

Filozofická fakulta Univerzity Palackého

Katedra anglistiky a amerikanistiky

Komentovaný překlad publicistických textů

A Commented Translation of Journalistic Texts

(bakalářská práce)

Autor: Simona Chmurová

Angličtina se zaměřením na komunitní tlumočení a překlad

Vedoucí práce: Mgr. Jitka Zehnalová, Ph.D.

Olomouc 2013

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně a uvedla úplný seznam citované a použité literatury.

V Olomouci dne 26. 4. 2013

Děkuji Mgr. Jitce Zehnalové, Ph.D. za cenné rady, pomoc a trpělivost při vedení této práce. Děkuji své rodině a svému příteli za podporu.

SEZNAM ZKRATEK A VYSVĚTLIVKY

VT, příp. VT x výchozí texty, které jsem překládala (x = číslo konkrétního textu)

CT, příp. CT x cílový text – mnou vyhotovený překlad

T x odkazuje jak k výchozímu, tak k cílovému textu podle čísla (x)

Čísla VT a CT spolu korespondují, to znamená, že např. CT 1 je překladem VT 1 atd.

VJ výchozí jazyk

CJ cílový jazyk

SL source language

TL target language

M metafora

OBSAH

SEZNAM ZKRATEK A VYSVĚTLIVKY	4
OBSAH	5
ÚVOD.....	8
1. ŽURNALISTIKA A PUBLICISTIKA	10
1.1 Terminologie	10
1.1.1 Anglosaské prostředí	10
1.1.2 České prostředí.....	11
1.2 Charakteristika	12
1.2.1 Anglosaské prostředí	12
1.2.2 České prostředí.....	13
1.3 „Column“, glosa, komentář a sloupek	14
1.4 Obrazná pojmenování v publicistice	15
2. POJETÍ METAFORY	17
3. CHARAKTERISTIKA PŘEKLADOVÝCH TEXTŮ.....	20
3.1 Autorka a její styl	20
4. ANALÝZA METAFOR VE VÝCHOZÍCH TEXTECH	22
5. URČENÍ PŘEKLADATELSKÉ STRATEGIE	25
5.1 Překlad metafor	26
5.1.1 Otázka přeložitelnosti metafor.....	26
5.1.2 Překladatelské strategie pro převod metafor	27
6. PŘEKLAD VYBRANÝCH TEXTŮ.....	31
Cílový text č. 1.....	31

Cílový text č. 2.....	33
Cílový text č. 3.....	34
Cílový text č. 4.....	35
Cílový text č. 5.....	37
Cílový text č. 6.....	38
Cílový text č. 7.....	40
Cílový text č. 8.....	42
Cílový text č. 9.....	43
Cílový text č. 10.....	44
Cílový text č. 11.....	45
Cílový text č. 12.....	46
7. KOMENTÁŘ	47
7.1 Dělení obrazných pojmenování a jejich převod	47
7.1.1 Zachování základu i obrazu metafor v CT	47
7.1.2 Zachování obrazu v CT se změnou formulace	48
7.1.3 Změna obrazu v CT	49
7.1.4 Ztráta obraznosti a redukce na smysl obraznost.....	49
7.1.5 Kompenzace obraznosti v CT.....	50
8. ZÁVĚR	51
9. PŘÍLOHY.....	53
Výchozí text č. 1	53
Výchozí text č. 2	55
Výchozí text č. 3	56
Výchozí text č. 4	57

Výchozí text č. 5	59
Výchozí text č. 6	59
Výchozí text č. 7	61
Výchozí text č. 8	64
Výchozí text č. 9	64
Výchozí text č. 10	65
Výchozí text č. 11	66
Výchozí text č. 12	67
10. SUMMARY	68
11. POUŽITÉ TEXTY	70
12. BIBLIOGRAFIE	73
12.1 Citované zdroje	73
12.1.1 tištěné.....	73
12.1.2 elektronické	74
12.2 Konzultované zdroje.....	75
12.2.1 tištěné.....	75
12.2.2 elektronické	76
ANOTACE	79

ÚVOD

Jako předmět své bakalářské práce jsem si zvolila komentovaný překlad. K překladu jsem hledala texty, které by nebyly příliš stylisticky strohé, ale na druhou stranu jsem nehledala beletrii. Moje volba padla na články publicistického stylu a překládala jsem z anglického jazyka do českého. Vybrala jsem si texty expresivní, protože jsem se chtěla na expresivitu zaměřit, konkrétně na převod obrazných pojmenování. Zajímalo mne, jak často se budou vyskytovat v češtině při porovnání s angličtinou, jak moc se při zachování při překladu budou v daných jazycích lišit, jaké překladatelské postupy při jejich převodu budou hrát roli a jak se s nimi já jako překladatel vypořádám.

I když ale obrazná pojmenování přispívají k expresivitě textu, neznamená to, že všechna obrazná pojmenování také expresivní jsou. Jak jsem se mohla sama během psaní této práce přesvědčit, spousta slov a slovních spojení, která jsem mezi obrazná pojmenování zařadila, svou expresivitu a obraznost již ztratila, nebo ani expresivní nebyla. Proto jsem i já pozměnila své původní zaměření této práce od expresivity k obrazným pojmenováním, ať už expresivním, nebo ne. Zaměřila jsem se na metafory v širším slova smyslu, jak je popisuje Newmark. Více o obrazných pojmenováních píše v teoretické části.

Zdroje, ze kterých jsem převážně čerpala, byly česká *Stylistika pro žurnalisty* od Evy Minářové a *Překlad a překládání* od Dagmar Knittlové a kol. Dále mi posloužila anglická stylistika od I. R. Galperina *Stylistics*. K problematice metafor v angličtině jsem využila zejména publikaci *A Textbook of Translation* od Petera Newmarka nebo publikaci *In Other Words* od Mony Baker, dále doktorskou práci od Marie de Montserrat Rodríguez Márquez a magisterskou práci od Petra Dvořáka, obě zabývající se metaforou, práce Christiny Schäffner a Mary Snell-Hornby.

Výchozí texty spadají do publicistického stylu, ovšem ten se v angličtině a češtině do jisté míry liší: Zjednodušeně můžeme říci, že v českém jazyce je spíše konstatující a ne tak expresivní jako v jazyce anglickém, kde je také více subjektivní. Ovšem i v české publicistice dochází k posunům, jak uvádí Čechová a kol.: „Na jedné straně přibývá odborného a profesního vyjadřování, na druhé straně jsou [publicistické texty] hovorovější, zvláště ve zpravodajských útvarech a v komunikátech rozhlasových a televizních“ (Čechová a kol., 2008, s. 246).

V první kapitole své práce tedy stručně vymezují pojmy žurnalistika a publicistika, resp. jejich styly a zmiňují i jejich charakteristiku. Vše v prostředí českém a anglosaském. V dalších podkapitolách se zaměřují již na útvary, které jsem překládala – tzv. *columns*, které se zde snažím charakterizovat, a na obrazná pojmenování v publicistice.

Poté následuje kapitola věnovaná metaforám obecně. Ve třetí kapitole charakterizují překladové texty a věnují se i autorce a jejímu stylu. Čtvrtá kapitola se týká metafor ve vztahu k výchozím textům, kde metafory klasifikují a uvádím, jak s obraznými pojmenováními pracují ve své práci já. V návaznosti na to si v páté kapitole volím překladatelské strategie se zaměřením na překlad metafor a prakticky je pak uplatňují v následující, šesté kapitole při vlastním překladu článků. V překladu jsou taktéž barevně vyznačena analyzovaná obrazná pojmenování. U překladu mi šlo především o funkční překlad. Funkční hledisko totiž považuje za „nejpodstatnější hledisko v teorii a praxi překladu“ i Levý (1998, s. 26).

Po překladu následuje v sedmé kapitole komentář, ve kterém se zabývám výhradně metaforami a navazují tak na jejich předchozí analýzu a překladatelské strategie. Zabývám se jejich převodem a vše samozřejmě dokládám příklady z vlastního překladu a originálu. V osmé kapitole shrnuji závěry své práce a v deváté kapitole jsou přiloženy originály překládaných textů s vyznačenými obraznými pojmenováními.

1. ŽURNALISTIKA A PUBLICISTIKA

1.1 Terminologie

V následujících dvou podkapitolách bych ráda shrnula problematiku zejména dvou termínů: „žurnalistika“ a „publicistika“, respektive styl „žurnalistický“ a „publicistický“. Protože se tato práce týká překladu, to znamená, že zasahuje do oblasti jak české, tak anglické, chtěla bych se stručně podívat na téma terminologie žurnalistiky a publicistiky nejprve z pohledu anglického a poté českého jazyka.

1.1.1 Anglosaské prostředí

Při posuzování situace v anglosaském prostředí budu vycházet z knih *Překlad a překládání* (Knittlová a kol., 2010) a zejména z anglické stylistiky od I. R. Galperina *Stylistics* (1981). Protože *Překlad a překládání* je psáno česky a *Stylistics* anglicky, může při porovnávání terminologie dojít ke zmatení, protože stejné termíny nemusí v českém a anglosaském prostředí označovat stejně skutečnosti, což je potřeba mít na paměti. Je ale také nutno poznamenat, že cílem této práce není vyčerpávající přehled anglické a české stylistické terminologie z oblasti žurnalistiky.

Knittlová a kol. rozlišují styl publicistický a žurnalistický, přičemž žurnalistický styl v angličtině popisují stručně tak, že „[s]louží k informování a instruování čtenáře, k podávání dat a faktů bez komentáře, bez apelu“ (Knittlová a kol., 2010, s. 169). Z hlediska potřeb této práce je ale podstatnější styl publicistický, kde Knittlová odkazuje na Galperina. V knize *Stylistics* (Galperin, 1981, s. 34) se tedy dočítáme, že Galperin dělí publicistický styl (*publicistic style*)¹ na:

- a) řečnické projevy (*the language style of oratory*);
- b) eseje (*the language style of essays*);
- c) články v časopisech a novinách (*the language style of feature articles in newspapers and journals*).

¹ České překlady anglických termínů v této podkapitole jsem převzala z *Překladu a překládání*, s. 190.

Vedle publicistického stylu uvádí Galperin (1981, s. 34) jako jeden z funkčních stylů ještě styl žurnalistický (*newspaper functional style*). Ten také dělí do tří kategorií na:

- a) *the language style of brief news items and communiques*;
- b) *the language style of newspaper headings*;
- c) *the language style of notices and advertisements*.

Z hlediska Galperinova dělení není tak snadné určit, kam články, které jsem překládala, spadají, protože dle mého názoru nesou jak rysy stylu publicistického, tak také žurnalistického.

1.1.2 České prostředí

Jak se lze dočíst v publikaci *Stylistika pro žurnalisty* (Minářová, 2011), terminologie týkající se žurnalistiky, potažmo publicistiky je do jisté míry rozkolísaná, a to nejen dnes, ale bylo tomu tak i během vývoje české stylistické terminologie. Minářová uvádí, že „v souvislosti s mediální komunikací se vedle termínu žurnalistika objevuje termín novinářství, dále též publicistika a existuje také zpravodajství“ (Minářová, 2011, s. 161). Dále pokračuje, že „v české stylistické terminologii se pro činnost hromadných sdělovacích prostředků a rovněž pro sféru příslušných textů užívá jak pojmenování žurnalistika, tak také publicistika“ (Minářová, 2011, s. 161). Tento jev dále rozvádí a připomíná nutnost ujasnění terminologie mezi odborníky.

Nakonec dochází k závěru, že žurnalistika zahrnuje pojmy zpravodajství a publicistika a že styl, v jakém jsou psány texty vznikající v rámci žurnalistiky, se označuje nadřazeným pojmenováním žurnalistický, pod který spadají styl zpravodajský a publicistický (Minářová, 2011, s. 162).

Abych se ale dostala ke stylu, se kterým pracuji zejména, čili k tomu, do jakého se řadí texty, které jsem si vybrala k překladu, uvedu ještě jednu citaci, která se týká dělení žurnalistického stylu. Minářová totiž ještě uvádí:

Při nejvyšší míře zobecnění představuje žurnalistický styl nadřazený pojem pro tyto dílčí funkční styly:

- zpravodajský styl,

- publicistický styl analytický,
- publicistický styl beletristický. (Minářová, 2011, s. 171)

Mnou překládané texty jsou na pomezí publicistického stylu analytického a beletristického. Protože jsem ve své práci vycházela zejména z této publikace, rozhodla jsem se přidržit i její klasifikace. O bližší charakteristice překladových textů pojednávám dále.

1.2 Charakteristika

V této kapitole se zaměřím na stručnou charakteristiku již užšího okruhu publicistického stylu, který charakterizuje mé překladové články a překlady. Opět se budu zabývat jak českým, tak anglosaským prostředím.

Již v předcházející kapitole jsem jistou charakteristiku naznačila, ale nyní ji ještě více rozvedu.

1.2.1 Anglosaské prostředí

Publicistický styl (*publicistic style*), jak jej charakterizuje Galperin, neustále působí na názor čtenáře (resp. posluchače), snaží se jej přesvědčit, že názor autora je jediný správný, a usiluje o to, aby jej čtenář přijal. Činí tak nejen logickou argumentací, ale také emotivním působením. Tohoto emotivního nátlaku dosahuje autor citově zabarvenými slovy, obraznými pojmenováními a dalšími stylistickými prostředky, které jinak využívá beletrie, jen v publicistice nejsou tak vynalézavé (Galperin, 1981, s. 287).

Knittlová a kol. dále s odkazem na J. Vachka uvádějí, že záměr přesvědčit čtenáře se projevuje ve využití hodnotících adjektiv, a to záporných i kladných. Kromě již zmíněného obrazného jazyka a apelu na emoce využívá anglická publicistika familiárního tónu a populární listy se vyznačují emocionálním zabarvením a stylistickou originalitou (Knittlová a kol., 2010, s. 192). Podle Knittlové a kol. jsou tedy anglické publicistické útvary ve větší, či menší míře subjektivní a expresivní (Knittlová a kol., 2010, s. 193).

V kapitole *1.1.1 Anglosaské prostředí* jsem uvedla, že se domnívám, že mé překladové články vykazují i rysy stylu žurnalistického, jak jej popisuje Galperin (*newspaper style*). V tomto stylu se uplatňuje jak informativní, tak hodnotící

charakter a většinou převládá buď jeden, nebo druhý (Galperin, 1981, s. 297). Pro přesnější zařazení mých VT bude třeba se podívat na jeden z útvarů žurnalistického stylu, a to na tzv. *editorial* (Galperin, 1981, od s. 305). Ten působí na čtenáře tím, že autor interpretuje určitá fakta a tuto interpretaci čtenáři podsouvá jako tu správnou. Dále využívá citově zabarvených slov a různých vrstev jazyka, jako publicismů, odborných termínů, klišé, zkratk, hovorových slov, slangu nebo profesionalismů. Můžeme v něm nalézt i porušování frazeologie, metafory, aluze, ironii, řečnické otázky, opakování na syntaktické úrovni a jiné stylistické prostředky, kterými autoři převážně hodnotí, vyjadřují svůj názor nebo emotivně působí na čtenáře, ale jak Galperin poznamenává, většinou se stejně jedná o prostředky „otřepané“ a ty neotřelé jsou méně časté. Značná část těchto stylistických prostředků se dá nalézt i v mých VT.

1.2.2 České prostředí

Jak už jsem uvedla, články, které jsem si vybrala k překladu, zasahují do oblasti publicistického stylu analytického i beletristického.

Ve *Stylistice pro žurnalisty* se píše, že **publicistický analytický styl** plní kromě zřejmé informativní funkce také ve velké míře funkci persvazivní, dále získávací, ovlivňovací a formativní. Již z názvu tohoto stylu je patrné, že podávaná informace je autorem analyzovaná, to znamená subjektivně podávaná, hodnocená a komentovaná (Minářová, 2011, s. 174). Výše uvedených funkcí je dosaženo použitím různých stylistických prostředků, zejména obrazných pojmenování, „neboť obraznost vyjádření poutá pozornost adresáta, projev je emocionálnější, a proto působivější“ (Minářová, 2011, s. 175). Kromě obrazného vyjadřování se tento styl podle Minářové vyznačuje i častým užitím frazémů, jejich případnou modifikací se pak dosahuje aktualizace sdělení (Minářová, 2011, s. 175). Publicisté dále využívají argumentačních prostředků a promyšlené argumentace dosahují pomocí „faktů, příkladů, výroků známých nebo uznávaných osobností“ (Minářová, 2011, s. 176).

S analytickým publicistickým stylem se **publicistický styl beletristický** v mnohém shoduje, zvláště v užití obrazných pojmenování. Do popředí, jak uvádí Minářová, se dostávají individuální rysy autora, který tak „bezděčně odhaluje svůj subjektivní (...) styl“ (Minářová, 2011, s. 177). Ale na rozdíl od analytického

stylu se k funkci informativní a ovlivňovací přidává ještě funkce estetická (Minářová, 2011, s. 177).

1.3 „Column“, glosa, komentář a sloupek

Články, které jsem překládala, se v angličtině označují jako *columns*. Sice tak explicitně nazvány nebyly, ale autorka, která je píše, je označená za *columnist*.

Zjistit definici *column* v angličtině nebylo snadné, protože z dostupných seriálních žurnalistických ani stylistických zdrojů se jím žádný nezabýval. Pouze na webových stránkách amerického deníku *The Washington Post* bylo dostupné ke stažení číslo jejich periodika *Inside Journalism* zabývající se právě *columns*. Zde je *column* definován jako „a single article of opinion or strong personal expression, frequently by an expert or authority, that appears regularly in a publication.“ *Columnist* pak je označen jako „writer who provides commentary on lives, lifestyles and issues“ (*Inside Journalism*, 2003, s. 2). Dále se zde uvádí, že *columnists* vyjadřují svůj názor, ale využívají i zprávy, rozhovory nebo výzkum (*Inside Journalism*, 2003, s. 3), že fakty, citáty a svými názory vyjadřují nějaké stanovisko a mohou psát o životě svém nebo druhých. Je zde uvedeno, že používají humor a měli by čtenáře rozesmát, rozplakat, přinutit se zamyslet a projevit zájem (*Inside Journalism*, 2003, s. 9).

Knittlová a kol. (2010, s. 193) definují *column* jako „útvár mezi naší glosou a komentářem“. Pokud vycházím z této definice, musím se podívat na charakteristiku glosy a komentáře a dle mého názoru i sloupku, abych mohla vyvodit, co bude odpovídat anglickému *column* v češtině.

Ve *Stylistice pro žurnalisty* se glosa a komentář řadí do textů publicistických analytických a sloupek naopak do publicistických textů beletristických. To odpovídá mému dřívějšímu tvrzení, že mé překladové články se pohybují na rozhraní těchto dvou stylů.

Minářová ke **komentáři** říká, že kromě dalších nových informací o tématu vyjadřuje i postoj k obsahu komunikace, a to ne nutně postoj autora, ale třeba postoj redakce, případně se autor komentáře odvolává na stanoviska jiných. Dále uvádí, že některé komentáře mají výrazný autorský styl (Minářová, 2011, s. 248).

Ke **glose** uvádí, že je to stručná dodatečná zpráva nebo stručný komentář k události, o které už adresáti vědí, a může vyjadřovat postoj autora k dané

události. Minářová ještě říká, že bývá často kritická až ironická, jindy zase humorná nebo se přibližuje beletrii (Minářová, 2011, s. 248).

Co se týče **sloupku**, charakterizuje ho jako „krátký a stručný útvar psané publicistiky, často přinášející jednu myšlenku nebo nesložité sdělení“ (Minářová, 2011, s. 251). Autor v něm reaguje na „úsek životní reality“, ale nemusí podávat pro danou dobu rozhodující informace; sloupek je aktuální, bezprostřední, někdy vtipný nebo kritický s možnými prvky hovorovosti a připomíná glosu (Minářová, 2011, s. 251).

Provedeme-li tedy na základě definice podle Knittlové průnik definic glosy a komentáře s přidáním charakteristiky sloupku, dojdeme k závěru, že v češtině bude anglickému *column* pravděpodobně odpovídat útvar, který komentuje nějakou aktuální událost (z pohledu autora), která nemusí být nijak významná, tento útvar bude expresivní, do značné míry subjektivní, nejspíše vtipný či ironický nebo kritický a může mít prvky hovorovosti. To vše by se samozřejmě mělo odrazit na překladu. Při porovnání této definice s tím, co se o *column* píše v *Inside Journalism*, lze nalézt společné rysy a lze říci, že definice *column* podle Knittlové je odpovídající.

1.4 Obrazná pojmenování v publicistice

Pojem obrazná pojmenování zahrnuje celou řadu dílčích prostředků, jako např. prosté přirovnání, metaforu, metonymii, ironii, personifikaci, aluzi, eufemismus, litotes, hyperbolu nebo kakofemismus. Obrazná pojmenování jsou bezesporu významným stylistickým prostředkem, jak v textu vyjádřit expresivitu. Ovšem ne všechna obrazná pojmenování jsou expresivní, jak už jsem uvedla v úvodu.

Obrazných pojmenování využívá jak česká, tak anglická publicistika. V *Překladech a překládání* (Knittlová a kol., 2010, od s. 192) se dočteme, že anglická publicistika využívá zejména **metafor**, **přirovnání**, **eufemismů** nebo **podobností**. Tím samozřejmě výčet nemusí končit. Co se metafory týče, jde především o metaforu stereotypní, kterou čtenář přijímá jako něco pro daný styl charakteristického a která slouží k vyjádření expresivní funkce (Knittlová a kol., 2010, s. 194).

Česká publicistika vyznívá z popisu Knittlové a kol. (2010, od s. 191) jako méně expresivní než ta anglická, ovšem vzhledem k dynamickému vývoji publicistického stylu se expresivita liší v závislosti na útvaru. Obrazná pojmenování v publicistice, jak uvádí Minářová (2011, s. 201), „poutají čtenářskou pozornost a dodávají jazykovému projevu živosti a naléhavosti“. Dále slouží jako prostředek intenzifikace a stylové aktualizace (Minářová, 2011, s. 202). Tato tvrzení jistě platí nejen pro českou publicistiku, ale i pro tu anglickou. Tamtéž se také dočteme, že časté jsou **metafory**, občas i tzv. metafory tažené, kdy „jedna asociace spjatá s obrazností vyvolává obraz druhý a kdy se stejným motivem se objevují obrazy v dalším textu“ (Minářová, 2011, s. 203). Často se podle Minářové v obraznosti vyskytuje opakující se motiv, např. motiv léčení nebo boje. Častým opakováním obrazných rčení pak dochází ke vzniku **novinářských klišé** (Minářová, 2011, s. 204). **Personifikace** nebo **synekdocha** taktéž nejsou neobvyklé (Minářová, 2011, s. 205). Žurnalisté samozřejmě využívají i **prostého přirovnání**, nejčastěji se spojkou *jak*, *jako*, nebo s pomlčkou; obraznost vyjadřují i **parafrází kulturních frazémů**, užitím tzv. **půlek**, tedy nedokončenými frazémy, citacemi nebo příslovími, a různými **aluzemi** a **reminiscencemi** kulturními, historickými nebo třeba biblickými, tzv. **bibliismy** (Minářová, 2011, od s. 206).

Zajímavé také je, jak píše Minářová (2011, s. 205), že v žurnalistice, potažmo publicistice, se vyskytují metafory, které dokáže čtenář téměř vždy jednoznačně dešifrovat na rozdíl od metafory umělecké, která nemusí být vždy hned jasná. S tím souhlasím, protože i když Barbara Ellen používá metafory originální, nebyl většinou problém uhodnout, co tím myslí.

Zde jsem velmi stručně představila výskyt obrazných pojmenování v publicistice. Více o nich, zejména o metaforách, pojednávám dále.

2. POJETÍ METAFORY

Obrazná pojmenování představují širokou skupinu stylistických prostředků. Proto jsem se rozhodla zaměřit se jen na metafory, ale tak, **jak je chápe Peter Newmark** ve své knize *A Textbook of Translation*, i když se jeho definice metafory nedržím úplně pevně, konkrétně neberu v úvahu prostá přirovnání, která by se do Newmarkovy definice metafory dala také zařadit. Newmark chápe metaforu jako jakékoli obrazné pojmenování: přenesený význam slova, personifikaci abstraktních pojmů, popis jevu slovy nebo kolokacemi, které tento jev doslovně neoznačují; za potencionálně metaforická považuje i všechna polysémantická slova a většinu anglických frázových sloves² (Newmark, 1988, s. 104). O dělení metafory podle Newmarka pojednávám v kapitole 4.

U frázových sloves je ovšem problém, že ne všechna, která se zdají být metaforická, jsou tak i ve slovnících označena. Určování obraznosti je tedy často otázkou subjektivní interpretace. Vyznačit v mých VT a CT, která frázová slovesa jsou metaforická a která už ne, také ztěžovalo to, že nejsem rodilý mluvčí angličtiny a tudíž nedokáží dostatečně rozlišit jemnější významy slov nebo to, jak dané slovo (zde frázové sloveso) vnímají uživatelé angličtiny – jestli ještě metaforicky (ať už slaběji, nebo silněji), nebo jestli pro ně už metaforičnost ztratilo. Proto jsem se při vyznačování metafor u frázových sloves opírala o několik výkladových slovníků.³ V označování obraznosti se někdy jednotlivé slovníky lišily, proto jsem jich použila více, abych informace vzájemně doplnila.

Definovat, co je to metafora, se samozřejmě kromě Newmarka snažilo mnoho dalších autorů. Najít ale jednotnou **definici metafory** není snadné. Metaforou se zabýval už Aristoteles, jak uvádí třeba Katie Wales v *Dictionary of Stylistics*, kde říká, že Aristoteles vnímal metaforu jako jeden z tropů založený na podobnosti (Wales, 2001, s. 250). Dále sama uvádí: „When words are used with metaphoric senses, one field or domain of reference is carried over or mapped onto another on the basis of some perceived similarity between the two fields.”

² By metaphor, I mean any figurative expression: the transferred sense of a physical word (*native* as ‘to originate’, its most common meaning); the personification of an abstraction (‘modesty forbids me’- *en toute modestie je ne peux pas*); the application of a word or collocation to what it does not literally denote, i. e., to describe one thing in terms of another. All polysemous words (a ‘heavy’ heart) and most English phrasal verbs (‘put off’, *dissuader*, *troubler* etc.) are potentially metaphorical.

³ Zejména *Oxford advanced learner’s dictionary* a internetové slovníky *The Free Dictionary* a *Macmillan Dictionary*.

Z dalších novodobějších autorů metaforu definovala například Teresa Dobrzyńska:

Metaphor is a linguistic sign used in the predicative function outside its normal usage as defined by the code. (...) Metaphorical usage, as an intentional violation of a certain standard, differs from nonsensical utterances in so far as the latter usually cannot be subject to interpretation (Dobrzyńska, 1995, s. 596).

Wynford Hicks (1998, s. 63) stručně popisuje metaforu jako “calling something by the name of what it resembles.” Autoři Croft a Cruse definují jak figurativní řeč (*figurative language*), tak metaforu samotnou, ke které uvádějí: “Metaphor involves a relationship between a source domain, the source of the literal meaning of the metaphorical expression, and a target domain, the domain of the experience actually being described by the metaphor” (Croft, 2004, s. 55). Lakoff a Johnson (Lakoff, 2003, s. 5) k metafoře poznamenávají: “The essence of metaphor is understanding and experiencing one kind of thing in terms of another.”

Stručnou definici metafory z českého prostředí poskytuje například V. Jílek ve svých skriptech *Lexikologie a stylistika*, kde metaforu charakterizuje jako “přenášení slov na základě vnější podobnosti denotátů. Podobnost se týká tvaru, barvy, umístění, rozsahu, funkce (...) (Jílek, 2000, s. 10). Celou publikaci věnoval metafoře Jiří Pavelka, který ji v rámci publikace vymezuje široce „jako obecnou kategorii souhrnně označující rozsáhlou skupinu obrazných forem, pro kterou literární teorie zvolila např. termíny personifikace, synestézie, animizace, oxymóron, metonymie, synekdocha aj.“ (Pavelka, 1982, s. 25). Tímto širokým pojetím metafory se Pavelka připodobňuje Newmarkovi. Dále se metaforou v českém prostředí podrobněji zabýval Bečka, který říká, že „[p]odkladem metafory je užití slova na označení věci podobné“ (Bečka, 1992, s. 142). V *Současné stylistice* Čechová a kol. uvádí, že v nejširším pojetí se mezi obrazná pojmenování metaforické povahy dají zařadit (krom metafory) i přirovnání, metonymie, synekdocha, personifikace aj. (Čechová a kol., 2008, s. 251) To opět podporuje Newmarkovu definici metafory.

Jak lze vidět, definice metafory se od sebe vzájemně liší. Z uvedených definic se dá vyvodit jen to, že metafora je označení jedné věci nějakou jinou věcí, což je pochopitelně dost vágní definice. Ani rys podobnosti ve vztahu mezi těmito dvěma věcmi není ve všech definicích vyzdvihován, jak by se možná dalo očekávat. K rozrůzněnosti pojetí metafory poznamenává Pavelka, že „[č]etné nesrovnalosti a spory týkající se metafory (...) vyplývají z neobyčejné složitosti jevu, který je výrazem metafora označován“ (1982, s. 19).

V souvislosti s metaforami je nutné poznamenat ještě pojmy **obraz** a **základ metafory**, které používá i Bečka: ‚obraz‘ je pojem, jehož slovní označení se bere za pojmenování, a ‚základ‘ je to, co má být takto nepřímou pojmenováno (1992, s. 142). Pojmům obraz a základ odpovídá v Newmarkově terminologii **image** (obraz) – „the picture conjured up by the metaphor“ (1988, s. 105) – a **object** (základ) – „what is described or qualified by the metaphor“ (ibid). Newmark také používá termín **sense** – „the literal meaning of the metaphor; the resemblance or the semantic area overlapping object and image; usually this consists of more than one sense component (...)“ (ibid). Richards používá termíny **tenor** a **vehicle**, kdy *tenor* = *object* a *image* = *vehicle*. Rodríguez Márquez uvádí, že *tenor* se vztahuje na „the underlying idea or principal subject which the vehicle or figure means“ (de Montserrat Rodríguez Márquez, s. 8).

3. CHARAKTERISTIKA PŘEKLADOVÝCH TEXTŮ

V této práci pracuji s dvanácti publicistickými články, které jsem překládala z angličtiny do češtiny. Všechny jsou převzaty z webových stránek britského deníku *The Guardian* a jsou od jediné autorky, Barbary Ellen. Články jsou zařazeny v rubrice *Comment is free*, což znamená, že jsou značně subjektivní a můžeme se z nich něco dovědět i o samotné autorce.

Z hlediska stylového zařazení jde o texty publicistického stylu analytického a beletristického. Jsou to tzv. *columns* a kromě funkce informativní plní ještě funkci přesvědčovací a estetickou.

Okruh čtenářů bude vcelku široký, protože i témata jsou různá a články nejsou nijak zvlášť náročné. Jedinou skupinu, kterou bych z okruhu čtenářů zcela vyloučila, jsou děti a pravděpodobně náctiletá mládež, i když ta se nedá zcela vyloučit.

Některá témata se v textech opakují: námět konzumace masa, resp. vegetariánství (T 1 a 4) a známé osobnosti, zejména celebrity (T 2, 5, 6, 9, 12), dále se vyskytují společenská témata (finance: T 7, 4 /částečně/, 10; alkohol: T 8, vzdělanost: T 3) a téma pokrytectví, příp. jiné špatné lidské vlastnosti (T 1, 4, 5, 6, 7).

Délkou se články pohybují zhruba od půl do jeden a půl strany A4. Čtyři články jsou doplněny fotografiemi.

3.1 Autorka a její styl

Autorkou je Barbara Ellen. Jak se uvádí u jejího profilu na webových stránkách *The Guardian*⁴, je přispěvatelkou do jeho sesterských novin *The Observer*, kam píše příspěvky zvané *columns*. Více se zde o ní nelze dočíst. Dále je o Barbaře Ellen zmínka na internetové adrese www.whocomments.org⁵ (důvěryhodnost uvedených informací je věc druhá). Zde se píše, že jejími náměty jsou kultura a společnost, což odpovídá i vybranému vzorku článků použitých v této práci.

Ze stylu Barbary Ellen je patrné, že se často uchyluje k expresivitě vyjádřené na rovině lexikální obraznými pojmenováními (*wolf it down, nerves of*

⁴ www.guardian.co.uk/profile/barbaraellen

⁵ www.whocomments.org/wiki/Barbara_Ellen

steel, was so off his trolley) a expresivními výrazy, často slangovými nebo hovorovými (*dumb, pinko, playboy princeling*), na rovině syntaktické jednoslovnými větami (*Finally!*), vloženými závorkami nebo jinými vloženými celky oddělenými pomlčkami, dále interpunkcí (používání vykřičníků a uvozovek) a časté jsou také řečnické otázky. Na rovině textové pak vyjadřuje expresivitu ironií (např. VT 9, 11).

Její používaná slovní zásoba má rozsah od knižních a formálních výrazů (*yesteryear, gilded, lambast, carnivore, rationale*) až po výrazy neformální (*guy, creepy, dumb*) a britský slang (*sozzled*). To ovšem nemusí nutně značit její autorský styl, protože pro anglickou publicistiku (zvláště různé komentáře, jim podobné *columns* a více subjektivní a expresivní texty) je typické „emocionální zabarvení a stylistická originalita“, „používá se (...) familiárního tónu, apeluje se na emoce, objevují se i metafory“, jak uvádí Knittlová a kol. (2010, s. 192).

4. ANALÝZA METAFOR VE VÝCHOZÍCH TEXTECH

V této kapitole představím příklady obrazných pojmenování, které budu dále zkoumat. Prvotní myšlenka byla zaměřit se na převod všech metafor. Ovšem tento záměr jsem po bližším prozkoumání VT přehodnotila, a to nejen kvůli množství obrazných pojmenování, kterých se v textech nachází značné množství, ale také kvůli problematickému určování obraznosti. Jak už jsem psala výše, obraznost bývá často vnímána subjektivně a u některých výrazů nelze říci, zda jsou ještě obrazné, či už svou obraznost ztratily.

Z těchto důvodů jsem se rozhodla vybrat pouze jednoznačné příklady obrazných pojmenování, potažmo metafor. Jsem si vědoma, že i přes snahu vybrat takové metafory, na kterých by se všichni shodli, se může stát, že některé vybrané příklady mohou být pro někoho diskutabilní.

Nepůjde mi jen o náhodný výběr metafor, ale i o jejich zařazení do skupin. Při určení těchto skupin budu vycházet z Newmarkovy klasifikace metafor, jak ji uvádí ve své publikaci *A Textbook of Translation*, ovšem s drobnými úpravami, jak vysvětluji níže. Ke každé kategorii pak z VT vyberu zástupce metafor.

Newmark dělí metafory do šesti skupin (1988, s. 106-113):⁶

a) **lexikalizované M** (*dead metaphors*) – obraznost jde u nich rozpoznat jen stěží. Jako příklad uvádí, že se často vztahují na univerzální pojmy pro čas a prostor, části těla, obecné ekologické znaky a na hlavní oblasti lidské činnosti (*space, field, foot, mouth, circle, drop*)

b) **klišé** (*cliché metaphors*) – to jsou podle něj metafory, které zřejmě dočasně neplní svůj účel a které se používají, často emotivně, namísto jasného vyjadřování, ale bez návaznosti na projednávanou skutečnost. Jako jeden z příkladů uvádí větu „The County School will in effect become not a *backwater* but a *break through* in educational development which will *set trends* for the future – in this its *traditions* will help and it *may well* become a *jewel in the crown* of the county’s education.“

c) **standardní M** (*stock or standard metaphors*) – těmi rozumí ustálené metafory, které se ovšem ještě nepřežívaly (a nestaly se z nich metafory lexikalizované) a

⁶ Názvy jednotlivých typů metafor v češtině jsou vlastní překlady.

hodí se do neformálních kontextů, např.: *earn a living, drop in prices, hold all the cards*

d) **přizpůsobené M** (*adapted metaphors*) – ty nijak necharakterizuje, pouze o nich dále mluví jako o přizpůsobených standardních metaforách, čili půjde o standardní metafory, které si nějak pisatel upravil; např. *the ball is a little in their court*

e) **nedávno vzniklé M** (*recent metaphors*) – metaforické neologismy, které byly často anonymně vymyšleny a rychle se rozšířily ve VJ, např.: *in / with it* pro *fashionable, pissed* pro *drunk*⁷

f) **originální M** (*original metaphors*) – ty jsou vymyšlené, nebo citované autorem VT.

Tato klasifikace je bezesporu dost podrobná, což při třídění metafor do těchto skupin vyžaduje jemnější chápání rozdílů mezi jednotlivými typy. To je samozřejmě pro nerodilého mluvčího značně obtížné. Jednotlivé kategorie někdy také nejsou zcela přesně vymezené, jak si všímá ve své práci i de Montserrat Rodríguez Márquez (s. 19), podle které například kategorie klišé a standardní metafory nemají přesné hranice a vzájemně se překrývají, což uvádí sám Newmark (1988, s. 108).

Z těchto důvodů jsem se rozhodla dělení trochu upravit. Lexikalizovaných metafor bude zřejmě nejvíce, ale zároveň jsou pro překlad nejméně zajímavé, protože svou obraznost již ztratily, proto se jimi zabývat nebudu. U přizpůsobených metafor Newmark mluví o přizpůsobených *standardních* metaforách, ale na to ohledy neberu a může se jednat i o jiný typ metafory, pokud bude nějakým způsobem upravená oproti jejímu zaužívanému znění. Nedávno vzniklé metafory vynechávám, protože se z pohledu nerodilého mluvčího velmi špatně určují a ani se nezdá, že by se v textech vyskytovaly.

Vybrané příklady metafor z VT⁸:

Klišé	<i>nerves of steel</i> – VT 1
-------	-------------------------------

⁷ Jsem si vědoma toho, že Newmarkovy příklady pocházejí z r. 1988, proto je dnes nelze jistě považovat za „nově vzniklé“.

⁸ Původním záměrem bylo mít zástupce metafory z každého VT, ovšem vzhledem ke kritériu jednoznačnosti metafory při výběru těchto příkladů jsem nakonec nezahrnula příklady z VT 5. Nicméně mi přišlo zbytečné článek z tohoto důvodu vyřazovat.

	<p><i>twisting reality</i> – VT 2</p> <p><i>(haven't had) two penies to rub together</i> – VT 7</p> <p><i>drains ... resources / a drain on ... resources</i> – VT 8</p> <p><i>cost the earth</i> – VT 10</p>
Standardní M	<p><i>(been warned) countless times</i> – VT 1</p> <p><i>late</i> – VT 2</p> <p><i>eruption of grief</i> – VT 2</p> <p><i>along the simple lines of (yesteryear)</i> – VT 3</p> <p><i>stuffing their faces</i> – VT 4</p> <p><i>mixed bag</i> – VT 6</p> <p><i>windfall</i> – VT 7</p> <p><i>give it a whirl</i> – VT 9</p> <p><i>sling your hook</i> – VT 9</p>
Přizpůsobené M	<p><i>personal responsibility blind spot</i> – VT 1</p> <p><i>past-it pop mutton</i> – VT 6</p> <p><i>emailing their bank details to a Nigerian businessman</i> – VT 7</p> <p><i>chablis brigade</i> – VT 8</p>
Originální M	<p><i>(you've been) lying in a coma</i> – VT 1</p> <p><i>colonic timebombs waiting to happen</i> – VT 1</p> <p><i>(all of this) churning and gurgling in the giant cement mixer that is casual misogyny</i> – VT 6</p> <p><i>cough up a clavicle</i> – VT 11</p> <p><i>the blackest of hearts</i> – VT 12</p>

Uvedené příklady metafor jsou zaznačené také v konkrétních VT, které jsou v přílohách. Jsou odlišeny barevně podle skupin, do kterých je zde řadím.

5. URČENÍ PŘEKLADATELSKÉ STRATEGIE

Vzhledem k tomu, že texty neplní jen funkci informativní, ale ve značné míře také přesvědčovací a estetickou, půjde mi o zachování těchto funkcí, čili budu usilovat o **funkční ekvivalenci**. To znamená, že mi půjde o zachování stejné funkce v CT jako je ve VT za použití i rozdílných jazykových prostředků. Funkce by měla být zachována „po všech stránkách, tedy nejen významové, věcné (...), ale i konotační (...) a pragmatické“ (Knittlová a kol., 2010, s. 7).

Na škále doslovný – volný překlad, se budu blížit spíše překladu volnému, protože mi jde především o přenesení významu. Když tedy budu vycházet z dělení překladů podle *Překladu a překládání* (Knittlová a kol., 2010, s. 17), budu usilovat o tzv. **komunikativní překlad**, který „úzce souvisí s pragmatickým aspektem překladu, povinně se respektuje zejména při překládání konvenčních formulí (...), veřejných nápisů, pořekadel, přísloví, idiomů a dalších konverzačních klišé“ (Knittlová a kol., 2010, s. 17). Konceptu komunikativního překladu rozpracovává Newmark a říká: „Communicative translation attempts to produce on its readers an effect as close as possible to that obtained on the readers of the original“ (Munday, 2008, s. 44). Podle Mundaye je komunikativní překlad podobný dynamické ekvivalenci od E. A. Nidy, a to v účinku, který se snaží na cílového čtenáře vytvořit (ibid).

Cíl, kterého bych se měla snažit dosáhnout, je **idiomatický překlad**, který „nezní jako překlad, ale jako originální dílo vytvořené v tom kterém jazyce jako v jazyce výchozím“ (Knittlová a kol., 2010, s. 17). To je samozřejmě ideální případ, ke kterému se mohu jen více, či méně přiblížit.

Protože se zabývám převodem obrazných pojmenování, která pokud nejsou jednoslovná, řadí se i mezi **frazeologismy**, budu muset mít také na paměti, že „[P]ři překladu frazeologismu jde totiž často o to, nikoliv překládat, nýbrž dosazovat, substituovat to, co se v dané situaci v daném jazyce říká“, jak připomíná Zlata Kufnerová (1994, s. 85).

5.1 Překlad metafor

5.1.1 Otázka přeložitelnosti metafor

Stejně jako se translatologická věda zabývala otázkou přeložitelnosti textů jako takových, někteří autoři se s touto otázkou zaměřili konkrétně na metaforu. Mary Snell-Hornby ostatně metaforu chápe jako text – „metaphor is text“ (1995, s. 55). Ačkoli je dnes již myšlenka absolutní nepřeložitelnosti textu zavrhnuta, pro nepřeložitelnost metafor se vyslovuje její kulturní specifická, jak o tom hovoří M. Snell-Hornby (1995, s. 56):

The essential problem posed by metaphor in translation is that different cultures, hence different languages, conceptualize and create symbols in varying ways, and therefore the sense of the metaphor is frequently culture-specific.

Snell-Hornby také cituje Daguta, se kterým souhlasí a který k překladu metafor poznamenává:

...the translatability of any given SL metaphor depends on (1) the particular *cultural experiences and semantic associations* exploited by it, and (2) the extent to which these can, or cannot, be reproduced non-anomalously in TL, depending on the *degree of “overlap” in each particular case* (Snell-Hornby, 1995, s. 57-58).

K tomu dále poznamenává, že přeložitelnost metafor, složitost překladu, to, jak se přeloží a zda vůbec by se měla překládat, se nedá rozhodnout na základě abstraktních pravidel, ale musí to záviset na struktuře a funkci dané metafor v rámci konkrétního textu (1995, s. 58).

Petr Dvořák ve své magisterské práci (2011, s. 10) přehledně shrnuje čtyři přístupy k (ne)přeložitelnosti metafor:

1. **Metafor jsou nepřeložitelné** – jakýkoli překlad metafor vyvolá metaforu jinou;

2. **Metafory jsou plně přeložitelné** – tudíž nemůže existovat teorie metafory jako takové, pouze teorie překladu aplikovaná na metafory;

3. **Metafory jsou přeložitelné, ale se značným stupněm interlingvistické neekvivalence;**

4. tzv. „**Conciliatory approach**“ navrhovaný M. Snell-Hornby, která říká, že rozsah převodu závisí na typu textu a *ad-hoc* faktorech. Tento přístup Dvořák považuje za podtyp třetího přístupu.

K tomuto poznamenává, že se bude držet třetího a čtvrtého přístupu. S tímto souhlasím, neboť naprostá nepřeložitelnost metafory nepřipadá v úvahu, ale ani stoprocentní přeložitelnost není úplně možná.

5.1.2 Překladatelské strategie pro převod metafor

Vzhledem k množství typů metafor existuje i množství strategií pro jejich převod. Konkrétně převodem metafor se zabýval P. Newmark, ovšem zmíním nejprve M. Baker, která se ve své publikaci *In Other Words* zabývá překladatelskými strategiemi pro převod idiomů. Ty se částečně s metaforami kryjí, proto je zde také uvedu. Strategie podle M. Baker (1992, s. 71-78) jsou tedy následující:

- 1. Idiom v CT podobný smyslem i formou** – tohoto lze dosáhnout jen zřídka.
- 2. Idiom v CT podobný smyslem, ale jiný formou** – často je to možné.
- 3. Překlad parafrází** – nejběžnější způsob překladu idiomů. Nemusí se používat jen z důvodu absence odpovídajícího idiomu v CT, ale i v případě nevhodnosti použití idiomatického výrazu v CT.
- 4. Překlad vynecháním** – důvodů je více: není vhodný idiom v CT, smysl idiomu ve VT se nedá snadno parafrázovat, nebo ze stylistických důvodů.
- 5. Kompenzace** – při vynechání idiomatičnosti v CT se nahradí na jiném místě, kde původně ve VT není. Neplatí to jen pro překlad idiomů.

Peter Newmark kromě dělení metafor navrhuje i **strategie pro jejich překlad** (1988, od s. 100).

U **lexikalizovaných metafor** píše, že nejsou na překlad složité, ale často se nedají přeložit doslovně. Je tedy nutné znát frazeologii CJ, abychom je mohli adekvátně převést.

Klišé by se v překladu mělo zachovat, to znamená přeložit je jiným klišé, typickým pro CJ. Na druhou stranu uvádí, že kde je to se svolením autora možné nebo u textů „anonymních“, jako jsou informativní texty, kde jsou důležitá jen fakta a teorie, by se překladatel měl klišé zbavit. Může je pak zredukovat jen na smysl, který převede, nebo použít méně omšelou metaforu.

K překladu **standardních metafor** uvádí více metod. Zaprvé navrhuje převést obraz, ale jenom pokud je v CJ obvyklý v daném registru. Podmínka obvyklosti a stejné frekvence výskytu obrazu je i u druhé metody, kdy Newmark navrhuje obraz ve VJ nahradit jiným, zavedeným v CJ. Svůj obraz často mění metafory delší spíše než jednoslovné. Třetí metoda je ztráta metaforičnosti a přenesení smyslu nebo doslovného znění. Další způsob je ponechání metafory (případně její převedení na přirovnání) a přidání smyslu – to je jakýsi kompromis, kdy ten, kdo metafoře nerozumí, má u ní i explicitně vyjádřeno, co znamená. Poslední dvě metody jsou redukce na smysl podle toho, jak je obraz významný pro VT, resp. CT, anebo vypuštění metafory u „anonymních“ textů.

Pro **přízpůsobenou metaforu** Newmark doporučuje buď použít v CJ ekvivalentní přízpůsobenou standardní metaforu, nebo ji opět zredukovat pouze na smysl, a ten převést.

S **nově vzniklými metaforami** se má zacházet jako s jinými neologismy. Mohou být doslovně přeloženy, ale jen za předpokladu, že čtenář CT pochopí smysl.

Originální metafora by měla být přeložena doslovně, pokud je text expresivní nebo autorský. V některých případech ji ale lze nahradit deskriptivní metaforou, nebo převést jen smysl, a to tehdy, když nám kulturní originální metafora připadá trochu těžká na pochopení. Newmark dále správně poznamenává, že překlad originální metafory také záleží na tom, jestli chceme spíše převést obraz, nebo smysl – podle toho si pak překladatel určuje některou z řady různých překladatelských metod.

U překladu metafor Knittlová a kol. upozorňují na to, že je „třeba mít na paměti, že obraz obvyklý a dokonce poněkud otřelý v očích nositele jednoho

jazyka může být u nositele druhého jazyka originální“ (2010, s. 194). Zde potom může nastat problém, že překladatel neumí v jazyce, ze kterého překládá (pokud tedy není jeho rodným jazykem), odhadnout, jak moc otřelý, nebo naopak originální je výraz pro posluchače/čtenáře jazyka výchozího. Zde pomohou slovníky frazeologismů, nebo kvalitní výkladové slovníky, jako např. i *Oxford advanced learner's dictionary*, se kterým jsem také pracovala.

Ještě než rozdělím typy převodu metafor, se kterými budu dále pracovat, zastavím se krátce u norem. To, že Newmark uvádí strategie pro převod metafor, ještě nemusí nutně znamenat, že je povinností překladatele, čili i mne, se jimi řídit. To, že existují normy neznamená, že překladatel nemá svobodu volby, což dokládá i publikace *Translation and Norms*, kde je tato myšlenka shrnuta židovským úslovím „all is predestined but freedom of choice is granted“ (1999, s. 19). Dále se zde uvádí, že ten, kdo se v překladu (ať už vědomě, či nevědomě) autonomně rozhoduje, je překladatel, který také ponese důsledky (ibid). Beverly Adab zde říká, že norma určuje typ chování [při překladu], ale konkrétní postup (*instance of the behaviour*) je už na překladateli samotném (*Translation and Norms*, 1999, s. 84). To znamená, že nejsem nutně vázána postupy, které Newmark u jednotlivých metafor doporučuje, ale slouží mi spíše k inspiraci.

Při určování klasifikace, jak byly jednotlivé metafory v mých textech převedeny, jsem hledala takovou, která by odrážela můj záměr, a to převedení obraznosti, neboli jak se bude měnit základ a především obraz. M. Baker se dle mých představ tomuto dělení přiblížila lépe než Newmark, ale ne úplně. Další dělení s odkazem na Broecka uvádí M. de Montserrat Rodríguez Márquez (s. 14):

1. Překlad „sensu stricto“ – obraz i základ⁹ z VT jsou převedeny do CT.

V případě lexikalizované metafory pak vznikají dvě situace:

- a) vztah mezi obrazem VT a CT dává vzniknout idiomatické metafoře v CT;
- b) obrazy VT a CT spolu nekorespondují a v CT vzniká metafora, která může být buď sémantickou anomálií, nebo odvážnou inovací.

2. Substitute – obraz VJ je v CJ nahrazen jiným obrazem, ale základ je více méně zachován.

⁹ V originále je použito termínů *vehicle* (obraz) a *tenor* (základ).

3. Parafráze – metaforický výraz z VJ je v CJ převeden nemetaforicky.

M. de Montserrat Rodríguez Márquez ovšem píše, že Broeck neuvádí k žádnému z postupů příklady. Toto dělení se pravděpodobně nejvíce blížilo mé představě, nicméně jsem jej trochu rozšířila. Typy převodu metafor jsem tedy rozdělila do následujících skupin:

1. Zachování základu i obrazu metafory v CT
2. Zachování obrazu v CT se změnou formulace
3. Změna obrazu v CT
4. Ztráta obraznosti a redukce na smysl
5. Kompenzace obraznosti v CT

Pátá skupina je inspirovaná Touryho koncepcí, který k Newmarkovým překladovým strategiím pro metafory doplnil ještě dvě kategorie, které se zaměřují na metaforu z pohledu CT. Jsou to (1) převedení nemetaforického vyjádření z VT metaforickým v CT (což jsem přebrala do svého dělení) a (2) přidání metafory do CT bez jakékoli lingvistické motivace (tuto kategorii neberu v úvahu) (Schäffner, 2004, s. 1257). U všech pěti skupin samozřejmě předpokládám zachování významu a očekávám, že se v překladu projeví. Blíže je specifikuji v komentáři.

6. PŘEKLAD VYBRANÝCH TEXTŮ

V této kapitole uvádím své překlady textů, jejichž originály jsou v kapitole 9. přílohy. Překlady jsou doplněny fotografiemi stejně jako originály.

Do překladu jsem zaznačila obrazná pojmenování, respektive metafory, se kterými pracuji v komentáři. Jsou zaznačené dle stejné barevné legendy jako VT v přílohách, čili:

Klišé

Standardní M

Přizpůsobené M

Originální M

Podtržené výrazy jsou nemetaforické výrazy, které byly ve VT metaforické. Za nemetaforické výrazy označuji i lexikalizované metafory a přirovnání.

Cílový text č. 1

Jedlíci masa jsou odvážlivci, nebo pitomci. Nebo obojí.

Lidé, jež byli informováni o rizicích konzumace masa, zvláště pak jeho levné průmyslově zpracované varianty, ale kteří se jím dál cpou jedna radost, by měli být hnáni k zodpovědnosti.



Odvážní hoši: Britský premiér David Cameron jí spolu s primátorem New Yorku Michaelem Bloombergem hot dog. Fotografie: Shannon Stapleton / REUTERS

Za dobu, co jsem vegetariánka, jsem několikrát uvažovala, jestli z toho někdy vyrostu. Říkala jsem si, jestli třeba přijde den, kdy mě přejde ten dětinský

odpor vůči představě, že se mi střevy prohání něco mrtvého jako zdechlina na tobogánu.

Ovšem to se nikdy nestane, a ne proto, že bych byla tak osvícená, vnímavá nebo by se na mě hodil některý z dalších eufemismů pro „ufňukané hipíky“, kterými vegetariány obvykle častují. Ke konzumaci masa bych konvertovat nemohla, protože, upřímně, nejsem dost blbá. Tedy, umím číst.

Rozbor více než 6 000 případů rakoviny slinivky publikovaný v odborném časopise *British Journal of Cancer* uvádí, že při konzumaci pouhých 50 g průmyslově zpracovaného masa za den (tj. jedna klobása nebo pár plátků slaniny) se zvyšuje riziko rakoviny slinivky o pětinu. 100 g za den (což odpovídá středně velkému hamburgeru) ho zvyšuje o 38 % a 150 g o 57 %. Muži bývají postiženi nejhůř, protože průmyslově zpracovaného masa jídávají nejvíce. A i když rakovina slinivky nepatří mezi nejběžnější typy rakoviny, je často diagnostikována pozdě a čtyři pětiny nemocných do roka po diagnóze umírají.

Je ale třeba zdůraznit, že zde jde o maso průmyslově zpracované. Na druhou stranu, mnoho předešlých studií uvedlo možnou souvislost mezi přílišnou konzumací masa a nejrůznějšími typy rakovin a srdečních potíží a dalšími onemocněními od cukrovky a vysokého krevního tlaku přes obezitu až po Alzheimerovu chorobu.

Jestli se teď domníváte, že se vás snažím šokovat, jste naprosto vedle. Spíš by mě zarazilo, kdybyste cokoliv z toho, co zde píšu, považovali za natolik nové, že by to někoho z vás vůbec šokovat mohlo. Tyto informace se už roky opakovaně objevují ve všech typech masmédií. Takže pokud jste v dnešní době, kdy jsme informacemi přímo přehlčeni, ještě na objev typu „hamburgery a kebaby jsou nezdravé“ nenarazili, jeden by řekl, že **jste** celou dobu **leželi v kómatu**. Není tedy čas se ptát, jak moc jsou masožrouti natvrdlí a těžko poučitelní a proč nejsou hnáni k zodpovědnosti jako všichni ostatní?

Soucitu není poslední dobou nazbyt. Nemůžete se dojmout nad lidmi, které ostatní obviňují z jejich vlastní mizerné situace: nad kuřáky „zatěžujícími“ zdravotnictví, alkoholiky, kteří si „nezaslouží“ transplantaci ledvin, nebo obézními lidmi, kteří by si „měli“ připlácet za letenky. Dokonce i ty ubohé vyděšené ženy s vadnými prsními implantáty si to prý „způsobily“ samy.

Podle této logiky by lidé, kteří byli pravidelně informováni o rizicích konzumace masa, zvláště jeho levné průmyslově zpracované varianty, ale kteří ho dál vesele hltají, měli být hnáni k zodpovědnosti úplně stejně.

Přesto jsou tito jedlíci masa kritizováni jen výjimečně. A pokud už je vůbec někdo zmíní, děje se tak v rámci kritiky všeobecně nezdravého životního stylu jako dodatečná zmínka po pití alkoholu, kouření a nedostatku pohybu. Lidi prostě nepřiměřeně procítěně řečnit o tom, jak si milovníci slaniny nezaslouží léčbu rakoviny nebo jak milovníci kebabů zatěžují zdravotnictví. Málokoho kritizují za to, že se řídí dietami nacpanými masem (jako je Atkinsova a Dukanova), které, jak se dá jenom předpokládat, jsou **časované bomby, jež ve střevech čekají na výbuch**.

Co se týče masa, skoro jako bychom si v osobní odpovědnosti vytvořili jakousi **slepu skvrnu**. Prostě pokrčíme rameny a řekneme, že maso tu je, vždycky bylo a je, jaké je. Ale maso tu vždycky nebylo ve formě aditivity napěchovaných karbanátků, špekáčků, klobás a spol. Podle mě je povinností těch, kteří ho jedí, vzít tuto informaci na vědomí a převzít osobní zodpovědnost za následky, stejně jako alkoholici nebo kuřáci.

A ne že by masožrouty už **milionkrát** před všemi těmi nebezpečími nevarovali – jak moc mohou být úmyslně neinformovaní? Anebo jsou to prostě drsníci. Když říkám, že na to, abych jedla maso, nejsem dost blbá, měla bych asi přidat, že nejsem ani dost statečná. Při tolika děsivých informacích tak snadno a rychle dostupných už takovou dobu musí mít dnešní masožravec **nervy z ocele**.

Cílový text č. 2

Zdá se, že Steve Jobs je můj typ

Vypadá to, že v Americe nic neznamenate, dokud u FBI nemáte spis, který na vás naháže všemožnou špínu, pohřbí vaši osobnost a kdeco na vás práskne. Zjistilo se, že ve spisu **zesnulého** Steva Jobse anonymně vystupovali jeho společníci, kteří agentům prozradili, že zakladatel Applu bral LSD a kouřil hašiš, byl tvrdohlavý, kariéristický, špatně se s ním pracovalo, měl „pochybný morální charakter“ a k „**překrucování reality**“ se nestavěl odmítavě.

Milí stoupenci Applu, odložte své iPhony s dojemnými animacemi plápolajících svíček. Vypadá to, že váš idol, Sv. Steve ze Silicon

Valley, byl prohaný, manipulativní LSD závislák, který tančil na *Yellow Submarine* a *Dark Side of the Moon*, a byl tak vyšinutý, že je zázrak, že kdy vynalezl cokoliv záslužného.

Měl plné ruce práce s tím, jak si povídal s polštáři, drancoval automaty se žvýkačkami, vylepoval plakáty Che Guevary a vykládal dětem, aby bojovaly s establishmentem. Samozřejmě až na to, že nic z toho zjevně nedělal.

Výbuchy smutku po Jobsově smrti začaly někoho, jako jsem já, docela unavovat. Můj zájem o něj se totiž omezoval na to, že mi v těch svých podivínských rolácích připadal zvláště sexy, a mé jediné uznání jeho geniality v oblasti techniky začalo a skončilo tím, když jsem zhruba před rokem ustrašeně přemýšlela, proč se mi některé textovky zničehonic zbarvily modře. (Už je to v pohodě, přišla jsem na to. Časem.)

Ovšem znevažování od FBI znovu můj zájem o Jobse oživilo, protože jsem došla k závěru, že kdokoli, kdo je takto zneklidnil, musel mít něco do sebe.

Takže zatímco FBI měla Jobse jasně za nebezpečného levičáka, nevědomky tak vylíčila člověka, se kterým byste si rádi zašli na skleničku, i kdybyste měli pít mrkvovou šťávu.

Cílový text č. 3

Tolik obav kvůli matematice?

Britská charitativní organizace National Numeracy zaměřující se na matematickou gramotnost tvrdí, že téměř polovina populace Británie v produktivním věku má znalosti matematiky na úrovni devítiletého dítěte. K této skupině se navíc za poslední desetiletí připojily další dva miliony dospělých.

Než ale začneme panikařit z toho, že si nejsme schopní spočítat nákup, měli bychom si uvědomit, že matematika na základních školách v roce 2012 není tak snadná, jak bývala.

Může vám dát docela zabrat, přičemž spousta rodičů se uchyluje k matematickým slovníkům (jo, taky jsem o nich tehdy slyšela poprvé), aby byli schopní vypořádat se se všemi těmi novými pojmy a postupy.

Když se ve škole mé dcery pořádají lekce matematiky pro rodiče, všichni rodiče se jich účastní, protože vědí, že když nepřijdou, budou celé pololetí mimo

mísu. Takže pokud lidé nemají dítě na základní škole, pak asi až tak nepřekvapí, že se s řešením novodobých matematických problémů trápí.

Celkově mám z matematiky dojem, že paradoxně něco, s čím si tak děláme hlavu, nebereme dost vážně. Když matematika při učení dosáhne určitého bodu, přestane být pouhým předmětem a stává se skutečným posláním, stejně jako když má někdo hudební talent.

Dobrá zpráva je, že proplout dospělým životem se dá bez problémů i s pouhými základy matematiky. Většina z nás k tomu, aby vedla naplněný a bohatý život, víc znát nepotřebuje.

Uznávám, je to život přihlouplých prost'áčků, ale nemůžete mít všechno. Takže někteří možná mají znalosti matematiky na úrovni devítiletého dítěte, protože si s tím vystačí.

Opravdový problém je, že přijde doba, kdy někteří z nás zjistí, že jsou příliš hloupí na to, aby pomohli s domácími úkoly těm skutečným devítiletým.

Cílový text č. 4

Chudí si zaslouží víc než hamburgery se „skoromasem“

Ve Spojeném království má být přijata směrnice EU týkající se masného separátu



Na hamburgery se bude používat kvalitnější maso. Fotografie: Holly Harris / Getty Images

Ještě před tím, než se ze mě stala slabošská ukňouraná vegetariánka, mi kamarád vyprávěl o své pracovní stáži v továrně na zpracování masa na

hamburgery. On a jeho spolupracovníci měli z už obraných kostí oddělit ke zpracování, a teď cituji, „každý podělanej kousek, co tam ještě zbyl“. Neoficiálně řečeno, roztroušené kousíčky masa se smetou z podlahy nebo seškrábou z bot a šup s nimi do stroje. Můj kamarád, náruživý milovník masa, mi řekl, že od té doby si hamburger nedal.

Tohle se mi vybavilo, když jsem četla o připravované směrnici EU ohledně masného separátu (anglicky zkráceně DSM – „desinewed meat“). To je produkt procesu, při kterém se odstraňuje maso z jatečně upravených těl. Tento proces se také pokládá za vhodnější než ten, ze kterého vzniká strojově oddělené maso (v Británii zkratka MSM), alespoň u hovězího a jehněčího, protože se považuje za méně pravděpodobné, že se takto budou šířit nemoci jako BSE.

Novou směrnicí plánuje Evropská komise označit DSM a MSM jako totožné termíny. Kuřecí a vepřové DSM výrobky by vyžadovaly jasné značení na etiketě, zatímco hovězí a jehněčí, které se obecně používají jako plnidla do hamburgerů, klobás a slaného pečiva, v řetězcích fastfoodů a v levnějších řadách výrobků supermarketů, by byly nahrazeny kvalitnějším masem.

Reakce našeho masného průmyslu je, že by to vedlo nejenom ke ztrátám pracovních míst, ale také k prudkému navýšení cen, což by odradilo chudší zákazníky s omezeným rozpočtem. Na což odpovídám: Skvělé, ať je to odradí. Konečně! Vážně, kdo rozhodl, že je společensky a morálně přijatelné, aby chudí lidé jedli mizerné potraviny?

Jen aby bylo jasno, já maso ani ryby nejím. A ani nezlehčuji problém ztráty zaměstnání. Ale i když nárůst cen nikdy není dobrý, nic to nemění na faktu, že jediným důvodem tak nízké ceny těchto výrobků bylo především to, že byly nacpané masovou šlichtou, která byla masem jenom stěží. Říkejme jí „skoromaso“.

Jestliže kvalitnější maso vede k nárůstu cen, pak to znamená, že zákazníci budou jíst mnohem méně skoromasných produktů a ty, které jedí, budou výrazně vyšší kvality. Takže: nekvalitní skoromaso téměř pořád, nebo kvalitnější maso jen někdy – co si chudí Britové zaslouží?

Ptám se, protože to vypadá, že kdykoliv se někdo v nedávné době pokusil přesvědčit lidi, aby kupovali kvalitnější maso, vlastně cokoliv kvalitnějšího, odpovědí byla nezvykle agresivní a liberální, nemluvě o tom jak nechutně rádoby

sympatická reakce typu: „Kde si myslíte, že na to ti chudí lidé vezmou? Nechte jim jejich hamburgery a kuřecí nugety, vy bezcitní snobští sprostáci!“

Nevyřčený podtext je tento: „No nejsme my úžasní a uvědomělí, když myslíme na naše chudé a jejich omezené finanční možnosti?“ To se často překládá jako: „Ani by mě nenapadlo takový blivajz jíst, ale nižším vrstvám to bude stačit, naštěstí neznají nic lepšího.“

Je čím dál horší sledovat, jak lidé jako Jamie Oliver a Hugh Fearnley-Whittingstall sklízí nadávky a výsměch za to, že navrhli zdravější řešení (a často úplně jednoduché a cenově efektivní) namísto škodlivé stravy napěchované průmyslově zpracovanými potravinami. Podle toho, jak lidé vykřikovali, že jsou to elitáři žijící mimo realitu, byste řekli, že navrhovali opéct si k obědu jednorozce.

Zdá se, že oba šéfkuchaři zaujímají zdravý postoj vůči konzumaci masa, kdy by mohli jeho milovníci praktikovat příležitostné vegetariánství. Nemusíte být připitoměle melancholický vegetarián, abyste si uvědomili, že by bylo pro každého lepší, kdyby se maso stalo znovu tím, čím v dřívějších staletích bývalo: vzácností, přepychem, ne každodenní základní potravinou narušující trávicí systém. A rozhodně ne párkem nebo skoromasem z hamburgeru.

Tato směrnice se zřejmě snaží přimět Brity, aby se tak moc necpali tou šlichtou z masa, která je tak nekvalitní, jak je levná. Útok na chudé Brity? Mně to spíš přijde jako pravý opak.

Cílový text č. 5

Ale ne, Adele. Rozlehlé sídlo? Vážně?

Pokud to tedy nebyl vtip, překvapilo mě, že vidím zpěvačku Adele, jak se před kamerou chlubí svým sídlem, za které platí v přepočtu skoro půl milionu korun měsíčně. Má jenom něco kolem deseti ložnic, dva bazény a přistávací plochu pro vrtulník, což by mohlo vážně podkopat image „obyčejný holky, co to někam dotáhla“. Ne že by někdo vážně čekal, že Adele zůstane bydlet s maminkou v bytě nad pekařstvím nebo tak. Nebo snad ano?

I když to nedává smysl, mnoho lidí trpí jakýmsi odcizením od celebrit, na které se upnuli. Nedokážou přijmout fakt, že neuvěřitelně zbohatly a jsou teď „jiné“. Pamatuju si, jak jsem kdysi viděla fotku luxusního kvartýru Kylie

Minogue a jak jsem se cítila lehce otráveně. Někde v koutku duše jsem si ji představovala, jak bydlí společně se svými australskými kamarádkami a spí na zvlněném futonu, do kterého vzlyká kvůli nezvedeným amantům. V nějaké iracionální části mé mysli si Kylie nepořídila zaslouženě hezký dům, ona mě *zradila*.

Přiznejme si to: velkému tlaku ekonomiky a reality show (ta společná touha stáhnout ostatní na naši úroveň) se podařilo výstřelky bohatých a slavných zničit.

Dnes by bylo od celebrit moudré, aby si své úžasné domovy raději schovávaly, než je stavěly na odiv.

Cílový text č. 6

Ženy, které prostě nikdy nic neudělají správně

Společnost postrádá 11. přikázání: Ženo, souzena budeš.



„Bledá“ Rihanna. Fotografie: Dave M. Benett / Getty Images

Někdy si říkám, jestli dnešní společnosti nechybí 11. přikázání: „Ženo, souzena budeš!“ Minulý týden se objevily tři velice medializované příklady. Nejprve Madonna, která se při vystoupení předvedla v krat'ounkých šortkách, čímž odhalila svůj údajně seschlý a šeredný zadek (ve skutečnosti ale vypracovaný a rajcovní). Potom Victoria Beckham, které se téměř všichni vysmáli za to, že se označila za „průměrnou ženu“. A nakonec zpěvačka Rihanna, která byla obviněná z toho, že si zesvětluje pokožku. Takže tady máme tři rozdílné

představitelky světoznámých žen: přestárlou popovou rádoby mladici, pomýlenou vyzáblou čarodějnici a černošku trpící sebenenávistí? „Žaluji!“ bylo slyšet, jako kdysi Zolu, zatímco by si všechny tři nejspíš zasloužily omluvu.

Nejdříve Madonna a její outfit, který si vzala na vystoupení, přičemž zdůrazňuji slova *na vystoupení*. Madonna je umělkyně. Když vystupuje, nosí to, čemu se říká – a teď pozor – kostým! Věřte bývalému pisálkovi z hudebního magazínu *The New Musical Express*, když říká: Pokud popové hvězdy mezinárodního formátu plánují světové turné, málokdy uvažují stylem: „Jak to mám celé utlumit, abych měl/a jistotu, že na mě zadní část stadionu vůbec neuvidí?“ Lidé chodící na Madonniny koncerty by asi byli zklamaní, kdyby se tam objevila v usedlých značkových kalhotách odpovídajících jejímu věku a vkusném kašmírovém svetříku. Říkám to proto, že podle kritiky, jakou sklidila, byste si mysleli, že si tyto pohoršující svršky – a z nich vykukující pozadí oděné do síťovaných punčoch – oblékla na procházku se psem nebo na třídní schůzku. Ale neoblékla. Bohužel.

Co se týče Victorie Beckham, tak ta se ve skutečnosti nikdy za „průměrnou“ neoznačila. Šlo o to, že jí přišlo nevhodné, aby „stoosmdesáti a něco centimetrové sedmnáctileté modelky“ propagovaly její drahou značku oblečení, když ji mohla lépe reprezentovat sama. Victoria v žádném případě netvrdí, že její bohatství nebo štíhlost jsou průměrné. Svou myšlenku („Představuji tady širokou veřejnost“) možná nevyjádřila nejlépe, ale byla to jasně sebedoceňující poznámka o tom, že je víc jak třicetiletá manželka a matka a ne „stoosmdesáti a něco centimetrová sedmnáctka“. Pojem „široká veřejnost“ by také měl být zasazen do kontextu – Victoria dělala rozhovor pro známý módní časopis *Harper's Bazaar*, ne pro *Chvilku pro tebe*. Celkem vzato se snažila – i když uznávám, že trochu zmateně – vyjádřit spíš pozitivně. A výsledek? Nadávky a posměšky.

Nakonec Rihanna. Tady se jednalo o jiný případ než ty děsivé reklamní kampaně, kde se jindy snědé celebrity objevují na billboardech a v časopisech s kůží bledší než ta moje. Rihannu zkritizovali na základě toho, že se jen tak procházela, žila si svůj život a vypadala „bledší“. To si lidi neuvědomují, že stejně jako se bílá pokožka opaluje, tmavá také tmavne, když je na slunci, a naopak?

Napadat tedy Rihannu za to, že vypadá světlejší, je stejně nelogické, jako obviňovat zpěvačku Katy Perry, když je o něco bledší než obvykle, že si také zesvětluje pleť. Téměř to hraničí s rasismem, nebo alespoň s naprostou pitomostí. Je možné, že když se řekne „ženy jiné barvy pleti“, myslí tím vlastně někteří „radši ať je to jen *jedna* barva“, protože cokoli jiného ty bělochy bez fantazie mate?

Někteří možná řeknou, že je spousta jiných žen, které si naši pozornost a soucit zaslouží víc než tohle urozené trio. Ovšem toto celé ukazuje, jak mohou být tři ostře sledované ženy posuzované třemi naprosto odlišnými způsoby: od zjevné věkové diskriminace (u Madonny) přes skoro-rasismus (u Rihanny) po, pro ty nóbl, prastarou taktiku ve stylu „Vytrhněte věty z kontextu a zaútočte!“.

V dnešním světě občasně mizogynie se tohle všechno různě vyskytuje a vzájemně mísí a spolu se všemi třemi případy se objevilo během pouhého týdne. Co se tedy týče onoho „Ženo, souzena budeš!“, možná nebylo úplně přesné, když jsem řekla, že postrádáme 11. přikázání. Pro některé by nejspíš bylo první.

Cílový text č. 7

Navážit se do výherců loterií je trochu pokrytecké

Říkat, že lidé, kteří nejsou zvyklí na velké peníze, s nimi neumí hospodařit, jsou povýšenecké kecy.



Náhlá a neočekávaná výhra neznamena pro ty, kteří nebyli na tolik peněz zvyklí, katastrofu.
Fotografie: Graham Turner pro The Guardian

I když nevím, co dnes autobusáci z Corby, kteří nedávno společně vyhráli v loterii, dělají, vsadila bych se, že někde nevzlykají v koutě, protože se bojí své zruinované budoucnosti a přejí si, aby nikdy těch 38 milionů liber (v přepočtu přes 1,2 mld Kč) nevyhráli. Stejně tak si nemyslím, že tomu členovi jejich loterijní skupiny, který před půl rokem sázení nechal, teď spadl kámen ze srdce. Což může znamenat jediné – že ještě neobdrželi výtisk intelektuálního oběžníku o loterijních výhrách s titulky typu: „Litujete dne, kdy jste s tím začali?“ „Konec popíjení ve vašem oblíbeném lokálu“ a „To je vám podobné – prošustrovat peníze jako nevyčválaný křupan“.

Jakmile jsem se o řidičích z Corby dozvěděla, věděla jsem, že nepotrvá dlouho, než se z příjemného vzrušení stane varovná historika o zoufalství a hamižnosti prokládaná řadou odstrašujících rozhovorů s bývalými výherci v duchu: „Od té doby, co jsem se svým pozlaceným Bentley vjel do svého bazénu a přitom zabil 14 chamtivých rodinných příslušníků a 237 příživníků, lituju, že jsem kdy vyhrál.“ Všichni víme, jak to je: Vtloukají nám do hlavy, že lidé, kteří nejsou zvyklí na to mít peníze, se s velkou výhrou neumí vypořádat. Což je nejenom povýšenecký kec, ale i nestydatá lež.

Během schvalování státního rozpočtu to vypadalo, že je nebezpečné lpět na představě, že někteří lidé se k nakládání s majetkem jednoduše „narodili“ a jsou na něj „zvyklí“ (a tudíž mají oprávnění mít ho ve své péči), zatímco jiným se (ach bože) prostě nedá, co se týče velkých sum, věřit – pro jejich vlastní dobro, chápete. Byl by to jejich konec. Jen co je pravda.

Po pravdě řečeno tato vžitá představa výherců coby neschopných primitivů pochází z několika ojedinělých případů. Což se nedá říct o těch mnoha příkladech z poslední doby, kdy se vůči penězům chovali nezodpovědně boháči. A to obvykle vůči penězům druhých. Jestli nás tohle milénium něco naučilo, pak to, že zámožní a privilegovaní jsou více než schopní se v oblasti peněz chovat neuvěřitelně hloupě, lehkovážně a někdy naprosto nečestně. Ale co, těch si nevsímejme, starejme se radši o výherce loterií.

Anebo víte co, radši ne. Mně vždycky přišlo logické, že u lidí, kteří měli často hluboko do kapsy, je naopak pravděpodobnější, že budou umět s penězi hospodařit. Že hospodaření s velkými obnosy by pro ně bylo mnohem méně problematické a stresující než rozdělování skrovných částek. A navíc, že když

člověk v životě musí bojovat s finančními potížemi, tak k penězům získá jak řádný respekt, tak jistý nadhled. Tu naprostou a trvalou krásu vědomí, že peníze nejsou všechno, protože jste celý život milovali a byli milováni, i když jste **neměli ani vindru**.

A skutečně: Když zbohatlí řidiči mluvili v televizi o svých snech, nemluvili o jachtách nebo soukromých plážích, ale o chatkách dost velkých na to, aby se tam vešla všechna jejich vnoučata. Jejich sny se většinou týkaly bezpečí, přežití a rodiny – některým se mohou zdát tato přání nicotná a omezená, ale v podstatě je to všechno, na čem doopravdy záleží. Jo, zapomněla jsem – jeden z nich se plánoval vrátit do školních lavic, aby se zlepšil v matematice a naučil se cizí jazyk. Vážně. A přesto by toto měli být lidé, o jejichž existenční zabezpečení se máme „bát“?

Místo toho, abychom se poníženě plazili před známými boháči, jako kdyby zázračně všechno věděli nejlíp, je možná načase projevít respekt těm novým boháčům – sázkařům, kteří vyhráli milióny. Alespoň jim přičtème k dobru ten cit pro věc, se kterým se narodili.

Samozřejmě se také můžeme dočkat toho, že uvidíme řidiče z Corby, jak se potácejí ze strip barů, **mumlají si něco o nigerijském podnikateli a svém bankovním kontě** a mají rozpíchaná předloktí. Nikdo neví, co s nimi bude. Na druhou stranu, pokud to bude něco špatného, nestane se tak kvůli přežití myšlence, že někteří se ke správě peněz prostě nenarodili.

Cílový text č. 8

A co ti ostatní, pane premiére?

Britský premiér David Cameron našťval alkoholový průmysl plánem zavést minimální cenu v přepočtu zhruba 13 korun za 10 mililitrů čistého alkoholu a zároveň v supermarketech zakázal prodávat jeho výhodná multibalení. Cameron tvrdí, že je to kvůli boji s nárazovým zpíjením se „do němoty“, které **vysává** policejní a nemocniční **zdroje**. To je sice velice pěkné, ale co všichni ti ostatní pijaní? V neposlední řadě ti zdánlivě usedlí noční nasávači, kteří jsou vlastně „notorici v utajení“, co jsou pravidelně namol. A ano, vážení čtenáři, myslím teď vás.

Většině z nás není alkohol cizí a já jsem částečně polepšený nárazový pijan, který už se želbohu nedokáže vypořádat s kocovinami, které se čím dál víc podobají vysoké otravě radiací. Takže by ode mě bylo pokrytecké, kdybych na ty ovíněné zástupy dělala ty-ty-ty nehledě na to, kolik si v Opilém krámkou koupí beden piva. Na druhou stranu je hrozné slyšet o loupežných a sexuálních přepadeních způsobených alkoholem nebo o neustále rostoucím počtu mladých, kteří podléhají onemocnění jater.

Mělo by ale na vině být jen *nárazové* nadměrné pití alkoholu? Očividně má bliž ke kriminalitě – u pravidelně popíjejících „potajmu“ není zrovna běžné, aby třískli svou skleničkou kvalitního chardonnay o podlahu a běželi vykrást benzinku. Ovšem pokud jde o zdraví, studie tvrdí, že popíjení potají zvyšuje riziko nesčetných onemocnění včetně srdečních chorob a rakoviny. Takže zatímco nárazoví pijani jezdí s poraněními hlavy a zlomenými nosy na pohotovost a tajní pijani zase chodí se znepokojujícími příznaky ke specialistům, vyjde to ve výsledku nastejno – jsou zátěž pro zdravotnictví.

Tajní pijani si navíc obvykle kupují vína a tvrdý alkohol, které jsou drahé. Cameronovo zvýšení cen jim vadit nebude, což z nich zřejmě dělá ještě větší problém. Takže ano, něco by se asi s nárazovým opíjením v Británii udělat mělo, ale proč zůstat jen u toho?

Cílový text č. 9

Že tě žádná nechce? No jasně, Harry.

Princ Harry si stěžoval na to, že si nemůže najít přítelkyni a že je jeho „povolání“ může odrazovat. To jako fakt? Jen si to představte: „Dejte si odchod, princí. Tahle květinka přece nebude stříhat nákou mašli, aby otvírala nový špitál!“ Koho se snaží oblbnout?

Emoční výbuch zhrzeného královského playboye se dá popsat jedine jako „chvástání naruby“, kdy si subjekt stěžuje, jaký je chudáček, s vědomím, že na něj potom ženy poletí ještě víc.

Herci a hudebníci to s těmi svými řečmi, jak sláva izoluje, dělají pořád, takže dá rozum, že mladí členové královské rodiny to nakonec budou zkoušet taky.

Celé se to nese v takovém bezstarostném (čtete: připitomělem) duchu, který by se dal vyjádřit žertovnou nálepkou na auto „Zatrubte, jestli stojíte v řadě jako třetí!“.

Je to, jako by si říkal: „Jen ať Williamovi vypadají všechny vlasy ze stresu, že je prvorozený, já tu zatím budu blbnout s pěknýma holkama a vrtulníkama.“

No budiž. Jenom teď kvůli němu doufejme, že mu ty dobré časy v budoucnu nezkazí případná otcova a bratrova abdikace. A do té doby nech radši to fňukání profesionálům, Harry.

Cílový text č. 10

Mudlové nejsou továrny na peníze

V souvislosti s nově otevřenou expozicí o Harrym Potterovi ve filmových studiích v Leavesden v hrabství Herfordshire, kde se tyto filmy točily, se nad tamějšími cenami ozvaly pobouřené hlasy. A netýkalo se to jen vstupného, ale také prodávaných předmětů – kouzelnických hůlek, košťat, plášťů, zlatonek a spol.

Zdá se, že všichni se shodnou na jednom: Je to nehoráznost! Na což bych s otráveným úšklebkem mudly (anebo spíš mouly), který už financoval dva potomky v jejich posedlosti Harrym Potterem, odpověděla: ne víc než jindy. To snad ti reptalové na Leavesden žijí v paralelním vesmíru? Pro většinu rodičů není takovéto oškubávání kvůli filmům nic nového.

Všechna čest Rowlingové a jejím dobročinným snahám, ale knížky a filmy o mladém čaroději už tu jsou nějakou dobu. Bylo by přehnané žádat, aby v určitém okamžiku ona a všichni, kteří mají co do činění s podnikem Harry Potter, přestali z fanoušků a jejich rodičů ždímat i tu poslední penici, kterou ještě mají?

Co přijde dál? Ohraničí snad přenosné záchodky z filmování a budou za podívání vybírat vstupné („Tady šel Ron Weasley na záchod!“)? Jak to tak bývá, moje nejmladší dcera nashromáždila za všechny Vánoce, narozeniny a díky osvědčenému neustálému otravování nejenom všechny knížky a DVD, ale také čtyři hůlky, plášť, kravatu, koště, obraceč času (neptejte se), lego Bradavic a – zlatý hřeb – Pobertův plánek, který **stál majlant** i přesto, že vypadá jako vyrobený ze saváku nasáklého čajem.

Abych shrnula svůj postoj k prodeji předmětů s tematikou Harryho Pottera, musela bych parafrázovat Petera Finche při jeho klíčovém zhroucení ve filmu *Televizní společnost*: „Jsem už švorc a dál už to trpět nebudu!“. I když později asi zase ano. Jenom mě ušetřete toho hraného údivu nad cenami. Příznivci Harryho Pottera a jejich rodiče jsou minimálně dobře zběhlí v umění, jak se nechat oškubat.

Cílový text č. 11

Telegram od královny ke stovce? Ani ne.

Vědci vyvinuli genetický test, který dokáže předpovědět, zda se dožijete sta let. Funguje to jenom u starších lidí, ale to je v pohodě. Naprosto by dávalo smysl, kdyby si takový test udělala, řekněme, tak 99letá babička – ta už je, takříkajíc, odhodlaná. Ale proč by to chtěl vědět zbytek z nás?

Chtějí se lidé opravdu stovky dožít? Mohl by to být takový seniorský bungee jumping – jedna z těch klišoidních ambicí, kterých chce opravdu málokdo dosáhnout, ale většina cítí povinnost předstírat o ni zájem. Pro většinu z nás by bylo dožití stovky hrůza. Až na pár opravdových šťastlivců bychom všichni skončili v domovech důchodců, personál oslovovali špatnými jmény a každý týden bychom se těšili na bingo.

I když jste trávili léta dodržováním přísné životosprávy, abyste byli neustále ve formě, jenom pár vašich blízkých, pokud vůbec nějací, s vámi bude oslavovat vaše sté narozeniny. Nebudete mít žádné přátele, protože jste celý život strávili jako suchaři posedlí zdravým životním stylem.

Proč je vůbec jakýkoliv zdravý životní styl tak nudný? Nedávno jsem zažila ten povánoční pocit, kdy si připadáte jako nafouklý balón, a začala jsem se najednou záhadně zajímat o celozrnné těstoviny, vitamíny, glykemický index a... bože, to je nuda.

Vydrželo mi to do doby, než jsem si koupila nudle bez uhlohydrátů, ze kterých se ovšem vyklubaly nenudlové nudle, které chutnaly jako gumičky nasáklé Domestosem. Fakt mňamka.

Přesto znám lidi, kteří na to nedají dopustit, odvažují si jídlo a jógu cvičit tak usilovně, až čekáte, že **si přisednou klíční kost**. A kvůli čemu? Aby skončili

v tom samém domově pro důchodce, akorát oslovovali personál *správnými* jmény a každý týden se na bingo *netěšili*. Vážně výhra.

Cílový text č. 12

Hlavně nezapomenout pilku na kosti

Mám tady pro vás na dlouhý velikonoční víkend jednu otázku k přemýšlení: Je možné, že s Leonardem da Vinci, nepřekonatelným renesančním malířem, sochařem a vědcem, nebyla o prázdninách legrace?

Jeden z jeho seznamů napsaný kolem roku 1510 před cestou do Pavie poblíž Milána ukazuje, jak da Vinci zamýšlel sbalit si lékařské kleště, skalpel a pilu na kosti a jak si poznamenal, že má sehnat lidskou lebku. Přesně tak. Ztracené lidské lebky – kdo už si tím, že si jednu zapomněl sbalit, nezkazil výlet, že?

Ale abychom mu nekřivdili, da Vinci cestoval do Pavie zejména proto, aby prováděl pitvy. Kdyby se k němu tehdy někdo jen tak z legrace přifařil, asi by si, jak bývá zvykem, nestěžoval, že ho tahá po všech pamětihodnostech nebo že každý den večeří ve stejné restauraci.

Kromě rozřezávání mrtvol bylo mezi da Vinciho hlavními záměry přes prázdniny také „popsat jazyk datla a čelist krokodýla“. Při západu slunce u večeře? Další zábavně znějící činnost byla „změřit tělo mrtvého za použití prstu (jako jednotky)“.

Něco mi říká, že Leonardo nebyl typ, co by vám mazal záda opalovacím krémem. Da Vinci byl skutečný génius, jehož poznatky o anatomii vedly k mnohem lepšímu pochopení lidského těla, a svět je dodnes okouzlen jeho uměleckými exkurzemi do jiných oborů. Protože je už stovky let po smrti, jen ti nejzlotřilejší by ho mohli vinit z toho, co Dan Brown napsal ve své knize *Šifra mistra Leonarda*.

Nehledě na to, dokonce i renesanční vzdělanec se potřebuje občas uvolnit – a kdo by chtěl vysedávat s Leonardem, kdyby vám pořád něco mlel o jazyku datlů a mírách nebožtíků? Nejhorším společníkem by ale byl anatom Gunther von Hagens, vynálezce plastinace, který bude dnes večer v televizi předvádět ukřižování za použití plastového Ježíše. A neměl už každý z nás takovéhle rande?

7. KOMENTÁŘ

Než se pustím do rozboru obrazných pojmenování, chtěla bych poznamenat, že texty tohoto typu nejsou na překlad velmi snadné, protože překladatel musí být dost vynalézavý, aby obrazná pojmenování (a nejenom ta) adekvátně převedl do CJ. Různá obrazná pojmenování totiž vyžadují různé překladatelské postupy. I já jsem měla s texty občas problémy, a to nejen kvůli obrazným pojmenováním, ale i proto, že autorka občas psala ne příliš jasně, a musela jsem vypracovat několik překladových verzí, než jsem se dostala k té finální.

7.1 Dělení obrazných pojmenování a jejich převod

Nyní zde budu pracovat s obraznými pojmenováními, respektive metaforami, jak jsem je klasifikovala v kapitole o určení překladatelské strategie. Obrazná pojmenování dělím do pěti skupin podle toho, jak se při překladu měnil jejich obraz, případně obraznost. Toto dělení je následující:

1. Zachování základu i obrazu metafory v CT
2. Zachování obrazu v CT se změnou formulace
3. Změna obrazu v CT
4. Ztráta obraznosti a redukce na smysl
5. Kompenzace obraznosti v CT

Ke každé skupině uvedu příklady z těch, které jsem uvedla v kapitole 4, a navíc uvedu příklady pro poslední kategorii, kde metafory ve VT nebyly, tudíž jsem je předtím nemohla uvádět v analýze metafor VT. Jednotlivé skupiny podrobněji popíši. T x (x = číslo) odkazuje k VT a CT konkrétního čísla. Čísla ve druhém sloupci tabulek slouží k očíslování příkladů.

7.1.1 Zachování základu i obrazu metafory v CT

T 1	1	<i>you've been lying in a coma</i>	<i>jste ... leželi v kómatu</i>
	2	<i>nerves of steel</i>	<i>nervy z ocele</i>
T 2	3	<i>twisting reality</i>	<i>překrucování reality</i>

	4	<i>late</i>	<i>zesnulého</i>
--	---	-------------	------------------

Zde očividně došlo k doslovnému překladu. Buď proto, že v CT odpovídají výrazům úplné idiomatické ekvivalenty se stejným obrazem (2, 3), nebo v případě originálních metafor se dají přeložit doslovně, jak to ostatně radí i Newmark (1). Zařadila jsem do této kategorie i př. 4, protože jsou to ekvivalentní eufemismy.

7.1.2 Zachování obrazu v CT se změnou formulace

T 1	5	<i>colonic timebombs waiting to happen</i>	<i>časované bomby, jež ve střevech čekají na výbuch</i>
	6	<i>personal responsibility blind spot</i>	<i>jako bychom si v osobní odpovědnosti vytvořili (jakousi) slepou skvrnu</i>
T 2	7	<i>eruption of grief</i>	<i>výbuchy smutku</i>
T 7	8	<i>slurring about emailing their bank details to a Nigerian businessman</i>	<i>mumrlají si něco o nigerijském podnikateli a svém bankovním kontě</i>

Tato obrazná pojmenování se podobají první skupině, ale s tím rozdílem, že zde už se musela pozměnit formulace, i když obraznost stále spočívá v témže obrazu. Změna formulace byla většinou nutná kvůli odlišnosti jazyků. V některých případech bylo nutné výrazy přeformulovat, protože v angličtině se vyskytovaly pro ni typické jmenné řetězce (6), které pro češtinu typické nejsou. Často se tak rozepisují vedlejší větou. Angličtina také hojně využívá neurčitých tvarů sloves (5 - *waiting*, 8 - *slurring*), které se v češtině často nahrazují tvary určitými (8 - *mumrlají*) nebo se rozepisují vedlejší větou (5).

U př. 8 došlo částečně ke změně obrazu, protože je vynechána informace o posílání informací týkajících se bankovního konta přes email, ale myslím, že i přes to patří tento příklad do této kategorie.

Př. 7 uvádím v této kategorii kvůli změně z jednotného na množné číslo.

7.1.3 Změna obrazu v CT

T 1	9	<i>countless times</i>	<i>milionkrát</i>
T 6	10	<i>past-it pop mutton</i>	<i>přestárlou popovou rádobou mladici</i>
T 7	11	<i>(haven't had) two pennies to rub together</i>	<i>neměli ani vindru</i>
T 8	12	<i>drains ... resources</i>	<i>vysává ... zdroje</i>
T 10	13	<i>cost the earth</i>	<i>stál majlant</i>
T 11	14	<i>cough up a clavicle</i>	<i>si přisednou klíční kost</i>

V předchozích dvou skupinách nebyl důvod měnit obraz, protože se hodil i v češtině. Ne vždy to ale jde. Proto není vůbec zvláštní ani špatné řešení tento obraz změnit. Může k tomu docházet z několika důvodů: absence stejného obrazu v CJ (10, 11, 13), idiomatičnost (13 - když je něco drahé, nestojí to *zeměkouli*, ale např. *majlant*; 12) nebo prostě to, jak na nás daný výraz v CJ působí (14).

U těchto příkladů se viditelně projevuje to, co jsem si stanovila v překladatelských strategiích, a sice že mi půjde o význam spíše než o formu a na škále volného – doslovného překladu se budu blížit spíše překladu volnému. Také že budu usilovat o komunikativní překlad.

7.1.4 Ztráta obraznosti a redukce na smysl obraznost

Zde nemusí jít o „absolutní“ ztrátu metaforičnosti, ale například o redukci na lexikalizovanou metaforu, kterou ale já v této práci za metaforickou již nepovažuji.

T 3	15	<i>along the simple lines of (yesteryear)</i>	<i>není tak snadná, jak bývala</i>
T 4	16	<i>stuffing their faces</i>	<i>necpali</i>
T 6	17	<i>(all of this) churning and gurgling in the giant cement mixer that is casual misogyny</i>	<i>v dnešním světě občasné mizogynie se tohle všechno různě vyskytuje a vzájemně mísí</i>
	18	<i>mixed bag</i>	<i>tři rozdílné představitelky</i>
T 7	19	<i>windfall</i>	<i>náhlá a neočekávaná výhra</i>
T 8	20	<i>a drain on ... resources</i>	<i>zátěž pro ...</i>

	21	<i>chablis brigade</i>	<i>ti ostatní</i>
T 9	22	<i>give it a whirl</i>	<i>to budou zkoušet taky</i>
	23	<i>sling your hook</i>	<i>dejte si odchod</i>
T 12	24	<i>the blackest of hearts</i>	<i>ti nejzlotřilejší</i>

Jedním z překladatelských řešení je i vynechání nějakého příznakového jazykového prostředku v CT, který by tam nepůsobil idiomatically nebo například nejde adekvátně převést. Takovéto vynechání se potom může na jiném místě vynahradit kompenzací (viz poslední skupina převodu obrazných pojmenování). I já jsem se, jak je vidět, k takovým řešením uchylovala. Podle počtu příkladů je to zřejmě nejčastěji využívaná strategie, i když se to nedá říci s naprostou jistotou vzhledem k nesystematickému výběru příkladů.

U př. 17 by se dalo argumentovat, že se obraznost nevytratila úplně díky slovu „mísi“, ovšem já myslím, že je to velmi málo na to, aby se dal tento příklad považovat za převedení obraznosti.

Obraznost se nemusí ztratit úplně, může se minimálním způsobem zachovat, a to v případě, že se výraz přeloží lexikalizovaným obrazným pojmenováním (16, 20). Já to ovšem ve své práci za převod obraznosti nepovažuji.

7.1.5 Kompenzace obraznosti v CT

T 3	25	<i>be clueless</i>	<i>budou ... mimo mísu</i>
T 7	26	<i>go back to school</i>	<i>vrátit se do školních lavic</i>
	27	<i>the message being</i>	<i>vtloukají nám do hlavy</i>

Tato skupina vlastně navazuje na tu předchozí a vynahrazuje, co ona ztratila. Pokud je ve VT neobrazné pojmenování, které se dá při překladu změnit na obrazné, a typ textu to samozřejmě umožňuje (což můj ano), bývá běžné toho využít. Tato skupina je zaměřená na CT, takže na rozdíl od předchozích skupin jsem musela hledat metaforu ne ve výchozím, ale v cílovém textu.

8. ZÁVĚR

Obraznost je důležitá složka textů a zvláště těch, které jsem si vybrala pro potřeby této práce. O tom jsem se mohla v průběhu psaní této práce přesvědčit. Studium překladu metafory je bezesporu obsáhlá oblast, která si zaslouží dalšího zkoumání. Já jsem měla možnost si na úzkém okruhu publicistických textů alespoň do malé míry toto zkoumání zkusit. Zajímalo mě, jak se uplatní různé překladatelské strategie při převodu metafory v praxi, zda budou některé z nich převládat a které to budou a jak se s tím vším vypořádám já jako překladatel.

V následující tabulce shrnuji zastoupení jednotlivých překladatelských strategií při překladu metafory, jak se vyskytly na mém vzorku analyzovaných metafor. Tento přehled je samozřejmě potřeba brát jen jako orientační a ve vztahu k mým VT, nelze jej univerzálně aplikovat na převod metafor jako takových, a to ani v rámci publicistických textů. Nicméně mohl by posloužit pro další rozpracování pro budoucí výzkum, kdy by bylo zajímavé zjistit, jaké překladatelské strategie se opravdu při převodu metafor nejvíce uplatňují.

Překladatelská strategie	Počet metafor takto přeložených (procenta)
Zachování základu i obrazu metafory v CT	4 (14,81 %)
Zachování obrazu v CT se změnou formulace	4 (14,81 %)
Změna obrazu v CT	6 (22,22 %)
Ztráta obraznosti a redukce na smysl	10 (37,04 %)
Kompenzace obraznosti v CT	3 (11,11 %)
Počet analyzovaných metafor celkem	27 (100 %)

Tabulka č. 1

Z tohoto přehledu je patrné, že nejvíce jsem využila redukce, čili v českém jazyce byla metaforičnost (alespoň jak naznačují tyto výsledky) méně častá než v textech anglických. Odpovídá to i tvrzení M. Baker, která považuje překlad idiomů parafrází za nejčastější metodu při překladu idiomů (1992, s. 74). I když se zabývá pouze idiomy, myslím, že se to dá vztáhnout i na metafory obecně. Druhá nejčastější metoda byla změna obrazu metafory a zbylé tři metody se od sebe výskytem příliš nelišily.

Klasifikaci metafor (a navíc i nemetaforických vyjádření vzniklých při překladu) ve VT a CT (jak jsem ji upravila podle Newmarka) zřehledňuje následující Tabulka č. 2:

	Klišé	Standardní M	Přizpůsobená M	Originální M	Nemetaforic- ká vyjádření
VT	6 (22,22 %)	9 (33,33 %)	4 (14,81 %)	5 (18,52 %)	3 (11,11 %)
CT	4 (16,67 %)	3 (12,50 %)	1 (4,17 %)	6 (25 %)	10 (41,67 %)
Celkový počet analyzovaných (ne)metaforických vyjádření:					
-ve VT: 27					
-v CT: 24					

Tabulka č. 2

Přidaná kategorie nemetaforických vyjádření podporuje výsledky shrnuté v Tabulce č. 1, kde u deseti metafor se obraznost při překladu do CT vytratila. Dále z Tabulky č. 2 vyplývá, že v anglických textech spíše převládaly metafory zažitě (kliše a standardní), zatímco v českých textech bylo metafor méně a z těch, které se zde vyskytovaly, převládaly metafory originální (čtvrtina metafor). Některé z těchto závěrů by se jistě daly použít jako seriózní podklady pro další výzkum, ale nelze je brát jako stoprocentně směrodatné, protože jsem v této práci pracovala jen s malým vzorkem metafor.

9. PŘÍLOHY

Zde jsou originály článků, které jsem překládala. Vyznačení odstavců se může oproti originálnímu zobrazení na stránkách *Guardianu* trochu lišit. Jsou zde vyznačená obrazná pojmenování jako u překladů. Barevné rozlišení je následující:

Klišé

Standardní M

Přizpůsobené M

Originální M

Výchozí text č. 1

Meat eaters – you are daredevils or dumb. Or both

People who've been informed of the dangers of meat, particularly the cheap processed variety, but who continue to wolf it down should be held accountable



Brave boys: British prime minister David Cameron eats a hot dog with New York city mayor Michael Bloomberg. Photograph: Shannon Stapleton / REUTERS

There have been times during my years of vegetarianism when I've wondered if I may indeed grow out of it. I've wondered if there might come a day when I'll put aside my childish aversion to the thought of dead stuff travelling through my intestines, like a corpse on a raft ride.

However, it could never happen, and not because I'm so enlightened, sensitive or any of the other euphemisms for "whining hippie" usually dumped on

vegetarians. My conversion to flesh-eating couldn't happen because, frankly, I'm not stupid enough. As in, I can read.

Analysis of more than 6,000 pancreatic cancer cases published in the *British Journal of Cancer* says that eating just 50g of processed meat a day (one sausage or a couple of slices of bacon) raises the likelihood of pancreatic cancer by a fifth. 100g a day (the equivalent of a medium burger) raises it by 38%, 150g by 57%. Men are worst hit, as they tend to eat the most processed meat. And while pancreatic cancer is not the most common of cancers, it's frequently diagnosed late, with four-fifths of sufferers dying within a year of diagnosis.

It should be pointed out that this is about *processed* meat. However, many past studies have stated a probable link between too much meat and all manner of cancers and heart problems, as well as links to other conditions, from diabetes and high blood pressure to obesity and Alzheimer's.

If, by now, you're thinking that I'm out to shock you, then you couldn't be more wrong. I'd be shocked if any of this was considered new enough to shock anyone. This information has popped up regularly for years in all forms of popular media. Indeed, in this era of info overload, if you've never come across the "burgers and kebabs are unhealthy" revelation, one would have to presume **you've been lying in a coma**. With this in mind, isn't it time to ask, exactly how thick, how hard to educate, are meat eaters and why aren't they held accountable in the same way everyone else is?

Sympathy is in short supply these days. You can't move for people being blamed for their own miserable situations: smokers who "burden" the NHS; alcoholics who don't "deserve" liver transplants; obese people who "should" pay more for flights. Even those poor terrified women with the faulty breast implants are said to have "brought it on themselves".

By this logic, people who've been regularly informed of the dangers of meat, particularly the cheap processed variety, but who continue to wolf it down should be held just as accountable.

Yet these meat eaters are rarely lambasted. If they're mentioned at all, it's in general poor lifestyle terms, as an afterthought to drinking, smoking, and lack of exercise. You just don't get people making emotional pronouncements about bacon lovers not deserving cancer treatment or kebab fans burdening the NHS.

Few are criticised for following the kind of meat-laden diets (Atkins, Dukan), which, one can only presume, are **colonic timebombs waiting to happen**.

Where meat is concerned, it is almost as if we have developed a **personal responsibility blind spot**. Where we just shrug and say, meat is here, it's always been here, it is what it is. But meat hasn't always been here in the form of additive-stuffed burgers, pork pies, sausages *et al*. In my opinion, it's the meat eaters' duty to take this information on board and take direct personal responsibility for the consequences, just as alcoholics and smokers do.

It's not as if they haven't been warned **countless times** about the dangers – how wilfully ill-informed can people be? Or maybe they're just hard. In fact, when I say I'm not dumb enough to eat meat, I should probably add brave enough. With so much frightening information, so readily available for so long, the modern committed carnivore must have **nerves of steel**.

Výchozí text č. 2

Steve Jobs sounds like my kind of guy

In America, it seems you're nobody unless the FBI has got a character-assassinating, bile-spewing file on you, imagining, as one might say in the trade, “all sorts”.

It's been revealed that the file on the **late** Steve Jobs had anonymous associates telling agents that the Apple founder took LSD and smoked hashish, was stubborn, careerist, difficult to work with, of “questionable moral character” and not adverse to “**twisting reality**”.

Apple followers, put down those iPhones with poignant flickering candles now. It appears that your idol, St Steve of Silicon Valley, was a lying, manipulative acid-head, who was so off his trolley, dancing to Yellow Submarine and Dark Side of the Moon, it's a wonder he ever got anything of merit invented at all.

He was too busy striking up conversations with beanbags, raiding jelly bean dispensers, putting up Che Guevara posters and telling the kids to fight The Man. Except, of course, this clearly wasn't the case.

The **eruption of grief** around Jobs's death became fairly tiring for someone like me, whose interest extended to finding him strangely sexy-looking in his

geeky polo necks, and whose sole acknowledgement of his technical genius began and ended with fearfully wondering, a year or so ago, why some of my text messages were suddenly turning blue. (It's OK, I worked it out. Eventually.)

However, this rubbishing by the FBI has rekindled my interest in Jobs, operating on the rationale that anybody who upset the FBI so much had to have something special.

While the FBI clearly had Jobs down as a dangerous pinko, unwittingly it wrote a description of someone you'd quite like to have a couple of jars with, even if the jars were full of wheatgrass.

Výchozí text č. 3

All this maths angst doesn't add up

The charity National Numeracy says that almost half of the working-age population has the maths skills of a nine-year-old. Moreover, two million more adults have joined this category in the last decade.

Before we start panicking about not being able to do our sums, it should be acknowledged that maths in primary schools in 2012 isn't **along the simple lines of yesteryear.**

It can get quite complicated, with plenty of parents resorting to maths dictionaries (yeah, it was the first I'd heard of them, too) to deal with all the new terms and strategies.

When there are parents' maths meetings at my daughter's school, all parents attend because they know that if they don't they'll be clueless for the entire term. So, if people haven't got a child doing maths in primary education, then it's probably not all that surprising that they struggle to answer new-style problems.

My general take on maths is that, bizarrely for something so fretted over, it's not taken seriously enough. When maths goes beyond a certain learning-point, it stops being just another subject and becomes a genuine calling, the same as having a flair for a musical instrument.

The good news is that navigating a course through adult life is more than possible with just the basics of maths. Most of us don't need much more maths than this to live rich and full lives.

The lives of empty-headed simpletons, admittedly, but you can't have everything.

So maybe some people have the maths skills of nine-year-olds because that's all they need.

The real problem is that there will come a time when some of us find that we are too thick to help our real nine-year-olds with their maths homework.

Výchozí text č. 4

The poor deserve more than 'nearly meat' burgers

The EU directive about desinewed meat is to be welcomed



Better quality cuts will be used for burgers. Photograph: Holly Harris/Getty Images

Even before I became a sissy, whiny vegetarian, a friend told me about his stint working in a burger-processing plant. He and his co-workers were instructed to remove, and I quote, “every last bit of crap” from carcasses for processing. Less officially, stray meat particles would be swept up from the floor, or scraped from their boots, straight into the vats. A committed meat eater, my friend said that he hadn't eaten a burger since.

I was reminded of this when I read about the imminent EU directive concerning “desinewed meat” (DSM). This is a process of removing the flesh from carcasses, which is deemed more suitable than mechanically separated meat (MSM), at least for beef and lamb, since it's considered less likely to spread diseases such as BSE.

With the new directive, the European Commission plans to classify DSM and MSM as identical. Chicken and pork DSM products would require clear labelling, while DSM beef and lamb, generally used as a bulking agent in burgers, sausages, and pies, in fast-food chains and supermarket budget lines, would be replaced with better quality cuts.

Our meat industry's response is that this would lead not only to job losses, but also price hikes, mainly putting off poor customers on tight budgets. To which my response is, great, put them off. Finally! Indeed, who decided that it was socially and morally acceptable for the poor to eat crap?

To be clear, I don't eat meat or fish. Nor do I take the idea of job losses lightly. However, while it's never good when prices rise, this doesn't alter the fact that the only reason these products were so cheap in the first place was because they were bulked up with meat-sludge that was barely meat at all. Let's call it "nearly meat".

If better quality meat leads to rising costs, then all this means is that customers would eat far fewer nearly meat products, while those they do eat would be of markedly higher quality. So, low-quality nearly meat most of the time or better-quality meat some of the time – which do the British poor deserve?

I ask because in recent times it seems that whenever there has been a drive to encourage people to buy better-quality meat, indeed better-quality anything, there has been this extraordinarily aggressive, not to mention nauseatingly faux-sympatico, liberal response, along the lines of: "How could you expect poor people to afford this for their families. Leave them to their burgers and nuggets, you heartless over-entitled cads!"

The unspoken subtext is: "Aren't we fabulous and switched-on, caring about the poor, and their limited budgets?" Often, this translates as: "I wouldn't dream of eating that crap, but it will suffice for the lower orders who, bless, don't know any better."

It became increasingly sinister to watch the likes of Jamie Oliver and Hugh Fearnley-Whittingstall berated and ridiculed for suggesting healthier and (often perfectly simple and cost-effective) options to ruinous, over-processed diets. The way people were howling about how elitist and out of touch they were, you'd think they'd suggested roasting a unicorn for lunch.

Both these chefs seem to take a commonsense approach to meat eaters embracing occasional vegetarianism. You don't have to be a "soppy" vegetarian to realise that it would be better, for everyone, for meat to return to what it used to be in previous centuries: a rarity, a luxury, not an everyday, gut-destabilising staple. And definitely not sausage or burger-shaped nearly-meat. Treat yourself with beans on toast rather than that.

Indeed, what this EU directive seems to be doing is trying to stop British people **stuffing their faces** with quite so much meat sludge, that is as low quality as it is low cost. An attack on the British poor? To me, it seems quite the opposite.

Výchozí text č. 5

Oh, Adele. I want you in a bedsit not a mansion

Unless it was a spoof, it was a surprise to see Adele flaunting her £15,000-per-month mansion to a camera crew. There's just something about 10 bedrooms, two swimming pools and a helicopter landing pad, that could seriously undermine an "ordinary-girl-dun-gud" image. Not that anyone seriously expects Adele to still be living with her mum above the pound shop, or wherever – or do we?

Although it makes no sense, many people suffer a disconnect with stars they relate to – they can't accept that they've become incredibly wealthy and "other". I remember once seeing a photo of some lavish gaff of Kylie Minogue's and feeling quite put out. Some part of me had imagined her flat-sharing with Oz girlfriends, spending her nights on a lumpy futon bed, sobbing over rubbish beaus. In some irrational annexe of my mind, Kylie hadn't deservedly acquired a nice house – she had *betrayed* me.

Let's face it; the dual onslaught of the economy, and reality TV (the collective desire to drag everyone down to our level) has destroyed this lifestyles-of-the-rich-and-famous caper.

These days, stars would be wise to hide their "beautiful homes", not flaunt them.

Výchozí text č. 6

Women who can't do right for doing wrong

Society is missing an 11th commandment. Woman, thou shalt be judged



Rihanna looking “pale”. Photograph: Dave M. Benett / Getty Images

Sometimes I wonder if present-day society is missing an 11th Commandment: “Woman, thou shalt be judged!” Last week, there were three high-profile examples. First, Madonna, who appeared on stage in tiny shorts, displaying her allegedly withered and hideous (though actually toned and fit) buttocks. Next Victoria Beckham, widely ridiculed for describing herself as the “average woman”. Finally Rihanna, who was accused of bleaching her skin. So here was a **mixed bag** of world-famous womanhood: **past-it pop mutton**, deluded skeletal hag, and self-hating black woman? “J’accuse!” went the cry, when in fact all three of these women are probably owed an apology.

First, Madonna, and the outfit she was wearing on stage – the operative words being “on stage”. Madonna is a performer – when she performs, she wears things called (wait for it) stage costumes. Believe an old *NME* hack when I reveal this: when international pop stars plan world tours, they rarely muse: “How can I tone this down, and ensure nobody can see me from the back of the arena?” People attending Madonna’s shows would probably be disappointed if she appeared wearing age-appropriate Hobbs slacks, and a tasteful cashmere V-neck. I’m saying all this because the way Madonna was criticised, you’d think that she’d worn the offending garment – with her fishnet-clad derriere hanging out – to walk the dog, or attend a school parent’s evening. She hadn’t. Unfortunately.

As for Victoria Beckham, she never actually described herself as “average” – her main point was that it felt wrong to use “six-foot-whatever 17-year-old models” to promote her expensive clothing line when she could represent

her brand better herself. At no point does Beckham claim that her extreme wealth or thinness are average. Her assertion (“I represent the general public here”) might have been badly articulated, but was clearly a self-deprecating reference to being a thirtysomething wife and mother, and not the “six foot-whatever 17-year-old”. Notions of the “general public” also need to be put into context – she was giving the interview to *Harper’s Bazaar*, not *Take a Break*. All things considered, Beckham was attempting – in an admittedly muddled way – to make a rather positive statement. Result: she was abused and ridiculed.

Finally Rihanna. This was a different scenario to those creepy promotional campaigns where black stars appear on billboards and in magazine spreads looking whiter than I am. The judgment on Rihanna was based on her just walking around, living her life, looking “lighter”. Do people not realise that, just as white skin tans, black skins also grow darker when exposed to the sun, and vice versa?

With this in mind, attacking Rihanna for looking lighter is as illogical as accusing a slightly paler than usual Katy Perry of bleaching *her* skin. The condemnation of Rihanna verges on the quasi-racist, or at least the very dumb. Could it be that when some people say “women of colour”, they actually mean “better make that just *one* colour”, because anything else confuses the unimaginative white brain?

Some might say that there are plenty of other women out there who deserve our attention and sympathy more than this gilded trio. However, it might be telling to have three such high-profile women judged in three wholly different ways – from overt ageism (Madonna), to quasi-racism (Rihanna), to, for Posh, the age-old tactic of: “Take comments out of context and attack!”

All of this, churning and gurgling in the giant cement mixer that is casual misogyny, with all three examples occurring in just one week. Indeed, where “woman, thou shalt be judged!” is concerned, maybe it wasn’t entirely accurate for me to say that we are missing the 11th commandment. Maybe for some people, this commandment would be the first.

Výchozí text č. 7

It’s a bit rich to slag off Corby’s new millionaires

It's patronising guff to say that people not used to having money can't handle it



A sudden **windfall** does not spell disaster for people not used to having any. Photograph: Graham Turner for the Guardian

While I don't know what the lottery-winning Corby bus drivers are doing today, I'd wager that they're not sobbing in a darkened room, fearing a blighted future, wishing they'd never won £38m. Nor, I imagine, is the syndicate member who dropped out six months ago breathing a huge sigh of relief. Which could only mean one thing – they haven't received their copy of the official chattering-class memo on lottery wins, with subheadings variously entitled: Ruining the day you entered; Not being able to drink in your local anymore; and Blowing all your money, like the ill-bred oiks you are.

As soon I heard about the Corby drivers, I knew it wouldn't be long before the story evolved from a feelgood buzz to a cautionary tale about despair and avarice, punctuated by a series of doom-ridden interviews from past winners along the lines of: "Ever since I drove my gold-plated Bentley into my swimming pool, instantly killing 14 grasping family members and 237 hangers-on, I've regretted winning the lottery." We all know the drill. The message being that people who are not used to having money can't possibly cope with a big win. Which is not only patronising guff, it's blatantly inaccurate.

In budget week, it seemed dangerous to cling to this idea that some people were simply "born" to handle wealth, and were "used" to it (hence entitled to keep their maulers on it), while others (oh dear, sigh) simply couldn't be trusted with

extremely large sums, for their own good, you understand. It would be the ruination of them. Quite.

In truth, this stereotype of the feckless knuckle-dragging lottery winner comes from a few isolated cases. Which is more than could be said for the many instances, in recent times, of rich people behaving recklessly around money, usually other people's money. If this millennium has taught us anything, it's that the wealthy and privileged are more than capable of being astoundingly stupid, reckless, and at times, downright dishonest, about money. But, hey, never mind them; let's worry about lottery winners.

Or rather, let's not. To me, it's always seemed obvious that people who've long had to budget are more, not less, likely to be good with money. That managing very large sums would be infinitely less difficult and stressful than stretching out meagre amounts. Moreover, that a lifetime of struggling financially gives a person both a firm respect for money, and crucially, a degree of disregard. The sheer grounded beauty of knowing that money isn't everything, because you've had a lifetime of loving and being loved, when you **haven't had two pennies to rub together**.

Indeed, in initial television interviews, the bus drivers' dreams were not of yachts or private beaches, but of bungalows big enough to have all the grandchildren around. For the main part, their dreams were about safety, survival, family — dreams that may seem small and provincial to some, but are ultimately about everything that really matters. Oh, I forget: one of the drivers was planning to go back to school to improve his maths and learn a new language. Seriously. And yet these are people whose existential welfare we are supposed to “worry” about?

Instead of grovelling to the established rich, as if they magically know better, maybe it's time to give some respect to the newly lottery-rich, the Camelot millionaires. Let's at least credit them with the sense they were born with.

Sure, there may come a time when we'll see the Corby bus drivers staggering out of lap-dancing clubs, Class As dribbling from nostrils, **slurring about emailing their bank details to a Nigerian businessman**. None of us knows what will happen to them. However, if it is anything bad, it won't be because of an outdated idea that some people aren't born to handle money.

Výchozí text č. 8

Why let the **chablis brigade** off?

David Cameron has upset the alcohol industry with plans to set a minimum price of 40p a unit, while also banning multi-buys in supermarkets. Cameron says this is to combat “binge drinking”, which **drains** police and hospital **resources**. Which is all very well, but what about all the other types of drinker? Not least the nightly wine-tipping, seemingly staid, but actually regularly sozzled “stealth boozers”. And yes, *Observer* readers, I am thinking of you.

Most of us have a drinking personality, and mine is a semi-reformed binge drinker, who tragically can no longer cope with hangovers that feel increasingly akin to high-dose radiation poisoning. So, it would be hypocritical of me to wag my finger at the ranks of the “over-refreshed”, however many trays of lager they bulk-buy from Booze U-Like. Then again, it’s awful to hear of drink-fuelled muggings and sexual assaults, or the ever increasing numbers of young people succumbing to liver disease.

But should binge drinking carry the entire alcoholic rap? Obviously it’s worse for crime – it’s uncommon for stealth drinkers to slam down their glass of chablis and run out of the house to rob a petrol station. However, health-wise, studies say that stealth drinking raises your chances of myriad conditions, including heart disease and cancer. So while binge drinkers may present to A&E with head wounds and broken noses, and stealth drinkers take their worrying symptoms to consultants, its all the same in the end – **a drain on NHS resources**.

Moreover, stealth drinkers routinely buy expensive wine and spirits. Cameron’s price increases won’t bother them, which makes them arguably a bigger problem. So, yes, perhaps something should be done about our binge drinking, but why stop there?

Výchozí text č. 9

You’re not a hit with the hotties? Yeah, right, Harry

Prince Harry has complained about not being able to find a lady friend and how his “job” might put them off. Oh yeah? Picture the scene: “**Sling your hook**, Prince. This honey ain’t snipping a ribbon to open some well-dull hospital wing!” Who’s he trying to kid?

Our playboy princeling's lovelorn outburst could only be described as "down-bragging" – where the subject makes "poor moi" remarks, secure in the knowledge that women will then throw themselves at him in even greater numbers.

Actors and musicians do it all the time, with all that "fame is so isolating" guff, so it stands to reason that young royals would eventually **give it a whirl**.

It's all in keeping with Hal's happy-go-lucky nature (yes, I do mean thick), which, if it were a bumper sticker, would read: "Honk if you're third in line!"

It's as if he thinks: "Let William lose his hair with the stress of being first-born, while I just lark around with hotties and helicopters."

Fair enough. Let's just hope for his sake that a future Edward VIII abdication scenario doesn't spoil the good times. In the meantime, Harry, leave the down-bragging to the professionals.

Výchozí text č. 10

We muggles aren't made of money

There has been much scandalised gasping at the expense of visiting the new Harry Potter studio tour in Leavesden, Hertfordshire, not only at the entry prices, but also the merchandise – wands, broomsticks, cloaks, golden snitches et al.

Isn't it outrageous? seems to be the consensus. To which, I'd reply: no more than usual, with the jaded snarl of a muggle (or, indeed, mug) who's bankrolled two children through separate Harry Potter obsessions. Have the Leavesden moaners been living in a parallel universe? For most parents, this kind of high-octane Potter-fleecing is nothing new.

All power to JK Rowling and her charity endeavours, but the books and films have been out for some time now. Would it be too much to ask that, at some point, she and everybody to do with HP Inc stop milking fans and their parents for every last penny they've got?

What next: roping off the film set portable lavatories and charging to see them ("Ron Weasley did a number one here!")? As it is, via various Christmases, birthdays and good, old-fashioned pester power, my youngest daughter has amassed not only all the books and the DVDs, but four wands, cloak, tie,

broomstick, time-turner (don't ask), a Lego Hogwarts and – the piece de resistance – a marauders' map – which **cost the earth**, despite being made of what appears to be tea-soaked blotting paper.

To sum up my attitude towards Harry Potter merchandise, I would have to paraphrase Peter Finch's momentous meltdown in *Network*: "I'm broke as hell and I'm not going to take it any more!" Then again, I probably will. Just spare me the faux-amazement at the prices. Harry Potter fans and their parents are nothing if not well versed in the art of being fleeced.

Výchozí text č. 11

A telegram from the Queen? I'll pass

Scientists have developed a genetic test that can predict whether people will live to be 100. It only works on the elderly, but that's fine. It would make perfect sense for, say, 99-year-olds, to take such a test – they're already committed, as it were. Why would the rest of us want to know?

Do people really want to be 100? It could be the bungee jump of the geriatric classes – one of those cliched ambitions few really want to achieve, but feel obliged to fake an interest in. For most of us, living to 100 would be horrible. All but the most blessed would be parked in nursing homes, calling staff by the wrong names, looking forward to the weekly bingo.

Even if you've spent decades following a strict regime to keep you spry, few, if any, will be there to celebrate you turning 100. You'll have no friends, because you'll have spent your life being a crashing health bore.

Why is any health-fitness regime so dull? I recently did the January thing of feeling as if I'd eaten several DFS sale sofas, and becoming mysteriously interested in wholewheat pasta, vitamins, GI indexes, and ... zzz.

It lasted until I brought some no-carb noodles that turned out to be no-noodle noodles – they tasted like elastic bands soaked in Toilet Duck. Yum, erm, yum.

Yet I know people who swear by this stuff, actually weigh their food, and do yoga so violently you keep expecting them to **cough up a clavicle**. For what? To end up in the same nursing home, but calling staff by the *right* names, and *not* looking forward to the weekly bingo. Big gain. Not.

Výchozí text č. 12

Don't forget to pack the bone saw

Here's a question to ponder during the long Easter weekend: could it be possible that Leonardo da Vinci, peerless Renaissance painter, sculptor and scientist, was no fun on a minibreak?

One of his lists, written around 1510, before a trip to Pravia, near Milan, shows da Vinci thinking about packing forceps, scalpel, and a bone saw, while reminding himself to obtain a human skull. Quite. Dratted human skulls – who hasn't ruined a trip by forgetting to pack one?

In fairness, da Vinci was travelling to Pravia primarily to dissect corpses. Had anyone attempted to tag along (just for the sheer hell of it!), there probably wouldn't have been the routine complaints about being dragged around on sightseeing trips, or eating at the same restaurant every night.

Apart from slicing into human cadavers, among da Vinci's main holiday objectives were “describe the tongue of the woodpecker and the jaw of a crocodile”. Over supper at sunset? Another fun-sounding activity was “give measurement of dead using finger (as a unit)”.

Something tells me Leonardo wasn't the type to rub sun cream into your back. Indeed, da Vinci was a genius whose artistic forays continue to hold the world spellbound, and whose findings on anatomy led to a greater understanding of the human form. As he'd been dead for hundreds of years, only **the blackest of hearts** could blame him for Dan Brown's prose in *The Da Vinci Code*.

Saying that, even Renaissance-era polymaths need to lighten up sometimes – and who'd want Leo sitting across from you, droning on about woodpecker tongues and the vital statistics of corpses? Worst would be Gunther von Hagenscorrect, who's on TV tonight, re-enacting the crucifixion, using a plastic Jesus. And haven't we all had dates like that?

10. SUMMARY

The format of this bachelor's thesis is a commented translation. I translated journalistic articles – columns – written by Barbara Ellen, a columnist for *The Observer magazine*. These articles are written in expressive language, with the use of figurative language.

Figurative language and metaphors in particular were the focus of this thesis. I chose these expressive articles because they seemed interesting to translate and because I was interested in translating metaphors. I wanted to know what strategies would be used to translate metaphors, which of these strategies would be the most common or uncommon, and how I would deal with the translation myself.

In the first part of the thesis, I focused on journalistic terminology, especially on terminology concerning typology of the source texts and definition of a column. I dealt with this topic both in Czech and Anglo-Saxon environment. Defining a column in Czech was a little difficult due to non-equivalence of journalistic terminology between the two languages. I also included a subchapter on figurative expressions in journalism.

The second chapter focused on a metaphor and its definition. I presented a couple of views on a metaphor definition and briefly expressed the difficult situation related to determining whether a given expression is metaphorical or not. The difficulty arises from the subjective point of view on assessing the metaphorical expression and is “supported” by monolingual dictionaries which do not always correspond in identification of figurativeness of certain words.

The third chapter deals with the characteristics of the source texts with a short subchapter about the author, Barbara Ellen, and her style.

In the fourth chapter, the metaphors in source texts were analysed and classified. I presented here my own classification of metaphors used in this thesis based on Newmark's approach to the metaphor classification. I altered his six categories of metaphor and made them only four because it better suited the purpose of my thesis. I left out *dead* metaphors due to their loss of metaphorical value and also *recent* metaphors because these were very difficult to find.

The fifth chapter determines general translation strategies and the translation strategies concerning metaphors which I then used in the following

chapter concerning the translation of selected journalistic articles. The methods of translation for metaphors were based on Newmark, Baker and Broeck as cited in de Montserrat Rodríguez Márquez's thesis. I used their strategies as a basis for my own classification of translation strategies – I used this my classification later in the commentary. What concerns the translation of metaphors, I also wrote a subchapter on the translatability of a metaphor, briefly discussing the issue.

In the sixth chapter consisting of my translation of twelve journalistic articles I also highlighted in colour the metaphorical expressions which I determined previously.

The seventh chapter is the commentary on the previous translation with relation to the previous chapters where the metaphor classification was presented. I used this classification here to classify the highlighted metaphors determined in the fourth chapter with a short comment on each group.

The conclusions are summarized in the eighth chapter. I found out all the strategies as proposed by my classification were used, some of them more often than others. I also found out the Czech language seems to use less metaphorical expressions than English. All these conclusions, however, cannot be taken too seriously because I worked only with a small fraction of all the metaphors in the texts. Nevertheless, it could be an interesting idea for a future study.

11. POUŽITÉ TEXTY

VT č. 1

ELLEN, Barbara, 2012. Meat eaters – you are daredevils or dumb. Or both. *The Observer magazine* [online]. 15. 1. [cit. 2012-11-07]. Dostupné z:
<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/jan/15/barbara-ellen-meat-eaters-stupid>

VT č. 2

ELLEN, Barbara, 2012. Steve Jobs sounds like my kind of guy. *The Observer magazine* [online]. 12. 2. [cit. 2012-11-07]. Dostupné z:
<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/feb/12/barbara-ellen-infantile-men-steve-jobs>

VT č. 3

ELLEN, Barbara, 2012. All this maths angst doesn't add up. *The Observer magazine* [online]. 4. 3. [cit. 2012-11-07]. Dostupné z:
<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/mar/04/barabara-ellen-george-clooney-outing-gay-people>

VT č. 4

ELLEN, Barbara, 2012. The poor deserve more than 'nearly meat' burgers. *The Observer magazine* [online]. 8. 4. [cit. 2012-11-07]. Dostupné z:
<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/apr/08/barbara-ellen-eu-ban-poor-meat>

VT č. 5

ELLEN, Barbara, 2012. Oh, Adele. I want you in a bedsit not a mansion. *The Observer magazine* [online]. 19. 2. [cit. 2012-11-07]. Dostupné z:
<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/feb/19/barabara-ellen-edwina-curry-poverty>

VT č. 6

ELLEN, Barbara, 2012. Women who can't do right for doing wrong. *The Observer magazine* [online]. 1. 4. [cit. 2012-11-07]. Dostupné z: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/apr/01/barabara-ellen-women-are-judged>

VT č. 7

ELLEN, Barbara, 2012. It's a bit rich to slag off Corby's new millionaires. *The Observer magazine* [online]. 25. 3. [cit. 2012-11-07]. Dostupné z: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/mar/25/barbara-ellen-corby-lottery-winners>

VT č. 8

ELLEN, Barbara, 2012. Why let the chablis brigade off. *The Observer magazine* [online]. 25. 3. [cit. 2012-11-07]. Dostupné z: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/mar/25/barbara-ellen-corby-lottery-winners>

VT č. 9

ELLEN, Barbara, 2012. You're not a hit with the hotties? Yeah, right, Harry. *The Observer magazine* [online]. 18. 3. [cit. 2012-11-07]. Dostupné z: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/mar/18/barbara-ellen-rich-ricci-at-races>

VT č. 10

ELLEN, Barbara, 2012. We muggles aren't made of money. *The Observer magazine* [online]. 18. 3. [cit. 2012-11-07]. Dostupné z: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/mar/18/barbara-ellen-rich-ricci-at-races>

VT č. 11

ELLEN, Barbara, 2012. A telegram from the Queen? I'll pass. *The Observer magazine* [online]. 22. 1. [cit. 2012-11-07]. Dostupné z:

<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/jan/22/barbara-ellen-immigrants-and-benefits>

VT č. 12

ELLEN, Barbara, 2012. Don't forget to pack the bone saw. *The Observer magazine* [online]. 8. 4. [cit. 2012-11-07]. Dostupné z:

<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2012/apr/08/barbara-ellen-eu-ban-poor-meat>

12. BIBLIOGRAFIE

12.1 Citované zdroje

12.1.1 tištěné

BAKER, Mona, c1992. *In other words: a coursebook on translation*. New York: Routledge. x, 304 s. ISBN 04-150-3086-2.

BEČKA, Josef V., 1992. *Česká stylistika*. 1. vyd. Praha: Academia. 467 s. ISBN 80-200-0020-8.

CROFT, William a D. Alan CRUSE, c2004. *Cognitive linguistics*. New York: Cambridge University Press. xv, 356 s. ISBN 05-216-6770-4.

ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ, 2008. *Současná stylistika*. 1. vyd. Praha: Lidové noviny. 381 s. ISBN 978-807-1069-614.

GALPERIN, I. R., 1981. *Stylistics*. 3. vyd. Editoval(a) L. R. Todd. Moskva: Vysšaja škola. 334 s.

HICKS, Wynford, 1998. *English for journalists*. 2. vyd. New York: Routledge. viii, 131 s. ISBN 04-151-7008-7.

JÍLEK, Viktor. *Lexikologie a stylistika*, 2000. Olomouc: Středisko distančního vzdělávání FF UP. 39 s.

KUFNEROVÁ, Zlata et al, 1994. K překládání frazeologie. In: *Překládání a čeština*. 1. vyd. Jinočany: H&H. S. 85-89. ISBN 80-857-8714-8.

KNITTLOVÁ, Dagmar, Bronislava GRYGOVÁ a Jitka ZEHNALOVÁ, 2010. *Překlad a překládání*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta. 291 s. Monografie (Univerzita Palackého). ISBN 978-802-4424-286.

LAKOFF, George a Mark JOHNSON, 2003. *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press. xiii, 276 s. ISBN 02-264-6801-1.

LEVÝ, Jiří, 1998. *Umění překladu*. K vydání připravil a úvodem opatřil Karel Hausenblas; texty z němčiny přeložil Karel Hausenblas. 3. vyd., upravené a rozšířené verze 2. Praha: I. Železný. 386 s. ISBN 80-237-3539-X.

MINÁŘOVÁ, Eva, 2011. *Stylistika pro žurnalisty*. 1. vyd. Praha: Grada. 289 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-802-4729-794.

NEWMARK, Peter, 1988. *A textbook of translation*. New York: Prentice-Hall International. xii, 292 s. ISBN 01-391-2593-0.

PAVELKA, Jiří. *Anatomie metafory*, 1982. 1. vyd. Brno: Blok. 198 s. Literárněteoretická studie.

SNELL-HORNBY, Mary, c1995. *Translation studies: an integrated approach*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. 170 s. ISBN 15-561-9051-4.

Translation and norms, c1999. Editovala Christina Schäffner. Philadelphia: Multilingual Matters. iii, 140 s. ISBN 18-535-9438-5.

WALES, Katie, 2001. *A dictionary of stylistics*. 2. vyd. New York: Longman. S. 250-252. ISBN 0582317371.

12.1.2 elektronické

Barbara Ellen. In: *Who Comments?: The encyclopedia of comment & opinion*, 2012-11-18 [online]. [cit. 2012-11-20]. Dostupné z: http://www.whocomments.org/wiki/Barbara_Ellen

Barbara Ellen. *The Guardian*, c2012[online]. [cit. 2012-11-20]. Dostupné z: <http://www.guardian.co.uk/profile/barbaraellen>

DE MONTSERRAT RODRÍGUEZ MÁRQUEZ, María. *Patterns of Translation of Metaphor in Annual Reports in American English and Mexican Spanish* [pdf dokument]. Guildford [cit. 2013-04-23]. Doktorská práce. University of Surrey, Faculty of Arts and Human Sciences, Department of Languages and Translation Studies, Centre for Translation Studies.

DOBRZYŃSKA, Teresa, 1995. Translating metaphor: Problems of meaning. *Journal of Pragmatics: an interdisciplinary monthly of language studies*[online]. Amsterdam: Elsevier Science. Roč. 24, č. 6, s. 595-604 [cit. 2013-04-23]. ISSN 03782166. DOI: 10.1016/0378-2166(95)00022-K. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/037821669500022K>

DVOŘÁK, Petr, 2011. *Translating Metaphors within Political Discourse: The Case of EU* [pdf dokument]. Brno [cit. 2013-04-23]. Magisterská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Katedra anglistiky a amerikanistiky.

Inside Journalism: Columns of Thought, 29. 4. 2003 [pdf dokument]. The Washington Post Company. Roč. 1, č. 8 [cit. 2013-04-22]. Dostupné ke stažení z: <http://nie.washingtonpost.com/content/inside-journalism-composing-columns>

MUNDAY, Jeremy, 2008. *Introducing Translation Studies: Theories and applications* [e-kniha]. 2. vyd. London: Routledge. ISBN 02-038-6973-7.

SCHÄFFNER, Christina, 2004. Metaphor and translation: some implications of a cognitive approach. *Journal of Pragmatics* [online]. Roč. 36, č. 7, s. 1253-1269 [cit. 2013-04-24]. ISSN 03782166. DOI: 10.1016/j.pragma.2003.10.012. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0378216604000244>

12.2 Konzultované zdroje

12.2.1 tištěné

ERBAN, Karel, 1935. O metaforách. *Naše řeč* [online]. Roč. 19, č. 2 [cit. 2012-11-07]. ISSN 0027-8203. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=2938>

KNITTLOVÁ, Dagmar a Ida ROCHOVANSKÁ, 1977. *Funkční styly v angličtině a češtině. I. díl*. 1. vyd. Olomouc: Rektorát Univerzity Palackého. 122 s.

Nový akademický slovník cizích slov A-Ž, 2005. 1. vyd. Praha: Academia. 879 s. 10390C. ISBN 978-80-200-1415-3. Studentské vydání.

OUŘEDNÍK, Patrik, 2005. *Šmírbuch jazyka českého: slovník nekonvenční češtiny 1945 - 1989*. 3. dopl. a rozš. vyd., v Pasece 1. Praha, Litomyšl: Paseka. 501 s. Smil: jazykem o jazyce. ISBN 80-718-5638-X.

Oxford Idioms Dictionary for learners of English, c2006. 2. vyd. Oxford (Velká Británie), New York: Oxford University Press. vi, 469 s. ISBN 978-019-4317-238.

Pravidla českého pravopisu, 2005. 2. vyd. Praha: Academia. 391 s. 10458D. ISBN 978-80-200-1327-9. Studentské vydání.

Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost: s Dodatkem Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy České republiky, c2005. 4. vyd. Praha: Academia. 647 s. 10459C. ISBN 978-802-0014-467. Studentské vydání.

12.2.2 elektronické

ABZ slovník cizích slov, c2005-2006 [online]. [cit. 2012-11-10]. Dostupné z: <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/>

BEČKA, Josef Václav, 1971. Metafora ve větě. *Naše řeč* [online]. roč. 54, č. 1 [cit. 2012-11-07]. ISSN 0027-8203. Dostupné z: <http://nase-rec.ujc.cas.cz/archiv.php?art=5531>

Česko-Slovenská filmová databáze, c2001-2012 [online]. [cit. 2012-11-10]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/>

Český národní korpus – SYN2005, 2005 [online]. Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha. Dostupný z: <http://www.korpus.cz>

DAVIES, Mark. (2008-) *The Corpus of Contemporary American English: 450 million words, 1990-present* [online]. Dostupné z: <http://corpus.byu.edu/coca/>

Dictionary.com, c2012 [online]. [cit. 2012-11-10]. Dostupné z: <http://dictionary.reference.com/>

FARLEX, Inc. *The Free Dictionary*, c2012 [online]. [cit. 2012-11-10]. Dostupné z: <http://www.thefreedictionary.com/>

Google překladač [online]. [cit. 2012-11-10]. Dostupné z: <http://translate.google.cz/>

Internetová jazyková příručka, c2008-2012 [online]. [cit. 2012-11-10]. Dostupné z: <http://prirucka.ujc.cas.cz/>. Je výsledkem projektu Jazyková poradna na internetu Ústavu pro jazyk český Akademie věd ČR, v. v. i.

Macmillan Dictionary, 2009-2012 [online]. Macmillan Publishers Limited [cit. 2012-11-10]. Dostupné z: <http://www.macmillandictionary.com/>

Oxford advanced learner's dictionary, 2010 [CD-ROM]. 8th ed. Editovali Joanna Turnbull, Diana Lea, Dilys Parkinson, Patrick Phillips, Ben Francis, Suzanne Webb, Victoria Bull, Michael Ashby. Oxford: Oxford University Press. 1732 s. International student's edition. ISBN 978-0-19-479914-0. Dostupné také z: <http://oald8.oxfordlearnersdictionaries.com/>

Seznam.cz slovník, c1996-2012 [online]. [cit. 2012-11-10]. Dostupné z: <http://slovník.seznam.cz/>

Synonyma online, c2008-2012 [online]. [cit. 2012-11-10]. Dostupné z:
<http://www.synonyma-online.cz/>

The British National Corpus, version 3 (BNC XML Edition), 2007 [online].
Distributed by Oxford University Computing Services on behalf of the BNC
Consortium. Dostupné z: <http://www.natcorp.ox.ac.uk/>

VÍT, Martin. *Slovník.cz* [online]. [cit. 2012-11-10]. Dostupné z:
<http://www.slovník.cz/>

Volny.cz slovník, c1996-2011 [online]. [cit. 2012-11-10]. Dostupné z:
<http://web.volny.cz/vyhledavani/slovník/>

ANOTACE

Tato bakalářská práce má formát komentovaného překladu publicistických textů, tzv. *columns*, z anglického jazyka do českého a zaměřuje se na převod metafor mezi angličtinou a češtinou.

V první části se zabývá žurnalistickou terminologií a definováním *column*.

V další části se zabývá metaforou a jejím překladem, dále charakteristikou výchozích textů a určením překladatelských strategií.

V další kapitole se nachází překlad publicistických textů, za kterým následuje komentář k překladu se zaměřením na metafory.

Závěry jsou shrnuty v závěrečné kapitole.

ANNOTATION

This bachelor's thesis has the format of a commented translation of journalistic articles called *columns* from English to Czech. The thesis focuses on the transfer of metaphors between the Czech and the English language.

The first part deals with journalistic terminology and defines a column.

The next section deals with a metaphor and its translation, the characteristics of source texts and it determines the translation strategies.

In the next chapter, there is the translation of journalistic articles followed by a commentary on the translation with a focus on metaphors.

The conclusions are summarized in the final chapter.