Soobschestva/idei_sobstvennogo_biznesa/ekologicheski_bezopasnye_produkty_pitaniya_nashe_32991612/).

Rozhodli jsme se pro poslední variantu a použili překlad *экологически безопасный продукт*.

#### **6.1.4. PROBLEMATIKA PŘEKLADU VLASTNÍCH JMEN, NÁZVŮ FIREM, ZNAČEK A VÝROBKŮ**

Jelikož se jedná o překlad prezentace podniku, nemohli jsme se vyhnout četnému množství vlastních jmen, názvů a značek. Poněvadž k problematice překladu vlastních jmen neexistuje příliš materiálů a odborné literatury, museli jsme řešit překlad téměř samostatně, pouze s oporou rodilé mluvčí a s pomocí internetových zdrojů.

V překladu jsme narazili na překlad několika kategorií vlastních jmen. Jednalo se jak o názvy firem a časopisů, tak i o názvy značek a výrobků.



### Názvy firem a časopisů

Při překladu názvů firem jsme se po radě rodilého mluvčího drželi především toho, co je zvykem- tzv. "úzu". Takže jsme problematiku překladu firem a společností řešili pomocí vyhledávání na ruských portálech. Pokud jsme název přepsaný transkripcí či transliterací nenašli, ponechali jsme jej **v latince**. Takto jsme do textu transplantovali například názvy firem, srov. př.:

*Benson Oak Capital*

*ARX Equity Partners*

*Makro*

Naopak **transkripcí** jsme přeložili názvy, které jsme v této podobě našli na internetu, srov. př.:

*Reeder's Digest – Ридерз Даїджест – <http://www.rd.ru/>*

*Johnson & Johnson – Джонсон энд Джонсон – <http://russian.people.com.cn/31518/8350698.html>*

*Kaufland – Кауфланд – <http://obo-vsem-ponemnogu-ot-olechki.com/bolgariya/zhizn-v-bolgarii/kaufland-tsenyi-na-produktyi-v-varne-2014>*

Název samotné firmy Bochemie a.s. jsme přeložili jako «*АО Бохемие*», v případech, kde je uvedena pod názvem Bochemie Group jsme překládali jako «*Бохемие Групп*», jak je uvedeno na webových stránkách Bochemie a.s. <http://www.bochemie.cz/o-gruppe/o-gruppe.aspx>

### Názvy značek a výrobků

U překladu značek jsme vycházeli podobně jako u firem z toho, v jaké podobě je značka dostupná v internetových zdrojích. Některé značky, jsme našli pouze v podobě psané

**latinkou**, a tak jsme je i zanechali. Tyto značky se podle informací Bochemie a.s. do Ruska neprodávají, tudíž jejich ruská podoba neexistuje. Srov. př.:

*Lybar*

*Coyote*

*Ultra*

U konkrétních výrobků jsme se drželi registrací. Ve firmě Bochemie a.s. jsme si zjistili, jak jsou jednotlivé značky zaregistrované přímo ve společnosti a podle toho jsme dodržovali jejich podobu. Mezi zaregistrované výrobky, které mají zavedenou podobu v **azbuce** patří například:

*Savo – Саво*

*Aspirin – Аспирин*

*Bochemit – Бохемит*

*Savo WC Dezi – Саво WC Дези*

*Savo proti plísním – Саво против плесени*

Avšak ne všechny výrobky jsou prodávány na ruský trh, a tudíž nemají registraci názvu v azbuce a museli jsme je do textu opět **transplantovat**. Mezi takové výrobky patří například:

*Feropur*

*Diffusil*

*Biolit*

*Sacharin*

Celkově je tato problematika překladu vlastních jmen velice složitá, jak jsme již zmínili, neexistuje velké množství odborné literatury, a vše tak vychází více méně ze zvyku a frekvence. Mnohdy může být překlad i sporný, jelikož není výjimkou, že najdeme více variant – jak přepis transkripce, nebo transliterace, tak transplantaci. V naší práci jsme narazili na tento případ třeba u firmy *Johnson & Johnson*, objevili jsme na ruských

portálech jak podobu v latince, tak i podobu v azbuce, kdy byl název přepsán pomocí transkripce – *Джонсон енд Джонсон*.

## 6.2. PŘEKLADATELSKÉ TRANSFORMACE

Při překladu prezentace firmy „Bochemie a.s.“ jsme narazili na velké množství předkladatelských transformací. Vzhledem k odlišnostem terminologického systému mezi ruštinou a češtinou se v překladu objevilo nejvíce transformací gramatických. Když ale vezmeme v úvahu množství vlastních jmen, názvů firem, značek nebo výrobků narazili jsme i na poměrně hodně transformací lexikálních, zejména často jsme se tedy setkali s transkripcí, transliterací nebo transplantací. Lexikálně-gramatické transformace pak byly zastoupeny nejméně.

### 6.2.1. LEXIKÁLNÍ TRANSFORMACE

Jak jsme již zmínili, lexikální transformace jsou druhými nejpoužívanějšími v našem překladu. Transkripce a transliteraci jsme použili především u názvů firem, společností, organizací či výrobků v případě, že byla taková podoba k dohledání. Transplantaci jsme pak použili v ostatních případech, kdy jsme daný název přepsaný do azbuky buď transkripce, nebo transliterací nikde nenašli, pak jsme jej tedy ponechali v latince a vnesli do textu v jeho původní podobě.

**Transkripce**, srov. př.:

*Reeder's Digest – Ридерз Дайджест*

*Unilever – Юнилевер*

*Savo – Саво*

*Johnson and Johnson – Джонсон енд Джонсон*

*Know-how – ноу-хау*

**Transliterace**, srov. př.:

*Bochemie – Бохемие*

*Lachema Brno – Лахема Брно*

**Transplantace**, srov. př.:

*...Díky nasazení **Microsoft Dynamics AX** získala společnost...*

*...Благодаря введению «**Microsoft Dynamics AX**» фирма приобрела...*

*...Ultra je pak tradiční maďarská značka, která má silné postavení na trhu v kategoriích **Dishwashing**...*

*...Далее, марка «**ULTRA**» – традиционная марка Венгрии, занимающая крепкую позицию на рынке в категориях «**Dishwashing**»...*

## 6.2.2. GRAMATICKÉ TRANSFORMACE

Gramatické transformace byly v největším zastoupení vůbec. Hlavně se jednalo o multiverbizaci, univerbizaci, kondenzaci, záměnu slovních druhů, změnu větných členů a slovosledné transformace.

### **Multiverbizace**

Jak jsme již v této práci konstatovali, ruský jazyk upřednostňuje analytičnost, tudíž se v překladu objevovalo poměrně velké množství verbonominálních spojení, která se do češtiny překládají jednoslovně. Srov. př.:

*vydělávat – делать бизнес*

*investovat – вложить деньги*

*reklamovat – предъявить претензию*

**Univerbizace**, srov. př.:

*мусоросжигательный завод – spalovna*

## Kondenzace

Kondenzace je typickým prvkem pro ruský jazyk, tudíž jsme se s ním v překladu také setkávali. Kondenzace napomáhá hutnosti výkladu, v ruštině se kondenzuje především pomocí přechodníků a přídavných jmen slovesných, také ale pomocí infinitivních konstrukcí. V češtině se ale naopak tomuto jevu snažíme vyhnout a překládáme pomocí hlavní nebo vedlejší věty nebo předložkové konstrukce. Srov. př.:

...*Bochemie, **aniž by změnila** svou strategickou geografickou polohu...*

...*Не меняя своего стратегического географического положения, Бохемие...*

...*nasazení nového informačního systému Axapta, **které se realizovalo** v průběhu...*

...*введение новой информационной системы «Ахарта», **реализованное** в течение...*

(v prvním případě jde o přechodníkovou polovětnou konstrukci, v druhém o polovětnou konstrukci s přídavným jménem slovesným)

**Záměna slovních druhů**, srov. př.:

...*nový majitel se zavázal značku SAVO i další značky dále **rozvíjet a podporovat**...*

...*новый владелец принял на себя обязательства по **развитию**, торговой и маркетинговой **поддержке** марки «Саво» и других марок...*

(zde se jedná o záměnu sloves za podstatná jména)

**Změna větných členů**, srov. př.:

*výrobní program* (shodný přívlástek) – *программа производства* (neshodný přívlástek, konstrukce s 2.pádem)

*personální manažer* (shodný přívlástek) – *менеджер по кадрам* (konstrukce neshodného přívlástku s předložkou)

*firemní den* (shodný přívlástek) – *день компании* (neshodný přívlástek, konstrukce s 2.pádem)

**Změna slovosledu (obmykání), srov. př.:**

*...Jedinečnou technologií ve světě je výroba chloristanu amonného...*

*...Уникальной в мире технологией является производство перхлората аммония...*

### **6.2.3. LEXIKÁLNĚ-GRAMATICKÉ TRANSFORMACE**

Lexikálně-gramatické transformace byly v našem překladu zastoupeny nejméně. Avšak narazili jsme například na transformaci rozšíření informačního základu nebo na explikaci.

**Rozšíření informačního základu, srov. př.:**

*...umělé sladidlo SACHARIN, které se v **Bohumíně** úspěšně vyrábělo...*

*...искусственное вещество, придающее сладкий вкус – САХАРИН, которое в **городе Богумин** успешно производилось...*

**Explikace, srov. př.:**

*umělé sladidlo – искусственное вещество, придающее сладкий вкус*

## 7. RUSKO-ČESKÉ GLOSÁŘE K PŘEKLADU PREZENTACE FIRMY „BOCHEMIE A.S.“

### 7.1. RUSKO-ČESKÝ HOSPODÁŘSKÝ GLOSÁŘ

<b>аквизиция</b> , -и, жс. аквизиция компании	<b>akvizice</b> akvizice společnosti
<b>акционер</b> , -а, м.	<b>akcionář</b>
<b>анализ</b> , -а, м. анализ данных менеджерский анализ	<b>analýza</b> analýza dat manažerská analýza
<b>ассортимент</b> , -а, м.	<b>sortiment</b>
<b>аудит</b> , -а, м. внешний аудит внутренний аудит сертификационный аудит	<b>audit</b> externí audit interní audit certifikační audit
<b>безопасность труда</b> контролировать безопасность труда обеспечить безопасность труда	<b>bezpečnost práce</b> kontrolovat bezpečnost práce zajistit bezpečnost práce
<b>бизнес</b> , -а, м. делать бизнес на чем бизнес-концепция предмет бизнеса	<b>podnikání, byznys</b> vydělávat na čem podnikatelský záměr předmět podnikání
<b>взаимосвязь</b> , -и, жс.	<b>vzájemný poměr, sounáležitost</b>
<b>деятельность</b> , -и, жс. всемирная деятельность	<b>působnost, činnost</b> celosvětová působnost
<b>деньги</b> , -денег, мн. ч.	<b>peníze, finance</b>

вложить деньги	investovat
<b>директор</b> , -а, м.	<b>ředitel</b>
генеральный директор, гендиректор	generální ředitel
директор по исследованиям	ředitel výzkumu a vývoje
развитию	
финансовый директор	finanční ředitel
управляющий директор	generální, výkonný ředitel
<b>дивизия</b> , -и, ж.	<b>divize</b>
<b>дистрибьютор</b> , -а, м.	<b>distributor</b>
<b>договор</b> , -а, м.	<b>smlouva, kontrakt, dohoda</b>
включить в договор	zahrnout do smlouvy
договор купли-продажи	kupní smlouva
заключит договор	uzavřít smlouvu
расторгнуть договор	zrušit, vypovědět smlouvu
скрепить договор подписью	stvrdit smlouvu podpisem
составить договор	sepsat smlouvu
<b>доля</b> , -и, ж.	<b>podíl</b>
рыночная доля	tržní podíl
<b>заказ</b> , -а, м.	<b>zakázka, objednávka</b>
аннулировать заказ	zrušit objednávku
выполнить заказ	vyřídit zakázku
твердый заказ	závazná objednávka
<b>заказчик</b> , -а, м.	<b>zákazník, klient</b>
предприятие-заказчик	odběratelský podnik
<b>занятость</b> , -и, ж.	<b>zaměstnanost</b>
неполная/полная занятость	částečný/plný úvazek
<b>изготовитель</b> , -я, м.	<b>výrobce</b>
<b>информированность</b> , -и, ж.	<b>informovanost</b>



обеспечить информированность	zabezpečiť informovanost
<b>исследование</b> , -я, ср.	<b>výzkum</b>
проводить исследование	provádět výzkum
<b>исследовательский центр</b>	<b>výzkumné centrum</b>
<b>капиталовложение</b> , -я, ср.	<b>investice, vklad kapitálu</b>
<b>качество</b> , -а, ср.	<b>kvalita, jakost</b>
делать акцент на качество	klást důraz na kvalitu
повышать качество	zvyšovat kvalitu
ручаться за качество товара	ručit za kvalitu zboží
<b>квалификация</b> , -и, жс.	<b>kvalifikace</b>
<b>компания</b> , -и, жс.	<b>společnost, firma</b>
день компании	firemní den
идейное направление и послание к.	vize a poslání firmy
имущество компании	majetek společnosti
инвестиционная компания	investiční společnost
материнская компания	mateřská společnost
руководство компании	vedení společnosti
<b>концерн</b> , -а, м.	<b>koncern</b>
<b>корпорация</b> , -и, жс.	<b>korporace, spolek, společnost</b>
транснациональная корпорация	nadnárodní společnost
<b>кризис</b> , -а, м.	<b>krize, nesnadná situace</b>
экономический кризис	ekonomická krize
<b>логистика</b> , -и, жс.	<b>logistika</b>
<b>марка</b> , -и, жс.	<b>značka, druh, známka</b>
<b>масштаб</b> , - а, м.	<b>měřítko, měřič</b>
глобальный масштаб	globální měřítko
<b>менеджер</b> , -а, м.	<b>manažer</b>

менеджер по кадрам	personální manažer
менеджер по качеству	manažer jakosti
менеджер по производству	výrobní manažer
<b>место работы</b>	<b>pracoviště</b>
<b>намерение, -я, ср.</b>	<b>záměr, úmysl, plán</b>
стратегическое намерение	strategický záměr
<b>норма, -ы, ж.</b>	<b>norma</b>
внутризаводская норма	vnitropodniková norma
<b>обособление, -я, ср.</b>	<b>osamostatnění, vydělení, vymezení</b>
<b>обслуживание, -я, ср.</b>	<b>obsluhování, služba, servis</b>
послепродажное обслуживание	poprodejní servis
<b>общество, -а, ср.</b>	<b>společnost, firma, sdružení</b>
акционерное общество, АО	akciová společnost, AS
акционерное общество закрытого типа, АОЗТ	zavřená akciová společnost
акционерное общество открытого типа, АООТ	veřejná akciová společnost
<b>организация, -и, ж.</b>	<b>organizace, podnik, uspořádání</b>
организационная культура	podniková kultura
<b>отдел, -а, м.</b>	<b>oddělení, oddělení, úsek, odbor</b>
отдел исследований и развития	oddělení výzkumu a vývoje
отдел по охране окружающей среды	oddělení životního prostředí
отдел управления и контроля	oddělení řízení a kontroly
<b>откачивать, - аю, ает</b>	<b>odčerpávat, odsávat, ožивovat</b>
<b>отношение, -я, ср.</b>	<b>vztah, postoj</b>
партнерские отношения	partnerské vztahy
отношения с заказчиком	vztahy se zákazníkem
построить отношения	vybudovat vztahy
<b>переподготовка, -и, ж.</b>	<b>rekvalifikace, přeškolení</b>

переподготовка безработных	rekvalifikační kurzy pro nezaměstnané
<b>позиция</b> , -и, ж.	<b>postavení, pozice, stanovisko, postoj</b>
укрепить позицию	upevnit postavení
<b>покупатель</b> , -я, м.	<b>kupující, zákazník, odběratel</b>
<b>положение</b> , -я, ср.	<b>situace, pozice, stav</b>
экономическое положение	ekonomická situace
<b>поставка</b> , -и, ж.	<b>dodávka, kontingent</b>
цепочка поставок	dodavatelský řetězec
<b>поставщик</b> , -а, м.	<b>dodavatel</b>
компания-поставщик	dodavatelská společnost
<b>постановление</b> , -я, ср.	<b>předpis, usnesení, ustanovení, nařízení</b>
государственное постановление	vládní nařízení
<b>правление</b> , -я, ср.	<b>vedení, vláda</b>
<b>предприятие</b> , -я, ср.	<b>podnik, firma, závod</b>
государственное предприятие	státní podnik
дочернее предприятие	dceřiný podnik
предприятие-изготовитель	výrobní podnik
предприятие-поставщик	dodavatelský podnik
предприятие-заказчик	odběratelský podnik
<b>премия</b> , -и, ж.	<b>ocenění, odměna, cena</b>
<b>претензия</b> , -и, ж.	<b>reklamace</b>
предъявить претензию	reklamovat
претензия по качеству товара	reklamace kvality zboží
<b>приватизация</b> , -и, ж.	<b>privatizace</b>
<b>производительность</b> , -и, ж.	<b>výkonnost, produktivita, efektivita</b>
<b>профилактика</b> , -и, ж.	<b>prevence, předcházení</b>
<b>процветать</b> , - аю, ает	<b>prosperovat, vzkvétat</b>

<b>работник</b> , -а, м.	<b>zaměstnanec, pracovník</b>
внештатный работник	externí pracovník
руководящий работник	vedoucí pracovník
<b>развитие</b> , -я, ср.	<b>rozvoj, růst, vyspělost</b>
личное развитие	osobní rozvoj
устойчивое развитие	ekol. udržitelný rozvoj
<b>распределитель</b> , -я, м.	<b>distributor, rozvaděč, rozdělovna</b>
<b>реализация</b> , -и, ж.	<b>realizace, prodej, implementace</b>
<b>репутация</b> , -и, ж.	<b>pověst</b>
испортить репутацию	poškodit pověst
сохранить репутацию	zachovat pověst
<b>респондент</b> , -а, м.	<b>respondent, dotazovaná osoba</b>
опрошенный респондент	oslovený respondent
<b>рынок</b> , -а, м.	<b>trh, tržiště, obchod</b>
позиция на рынке	pozice na trhu
учрежденческий рынок	institucionální trh
выйти на рынок	proniknout, vstoupit na trh
<b>самореализация</b> , -и, ж.	<b>seberealizace, sebeuplatnění</b>
<b>сервис</b> , -а, м.	<b>služba, údržba, obsluha, servis</b>
сервис для покупателей	zákaznický servis
<b>сеть</b> , -и, ж.	<b>sít', systém, řetězec</b>
крупные сети магазинов	velké obchodní řetězce
сеть магазинов	obchodní řetězec
<b>система</b> , -ы, ж.	<b>system</b>
введение информационной системы	zavedení informačního systému
интегрированная система	integrovaný systém
информационная система	informační systém

<b>склад</b> , -а, м.		<b>sklad, zásoba</b>
склад-филиал		externí sklad
торгов <u>ый</u> склад		sklad nákupu a prodeje
<b>снабжение</b> , -я, ср.		<b>zásobování, dodávání</b>
<b>совещание</b> , -я, ср.		<b>porada, jednání</b>
совещание правления		grémium
созвать совещание		svolat poradu
<b>соперник</b> , -а, м.		<b>konkurent, soupeř, protivník</b>
<b>сотрудник</b> , -а, м.		<b>spolupracovník, zaměstnanec</b>
<b>сотрудничество</b> , -а, ср.		<b>spolupráce</b>
<b>товар</b> , -я, м.		<b>zboží, komodita, výrobek, produkt</b>
марочный товар	широкого	spotřební zboží
потребления		
товар широкого потребления		spotřební zboží
специализированный товар		specialita, speciální výrobek
<b>цена</b> , -ы, ж. на что		<b>cena</b> <i>čeho</i>
доступная цена		dostupná cena
<b>эксплуатация</b> , -и, ж.		<b>provoz, využití, těžba</b>
пробная эксплуатация		zkušební provoz
пуск в эксплуатацию		uvedení do provozu

## 7.2. RUSKO-ČESKÝ CHEMICKÝ GLOSÁŘ

<b>аккумулятор</b> , -а, м. щелочной аккумулятор	<b>akumulátor</b> alkalický akumulátor
<b>альдегид</b> , -а, м. <b>вредитель</b> , -я, м. биотический вредитель	<b>aldehyd</b> <b>škůdce</b> biotický škůdce
<b>вещество</b> , -а, ср. искусственное вещество, придающее сладкий вкус/ синтетический подсладитель	<b>látka, hmota</b> umělé sladidlo
<b>газ</b> , -а, м. городской газ	<b>plyn</b> svítiplyn
<b>гигиена</b> , -ы, ж. коммунальная гигиена	<b>hygiena</b> komunální hygiena
<b>гидрид натрия</b>	<b>hydrid sodný</b>
<b>гидрат закиси никеля (ГЗН)</b>	<b>hydroxid nikelnatý</b>
<b>гипохлорит натрия</b>	<b>chlornan sodný</b>
<b>дезинфекция</b> , -и, ж. <b>жидкость</b> , -и, ж. рабочая жидкость	<b>dezinfekce</b> <b>kapalina, tekutina</b> provozní kapalina
<b>инсектицид</b> , -а, м.	<b>insekticid</b>
<b>источник</b> , -а, м. источник тока	<b>zdroj, pramen</b> zdroj proudu
<b>кремний</b> , -я, м. полупроводниковый кремний	<b>křemík</b> polovodičový křemík
<b>лужение</b> , -я, ср.	<b>posínování</b>

<b>масло</b> , -а, <i>ср.</i> напорное <u>масло</u>	<b>olej</b> tlakový olej
<b>масса</b> , -ы, <i>жс.</i> никель-кадмиевые аккумуляторные <u>массы</u>	<b>hmota, látka, hmotnost</b> niklkadmiové akumulátorové hmoty
<b>мусоросжигательный завод</b>	<b>spalovna</b>
<b>насекомое</b> , -ого, <i>ср.</i> дереворазрушающее <u>насекомое</u>	<b>hmyz</b> dřevokazný hmyz
<b>неорганический реактив</b>	<b>anorganická chemikálie</b>
<b>окалина</b> , -ы, <i>жс.</i>	<b>okuje</b>
<b>окалиноломатель</b> , -я, <i>м.</i>	<b>odokujovač</b>
<b>отбеливатель</b> , -я, <i>м.</i>	<b>bělidlo</b>
<b>очистка</b> , -и, <i>жс.</i>	<b>čištění</b>
<b>перекись водорода</b>	<b>peroxid vodíku</b>
<b>переработка</b> , -и, <i>жс.</i> переработка <u>отходов</u>	<b>úprava, přepracování</b> recyklace
<b>перхлорат аммония</b>	<b>chloristan amonný</b>
<b>пиротехника</b> , -и, <i>жс.</i>	<b>pyrotechnika</b>
<b>плавление</b> , -я, <i>ср.</i> восстановительный <u>расплав</u>	<b>tavení</b> redukční tavenina
<b>плесень</b> , -и, <i>жс.</i>	<b>plíseň</b>
<b>плесневый гриб</b>	<b>houba</b>
<b>полимеризация</b> , -и, <i>жс.</i> полимеризация <u>пластмасс</u>	<b>polymerace</b> polymerace plastických hmot
<b>раствор</b> , -а, <i>м.</i> паяльный <u>раствор</u>	<b>roztok</b> letovací roztok

<b>реактивы</b> , -ов, м.	<b>čínidla</b>
реактивы, способствующие конденсации	kondenzační čínidla
<b>репеллент</b> , -а, м.	<b>repelent</b>
<b>сахарин</b> , -а, м.	<b>sacharin</b>
<b>сорная трава</b>	<b>plevel</b>
<b>средство</b> , -а, ср.	<b>prostředek, přípravek,</b>
бытовая химия	prostředky pro domácnost
дезинфекционные моющие средства	dezinfekční mycí prostředky
лекарственные средства	léčivé prostředky
моющие средства	mycí prostředky
противогрибковое средство	protiplísňový přípravek
средство для защиты биотических вредителей	otrřipravek proti biotickým škůdcům
средство для устранения окалин	odokujovač
фунгицидные моющие средства	fungicidní mycí prostředky
чистящие средства	čisticí prostředky
<b>сталь</b> , -и, ж.	<b>ocel</b>
нержавеющая сталь	nerezová ocel
травление стали	moření oceli
<b>стоимость</b> , -и, ж.	<b>hodnota</b>
прибавочная стоимость	přidaná hodnota
продукт с прибавочной стоимостью	výrobek s přidanou hodnotou
<b>сырье</b> , -я, ср.	<b>surovina</b>
<b>ткань</b> , -и, ж.	<b>tkanina</b>
нанесение печати на ткань	potiskování tkaniny
<b>топливо</b> , -а, ср.	<b>palivo</b>
ракетное топливо	raketové palivo



<b>уничтожение</b> , -я, <i>ср.</i>	<b>hubení, ničení, likvidování</b>
<b>утилизация</b> , -и, <i>я.</i>	<b>recyklace, upotřebení</b>
<b>фунгицид</b> , -а, <i>м.</i>	<b>fungicid</b>
<b>химикат</b> , -а, <i>м.</i>	<b>chemikálie</b>
<b>химия</b> , -и, <i>ж.</i>	<b>chemie</b>
малогабаритная химия	malotonážní chemie
органическая химия	organická chemie
<b>хлорамин</b> , -а, <i>м.</i>	<b>chloramin</b>
<b>хлористый цинк</b>	<b>chlorid zinečnatý</b>
<b>цинкование</b> , -я, <i>ср.</i>	<b>pozinkování</b>
<b>электрод</b> , -а, <i>м.</i>	<b>elektroda</b>
перфорированная лента	perforovaný pásek
<b>элемент</b> , -а, <i>м.</i>	<b>článek, prvek, složka</b>
гальванический элемент	galvanický článek

### 7.3. RUSKO-ČESKÝ EKOLOGICKÝ GLOSÁŘ

<b>вещество</b> , -а, <i>ср.</i>	<b>látka, hmota</b>
вредные вещества	závadné látky
утечка вредных веществ	únik závadných látek
<b>загрязнение</b> , -я, <i>ср.</i>	<b>znečištění</b>
загрязнение воздуха	znečištění ovzduší
<b>котельная</b> , -ой, <i>ж.</i>	<b>kotelna</b>
газификация котельной	plynofikace kotelny
<b>менеджмент</b> , -а, <i>м.</i>	<b>management</b>

экологический менеджмент	ekologický management
<b>мера</b> , -ы, жс.	<b>opatření</b>
предупредительные меры	preventivní opatření
<b>оборудование</b> , -я, ср.	<b>zařízení, vybavení</b>
оборудование для мониторинга	monitorovací zařízení
оборудование для измерения	měřicí zařízení
<b>план</b> , -а, м.	<b>plán</b>
аварийный план	havarijní plán
<b>ресурс</b> , -а, м.	<b>zdroje, zásoby, prameny</b>
сырьевые ресурсы	surovinové zdroje
<b>среда</b> , -ы, жс.	<b>prostředí, okolí</b>
окружающая среда	životní prostředí
загрязнять окружающую среду	znečišťovat životní prostředí
охрана окружающей среды	ochrana životního prostředí
<b>сточные воды</b>	<b>odpadní vody</b>
станция очистки сточных вод	čistírna odpadních vod
<b>технология</b> , -и, жс.	<b>technologie</b>
производственные технологии	výrobní technologie
<b>хранение</b> , -я, ср.	<b>skladování, zachování</b>
хранение сырья и товаров	skladování surovin a výrobků
<b>экоменеджмент</b> , -а, м.	<b>ekomanagement</b>
<b>эмиссия</b> , -и, жс.	<b>emise</b>
снижение эмиссий	snížení emisí
<b>энвайронмент</b> , -а, м.	<b>environment</b>

## 7.4. KOMENTÁŘ KE GLOSÁŘŮM

### 7.4.1. ZDROJE VYUŽITÉ KE TVORBĚ GLOSÁŘŮ

Při tvorbě glosářů bylo využito hned několika zdrojů. Využili jsme česko-ruský slovník pro hospodářskou sféru (Vavrečka, Rudincová, Hrdlička 1999), česko-ruský technický slovník (Čihák 1973), česko-ruský chemický slovník (Wolfson, Miščenko 1977). Současně jsme využívali i internetový slovník WinGED, internetový slovník na portále <http://www.seznam.cz/> i webové stránky <http://gramota.ru/slovari/dic/>, využili jsme i práci s ruský mluvícím konzultantem z oblasti chemie.

#### **Hospodářský a technický slovník**

Jelikož jsme překládali prezentaci firmy, převládala terminologie z oblasti ekonomiky a hospodářské sféry. Při překladu této terminologie se nejvíce osvědčil právě česko-ruský slovník pro hospodářskou sféru, srov. př. překladů ze slovníku:

*sortiment – ассортимент*

*tržní výklenek – рыночная ниша*

*prosperita – процветание*

*výzkum – исследование*

*distributor – дистрибьютор*

#### **Chemický slovník, konzultant**

Chemický slovník byl téměř jediným zdrojem, který jsme využili k překladu chemických názvosloví, prvků a chemické terminologie. Po vyhledání všech termínů, které jsme potřebovali, jsme práci prokonzultovali s již zmíněným konzultantem, který chemickou univerzitu studoval v Rusku. Kupodivu se ukázalo, že některé překlady ze slovníku nejsou zcela správné a konzultant je nahradil za ty, které se používají a jsou ověřené. Jednalo se, například o tyto:

Termín v češtině	Překlad ze slovníku (Wolfson, Miščenko 1977)	Ověřený překlad konzultanta
<i>Chlorid zinečnatý</i>	<i>Хлорид цинковый</i>	<i>Хлористый цинк</i>
<i>Hydroxid nikelnatý</i>	<i>Гидроокись никелистый</i>	<i>Гидрат закиси никеля</i>
<i>Biotický</i>	<i>Биотитный</i>	<i>Биотический</i>

### **Internetové zdroje**

Internetové zdroje jsme využívali především k překladu všeobecné slovní zásoby, tedy v případech, kdy jsme nepřekládali termíny a odbornou slovní zásobu. Pro tuto slovní zásobu byly internetové zdroje plně dostačující a také rychlejší. Portál <http://gramota.ru/slovari/dic/> jsme využívali především ke kontrole správných přízvuku, občas jsme ale na tomto portále využili i výkladový slovník. Dále jsme používali internetové zdroje k ověřování nalezené slovní zásoby.

Po uskutečněním překladu bychom hlavně zdůraznili fakt, že je velmi důležité pracovat s více zdroji, správnost ověřovat, popřípadě konzultovat s odborníkem z oboru, který byl v našem případě velice užitečný.

### **7.4.2. SROVNÁNÍ ČESKÉ A RUSKÉ TERMINOLOGIE**

Poněvadž jde v našem překladu z větší části o odborný styl, slovní zásobu tvoří hlavně termíny. Většina z termínů, které jsme vnesli do glosářů, má v ruštině své **ekvivalenty** (srov. př.: *trh* – рынок, *zásobování* – снабжение, *akumulátor* – аккумулятор, *kapalina* – жидкость).

U mnoha termínů jsme postřehli **víceslovnost** v ruském překladu, kdy v českém jazyce se jedná o jednoslovné pojmenování, ale v ruštině se skládá termín ze dvou a více slov (srov. př.: *pracoviště* – место работы, *hydroxid nikelnatý* – гидрат закиси никеля, *spalovna* – мусоросжигательный завод).

Jako další rozdíl lze uvést **více variant překladu do češtiny** než v ruském jazyce (srov. př.: *цех* – *cech, provoz, dílna*; *товар* – *zboží, komodita, výrobek*; *эксплуатация* – *provoz, využití, těžba*; *отдел* – *oddělení, odvětví, úsek, odbor*).

Při vyhledávání termínů jsme také v ruštině narazili na velké množství **konstrukcí s druhým pádem**. Tyto konstrukce obsahují neshodný přívlastek, avšak do českého jazyka se překládají především přívlastkem shodným (srov. př.: *spotřební zboží* – *товар широкого потребления, obchodní řetězec* – *сеть магазинов*).

Dalším častým jevem v ruštině byly **přístavkové spřežky** (srov. př.: *výrobní podnik* – *предприятие-изготовитель, dodavatelská společnost* – *компания-поставщик*).

Jako poslední rozdíl v terminologii mezi ruštinou a češtinou bychom uvedli **předložkové konstrukce v ruštině**, které se do českého jazyka překládají bez předložky, většinou pomocí konstrukce s druhým pádem (srov. př.: *Отдел по окружающей среде* – *oddělení životního prostředí, Менеджер по качеству* – *manažer jakosti, Менеджер по кадрам* – *personální manažer, Оборудование для измерения* – *měřící zařízení*).

## ZÁVĚR

V této bakalářské diplomové práci jsme se věnovali překladu prezentace chemického podniku z češtiny do ruštiny, tvorbě glosářů a komentáři k tomuto překladu. Práce byla rozdělena do dvou částí – části teoretické a části praktické.

Jako výsledek teoretické části můžeme konstatovat, že ačkoliv ruština a čeština představují velmi blízké slovanské jazyky, zároveň se také velmi liší, zejména pak co se týče terminologie obou jazyků. Přesvědčili jsme se o skutečnosti, že je ruština, na rozdíl od češtiny, velice analytický jazyk, jak už při použití obecné slovní zásoby, tak hlavně v oblasti terminologie. Tento názor nám potvrzuje obrovský počet nejen verbonominálních spojení, který jsme použili, ale také víceslovný charakter termínů (*vydělávat – делать бизнес, investovat – вложить деньги, ракета-носитель – nosná raketa, реагент-восстановитель – redukovadlo*).

Při překladu samotné prezentace jsme se utvrdili v tom, že mezi nejfrekventovanější transformace patří transformace gramatické (zejména pak multiverbizace, záměna větných členů, nebo slovních druhů), velké zastoupení z lexikálních transformací pak kvůli četnosti vlastních jmen měla transkripce, transliterace a transplantace.

Na základě překladu prezentace chemického podniku Bochemie a.s. z češtiny do ruštiny jsme došli k závěru, že nehledě na to, že se jedná o blízce příbuzné jazyky, oba jazyky využívají k vyjádření zcela jiných jazykových prostředků. Proto nelze překládat text pouze se znalostí slovní zásoby v daném odvětví, ale pokud chceme dosáhnout kvalitního překladu, musíme se řídit značným množstvím překladatelských transformací a pravidel ruského i českého jazyka.

## РЕЗЮМЕ

Настоящая работа посвящена теме перевода с комментарием материалов химического предприятия АО «Бохемие» с чешского языка на русский. Мы решили выбрать химическую отрасль, так как это очень важная составная часть промышленности. Химия является значительной отраслью, поскольку продукты химии представляют сырье для других отраслей.

Настоящая дипломная работа разделена на семь основных глав. Первая глава посвящена характеристике научного стиля и его особенностям. Мы уделяем внимание истории научного стиля, определяем данный стиль с точки зрения лексики, морфологии и синтаксиса, определяем его функции, мы а также уделяем некоторое внимание классификации функциональных стилей вообще. В данной главе выделяется еще одна тема, в которой анализируются подстили и жанры научного стиля. Для создания первой главы мы пользовались публикациями лингвистов – это были, например, Д. Жвачек (D. Žváček), М. Чехова (M. Čechová), Й. Капитанова (J. Kapitánová) или З. Выходилова (Z. Vychodilová).

Во второй главе мы занимаемся сравнением чешской и русской терминологических систем. Несмотря на то, что речь идет о славянских языках, наблюдается значительное количество различий, прежде всего в области терминов. Так как русский язык более аналитический, большое внимание было уделено конструкциям с родительным падежом, предложным конструкциям, составным терминам, терминологическим сочетаниям с согласованным определением и сложным словам. Данную главу мы написали прежде всего с помощью лингвиста Д. Жвачека (Žváček 1998) и его публикации *Úvod do teorie překladu (pro rusisty)*, 1998.

В следующей главе мы поставили себе задачей перечислить и определить переводческие трансформации. Так как существует много различий между русским и чешским языками, имеется много переводческих приемов, которыми каждый переводчик должен руководствоваться, если он хочет создать доброкачественный перевод. Следовательно, третью главу мы разделили на три

обзорные темы – лексические трансформации, грамматические трансформации и лексико-грамматические трансформации. В данной главе мы назвали и определили много переводческих приемов, напр.: транскрипцию, транслитерацию, трансплантацию, конкретизацию, генерализацию, мультивербизацию, универбизацию, деконденсацию, замену частей речи и членов предложения или экспликацию. Нам, главным образом, оказали помощь издания *Введение в теорию перевода для русистов* (Z. Vychodilová, 2013) и *Cvičebnice překladu pro rusisty* (Vysloužilová, E., Machalová, M. 2011).

В следующей, четвертой главе, мы рассматривали единицы перевода и их собственный перевод. Так как каждый текст имеет свои особенности, нужно к каждому переводу относиться по-другому. Мы должны каждый текст подвергнуть анализу и разделить его на определенные единицы перевода, которые в дальнейшем можно переводить. В настоящей главе, изучая теорию перевода З. Выходилове (Z. Vychodilová, 2013) и Д. Жвачека (Žváček 1998), мы выделили шесть обзорных тем – перевод на уровне фонем/графем, перевод на уровне морфем, перевод на уровне слов, перевод на уровне словосочетаний, перевод на уровне предложений и перевод на уровне текста. В нашем переводе мы придерживались, прежде всего, перевода слов и словосочетаний.

В дальнейшем дается характеристика чешской и российской химической промышленности. В данной теме рассказывается, напр., об истории химической отрасли в обеих странах, об актуальной ситуации и наряду с этим мы перечислили, к примеру, существующие на чешском и русском рынках химические компании.

В шестой главе мы занимались переводом презентации предприятия АО «Бохемие», комментарием к переводу и используемыми нами трансформациями. Для перевода мы выбрали химическое предприятие, так как химическая отрасль является очень важной составляющей промышленности в каждой стране мира. Текст был посвящен общей характеристике данного предприятия, предмету деятельности и программе производства, интегрированной системе АО «Бохемие», позиции АО «Бохемие» на рынке (на награды и успехи компании) и, наконец, новостям и перспективам дальнейшего развития.



Переводя презентацию, мы занимались несколькими проблемами, по которым мы создали комментарий к нашему переводу. В комментарии мы решили, например, проблему перевода абстрактных слов или метафор, которые в тексте встречались. Следующей проблемой являлся перевод аббревиатур, которых в тексте наблюдалось много. Консультируя данную проблему с носителем языка, мы решили интернациональные сокращения сохранить в латинице, менее распространенные аббревиатуры мы дешифровали и стремились найти эквивалент на русском языке. Если мы нашли не только эквивалентный перевод, а также сокращение на русском, мы перевели русской аббревиатурой. Большую важность представляла проблема перевода собственных имен – названий компаний, марок или продуктов. Так как мы переводили текст из коммерческой и химической областей, собственных имен наблюдалось огромное количество. Данную проблему мы решили или путем транскрипции, транслитерации, или посредством трансплантации.

На основе осуществленного перевода мы пришли к заключению, что самыми распространенными трансформациями являются грамматические трансформации. Имея в виду грамматические приемы, мы пользовались, например, мультивербизацией (ср. пр.: *investovat* – *вложить деньги*, *spalovna* – *мусоросжигательный завод*), конденсацией (ср. пр.: *Bochemie, aniž by změnila svou strategickou geografickou polohu... ...Не меняя своего стратегического географического положения, Бохемие...*), заменой членов предложения (ср. пр.: *výrobní program* – *программа производства*) и другими. Кроме грамматических трансформаций, в процессе перевода мы встречались также с другими трансформациями, прежде всего с трансформациями лексическими. Чаше всего наблюдались, в связи с частотой применения собственных имен, транскрипция (ср. пр.: *Reeder's Digest* – *Ридерз Дайджест*), транслитерация (ср. пр.: *Bochemie* – *Бохемие*) и трансплантация (ср. пр.:...*Díky nasazení Microsoft Dynamics AX získala společnost... ...Благодаря введению «Microsoft Dynamics AX» фирма приобрела...*). Из числа лексико-грамматических приемов мы воспользовались, например, экспликацией – описательным переводом (ср. пр.: *v Bohumíně* – *в городе Богумин, так – таким образом*). В течение работы над шестой главой мы исходили, прежде

всего, из советов консультанта, из специальной литературы (переводческие приемы) и интернетовских источников.

Прежде чем можно было переводить текст, мы должны были создать словари, которые оказывали нам помощь в течение всего перевода. Так как презентация содержала лексику из разных областей, мы решили создать не один словарь, а три словаря – экономический словарь, химический словарь и экологический словарь. Разделение способствовало более простой ориентации и, таким образом, более быстрой работе. Общеупотребительную лексику мы искали, главным образом, в интернетовских словарях, потому что это для нас представляет самый быстрый метод. Что касается специальной лексики из области химии, экологии или экономики, мы использовали, прежде всего, словари: *Česko-ruský technický slovník* (ČIHÁK, V., 1973), *Česko-ruský slovník pro hospodářskou sféru* (VAVREČKA, M., RUDINCOVÁ, B., HRDLIČKA, M., 1999) и *Česko-ruský chemický slovník* (WOLFSON, B. M., MIŠČENKO, J. A., 1977). Мы также воспользовались консультациями носителя языка и консультантом из области химии. Несмотря на то, что мы в словаре нашли эквиваленты разных слов и словосочетаний, нельзя сказать, что все были правильными. Особенно в химическом словаре мы боролись с некоторыми терминами. Хотя мы нашли в чешско-русском химическом словаре надлежащий эквивалент, консультант не соглашался и посоветовал нам другой вариант. Говоря об интернетовских словарях, мы пользовались главным образом словарем на сайте [www.seznam.cz](http://www.seznam.cz) или словарем фирмы WinGED, или порталом [www.gramota.ru](http://www.gramota.ru), где мы искали ударения и пользовались, например, толковым словарем.

В конце мы попытались подвести итоги, касающиеся различий русской и чешской терминологических систем. Хотя большинство слов и словосочетаний имеет в русском языке свои эквивалентные выражения (ср. пр.: *porada* – *совещание*, *zásobování* – *снабжение*, *zboží* – *товар*), наблюдается также большое количество отличий между двумя данными языками. К примеру, мы отметили, что в русском языке преобладают термины, составленные из нескольких слов, между тем как в чешском появляются прежде всего однословные термины (ср. пр.: *pracoviště* –

*место работы, svítíplyn – городской газ, spalovna – мусоросжигательный завод).* Мы также заметили несколько выражений, имеющих на чешском языке более высокое количество вариантов перевода (ср. пр.: *отдел – oddělení, odvětví, úsek, odbor*). По нашему мнению, самым распространенным явлением на русском языке в нашем переводе являлось наличие конструкций с родительным падежом. Настоящие конструкции отличаются несогласованным определением и на чешский язык переводятся согласованным определением (ср. пр.: *obchodní řetězec – сеть магазинов*). Следующей разницей являются сложные названия на русском языке (ср. пр.: *výrobní podnik – предприятие-изготовитель, dodavatelská společnost – компания-поставщик*). В конечном счете мы зарегистрировали еще предложные конструкции на русском, которые переводим на чешский без предлога (ср. пр.: *менеджер по кадрам – personální manažer, оборудование для измерения – měřící zařízení*).

Переводя презентацию предприятия АО «Бохемие» и обобщая накопленные данные, можно отметить тот факт, что несмотря на то, что мы работали с двумя славянскими языками, мы столкнулись с огромным количеством различий и с целью точного и надлежащего перевода, мы должны были руководствоваться многими переводческими трансформациями и правилами.

## BIBLIOGRAFIE

### Literatura

1. BULHAR, J.: *O češtině každodenní*. Brno 1984.
2. ČECHOVÁ, M., CHLOUPEK, J., KRČMOVÁ, M., MINÁŘOVÁ, E.: *Současná česká stylistika*. Praha 2003.
3. KAPITÁNOVÁ, J.: *Antologie textů ke srovnávací stylistice, komentáře a analýzy*. Olomouc 2013. (Kapitánová 2013)
4. KAPITÁNOVÁ, J.: *Přednášky z disciplíny Stylistika*, KSR/STYL. Olomouc, ZS 2013. (Kapitánová 2013b)
5. KRÍSTEK, M.: *Stylistika češtiny, Úvodní kurs (základy teorie a praktická cvičení)*. České Budějovice 2011.
6. MINÁŘOVÁ, E.: *Základy stylistiky češtiny*. Brno 1996.
7. VYCHODILOVÁ, Z.: *Введение в теорию перевода для русистов*. Olomouc, 2013.
8. VYSLOUŽILOVÁ, E. a kol.: *Cvičebnice překladu pro rusisty I (politika, ekonomika)*. Olomouc 2002.
9. VYSLOUŽILOVÁ, E., MACHALOVÁ, M.: *Cvičebnice překladu pro rusisty (politika, ekonomika)*. 1.vyd. Olomouc 2011.
10. ŽAŽA, S.: *Ruština a čeština v porovnávacím pohledu*. Brno 1999.
11. ŽVÁČEK, D.: *Kapitoly z teorie překladu I (Odborný překlad)*. Olomouc 1995.
12. ŽVÁČEK, D.: *Úvod do teorie překladu (pro rusisty)*, In: Vysloužilová, E., Machalová, M.: *Cvičebnice překladu pro rusisty (politika, ekonomika)*, Olomouc 2011, s. 9.
13. ŽVÁČEK, D.: *Úvod do teorie překladu (pro rusisty)*. Olomouc 1998.
14. РОЗЕНТАЛЬ, Д. Э.: *Практическая стилистика русского языка*. Москва 1968.

15. СЦИНЦОВА, И. Ю.: *Культура русской речи практическая стилистика русского языка*. Hradec Králové 2004.

### Slovníky

1. ČIHÁK, V. (hlavní redaktor): *Česko-ruský technický slovník*. Praha-Moskva 1973.
2. Internetový slovník firmy WinGED, dostupný z <http://www.rewin.cz/WebForm1.aspx> .
3. Internetový slovník na portále seznam, dostupný z <http://www.seznam.cz/>.
4. VAVREČKA, M., RUDINCOVÁ, B., HRDLIČKA, M.: *Česko-ruský slovník pro hospodářskou sféru*. Praha 1999.
5. WOLFSON, B. M., MIŠČENKO, J. A.: *Česko-ruský chemický slovník*. Praha-Moskva 1977.
6. КУЗНЕЦОВ, С. А.: *Большой толковый словарь русского языка*. СПб 1998. Dostupný z [www.gramota.ru](http://www.gramota.ru).
7. ЛОПАТИН, В. В.: *Русский орфографический словарь*. 2001 - 2007. Dostupný z [www.gramota.ru](http://www.gramota.ru).

### Internetové zdroje

1. *Budoucnost profesí - chemický průmysl*, [cit. 2014-02-13] dostupný z <http://www.budoucnostprofesi.cz/cs/vyvoj-v-odvetvich/chemikalie.html> .(4)
2. *Firmy z oblasti chemie v ČR*, [cit. 2013-12-06] dostupný z <http://www.czech.cz/cz/Podnikani/Firmy-v-CR/Chemicky-prumysl-v-CR> .(3)
3. *Historie chemického průmyslu v Rusku*, [cit. 2014-02-14] dostupný z <http://www.zondir.ru/articles/him-prom/istoriya-razvitiya-himicheskoy-promyishlennosti-v-rossii.htm> .(5)
4. *Chemický průmysl v ČR*, [cit. 2013-12-05] dostupný z [http://cs.wikipedia.org/wiki/Pr%C5%AFmysl\\_v\\_%C4%8Cesku#Chemick.C3.BD](http://cs.wikipedia.org/wiki/Pr%C5%AFmysl_v_%C4%8Cesku#Chemick.C3.BD) .(1)

5. Chemický průmysl v Rusku,[cit. 2014-02-11] dostupný z <http://chemicke-listy.cz/Bulletin/bulletin293/980307.html>.(6)
6. Chemický průmysl v Rusku,[cit. 2014-03-21] dostupný z <http://petrkvicala.cz/?p=26>. (7)
7. *Odvětví chem. průmyslu v ČR*,[cit. 2013-12-05] dostupný z <http://www.czech.cz/cz/Podnikani/Firmy-v-CR/Chemicky-prumysl-v-CR> .(2)

# **PŘÍLOHY- PREZENTACE FIRMY „BOCHEMIE A.S.“ V ČEŠTINĚ**

## **OSNOVA**

1. Obecná charakteristika podniku – historie, současnost
2. Předmět podnikání a výrobní program
3. Integrovaný systém Bochemie, podniková kultura
4. Pozice Bochemie na trhu, ocenění a úspěchy
5. Aktuality a perspektivy dalšího rozvoje

## **1) Charakteristika Bochemie a.s.- historie a současnost**

Bochemie Group je mezi veřejností známa především jako významný středoevropský výrobce prostředků pro domácnost a majitel značky SAVO. V globálním měřítku pak jako úspěšný výrobce chemických specialit pro tržní výklenky. K historickým pokladům ve výrobním sortimentu firmy patří nesporně tak slavné výrobky jako byl ASPIRIN a umělé sladidlo SACHARIN, které se v Bohumíně úspěšně vyráběly a byly vyváženy do celého světa.

Český podnik Bochemie a.s. vznikl v roce 2008 návazně na prodej Bochemie s.r.o. novému vlastníkovi. Jejimi vlastníky jsou česká investiční společnost Benson Oak Capital a ARX Equity Partners.

Bochemie s.r.o. vznikla v roce 1994 standardní metodou privatizace (MBO) z akciové společnosti Bochemie, jejíž všechny akcie vlastnil stát. Změna majitelů se stala dalším stupněm v bohaté historii této chemické továrny.

Bochemie, aniž by změnila svou strategickou geografickou polohu, patřila ve své dlouhé historii do několika státních útvarů a nesla řadu jmen. Dříve, než se stala Bochemií, byla součástí koncernu Lachema Brno.

Zakladatelé továrny v roce 1904 využili bezprostřední blízkosti železničního dopravního uzlu v městě Bohumíně, blízkosti energetických zdrojů Ostravska a blízkosti polských surovinových zdrojů k vybudování životaschopného podniku. Nelze si nepovšimnout skutečnosti, že chemička velmi dobře prosperovala po celou dobu své existence, jen s výkyvem v době hospodářské krize dvacátých let. Hlavní zásluhu na tom měli lidé, kteří ji orientovali na chemické speciality. Sortiment se nesoustředil pouze na výnosné objemnější, ale rizikové komodity, ale obsahoval vždy položky kvalifikované chemie, tedy řečeno současným jazykem, výrobky malotonážní chemie. Životaschopnost potvrdovala továrna i v době válečných konfliktů a odolala centrálnímu řízení a jeho tendencím odčerpávat vytvořené finanční zdroje a investovat je jinde až do osamostatnění v roce 1991.

Tradiční sortiment obsahoval kromě čistých i průmyslových anorganických chemikálií vždy výrobky určené pro ochranu rostlin nebo hubení plevelů, přípravky proti biotickým škůdcům, prostředky používané ve veterině a zdravotnictví. V sortimentu se nacházely i takové speciality jako bylo syntetické sladidlo sacharin, žárová tělíska pro osvětlení svítíplynem, polovodičový křemík, pevné hydridy a rozměrná skupina biocidů.

V současné době tvoří výrobní sortiment Bochemie především dezinfekční, fungicidní, mycí a čistící prostředky, anorganické chemikálie, prostředky pro povrchovou úpravu kovů a materiály pro elektrochemické zdroje proudu. Proslulé Savo si vysloužilo již v roce 1994 značku kvality Czech Made, všeobecně známý Chloramin B si zachovává díky všestrannému účinku svou nezastupitelnou roli. Mezi biocidy lze nalézt například ekologicky přívětivé Bochemity sloužící k ochraně materiálů před účinkem plísní, hub, dřevokazného hmyzu, případně povětrnostních vlivů.

K výjimečným specialitám patří české alkalické odokujovací přípravky Feropur dodávané renomovaným ocelářským firmám v západní Evropě i USA a aktivní hmoty pro alkalické akumulátory.



Jedinečnou technologií ve světě je výroba chloristanu amonného recyklací raketového paliva, jejíž zkušební provoz byl zahájen v roce 2012.

Dnem 1. 7. 2013 došlo vedení společnosti k významné změně. Po několikaměsíčním jednání souhlasili akcionáři a vedení společnosti s převodem značek SAVO, Biolit, Diffusil a některých dalších menších značek do majetku společnosti UNILEVER.

Vedení Bochemie vnímá prodej těchto značek do rukou prestižní nadnárodní společnosti s celosvětovou působností především jako ocenění dlouhodobé úspěšné práce zaměstnanců Bochemie při vývoji, výrobě a prodeji značkových spotřebních výrobků.

Nový majitel se zavázal značku SAVO i další značky dále rozvíjet a obchodně i marketingově podporovat, takže můžeme očekávat další upevnění jejich postavení na českém a slovenském trhu i dalších trzích, kam byly tyto značky v nedávné minulosti uvedeny. Součástí obchodu je rovněž uzavření výrobní smlouvy mezi Bochemií a společností UNILEVER, na jejímž základě bude Bochemie nadále vyrábět značku SAVO v bohumínském závodě. To je významný fakt, díky němuž dochází v podstatné míře k zachování zaměstnanosti ve společnosti.

Vedení Bochemie a celý tým jejích zaměstnanců se nyní zaměří na další rozvoj podnikání v oblasti chemických specialit, tedy především dezinfekcí, fungicidů, akumulátorových hmot a prostředků pro úpravu nerezových ocelí. Součástí této strategie je i vyhledávání a rozvoj nových „zelených“ projektů pro budoucí rozšíření portfolia společnosti. Důkazem, že právě tento směr je tím správným je i dosavadní úspěch nového projektu pro recyklaci raketového paliva – závod Vlachovice.

Další podstatnou změnou ovlivňující pozitivně efektivitu podniku bylo nasazení nového informačního systému Axapta, které se realizovalo v průběhu roku 2013. Díky nasazení Microsoft Dynamics AX získala společnost jednotný celopodnikový informační systém, který umožní pro realizaci strategie rozvoje poskytnutí zázemí ve formě

spolehlivosti, kontrolovatelnosti a nástrojů pro manažerskou analýzu. Za skutečně

hlavní přínos považuje vedení společnosti úspěšné provedení implementace bez

narušení provozu a výroby v Bochemii. Díky zavedení v informačním systému Workflow

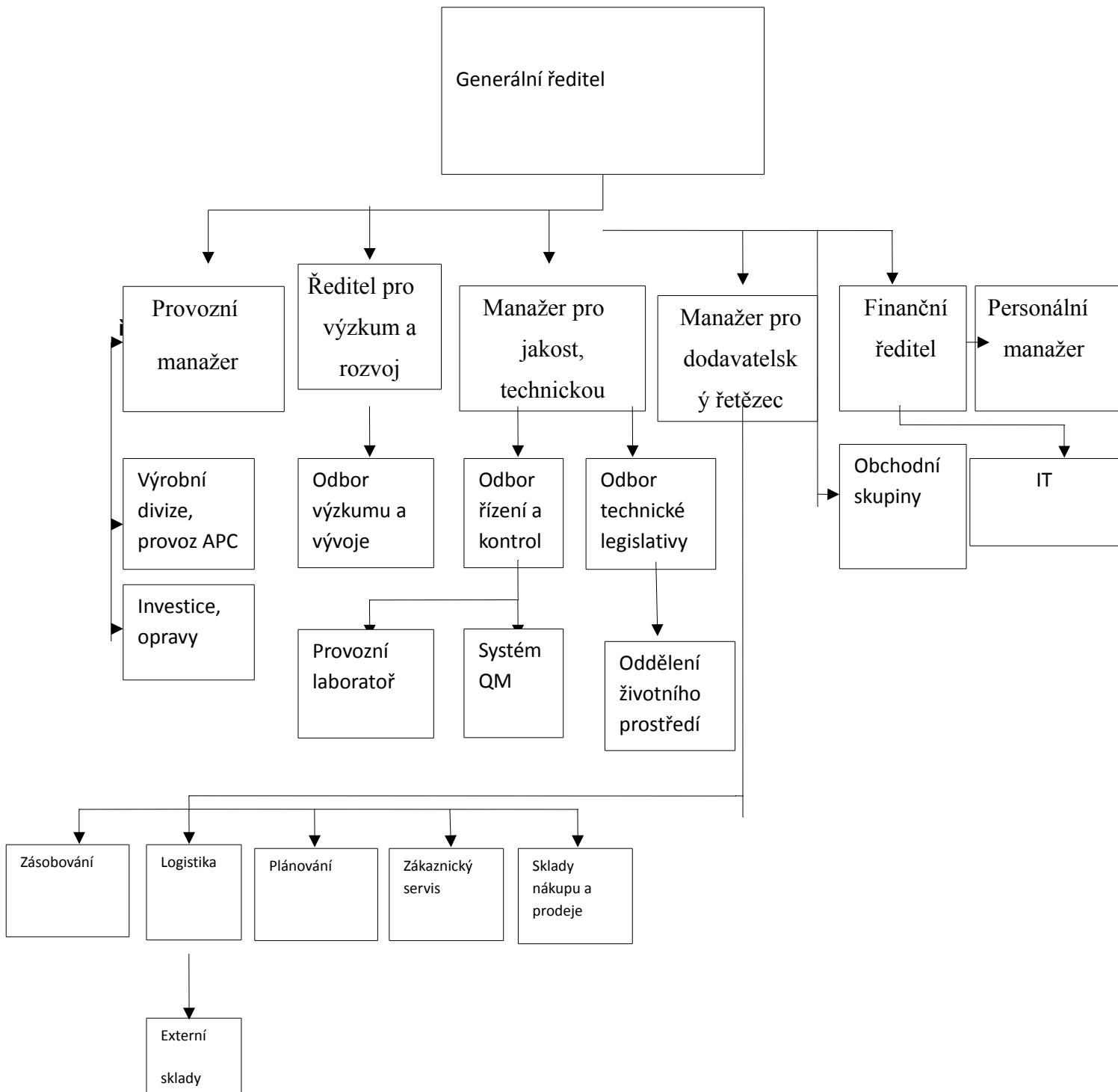
pro vybrané procesy došlo ke zkrácení cyklu: objednávání, nákupu, prodeje apod. a to při zachování stejného počtu zaměstnanců.

Bochemie a.s. je mladý a zároveň starý, tj. osvědčený podnik. Starý je datem vzniku továrny, svou tradicí a solidností, mladý svou dynamikou, flexibilitou a neustále se zlepšujícím vztahem k obrovské zákaznické obci.

## **2) Předmět podnikání a výrobní program**

Bochemie patří se svými cca 420 zaměstnanci v mateřské společnosti mezi středně velké firmy, čemuž odpovídá i její organizační struktura.

## Organizační struktura



Předmětem podnikání je výroba značkových prostředků péče o domácnost, dezinfekce, fungicidů materiálů pro úpravu kovů a dalších chemických specialit. Dále se zabývá zelenými projekty, které Bochemie podporuje.

Výrobní program Bochemie Group je postaven na čtyřech základních pilířích:

- Produkty v kategorii prostředky péče o domácnost určené pro spotřebu:

kvalitní a oblíbené prostředky pro rychlé a efektivní čištění a dezinfekci celé domácnosti. Spotřebnímu zboží dominuje značka **SAVO**. Klasické Savo obsahující chlornan sodný (Savo originál, Savo WC Dezi, Savo proti plísním) dominuje v ČR a SR a je evropským leaderem na trhu protiplísňových přípravků. Ve všech ostatních produktových kategoriích patří mezi TOP 3 značky na trhu (kuchyň, koupelna, universální čističe, bělidla).

SAVO, ve vybraných segmentech českého trhu, dosahuje až 80% tržního podílu, kromě Slovenska se prosazuje také na dalších zahraničních trzích, především v Maďarsku.

Skupina Bochemie získala v roce 2011 rovněž značku LYBAR společně se značkami BIOLIT a COYOTE prostřednictvím akvizice akciové společnosti Lybar.

COYOTE (byla založena v roce 1998)- je to značka s produkty autokosmetiky, provozních kapalin a tlakových olejů. Od roku 1999 byly produkty této značky prodávány na českém i slovenském trhu, kde mají své zákazníky a plně reflektují jejich potřeby, dále i v Rumunsku, Bulharsku a Polsku.

ULTRA je pak tradiční maďarská značka, která má silné postavení na trhu v kategoriích Dishwashing (je leaderem subkategorie powder) a kategorii čistících past na ruce, kde je jednoznačným leaderem. Má velmi silné postavení na institucionálním trhu.

- Chemické speciality:

- materiály pro výrobu alkalických akumulátorů – hydroxid nikelnatý, niklkadmiové akumulátorové hmoty, perforované pásy a elektrody
- přípravky a technologie úpravy kovů, zde se jedná o ve světě oblíbený, patentovaný postup moření ocelí v redukční tavenině (výrobek Feropur na bázi hydridu sodného).
- chlorid zinečnatý - používá se při výrobě suchých galvanických článků, při pozinkování a pocínování, jako kondenzační činidlo v organické chemii, při barvení a potiskování tkanin, polymeraci plastických hmot, k přípravě letovacích roztoků.

- Dezinfekce a Fungicidy

- dezinfekční přípravky - více než 80 let tradice, určené pro dezinfekci v institucích, zemědělství, i zdravotnictví. Tyto výrobky zajišťují hygienickou čistotu v téměř 100% českých nemocnic. Jsou vyráběny na bázi chlornanu sodného, peroxidu vodíku, aldehydů, alkoholů. A každý zná asi chloramin, který představuje komplexní portfolio dezinfekčních přípravků pro zdravotnictví, zemědělství a komunální hygienu a disponuje silnou pozicí na trhu zdravotnictví v ČR, SR, PL a Rusku s vlastním obchodním týmem. Chloramin B je znám vysokou odborností, která je podepřena vlastním V&V. Hlavní konkurenti jsou: Ecolab, B.Braun, Schülke, Johnson & Jonson a Anios .Obchodní aktivity a registrace ve 25 státech Evropy a Asie.
- fungicidy využívající značku Bochemit chrání dřevo a zdivo před nebezpečnými plísněmi a hmyzem. Bochemit je jeden z největších evropských značkových přípravků pro průmyslovou ochranu dřeva. Disponuje vysokým povědomím a známostí značky. Dodávky jsou realizovány i do Pobaltí a zemí bývalého Sovětského svazu (Rusko a Bělorusko). Má certifikace ve 12 zemích střední a východní Evropy a pobaltských zemí.

- Zelené projekty - nově rozvíjející se oblast, zaměřená především na:

- recyklaci – obnovu a znovuzískání surovin pro další využití,

- hledání a průmyslové aplikace nových technologií ohleduplných k životnímu prostředí s vazbou na chemický průmysl
- vytvoření platformy, kde dochází k vzájemné spolupráci vládních institucí, nejvýznamnějších představitelů vědy a Bochemie Group.

Typickým příkladem zeleného projektu je v současné době výroba chloristanu amonného, která probíhá z materiálu získaného z paliva vyřazených raket. Toto palivo nekončí za vysoký poplatek ve spalovnách, nýbrž slouží jako surovina pro výrobu velice čisté chemikálie, která má použití jak ve vojenské oblasti, tak pro výrobu zábavní pyrotechniky.

### **3) Integrovaný systém Bochemie a.s., podniková kultura**

Bochemie a.s. má zavedený integrovaný systém managementu podle ISO 9001, 14001 a na odloučeném pracovišti výroby chloristanu amonného ve Vlachovicích rovněž podle ISO 18001.

Vedení společnosti stanovuje zásady Politiky integrovaného systému (dále Politika) tak, aby odpovídala záměrům společnosti v návaznosti na „Vizi, poslání“.

Základní principy politiky integrovaného systému vycházejí z dlouhodobé strategie podniku a lze je shrnout do sedmi okruhů:

- Základní hodnoty firmy
- Vize Bochemie
- Poslání Bochemie
- Vztah firmy k zaměstnancům
- Vztah zaměstnanců k firmě

- Vztah firmy k zákazníkům
- Vztah firmy k okolí, životnímu prostředí a bezpečnosti práce.

1.

#### **Základní hodnoty firmy:**

Zásadním zdrojem prosperity Bochemie jsou její tvořiví zaměstnanci, jejich profesionalita, spolupráce a sounáležitost s firmou. Vztahy jsou založeny na slušnosti a úctě. Kvalita jako prvořadý zájem firmy vede k věrným zákazníkům a k motivovaným spokojeným zaměstnancům. Naším cílem je také chránit zdraví zaměstnanců dodržováním zásad bezpečnosti a ochrany zdraví při práci.

2.

#### **Vize Bochemie:**

BOCHEMIE, Tvůrce chytrých řešení

*Vše pro čisté a hygienické prostředí, pro čistotu povrchů kovů a pro čistou energii.*

3.

#### **Poslání Bochemie a.s.**

Posláním Bochemie je uspokojování potřeb zákazníků zejména v oblastech hygieny, ochrany stavebního materiálu, akumulace elektrické energie a v oblasti povrchových úprav kovů.

Bochemie poskytuje svým zákazníkům komplexní řešení jejich problémů svými produkty, službami, souvisejícími zařízeními a uživatelským know-how.

#### **4. Vztah firmy k zaměstnancům**

*Firma pokládá zaměstnance za hlavní zdroj své prosperity.*

Kvalitní, odpovídající a aktivní výkon každého jednotlivce je zdrojem prosperity firmy, proto je firma k zaměstnancům upřímná, otevřená, pravdivě je informuje.

#### *Firma*

Vytváří vhodné pracovní podmínky s cílem chránit zdraví zaměstnanců. Firma chrání a podporuje své zaměstnance, pokud jednají v souladu s firemním kodexem, základními firemními hodnotami a vnitropodnikovými normami. Komunikujeme a konzultujeme se zaměstnanci a dalšími zájmovými stranami zásadní otázky bezpečnosti a ochrany zdraví.

#### *Vedení firmy*

Postupuje a jedná vůči zaměstnancům tak, aby byla zajištěna stabilita a prosperita firmy. Usiluje o účelné využívání znalostí a schopností zaměstnanců. Napomáhá v osobním rozvoji, seberealizaci a zvyšování kvalifikace a vzdělávání zaměstnanců. V případě změny struktury pracovních míst prověřuje možnosti využití znalostí, dovedností a zkušeností vlastních zaměstnanců a lze-li takto dosáhnout vyšší celkové jakosti personálu, zabezpečuje přednostně jejich rekvalifikaci a obsazuje jimi nově vzniklá místa. Z řad svých zaměstnanců systematicky vyhledává schopné, obětavé, čestné, loajální a ctizádostivé pracovníky, vychovává je pro vedoucí funkce ve firmě. Vedoucí pracovníci spolupracují se zaměstnanci při vedení firmy.

## **5.**

### **Vztah zaměstnanců k firmě**

*Kvalitní práce, vysoký výkon, dobré vztahy a respektování firmy tvoří základ podnikové kultury.*

#### *Zaměstnanci*

Respektují zájmy firmy, plní, ctí a hájí potřeby Bochemie. Vykonávají svěřenou činnost za všech okolností kvalitně, s maximální aktivitou, důsledností, odpovědností a přesností a dodržují příslušné předpisy. Jednají vždy jako součást celého kolektivu a vždy vystupují jako reprezentanti firmy. Jsou vůči firmě zcela otevření, upřímní a korektní. Usilují ve vzájemných vztazích o toleranci a uznávají všechny své spolupracovníky vždy



za rovnocenné partnery, jsou kolegiální a napomáhají vnitrofiremní informovanosti. Vzájemné chování a vztahy mezi zaměstnanci jsou vždy a za všech okolností slušné, přátelské a ohleduplné.

6.

### **Vztah firmy k zákazníkům**

*Bochemie a.s. je firmou orientovanou na zákazníka.*

#### *Zákazník*

Je každý kdo užívá nebo může užívat výrobků a služeb společnosti Bochemie. Od nás očekává neustále se zlepšující výrobky a služby.

Při jednání se zákazníky nesmí být zpochybněna nebo poškozena pověst společnosti, pověst a činnost jejich zaměstnanců.

#### *Firma*

Firma důsledně plní všechny přijaté zakázky. Úzký a trvalý vztah firmy se zákazníkem zaměřený na neustálé zvyšování jeho spokojenosti a způsob jednání s ním přináší firmě výhody před konkurencí. Zákazníka si získat a udržet znamená zajistit prosperitu naší firmy. Naše závislost na zákazníkovi není pasivní závislostí. Jedná se o vybudování partnerského vztahu se zákazníkem, na jehož základě budeme schopni definovat tohoto zákazníka tak, aby mohl následně identifikovat nás jako ty, kteří jsou schopni jeho potřeby uspokojovat.

7.

### **Vztah firmy k okolí, životnímu prostředí a bezpečnosti práce**

*Bochemie uznává své okolí.*

Ochrana životního a pracovního prostředí je trvalou součástí všech činností Bochemie. Společnost se nejen touto politikou zavazuje k neustálému zlepšování a prevenci znečišťování životního prostředí. Firma je hrdá na region, ve kterém byla založena a v

němž její činnost pokračuje. Bochemie uznává své konkurenty a je vždy připravena s nimi soutěžit.

Neustále zlepšuje také celkovou úroveň bezpečnosti a ochrany zdraví při práci a přijímá opatření k předcházení pracovním úrazům a nemocem z povolání. Důslednou prevencí předchází haváriím, skoro nehodám a situacím, jejichž důsledky by mohly mít negativní dopad na zdraví zaměstnanců.

Kromě certifikace podniku podle ISO 14001, se v Bochemii řídí principy programu "odpovědné podnikání v chemii – Responsible Care". Součástí programu "Responsible Care" jsou tyto body: Vstřícnost, ochrana zdraví, bezpečnost, komplexní ochrana životního prostředí, protihavarijní připravenost, ekomanagement (environmentální řízení), výchova a výcvik, informační otevřenost

#### Ochrana vod

Pro zajištění odpovídajícího čištění odpadních vod, byla postupně vybudována dvoustupňová neutralizační čistírna odpadních vod a následně také biologický stupeň dočištění odpadních vod. Ochrana vod a kvalita vypouštěných vod, v rámci péče o ochranu životního prostředí, věnovali pozornost nejdříve. Postupně jsou řešeny jednotlivé výroby – inovací výrobních technologií, aplikací principů čistší produkce, zajištění těchto výroby proti únikům závadných látek do vod, zajištění odpovídajícího skladování surovin a výrobků.

#### Ochrana ovzduší

Zásadní akcí ke snížení množství vypouštěného znečištění byla plynofikace kotelny Bochemie Bohumín, která znamenala snížení emisí znečišťujících látek do ovzduší na třetinovou úroveň. Pozitivní vliv na snížení množství emisí mělo dále odstavení problematických provozů a zajištění účinného odsávání a zachytu škodlivin z výroben, zejména z výroben akumulátorových hmot.

Plnění zásad integrovaného systému je pravidelně přezkoumáváno.

V rámci celkového přezkoumání jsou projednávány následující podklady:

- Plnění politiky integrovaného systému
- Celkové zhodnocení výsledků externích a interních auditů
- Výskyt zásadních zjištěných neshod, odpovídající opatření k nápravě a jejich plnění
- Informace o formulovaných preventivních opatřeních a jejich plnění
- Informace o stavu měřících a monitorovacích zařízení
- Informace o stavu dokumentace
- Plnění plánu výchovy a vzdělávání
- Komunikace s externími zainteresovanými stranami včetně stížností
- Rozsah plnění cílů a cílových hodnot
- Environmentální profil organizace (příloha)
- Informace o plnění opatření z předchozích přezkoumávání
- Rozbor reklamací z nízké jakosti
- Informace o výsledcích hodnocení dodavatelů
- Závěr k hodnocení spokojenosti zákazníků za minulý rok
- Informace o nesplnitelných poptávkách zákazníků
- Informace o změnách, které by mohly ovlivnit systém managementu jakosti a environmentu
- Rozbor výsledků měření výkonnosti procesů v podniku
- Přezkoumání IS z pohledu jeho stálé vhodnosti a účinnosti (funkce plánování procesů, zlepšování, vývoj podnikové kultury) a případné návrhy na organizační změny a jiné změny vedoucí ke zlepšování IS (plánování a zlepšování systému managementu jakosti a environmentu a procesů) – např. formou návrhu preventivních opatření na příští rok nebo návrhem cílů
- Hodnocení souladu z pohledu EMS

Nedílnou součástí integrovaného systému a podnikové kultury je rovněž:

### **Firemní den Bochemie**

Jehož součástí je i sportovní den.

Firemní den je podzimním setkáním všech zaměstnanců Bochemie s vedením firmy. Během setkání jsou prezentovány výsledky minulého období, plány a strategické záměry do budoucna, jsou oceněni **nejlepší pracovníci firmy** a je vyhlášen **nejlepší námět roku**.

### **Firemní časopis Monitor**

Je dalším prostředkem komunikace. Je distribuován v elektronické podobě a komentuje základní dění ve firmě.

Základem pro trvalé zlepšování kvality ve firmě a význačnou složkou budování pozitivní firemní kultury je:

### **Podpora iniciativy zaměstnanců**

V květnu 2000 byl v Bochemii zahájen systém pravidelných výrobních porad, které mají dvouměsíční periodicitu.

Výrobních porad se dle uvážení zúčastňují jako hosté členové OV. Z těchto porad vychází celá řada návrhů na zlepšení a existuje systém, který tyto návrhy dále sleduje až do jejich vyřešení.

Výrobní porady jsou rovněž jednou z možností, jak se dozvědět různé informace včetně těch, o aktuální hospodářské situaci podniku. K dalším formám **zabezpečení informovanosti** a zajišťování povědomí o závažnosti požadavků zákazníka patří pravidelná grémia manažerů střední a nejvyšší úrovně (TOP 40).

#### **4) Pozice Bochemie na trhu, ocenění a úspěchy**

Bochemie provádí pravidelně průzkum zákaznické spokojenosti, a to jak u svých distributorů formou osobních návštěv, tak u koncových spotřebitelů formou dotazníkových akcí v rámci diplomových prací studentů Technické university v Ostravě.

U zákazníka vítězí jednoznačně účinnost a cena. Bochemie je tedy v povědomí zákazníků firmou, která vyrábí dobré věci za dostupnou cenu. Zákazník oceňuje, že výrobky Bochemie fungují a firma se snaží i o to, aby se mu líbily i vzhledově. Zaměstnanci firmy pracují klidně, ale soustavně, a to tak, aby se již nemuseli vracet k tomu, co jednou dělali. Dbají na pořádek a přehlednost na pracovišti. Zákazník čeká, že jeho výrobek vytvářejí zkušení lidé v čistém prostředí a firma ho v tom nechce zklamat.

A jaké jsou konkrétní výsledky posledního zjišťování spokojenosti zákazníků v segmentu spotřebního zboží?

Osloveni byli muži i ženy různých věkových skupin zhruba ve třech krajích ČR. Výzkum a analýza sebraných dat probíhal na přelomu roku 2012/13. Z celkového počtu 250 oslovených respondentů, bylo řádně zpracováno 242 dotazníků. Při srovnávání intenzity nákupu výrobků Biolit byla u obou forem průzkumu největší potřeba nákupu jednou až několikrát ročně, u Savo jednou za tři měsíce až několikrát do roka. Pro zákazníka je nejdůležitější vlastností u výrobku účinnost a posléze cena, největší vliv na zákazníka při výběru výrobku má u obou forem průzkumu televizní reklama. Důležité je klást důraz na kvalitu, která je u zákazníka stěžejní vlastností výrobku a nejvíce si jí cení. Celková analýza spokojenosti ukázala, že ze tří posuzovaných výrobků je nejvíce známa na trhu značka Savo, částečně známa značka Biolit a velmi málo známa Coyote, procentuálně Savo označilo jako známou značku 96,9% dotazovaných, naopak neznali jej jen čtyři respondenti, což jsou 3,1% z celkového počtu dotazovaných. Biolit je značkou, kterou zná 82,8% dotazovaných a Coyote zhruba 18%.

Výsledky průzkumu jsou v souladu se skutečností, že v ČR tržní podíl čističů roste (na klesajícím trhu). U insekticidů (značka Biolit) je růst tržního podílu ještě výraznější. Na Slovensku Bochemie drží tržní podíl na rostoucím trhu.

O kvalitě výrobků Bochemie svědčí i některá ocenění:

#### CHIROX získal ocenění na veletrhu World of Beauty and Spa

Bochemie a.s. se aktivně zúčastnila podzimního veletrhu World of Beauty and Spa 2011, kde prezentovala kvalitní české dezinfekční přípravky určené pro kosmetická a vlasová studia, fitness a wellness centra a masážní salony. V rámci tohoto veletrhu se konala také soutěž BEAUTY EXPO PROKOS PRODUCT AWARDS, kde získal náš přípravek CHIROX ocenění **pro** produkt vysoké kvality s **výborným** uplatněním v **provozovnách** péče o tělo.

#### Biolit a Diffusil

Časopis Reader's Digest pořádá každoročně průzkum mezi svými čtenáři, v němž se dotazuje, kterým výrobkům věří nejvíce. Průzkum probíhá v 15 evropských zemích, přičemž respondenti vybírají značky, které jsou pro ně důvěryhodné v oblasti osobních automobilů, bank, cestovních kanceláří, televizních stanic, apod. V lokálním měřítku pak čtenáři vybírají produkty v kategoriích typu jízdní kolo, či lék proti nachlazení.

V roce 2012 byla nově zařazena také kategorie „Repellent“ – přípravek proti hmyzu, v níž se naše značka BIOLIT umístila na druhém místě a značka DIFFUSIL na místě čtvrtém.

### **5) Aktuality a perspektivy dalšího rozvoje**

Kromě úspěšné lednové recertifikace integrovaného systému ze strany BV Certification zaměřené na oblast jakosti a životního prostředí firma v březnu úspěšně absolvovala certifikační audit podle normy ISO 13485, která požadavky systému jakosti v některých ohledech upřesňuje pro oblast výroby zdravotnických prostředků. Jde zejména o

naplňování legislativních požadavků, pořádek ve výrobě, poprodejní sledování spokojenosti našich zákazníků a analýzu rizik, jejíž správné provádění má za cíl eliminaci možných nebezpečí spojených s výrobou, distribucí nebo používáním našich přípravků určených k dezinfekci zdravotnických prostředků. O dobré úrovni výroby naší dezinfekce svědčí nejen skutečnost, že v průběhu obou auditů nebyly definovány žádné neshody, ale i třeba spokojenost zástupců **esteer® Pharmacy**, kteří si nedávno prohlédli jak výrobní prostory, tak i laboratoře nového výzkumného centra. Nejde tedy jen o certifikáty, které jistě potřebujeme při prodeji a registracích našich výrobků, ale i o to ukázat, že Bochemie je spolehlivou firmou, která dokáže ve srovnání s konkurencí nabídnout něco navíc.

Současně byla certifikována i nově vznikající dceřiná společnost Bochemie Energetics, která bude pro potřeby výroby chloristanu amonného zajišťovat zejména oblast nákupu a prodeje.

Prodej segmentu spotřebního zboží firmě Unilever, který byl realizován k 1.7.2013, se v nejbližším období do běžného života firmy výrazně nepromítne. Bochemie bude spotřební zboží nadále vyrábět, zatímco Unilever bude zabezpečovat prodeje a je předpoklad, že vzhledem ke své daleko lepší vyjednávací pozici, zejména pokud jde o velké obchodní řetězce (Makro, Kaufland, Tesco, Lidl) ještě daleko úspěšněji.

Před Bochemií pak stojí úkol udržet i v nových podmínkách trend stálého růstu a proniknout na trh dezinfekce, fungicidů a chemických specialit s novými výrobky s vysokou přidanou hodnotou. Má k tomu veškeré předpoklady včetně kvalitního personálu a nového výzkumného centra, které bylo v roce 2012 dobudováno s pomocí fondů Evropské unie.

## **ANOTACE**

**Jméno a příjmení autora:** Petra Kouřilová

**Název katedry a fakulty:** Katedra slavistiky, Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

**Název bakalářské práce:** Komentovaný překlad prezentace podniku Bochemie GROUP a.s. z češtiny do ruštiny

**Vedoucí práce:** Mgr. Jindřiška Kapitánová, Ph.D.

**Počet znaků:** 97689

**Počet titulů použité literatury:** 18 (+ 4 internetové slovníky)

**Klíčová slova:** Odborný styl, česká a ruská terminologie, překladatelské transformace, jednotky překladu, chemický průmysl

**Charakteristika:** Bakalářská práce „Komentovaný překlad prezentace chemického podniku z češtiny do ruštiny“ je zaměřena na zpracování překladu prezentace chemické firmy Bochemie a.s. s komentářem. V teoretické části jsme se zabývali charakteristikou odborného stylu obecně, srovnávali jsme ruskou a českou terminologii, věnovali jsme se jednotkám překladu a metodám jejich převodu do cílového jazyka, zaměřili jsme se na překladatelské transformace a obecně jsme se podívali na chemický průmysl v ČR a RF. V praktické části jsme provedli analýzu textu prezentace, na jejímž základě jsme vytvořili tři glosáře. S pomocí znalostí z teoretické části a díky vytvořeným glosářům jsme pak zpracovali ruský překlad prezentace firmy Bochemie a.s. s komentářem.



Univerzita Palackého v Olomouci  
Filozofická fakulta  
Akademický rok: 2012/2013

Studijní program: Filologie  
Forma: Prezenční

Obor/komb.: Ruština se zaměřením na hospodářsko-právní a  
turistickou oblast (RHP)

**Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta**

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
KOUŘILOVÁ Petra	U Zbrojnice 1189, Dolní Lutyně	F11528

**TÉMA ČESKY:**

Komentovaný překlad prezentace podniku Bochemie GROUP a.s. z češtiny do ruštiny

**NÁZEV ANGLICKY:**

Translation of the presentation of Bochemie GROUP company from Czech into Russian with commentary

**VEDOUCÍ PRÁCE:**

Mgr. Jindřiška Kapitánová, Ph.D. - KSR

**ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:**

1. Sběr primárního materiálu v ČJ a rešerše na dané téma v RJ
2. Studium teoretických odborných zdrojů, sestavení teoretické části práce
3. Sestavení glosáře (RJ - ČJ) na dané téma
4. Překlad českého textu do ruštiny, konzultace, korektura
5. Analýza překladatelských transformací, komentář

**SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:**

1. KNITTOVÁ, D.: K teorii i praxi překladu. Olomouc, 2000
2. STRAKOVÁ, V.: Překládání a vlastní jména. In: Překládání a čeština. ed. Z. Kufnerová, Z. Skoumalová. Jinočany, 2003
3. VYSLOUŽILOVÁ, E. a kol.: Cvičebnice překladatelství a tlumočnictví pro ruštináře. Olomouc, 1993
4. ŽAŽA, S.: Ruština a čeština v porovnávacím pohledu. Brno, 1999
5. ŽVÁČEK, D.: Úvod do teorie překladu (pro rusisty). Olomouc, 1994
6. PÍŠA, J.: K některým lingvistickým problémům překladového procesu z ruštiny do češtiny. Praha, 1972
7. VYCHODILOVÁ Z.: Vvedenje v teoriju perevoda dlja rusistov. Olomouc, 2013

Podpis studenta: Petra Kouřilová

Datum: 23.5.2013

Podpis vedoucího práce: Jindřiška Kapitánová

Datum: 23.5.2013