

Filozofická fakulta Univerzity Palackého

Překlad ekonomického textu a jeho analýza

(Edward Jay Epstein - The Big Picture)

(Bakalářská práce)

Olomouc 2014

Michaela Haklová

Filozofická fakulta Univerzity Palackého
Katedra anglistiky a amerikanistiky

**Překlad ekonomického textu a jeho analýza
(Edward Jay Epstein - The Big Picture)**

**Translation of the text from the area of economics and its
analysis (Edward Jay Epstein – The Big Picture)**

Autor: Michaela Haklová

Studijní obor: Angličtina se zaměřením na aplikovanou ekonomii

Vedoucí práce: PhDr. Bronislava Grygová, Ph.D.

Olomouc 2014

Prohlášení

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

V Olomouci dne:

Podpis:

Na tomto místě bych ráda poděkovala PhDr. Bronislavě Grygové, Ph.D. za cenné připomínky a odborné rady, které mi poskytovala během psaní této práce a za trpělivý přístup.

OBSAH

SEZNAM ZKRATEK A VYSVĚTLIVEK.....	7
ÚVOD.....	8
1. PŘEKLAD	10
1.1 Koncepce clearingového centra	10
2. FUNKČNÍ STYLY.....	32
2.1 Klasifikace funkčních stylů	32
2.2 Stylistické zařazení výchozího textu.....	33
2.2.1 Publicistický styl.....	34
2.2.2 Odborný styl.....	35
3. PŘEKLAD ODBORNÉHO TEXTU.....	37
3.1 Terminologie.....	38
3.2 Ekvivalence	39
4. PŘEKLADATELSKÝ KOMENTÁŘ.....	41
4.1 Představení autora	41
4.2 Představení výchozího textu.....	41
4.3 Lexikální rovina	42
4.3.1 Úplné protějšky.....	42
4.3.2 Částečné protějšky	43
4.3.2.1 Víceslovnost versus jednoslovnost	44
4.3.2.2 Explicitnost versus implicitnost.....	45
4.3.2.3 Jmenné řetězce	46
4.3.2.4 Ekvivalenty nulové.....	48

4.3.2.5	Více možných ekvivalentů.....	51
4.3.3	Přejímání z anglického jazyka	54
4.4	Morfologicko-syntaktická rovina	56
4.4.1	Transpozice	56
4.4.1.1	Změna slovních druhů.....	57
4.4.2	Pasivní konstrukce	58
4.4.3	Větné kondenzory	60
4.4.3.1	Infinitiv.....	60
4.4.3.2	Gerundium	61
4.4.3.3	Participium	62
4.5	Textová rovina.....	64
4.5.1	Slovosled.....	64
4.5.2	Tematické posloupnosti	65
ZÁVĚR.....		69
PŘÍLOHA – GLOSÁŘ TERMÍNŮ		71
SUMMARY		73
BIBLIOGRAFIE		75
ANOTACE.....		78

SEZNAM ZKRATEK A VYSVĚTLIVEK

VT	výchozí text
CT	cílový text
VJ	výchozí jazyk
CJ	cílový jazyk

Vysvětlivky jsou v práci zapracovány formou poznámek pod čarou přímo v textu.

ÚVOD

Tématem mé bakalářské práce je překlad ekonomického textu a jeho analýza. Vzhledem k oboru, který studuji, jsem si pro překlad zvolila text s ekonomickou tematikou, jelikož je mi tato problematika blízká. Konkrétně se jedná o kapitolu z knihy *The Big Picture: Money And Power in Hollywood*, jejíž autorem je americký novinář Edward Jay Epstein, a je třeba dodat, že kniha doposud nevyšla v českém překladu. Kapitola má název *The Clearinghouse Concept* a pojednává o zákulisí filmového průmyslu, o postavení filmových studií na trhu a podrobně líčí finanční transakce, které probíhají mezi účastníky, kteří se v tomto oboru pohybují.

Vybrala jsem si ekonomický text také z toho důvodu, že se tato problematika týká široké veřejnosti a podle mého názoru je užitečné znát termíny, které se v tomto odvětví dnes používají. Vzhledem k tomu, že se svět stále více globalizuje a angličtina se stává univerzálním jazykem, její vliv se projevuje z velké části také v oblasti ekonomické. Stále častěji se tedy u textů tohoto zaměření můžeme setkat s anglicizmy, které často nemají český ekvivalent nebo si s českým ekvivalentem konkurují. V této situaci záleží na překladateli, jak si s překladem těchto termínů poradí.

Hlavním cílem mé práce je vytvoření funkčního překladu výchozího textu a především volba adekvátních ekvivalentů anglických ekonomických termínů. V textu, který jsem zvolila, se odborných termínů objevuje mnoho, a jak už napovídá téma kapitoly, nejedná se pouze o termíny ekonomické, ale také o terminologii z oblasti filmového průmyslu. Zajímala mě především volba vhodných ekvivalentů těchto termínů, a zda si u tohoto typu textu překladatel vystačí s pouhým překódováním termínu z angličtiny na odpovídající termín v češtině. Otázka, která s tímto souvisí, a které se ve své práci také věnuji, je již zmíněné přejímání terminologie z anglického jazyka. Problematice překladu terminologie tedy věnuji v práci největší pozornost, jelikož správný překlad terminologie ovlivňuje celý význam textu.

Co se týče celkové struktury práce, první kapitolou je samotný překlad VT. V druhé kapitole na překlad plynule navazuje část teoretická, ve které se zabývám charakteristikou funkčních stylů. Nejprve uvádím charakteristiku funkčních stylů obecně a jejich dělení podle několika autorů, jelikož toto dělení není jednotné. VT

mohu poté zařadit z části do stylu odborného a publicistického. V teoretické části se také věnuji otázce překladu odborného textu, kde blíže specifikuji problémy, se kterými se překladatel u tohoto typu textu setkává a jak by měl u překladu postupovat. V podkapitolách zmiňuji teoretické vymezení termínů a ekvivalence, která s odborným překladem úzce souvisí.

Další rozsáhlou částí práce je překladatelský komentář. Jak jsem již zmínila, zde se zaměřuji primárně na rovinu lexikální a uvádím různé možnosti překladu terminologie, která se ve VT objevuje. Jak uvádí Gromová a kol. v knize *Antologie teorie odborného překladu*, překladová řešení se v tomto typu textů musí opírat o analýzu obsahu a překladový protějšek musí být zdůvodněn (2007, s. 79). Vše proto dokládám příklady, které doplňuji vlastním komentářem.

V dalších podkapitolách se zabývám rozdíly mezi angličtinou a češtinou v rovině morfologicko-syntaktické. Analyzuji především jevy, které jsou pro daný typ textu typické, tedy pasivní konstrukce, výskyt větných kondenzorů a v neposlední řadě také transpozice provedené při překladu. Opět všechny rozebírané jevy demonstruji na příkladech.

V poslední části analýzy se zaměřuji na rovinu textovou. Vzhledem k tomu, že se v textu objevují komplikovaná souvětí a výjimkou nejsou ani jmenné řetězce, zaměřuji se na slovosled a podrobněji rozebírám tematické posloupnosti ve výpovědích.

Poslední kapitolou mé práce je glosář, převážně ekonomických termínů z VT a jejich český překlad. V tomto glosáři uvádím termíny, které jsem považovala za náročnější na překlad, a také termíny méně používané. Některé z nich nemají český slovníkový ekvivalent a v glosáři je tedy uvedena má vlastní verze překladu.

1. PŘEKLAD

1.1 Koncepce clearingového centra

Studia jsou v podstatě distributory, bankami a držiteli práv duševního vlastnictví.

- Richard Fox, viceprezident společnosti Warner Bros.

V době největší slávy studiového systému byla studia koncipována jako obrovské továrny vyrábějící filmy, jako by se jednalo o průmyslový výrobek. Kontrolovala veškeré výrobní prostředky, od nahrávacích studií a pozemků filmových ateliérů, až po scénáristy a filmové hvězdy. Měla dokonce uzavřené dohody s odbory, a pro kohokoli jiného tedy bylo až neúnosně nákladné, snažit se jim konkurovat. Nejdůležitější činností studií byla kontrola míst prodeje, tedy kin, tím, že stanovovala, kdy jejich filmy budou mít premiéru a jak dlouho se budou promítat. Dokonce již roku 1949 antropoložka Hortense Powdermaker stála nohama pevně na zemi, když popsala Hollywood jako „továrnu na sny“ zapojenou v „masové výrobě prefabrikovaných vzdušných zámků.“

Avšak tato metafora továrny už dostatečně nevystihuje organizace, které systém filmových studií nahradily. Ačkoliv se stále nazývají studii, a ve většině případů si ponechaly své původní názvy – Fox, Warner Bros., Universal, Disney a Paramount - už nefungují tak jako dříve.

Hlavním úkolem dnešního studia je vybírání poplatků za užívání duševního vlastnictví, které různými způsoby kontrolují. Dále potom rozdělují tyto poplatky mezi všechny účastníky, včetně samotného studia, kteří se na vytváření, rozvíjení a financování tohoto vlastnictví podílejí. V dnešní době je to v podstatě servisní organizace, něco jako clearingové centrum snů, spíše než továrna na sny. Jako clearingová centra se tyto organizace zcela liší od svých předchůdců, a tento rozdíl je patrný až při pohledu na jejich účetní vykazování nebo na jejich produkty.

Vezměme v úvahu například finanční profil jedné z největších postindustriálních společností ve Spojených státech, která měla v roce 2001 na burze tržní hodnotu 75 miliard dolarů. To činí působivých 25,4 miliard dolarů v tržbách a 800 milionů dolarů ve výkazu z příjmu za minulý rok v tzv. „pro forma“. Pro forma, v doslovném překladu „jen pro formu“, je myšlenkový konstrukt používaný

v účetních rozvahách, ve kterých jsou hospodářské výsledky upraveny tak, aby z pohledu managementu lépe vystihly budoucí vývoj společnosti. Pro forma výsledky například mnohdy nezahrnují náklady, které management považuje za odchylky od normy. Podle obsáhlé studie společnosti Dow Jones & Company, takovéto předpoklady pro forma obvykle vytvářejí mnohem optimističtější obraz o zisku společnosti, než jakého ve skutečnosti dosáhla. Mají tendenci zaměňovat realitu se světem, který vidí vedení společnosti růžovými brýlemi.

V případě dané společnosti, pro forma výsledky zahrnovaly zisky a ztráty nově získaných společností, jako kdyby tyto dílčí společnosti byly vždy v jejím vlastnictví a jejich hospodářské výsledky byly součástí její vlastní činnosti. Kromě toho, tato společnost dokázala odstranit ze svých účetních knih obrovské ztráty vzniklé kvůli internetovým operacím tím, že tyto operace vyčlenila jako samostatné obchody a vydala pro ně nový druh cenných papírů, které byly určeny pro její akcionáře.

Tato společnost v roce 2000 také spolufinancovala mnoho kapitálově náročných projektů za pomoci nezaregistrovaných společností. Ty vystupovaly jako její partner a střídavě si půjčovaly velkou část peněz od mezinárodních bank, čímž jim vznikly dluhy, které se neobjevily v podnikové rozvaze. Kromě toho, miliardy dolarů z nákladů na tyto projekty byly zaznamenány jako kapitálové výdaje, jelikož nezačaly vytvářet příjem. Protože se z příjmů odečetla pouze malá část kapitálových výdajů, tak se tímto účetním manévrem značně zvýšily vykazované zisky společnosti.

S některými nezaregistrovanými organizacemi tato společnost také využila zahraničních účetních pravidel, aby zamaskovala případný katastrofální vývoj. Kdyby například použila americké účetní standardy při podávání zpráv o své dceřiné společnosti ve Francii, ukázalo by se, že tato dceřiná společnost vykazuje přes 2 miliardy dolarů finanční ztráty, a má tedy 2,5 miliardy dolarů dluhu a pouze 69 milionů dolarů vlastního kapitálu. S pomocí mnohem liberálnějších francouzských účetních standardů však společnost mohla prokázat, že tato její pobočka vykazuje finanční zisk s dluhem pouze 1 miliardy dolarů a s podílem vlastního kapitálu ve výši 1,1 miliardy dolarů.

Jako podnikové impérium, které provozuje operace po celém světě, se tato společnost také zapojila do operací s finančními institucemi v řádech miliard dolarů, včetně smluv o nákupu nebo prodeji cizích měn, pokladničních poukázek a

úrokových opcí s různým datem splatnosti. Zatímco je takovýto „hedging“¹ určen k ochraně proti výkyvům na devizovém trhu a v úrokových sazbách, pokud se hospodářské výsledky liší od těch očekávaných, mohou také způsobit zisky nebo ztráty. Společnost si vytvořila také svou vlastní pojišťovnu, aby si tak pojistila své podnikání. Upravováním sazeb a pojistného, které účtovala sama sobě bez ohledu na riziko, mohla dále vytvářet svůj finanční obraz a předkládat ho okolnímu světu.

Konečně, společnost svým vedoucím pracovníkům poskytla velkorysé odměny a zaměstnanecké výhody, včetně vysokých platů, prémie na konci roku a nabídky zaměstnaneckých akcií. (Emise akciových opcí, která závisí na produkci firemních akcií, dává vedoucím pracovníkům velmi silný podnět k tomu, aby co nejvíce rozšiřovali dobrou pověst firmy a pozitivně referovali o jejích výsledcích.) Například v rozmezí let 1998-2000 dostal výkonný ředitel 699,1 milionů dolarů prostřednictvím svého platu, prémie a zvýšením hodnoty svých akciových opcí. Společnost také poskytovala štědré odstupné předním pracovníkům, kteří z firmy odcházeli, a kteří by jinak mohli společnost poškodit. Jednomu viceprezidentovi při odchodu vyplatila 140 milionů dolarů po pouhých jedenácti měsících působení ve společnosti. Rovněž se nepočítalo s akciovými opcemi, které byly vedením přiřazeny do nákladů na základě teorie, že nebyly součástí vyrovnání, ale nového uspořádání struktury podnikových financí. Mezi lety 1995 a 2000 přesahovala nákupní cena těchto opcí půl miliardy dolarů. Kdyby společnost započítávala tyto platby mezi mzdové náklady na vedoucí pracovníky, přímo úměrně by si tím snížila své uváděné výnosy.

Touto společností nebyl Enron, Worldcom, ani jiná firma, jejíž jméno se stalo synonymem pro účetní skandály. Byla to firma, jejíž jméno je synonymem rodinné zábavy: společnost Walt Disney. Je zřejmé, že animátoři myšáka Mickeyho navštěvovali obchodní školu.

Ovšem používání takovýchto postindustriálních účetních metod společností World Disney Company nebylo mezi šesti velkými obry zábavního průmyslu ničím neobvyklým. Ve skutečnosti byly praktiky této společnosti konzervativnější, než některých jejích firemních bratrů v Hollywoodu. Pokud byl raný Hollywood „postaven na falešném účetnictví“, jak kdysi slavně pronesl David O. Selznick, potom již samotný tento výrok nastínil mnoho prvků postindustriální společnosti.

¹ Pozn. překladatele: zajišťovací operace

Šest společností - Disney, Viacom, Fox, Time Warner, NBC Universal a Sony – ty všechny používaly metodiku pro forma, aby se vyhnuly vykazování určitých kategorií výdajů. Všechny používaly určitá flexibilní účetní opatření, jako je EBIDTA (zisk před započtením úroků, odpisů, daní a amortizace), což jim umožňovalo vyloučit to, co by jinak spadalo do velkých odpisových nákladů za jejich kabely, satelity a ostatní kapitálové investice. Uplatňovaly smyšlené finanční koncepty, jako například uznání budoucích příjmů, obrat zásob a alokaci dluhů mezi dceřiné společnosti v částečném vlastnictví, aby pro veřejnost vytvořily optimističtější obraz o své budoucnosti. Zapojením do těchto praktik si šest společností připsalo ke své účetní hodnotě miliardy dolarů. Samozřejmě, že v určitém okamžiku musí dojít k zúčtování mezi účetními koncepty a realitou. Například v roce 2002 byla společnost AOL Time Warner nucena uznat ztrátu ve výši 54 miliard dolarů kvůli nadhodnocení nehmotného majetku firmy v minulosti. (Krátko poté si firma změnila název zpět na Time Warner.)

Těchto šest obrů zábavního průmyslu a jejich účetní metody měly určité opodstatnění. Reagovaly na změny ve světě, ve kterém se vnější měřítko výkonu stávala stále méně jasná. V době starého systému byly filmy financovány, produkovány a byly v plném vlastnictví jediného studia. Dnes je jen málo filmů, jestli vůbec, které jsou produktem jednoho subjektu. Studia v dnešní době využívají outsourcingu a zadávají tvorbu a financování většiny svých filmů a televizních seriálů nezaregistrovaným společností (ne tak úplně odlišným od těch, které používala společnost Enron). Partneři takového studia jsou často v těchto korporacích zastoupeni tzv. corporate shells, jejichž cílem je chránit své vlastníky - včetně ekvitrních finančníků, výrobních společností, režisérů a hvězd - před vlivem daní, právní odpovědností, nepříznivým tlakem a před dalšími komplikacemi, které mohou nastat. Tito prostředníci v podstatě „půjčují“ služby svých zmocnitelů produkci, obdrží vyrovnání, a vyplácejí ho způsobem, který je pro ně nejvíce příznivý vzhledem k daňové situaci. Například Arnold Schwarzenegger propůjčil své služby filmu *Terminátor 3* prostřednictvím své společnosti Oak Productions, Inc., která pro změnu uzavřela komplexní dohodu o daňovém vyrovnání, jejímž cílem bylo zamezit dodatečným daňovým závazkům, které by mohly nastat při natáčení a distribuci filmu v zahraničí.

Aby bylo vše ještě komplikovanější, řada tzv. corporate shells, ne-li jejich samotní podílníci, mají svá sídla v zemích s různými daňovými zákony, účetními předpisy a podmínkami pro získání státních dotací, a partneři požadují, aby tyto skutečnosti brala studia v potaz.

Stejně tak se tyto nezaregistrované subjekty neomezují na výrobu pouze určitých filmů. Filmové společnosti Paramount a Universal společně vlastní mezinárodní společnost UIP, která funguje jako vysoce zisková zahraniční nezaregistrovaná společnost.

Další problém nového systému souvisí s očekáváním budoucích příjmů z každého daného produktu. Na rozdíl od toku příjmů ve starém systému, ve kterém se obvykle všechny peníze za filmy vrátily studiu do roka, tyto příjmy nyní plynou po celou dobu trvání autorských práv, což může představovat i několik desetiletí. Stanovení hodnoty těchto vzdálených příjmových toků vyžaduje vytváření odhadů o budoucím vývoji zábavního průmyslu.

Vezměme si například pojem „branding“ produktů – jako jsou hračky, panenky, herní postavičky – pro budoucí publikum. Film *Jurský park* společnosti Universal „se stal značkou pro dinosaury,“ poznamenává Michael Wolf, poradce společnosti Universal. „Jízda tematickým dinosauřím parkem je jednou z nejúspěšnějších atrakcí v zábavních parcích Universal Studios v Hollywoodu a na Floridě. Videokazety, u nichž tržba dosáhla 454 milionů dolarů, doslova zmizely z regálů. Tržby z reklamního zboží, včetně hraček a videoher, dosáhly odhadovaných 1,5 miliardy dolarů. Přidáním dalších zdrojů příjmů společnost Universal vybuodovala během roku 2000 značkové impérium v hodnotě pěti miliard dolarů.“ K tomu, aby společnost Universal mohla ocenit hodnotu značky pro své akcionáře, obchodní partnery a banky, musí mít představu o budoucích zálibách dětí a o tom, zda budou rodiče ochotni jim tyto produkty spojené s filmem pořídit.

Vzhledem k tomu, že studia již nejsou výhradními vlastníky těchto cenných práv, mají obvykle povinnost podělit se o výtěžek z prodeje s ostatními účastníky, včetně ekvitrních partnerů, koproducentů, hudebních vydavatelů, hvězd, režisérů a scénáristů. Ale jako na clearingových centrech pro tento druh příjmů je rovněž na nich, aby rozhodla, kdo z účastníků (včetně jich samotných) dostane jaký podíl na zisku. Tato rozhodnutí mají obrovský dopad, i když jen těžko zachytitelný, nejen na majetek studií, ale na majetek celé hollywoodské společnosti.

Když příjmy rostou, je to právě studio, které rozhoduje (alespoň zpočátku) o tom, kdo, kdy a za jakých podmínek má na kterou část nárok. Jestliže někteří účastníci nesouhlasí s těmito rozhodnutími, mají jen omezený prostor pro stížnosti, protože studia obvykle kontrolují informace, na nichž jsou tyto platby založeny. Jeden manažer studia tuto operaci přirovnal k finančnímu ekvivalentu „černé skříňky“, do níž se „peníze neustále platí a naopak se z ní vyplácí.“

Všem šesti filmovým studiím se daří utajovat rozsah těchto práv tím, že je ve svých účetních výkazech začleňují do širších univerzálních kategorií. Podívejme se například na úpravu příjmů z videonahrávek v jejich výročních zprávách. NBC Universal vše zastřešuje pod názvem „filmová zábava“, společně s příjmy z filmů, televize, hudební vydavatelské činnosti, zásilkového prodeje, ze sítí „home-shopping“² a sítí multikin. Společnost Disney tyto příjmy zaznamenává pod názvem „studiová zábava“, společně s příjmy z filmů, kreslených filmů a nahrávacích společností. Společnost Time Warner vše zahrnuje také pod názvem „filmová zábava“, pod který spadají příjmy z filmů, licence na použití filmových postav a udělování licencí na filmotéku televizi. Společnosti Sony a News Corporation je sdružují samostatně pod názvy „filmové snímky“ a „filmová zábava“, které zahrnují příjmy z jejich filmů, televizní produkce, a z prodeje filmotéky televizi. A v poslední řadě společnost Viacom zaznamenává tyto příjmy dokonce ještě pod širším názvem „zábavní průmysl“, kde je vše smícháno s příjmy ze zábavních parků, zahraničních kin, hudební vydavatelské činnosti, a s prodejem filmotéky televizi. Obrovské příjmy z televizní produkce je o to těžší nalézt. Jediná publikovaná série například televizního sitcomu *Na zdraví*, může přinést zisk více než 150 miliónů dolarů. Například společnost Viacom neuvádí své příjmy z distribuční společnosti Paramount Television jako součást příjmů studia ze zábavního průmyslu, ale zahrnuje je pod svou televizní stanicí CBS a oddělení produkční společnosti King World.

Toto utajování není náhodné. Každé studio má tisíce filmů a televizních programů, za které každoročně inkasuje peníze a následně je vyplácí. Čím matněji je tato černá skříňka a čím méně informací je dostupných veřejnosti, tím snadněji studio může kontrolovat alokaci finančních prostředků. Mezitím peníze, které

² Pozn. překladatele: nákupy prováděné z domova na internetu

zůstávají v černé skřínce, byť jen dočasně, slouží de facto jako část provozního kapitálu studia.

Čím více peněz si clearingové centrum dokáže udržet a čím déle si je udrží, tím má v podstatě větší zisk (dokonce i když se tato suma jako taková neobjeví v jeho oficiální účetní závěrce).

Příliv peněz do clearingových center

Prvotním zájmem clearingového centra je maximalizace množství peněz, které ze všech možných zdrojů proudí do pokladny studia. Dokonce ještě předtím, než jde film do výroby, peníze často proudí do clearingového centra od okolních investorů. Kromě koproducentů, finančních partnerů a zahraničních daňově zvýhodněných subjektů, se mezi tyto investory také zahrnují takzvaní „civilisté“, kteří investují především proto, aby se mohli podílet na lesku, slávě nebo na umění filmového podnikání.

V dobách existence systému filmových studií hráli civilisté z velké části jen nepatrnou roli stejně jako koproducenti. Na konci dvacátých let minulého století již studia nepotřebovala k financování svých filmových továren peníze od okolních investorů, protože téměř dvě třetiny populace stály ve frontách kin, aby si koupily vstupenky. Jakákoliv dočasná mezera mezi jejich mzdovými náklady a pokladními příjmy - která obvykle nepřesáhla devadesát dní - byla vyplněna úvěry od bank, které o půjčování peněz studiím vůbec nepochybovaly. S koncem studiového systému však byla studia nucena obrátit se na okolní investory, ať už ve formě přímých investic nebo služeb.

Během osmdesátých let studia našla mnoho způsobů jak najít nováčky mezi civilisty. Například společnost Disney obdržela mezi lety 1985 a 1990 více než miliardu dolarů od spolupracujících investorů Silver Screen Partners I a II. Za investici ve výši pouhých 50 000 dolarů získali účastníci právo ztotožnit se s hollywoodským studiem a v některých případech také možnost podívat se, jak se film natáčí. (Pokud film skutečně vydělal peníze, měli také nárok na podíl ze zisku.) Příjmy od těchto „partnerů“ financovaly velkou část filmové výroby společnosti Disney.

Společnost Paramount nacházela investory z řad civilistů v zahraničí, kteří chtěli v devadesátých letech využít výhod mezer v zahraničních daňových zákonech. Například v Německu dovoloval daňový zákoník filmovým investorům odečíst si z daní během jednoho roku celou částku, kterou vložili do filmové společnosti. Pro Němce v daňovém pásmu, které po nich vyžadovalo platit 80 % z běžného příjmu vládě, toto opatření znamenalo, že pokud investovali do filmu stejnou částku, která se rovnala jejich příjmům, a kterou si mohli půjčit, nemuseli platit vůbec žádné daně. Jestliže tedy byly tyto částky splaceny v budoucnu, peníze představovaly „kapitálový zisk“, který byl v Německu zdaňován pouhými 30 %. Ostatní země, včetně Francie, Irsko a Austrálie měly podobné mezery týkající se filmové produkce, za předpokladu, že do filmu obsadí některého z jejich herců nebo budou ve filmu použity jejich exteriéry. V důsledku toho miliardy dolarů, které by jinak náležely zahraničním výběrčím daní, proudily do hollywoodských filmových studií.

Když Sumner Redstone převzal společnost Paramount, zavedl finanční strategii, kterou nazval „averze k riziku“. Tato strategie vyžadovala, aby všechny filmy vyprodukované filmovým studiem obdržely alespoň 25 % svých financí od okolních investorů. Část těchto finančních prostředků měla proudit ze zahraničních daňových rájů a zbytek od „ekvitních partnerů“, kteří na rozdíl od pouhých finančních partnerů mají slovo v castingu, produkci a marketingových rozhodnutích, které se pojí s filmy, do kterých investují. Někteří z těchto ekvitních partnerů jsou dobře známí civilisté – multimilionáři jako je Paul Allen, Ronald Perelman, Michael Steinhardt, Ted Fields III, Philip Anschutz, a Kerry Packer –, kteří nabyli své jmění v jiných oblastech a nyní chtějí být spojováni s Hollywoodem. Jak jeden z nich objasnil: „Je to počáteční vklad za účelem dostat se do hry.“

Ekvitní partneři obvykle investují prostřednictvím nezávislých výrobních společností – jako je New Regency, Spyglass, Village Roadshow a Phoenix – čímž si s filmovými studii udržují trvalé vztahy. Aby tyto společnosti rozložily riziko, obvykle uzavírají dohodu na více snímků, na které poskytnou stovky milionů dolarů. Část těchto peněz vloží jejich vlastní akcionáři a zbytek si půjčí od bank, které se specializují na financování filmových podniků. Jediná banka, J.P. Morgan Chase, v roce 2000 zaznamenala nesplacené filmové úvěry ve výši 3,5 miliard dolarů. Dvě další banky – Bank of America a Crédit Lyonnais – údajně poskytly více než miliardu dolarů prostřednictvím podobných úvěrů.

Nezávislá výrobní společnost a její multimilionoví sponzoři často využívají omezeného rizika, jelikož jsou tyto bankovní úvěry bez rekursu. To znamená, že banky se nemohou odvolat proti ekvitním partnerům a nemohou od nich inkasovat peníze, pokud filmy nevynesou dostatečný zisk, aby tyto úvěry mohly být splaceny. I když to pro banky může znít rizikově, chrání se proti případné ztrátě naopak tím, že trvají na tom, aby ekvitní partneři úvěry pojistili s garancí pojistitele splatit bankám rozdíl mezi částkou, kterou obdrží za filmy a částkou nesplacených úvěrů. Teoreticky vzato jsou tedy banky v bezpečí a mohou těžit z relativně vysokých úroků ze samotných úvěrů. Nicméně v praxi pojišťovny (které sídlí hlavně na Bermudách, na Normanských ostrovech a v dalších rájích bez jakýchkoli předpisů a regulace) někdy odmítají peníze vyplatit a upřednostňují dokonce takovou situaci, kdy jsou banky nuceny na ně podat žalobu. (V roce 2000 probíhalo nejméně deset různých soudních sporů vedených bankami proti pojišťovnám, kde se jednalo o 600 milionů dolarů v garantovaných bankovních úvěrech na filmy.) I přes všechny tyto problémy, banky stále považují financování ekvitních partnerů filmových studií za ziskové.

V některých případech mohou existovat také koproducenti, kteří jsou rovnoprávnými partnery studia – například společnosti Disney a Universal spolupracovaly se společností Fox na filmu *Master & Commander* – a financují velkou část výrobních nákladů. V jiných případech koproducent nemusí nutně přispívat pouze v hotovosti, ale také základními službami jako je digitalizace a animace. Například společnost Pixar, nejmodernější podnik v oblasti počítačové animace, uzavřela mezi lety 1994 až 2004 dohodu se společností Disney na výrobu sedmi počítačově animovaných celovečerních filmů - včetně takových hitů jako *Toy Story: Příběh hraček*, *Život brouka*, *Příšerky s.r.o.* a *Hledá se Nemo* – které potom společnost Disney prodávala a distribuovala.

Výrobci hraček, herní tvůrci a další držitelé licencí mohou také platit zálohové platby za právo použití postav z připravovaných filmů. Postaviček z filmů ve formě hraček se v roce 2002 prodalo více než za 114 miliard dolarů v maloobchodním prodeji licencovaných výrobků a vydělaly tak studiím odhadovaných 1,7 miliardy dolarů. (Není žádným překvapením, že největší částka z těchto peněz připadla jedinému studiu: společnosti Disney.) Na většinu filmů studia obdrží mnohonásobně menší částku od různých dalších společností – jako je společnost Coca-Cola, Nike a Coors – za takzvaný „product placement“ (uveřejňování log nebo produktů ve

filmech a televizních pořadech). Určitá částka peněz je také pořízena z předprodeje na určitých zahraničních trzích.

Pokud je to zapotřebí, studio potom přidává jakékoli dodatečné finanční prostředky, které jsou potřeba k vyrovnání deficitů ještě předtím, než je film vydán. Tyto prostředky může čerpat buď z vlastního kapitálu, nebo si je půjčit v bankách.

Několik měsíců po vydání filmu, clearingové centrum obdrží „půjčovné“ od kin, jak je nazýván podíl studia z pokladny, prostřednictvím distribučních společností těchto studií. Většina těchto peněz nejprve proudí od velkých národních řetězců v Severní Americe – jako jsou společnosti Cineplex Odeon, Regal a AMC- které vlastní přes polovinu multikin ve Spojených státech. Dělení příjmů pokladny se s každým filmem mění, ale v průměru studia skončí na 45 až 60 % z celkové tržby pokladen. (Co se týče kin, tak ta získají zbytek a nechávají si veškeré zisky z prodeje popcornu, sody a dalších produktů z bufetů.)

Další hlavní příliv peněžních prostředků pochází z promítání mimo kinosály, do kterých patří zábavné pořady aerolinek promítané během letu, hotelové pay-per-view, které stanovují, že divák platí za zhlédnutí konkrétního pořadu, a americká vojenská kina. Co se týče aerolinek, licenční poplatky za každý titul se odvíjí od počtu letů, při kterých je film promítán, bez ohledu na počet cestujících, kteří ve skutečnosti film sledují nebo si za jeho zhlédnutí zaplatili. Hotely také platí paušální poplatky. Díky vojenským stanicím – kde potenciální publikum dosahuje až k 6 milionům vojáků, námořníků, civilních techniků a jejich rodinných příslušníků – studia obvykle shromáždí 50 procent z celkově zaplacených vstupů. Filmy mohou na těchto trzích získat značné částky. Například film *60 sekund* získal z promítání mimo prostředí kinosálů 3,8 milionů dolarů.

Distribuční společnosti filmových studií se také zabývají filmy vyrobenými nezávislými a zahraničními tvůrci. Za tuto službu si obvykle účtují jednu třetinu všech příjmů z kin a videopůjčoven (poté co získají zpět veškeré reklamní, tiskové a další marketingové výdaje). Obvykle mají tyto externí filmy pro clearingové centrum relativně malý přínos – jak řekl jeden generální ředitel filmového studia, pouze napomáhají „udržet se na výsluní“, ale čas od času může být jejich podíl značný. Například distribuční společnost firmy Sony – Sony Classic Films – v roce 2000 vydělala 70 milionů dolarů za zpracování nezávislého filmu o bojovém umění s názvem *Tygr a drak*.

Méně často peníze přitékají z distribuce filmu v zahraničí. Na většině zahraničních trhů studia používají své vlastní distribuční společnosti (nebo v případě společností Universal a Paramount společnost UIP, kterou mají ve společném vlastnictví), ale na některých trzích využívají místních distributorů. Některé filmy, především ty akční, vydělávají více v zahraničí než ve Spojených státech. Film *60 sekund* a jeho další pokračování vynesla v zahraničí společnost Disney zisk 56,1 milionů dolarů, což je skoro o 10 milionů dolarů více než v amerických kinech.

Zatímco peníze z klíčových trhů – Japonska, Německa, Británie, Francie, Austrálie, Itálie a Španělska – se obvykle vrátí zpět do jednoho roku od vydání, shromažďování peněz na menších trzích nebo na těch s měnovou restrikcí, může trvat roky.

Největší příliv peněz obvykle pochází z prodeje videonahrávek a DVD, který začíná asi šest měsíců po vydání filmu a v porovnání s malým tokem peněz z půjčovního kin je tohle přílivová vlna. Ještě předtím, než prodej DVD začal nabývat na významu, Sumner Redstone odhadl, že komerčně úspěšný film sám vypisuje šeky hlavním filmovým studiím ve výši 3,9 miliardy dolarů ročně pouze za půjčování videonahrávek. V roce 2003 vzrostl roční zisk šesti filmových studií za videa a DVD na 17,9 miliard dolarů.

Dalším hlavním zdrojem peněz jsou televizní licence, které se po desetiletí rozšiřují pro mnoho dalších filmů, počínaje „pay-per-view“ a konče místními televizními stanicemi po celém světě.

Mezitím platí nahrávací společnosti studiím licenční poplatky za soundtracky, které vydávají na CD a kazetách. Některé nahrávky se soundtracky se prodávají po milionech – nahrávek se soundtrackem k filmu *Lví král* se prodalo více než 3 miliony kopií – a během dalších let mohou přinést zisk v řádech desítek milionů dolarů.

Kromě toho je zde také publikování televizních seriálů ve vlastnictví studia, za které televizní sítě a stanice platí licenční poplatky. Po prvním odvysílání velkými televizními sítěmi, epizody obvykle začnou být součástí filmotéky daného studia. V roce 2003 těchto šest filmových studií získalo celosvětově 7,2 miliard dolarů z prodeje televizních programů.

Nakonec i poté, co jsou filmy a televizní programy distribuovány, se do pokladen studií vracejí rabaty s různým označením. Například podle jednoho z nejlepších manažerů, rabaty z filmových laboratoří (v závislosti na množství) do

jeho studia obvykle dosáhly 200 až 300 dolarů za jeden snímek – a mohou se vyšplhat až na 800 000 dolarů za film. I když tyto částky nejsou vždy viditelné v účetním vykazování studia, mohou být podstatné.

Odliv peněz z clearingových center

Z clearingového centra začínají peníze proudit ještě dlouho předtím, než filmy vstupují do výroby, nebo dokonce ještě předtím, než jsou vůbec schváleny. Každé filmové studio má tisíce zaměstnanců – včetně manažerů, právníků, účetních, publicistů, techniků a obchodníků – kteří jsou placeni každý týden, bez ohledu na to, zda studio produkuje nějaké filmy. Například společnost Sony měla v roce 2003 sedm tisíc zaměstnanců pracujících na plný úvazek.

Studia také nepřetržitě rozdělují peníze, aby získala duševní vlastnictví a mohla je dále převést do formy scénáře, který by mohl být odsouhlasen ze strany režisérů, hvězd, manažerů studia, obchodních partnerů a ekvitních investorů. Všem scénářům se samozřejmě nepodaří projít přes všechny tyto počáteční překážky. Podle odhadu jednoho vysoce postaveného manažera společnosti Paramount, pouze jeden z deseti napsaných projektů financovaných studii nakonec dostane zelenou.

K prudkým úbytkům peněžních prostředků dochází až tehdy, kdy je film schválen k výrobě. Nutné počáteční platby proudí do talentových agentur a také finančním zástupcům celebrit, režisérů a dalším hlavním pracovníkům filmového štábu. V této chvíli se musí poplatky zaplatit také producentům, kteří projekt zahájili.

Peníze potom musí pokročit dál na účet filmové produkce, aby mohla najmout tým pracovníků, kteří film připravují. Jakmile je výroba v plném proudu, je třeba platit týdenní výdaje za půjčování vybavení, catering, výdaje za exteriéry, filmový materiál, laboratorní zpracování, dopravu, pojištění, hudebníky a další nesčetné výdaje.

Často také musí platit celé jmění nezávislým dodavatelům, jako je společnost Industrial Light & Magic, za počítačovou grafiku, digitální efekty, loutky, reklamní letáky, titulky a filmové trailery. V některých případech, jako u filmu *Godzilla*, se mohou tyto účty vyšplhat až k částkám v desítkách milionů dolarů. Dále se musí počítat s konečnými náklady na úpravu filmového materiálu, konečnou

synchronizaci zvuku, slučování zvukových nahrávek, barevné vyvažování a střihání negativu.

Když už je film konečně připraven k uvedení do kin, je zapotřebí zaplatit peníze laboratořím, aby udělaly kopie pro americkou a zahraniční distribuci. Průměrné náklady na vytvoření jedné kopie činí kolem 1 500 dolarů (před rabatem). Takže náklady na kopie takového významného filmu jako *Spider-Man 2*, u kterého bylo potřeba v roce 2004 udělat čtyři tisíce kopií, mohou být až 6 milionů dolarů, a to jen pro premiéru ve Spojených státech. V roce 2003 se účet za filmové kopie šesti filmových studií (a jejich dceřiných společností) vyšplhal na 540 milionů dolarů jen za distribuci ve Spojených státech.

Dříve než film vstoupí do kin, filmové studio pro něj musí vytvořit publikum – a to formou reklamy. To vyžaduje další obrovské výdaje. V roce 2003 studia utratila v průměru 34,8 milionů dolarů za reklamu pro jeden titul. Přestože jejich dceřiné společnosti utratily za filmy méně – v roce 2003 to bylo v průměru 12,8 milionů dolarů za titul – v součtu za všech šest studií částka překročila 4,1 miliardy dolarů. Když mají filmy později premiéru také v zahraničí, studia musí utratit další peníze – v roce 2003 to bylo více než 3 miliardy dolarů – aby v těchto zemích uvedla filmy na trh. Stejně tak musí zaplatit dopravu, garanční pojistku, celní odbavení, pojištění a další výdaje.

Oddělení domácí zábavy mezitím musí připravit videa a verze DVD pro rozličné trhy. To může vyžadovat opětovné úpravy, remixování, předělávku barevného vyvážení a v případě disků DVD je potřeba provést DVD reauthoring, který zahrnuje přidávání bonusového materiálu, který není v kinoverzi. To může stát mezi 30 000 až 50 000 dolary za titul. Video a disky DVD, stejně tak jako jejich obaly, musí být vyrobeny a odeslány do skladů jak pro americkou, tak pro zahraniční distribuci. Studia musí také počítat s reklamními výdaji spojenými s videonahrávkami a DVD disky, včetně plakátů, televizních reklam, expozic v obchodech, provizí z prodeje a nákladů na vrácená videa. Zasvěcený manažer společnosti Viacom odhadl, že se tyto výdaje pohybují v rozmezí 4 až 5 dolarů za kopii.

Filmová studia také vynakládají peníze na tvorbu televizních seriálů. Na rozdíl od filmů tyto seriály jdou do výroby vždy s tím, že mají zaručené kupce – televizní sítě –, kteří předem zaplatí licenční poplatky za první série seriálů, které poté

vysílají. Nicméně tyto poplatky obvykle pokryjí pouze něco mezi 60 až 80 % nákladů vynaložených na jejich výrobu.

Alokace financí z clearingového centra

Nejdůležitějším úkolem clearingového centra je rozdělit zbylé peníze mezi filmové studio a další účastníky. Z každého filmu může připadnout podíl ze zisku clearingového centra řadě lidem – včetně režiséra, producentů, herců, scénáristů, hudebníků a dokonce i techniků. Vzhledem k tomu, že se podmínky účasti na těchto podílech mění, každé studio zaměstnává velkou skupinu právníků, účetních a vyjednávačů, aby zajistilo to, že se tyto podmínky co nejvíce shodují s vlastními zájmy studia. Zájmy filmového studia samozřejmě spočívají v maximalizaci vlastního podílu a uchování zbývajících finančních prostředků v clearingovém centru po co nejdelší dobu.

V roce 2003 všechna clearingová centra inkasovala po celém světě více peněz, než vyplatila v nákladech a platbách. Kdyby jednoduše rozdělila veškerý zůstatek, který jim zbyl v pokladně, všem svým partnerům a dalším účastníkům, kteří se na filmech podíleli, výrazně by si tím snížila své vlastní zisky. Clearingovým centrům se místo toho daří zadržovat velkou část peněžních toků z přidělené částky peněz tím způsobem, že používají komplikované vzorce pro výpočet tantiém. Vezměme v úvahu videonahrávky, které v roce 2003 šesti filmovým studiím zajistily více než 17 miliard dolarů. K tomu, aby studia mohla vypočítat své „brutto“ příjmy za videa a DVD disky, včetně svých příjmů z půjčovného, používají systém tantiém, který se nikde jinde ve filmové branži nepoužívá. Tento systém odměn vznikl v roce 1976, kdy se videa skládala hlavně z nahrávek o cvičení a z pornografických nahrávek, a prodávali je nezávislí distributoři do menších obchodů. Od té doby, co distributoři povolili vrácení neprodaných kopií i po delší době od jejich vydání, bylo obtížné vypočítat objem maloobchodního prodeje. Takže místo toho se distributoři dohodli na tom, že budou platit producentům rovných 20 % z velkoobchodní ceny, bez ohledu na to, kolik videonahrávek bude vráceno. Toto uspořádání bylo podobné tomu, které se posléze používalo v hudebním průmyslu. Tyto platby považované za „tantiémy“ se staly hypotetickou hrubou částkou pro výpočet honorářů umělců nebo dalších účastníků.

V této dohodě o tantiémách viděl Steve Ross potenciální příjem pro studia dokonce již v roce 1981. Pokud bylo studio zároveň distributorem, mohly být vytvořeny dva rozdílné „brutto“ příjmy, které proudily do účetnictví clearingového centra: první pramenil z celkového prodeje videonahrávek a ten druhý z 20% tantiémy. Ve skutečnosti si jedna z divizí studia, oddělení domácí zábavy, ponechala 80 % a zaplatila další divizi, filmovému studiu, tantiému ve výši 20 %. Působ tohoto plánu nezůstal utajen ani exekutivě dalších studií. V polovině osmdesátých let všechna studia založila svá vlastní oddělení domácí zábavy a tantiéma ve výši 20 % se stala součástí „oborové normy“.

Zpočátku, kdy se dařilo prodat od každého titulu pouze malé množství videonahrávek, náklady na převod filmů na tzv. master tape, na nahrávání kopií na prázdné kazety, na jejich balení s použitím uměleckých kreseb, jejich skladování, prodej a na úhradu obchodům za vrácené kopie se mohly pohybovat od 30 do 40 dolarů za kazetu. To pohltilo většinu příjmů, které oddělení domácí zábavy uchovalo po zaplacení 20% tantiémy studiu. Ale jak se postupem času začalo filmové podnikání rozvíjet do podoby globálního podnikání v řádech multimiliard dolarů a začaly se prodávat kopie jediného titulu po statisících, tyto výrobní náklady dramaticky poklesly na méně než 4 dolary za kopii. V důsledku toho zisk z videonahrávek, které byly prodány za velkoobchodní cenu 65 dolarů, a dokonce po zaplacení tantiémy ve výši 20 %, tedy 13 dolarů, mohl být až 48 dolarů. Přitom tantiéma ve výši 13 dolarů je zaznamenána jako „hrubý příjem“ za video od clearingového centra – z kterého jsou odečteny distribuční výdaje a reziduální platby.

Jak tyto nekalé finanční transakce fungovaly v praxi, ilustruje úprava prodeje videonahrávek filmu *60 sekund*. Do roku 2002 společnost Buena Vista Home Entertainment International, divize zcela ve vlastnictví společnosti Disney, získala z prodeje a půjčování videonahrávek a disků DVD tohoto filmu 198 milionů dolarů. Z této částky zaplatila společnost Buena Vista další dceřině společnosti firmy Disney, Walt Disney Pictures, tantiému ve výši 20 %, tedy 39,6 milionů dolarů, jako kdyby byly společnosti Buena Vista International a Walt Disney Pictures samostatné společnosti zabývající se běžnou tržní transakcí. Těchto 39,6 milionů dolarů se stalo hrubým výnosem z videonahrávek, z něhož bylo odečteno 20 milionů dolarů – 12,6 milionů jako poplatek za distribuci videa a 7 milionů za náklady – takže zbylo pouze 18,4 milionů dolarů, které mohly být připsány ve prospěch filmu. Mezitím si

společnost Disney ponechala na svém účtu pro domácí zábavu 159 milionů dolarů, které na něm zůstaly po zaplacení „tantiém“ ve výši 39,6 milionů dolarů. Je zřejmé, že společnost sice měla výdaje – asi 29 milionů dolarů za výrobu, balení a náklady na vrácení –, ale v účetní rozvaze vykazovala zisk asi 130 milionů dolarů.

Není překvapením, že studia považují tantiémy za nezbytný prostředek ochrany velkého množství nečekaných příjmů z videonahrávek před tím, aby byla jejich podstatná část převedena filmovým hvězdám. Vezměme si například film *60 sekund*, za který byl Nicolas Cage oprávněn podle smlouvy k 10 % z hrubé částky přijaté za videonahrávky: kdyby byla pro výpočet jeho podílu použita skutečná částka hrubých příjmů ve výši 198 milionů místo tantiémy, připadlo by mu 19,8 milionů dolarů namísto 3,9 milionů dolarů. Jak vysvětluje jeden bývalý manažer studia: „Bez tantiém bychom přišli na mizinu.“

Při výpočtu poplatků za televizní licence, které jsou hned po videonahrávkách určených pro domácí účely druhým největším přispěvatelem do clearingových center, jsou studia často schopna získat podobnou výhodu tím, že sdružují tržby z jednotlivých filmů do jediného obchodu. I když mimořádně nemohou oddělit další účastníky z dosahu příjmu, jako to praktikovaly s 80 % příjmu z videonahrávek určených pro domácí účely, mohou dosáhnout podobného účinku tím, že přiřadí neúměrně nízké částky těm filmům, s kterými jsou ostatní účastníci svázáni akciemi, a neúměrně vysoké částky těm, ke kterým je nepoutají žádné podobné závazky. Tento obrat účinným způsobem umožňuje studiu snížit platby z clearingového centra a převést je na další účastníky.

Další formy příjmu, jako udělování licencí na výrobu hraček a poplatky za product placement, lze ze společných prostředků smluvně vyloučit. Variace jsou téměř nekonečné.

Potom, co clearingové centrum určí s pomocí svých vlastních pravidel příjmy a výdaje vztahující se k jednotlivým filmům, rozdělí peníze zúčastněným stranám. Existují dva základní typy dohod: brutto a netto. V prvním případě mají účastníci nárok na podíl z celkových příjmů – nebo „půjčovného“ – které studio získalo na specifikovaných trzích v různých okamžicích filmových výnosů. V nejbohatší (a nejvzácnější) formě, nazývané „dolar jedna“, mají účastníci právo na podíl z veškerých příjmů získaných distribuční společností studia, poté co jsou zaplaceny obchodní poplatky. Například ve filmu *Zachraňte vojína Ryana* hvězdný herec Tom

Hanks a režisér Steven Spielberg každý dostali 16,75 % z příjmu z prvního získaného dolaru (dolaru jedna). Tento vzorec vynesl každému z nich 30 milionů dolarů jen z distribuce do kin.

Dolar jedna se většinou omezuje pouze na pár hlavních hvězd a režisérů. Ve většině dalších případů mají účastníci brutto nárok na podíl z filmových tržeb jen tehdy, pokud film přinese zisk v určité výši nebo pokud jsou splněny další náležitosti. Například Michael Douglas měl nárok na 10% podíl z tržeb filmu *Traffic – nadvláda gangů* poté, co příjmy distributora překročily 100 milionů dolarů. Účastníci s podílem brutto mohou mít omezený příjem jen z určitých trhů. Všechny brutto podíly jsou podle pravidel clearingového centra považovány za pozdržené „výrobní náklady“ a jakmile jsou zaplacený, jsou zpětně připíchnuty k filmovému rozpočtu. Takže když Hanks a Spielberg dostali každý zaplacený 30 milionů dolarů za film *Zachraňte vojína Ryana*, filmový rozpočet, který dříve činil 78 milionů dolarů, se vyšplhal na 138 milionů. Kvůli tomu, že se započítává podíl hvězd na hrubém příjmu do výrobních nákladů namísto do rozdělování příjmů, studia dále odsouvají „hranici rentability“, kdy mají nárok na vyplacení podílu i méně protežovaní účastníci.

Netto účastníci mají obvykle nárok na podíl z částky, která zbude v clearingovém centru poté, co film dospěje k hranici rentability, která se mění v závislosti na smlouvách jednotlivých účastníků. V novém Hollywoodu je ve skutečnosti hranice rentability, kromě několika mimořádných hvězd a producentů, více snem, než skutečností.

I když není clearingové centrum postaveno z cihel a malty a nemá přesnou adresu, je koncepčně nezbytnou – a zcela reálnou – součástí dnešního filmového studia. Jakožto vlastník clearingového centra, poskytovatel manažerských služeb a financování, studio ve velké míře odebírá prakticky všechny finanční prostředky, které proudí ven i dovnitř. Poplatek za tyto služby obvykle činí 15 % z celkových nákladů každé produkce za poskytnutí manažerské „režie“, 33 % z příjmů, které film vydělá pro pobočky studia, a každoroční sazba 10 % výdajů studia z rozpočtu (dokud nejsou získány zpět) na „úrok“. Takovéto plošné poplatky mohou někdy překročit náklady na samotný film. Vraťme se například již k dříve zmiňovanému filmu *60 sekund*, jehož výroba v roce 2000 stála 103 milionů dolarů. Tři roky po jeho uveřejnění se Disneyho manažerské služby a finanční poplatky vyšplhaly na 124,9

milionů dolarů – 17,2 milionů za režijní náklady, 65,9 milionů za distribuci a 41,8 milionů na úrocích. Tyto servisní poplatky se hromadí v clearingovém centru, dokud je nevyváží další příjmy, což se stává jen velmi zřídka. Film *60 sekund*, který společnost Disney považuje za úspěšný i přesto, že do sebe vtáhl přes půl miliardy dolarů v hrubých tržbách z pokladen kin a videopůjčoven, v roce 2003 zůstal v deficitu ve výši 153,3 milionů dolarů.

Výsledkem těchto pravidel clearingového centra je fakt, že většina filmů skončí v deficitu a studio tudíž nemá povinnost vyplatit platby mnohým z účastníků, protože jen málo z nich má vliv na to, aby si mohli vyjednat platby na základě jiných pravidel, jako například přímý procentuální podíl z hrubé tržby.

Jistě, že některým mimořádným filmům se navzdory těmto servisním poplatkům podařilo dosáhnout zisku, ale podle odhadů tyto filmy činí méně než 5 % ze všech filmů vyrobených filmovými studii – dokonce i poté, když se zohlední všechna práva na videonahrávky, televizní vysílání a další práva. Dokonce i u tak oslavovaných trháků jako jsou *Bratři Bluesovi*, *Bezcitní lidé*, *Neúplatní*, *Osudová přitažlivost*, *Rain Man*, *Falešná hra s králíkem Rogerem* a *Batman* byl zaznamenán deficit.

Servisní poplatky, i když se to může zdát nahodilé, nejsou zcela fiktivní. Studia musí zajistit na plný úvazek organizace, které by produkovaly, distribuovaly a prodávaly filmy. Jejich nesčetné množství manažerů sjednává s majiteli kin data promítání, zajišťují, že kopie, filmové ukázky a propagační materiály dorazí včas, kupují místní i státní inzerci v novinách, navštěvují nespočet schůzek s marketingovými stratégy, snaží se přimět vzpurné provozovatele kin, aby shromažďovali peníze, a odhadují zahraniční příležitosti. Musí také vyjít s výplatami, odvádí příspěvky na penzijní připojištění a každý týden platí složenky za nájemné, pojistné a bankovní poplatky. Mají obrovské režijní náklady. I přes to zaznělo nemálo kritiky na hollywoodské účetnictví, které bylo popsáno jako „skandální“ ve slavném soudním procesu *Buchwald versus Paramount* z roku 1990. Z provádění auditu se stal v Los Angeles specializovaný obor a byly napsány celé knihy o jeho odlišnostech. Dokonce se účetnictví stalo předmětem posměchu ve filmech jako *Hollywood v koncích*, ve kterém jsou režisérovi (Woody Allen) nabídnuta – a on přijme – 2 % ze zisku po dosažení „čtyřnásobné hranice rentability“, a ve hře Davida

Mameta *Speed – the – Plow*, ve které postava shrne v jedné větě vše, co se naučila o Hollywoodu: „Nelze docílit zisku.“

Samozřejmě, že pro získání svého podílu všichni netto účastníci - včetně Arta Buchwalda, Woodyho Allena a Davida Mameta – ochotně souhlasí s podmínkami, včetně práva studia přidat do jejich smluv servisní poplatky. Téměř ve všech případech jsou tyto smlouvy prověřovány zástupci účastníků a právníky z talentových agentur. Takže pokud dochází k podvodnému jednání, co se týče alokace prostředků v clearingovém centru, je to jako plno z dalších aspektů hollywoodských vztahů vědomý trik.

Brutto účastníci mají samozřejmě výhodnější pozici. Protože společnost A.C. Nielsen uveřejňuje údaje o pokladně každý týden, nemají problém s tím, stanovit si přibližnou částku, která jim připadá z filmového vysílání v kinech (ačkoliv kina občas zdržují nebo dokonce znovu projednávají půjčovné, které náleží studiu, a studia vyplácí svým brutto partnerům hrubou částku pouze na základě skutečně přijatých finančních prostředků – v případě zahraničních měn – na základě peněz převedených na dolary.) Ale dokonce i účastníci brutto mají problém stanovit obnos peněz, který jim náleží z ostatních trhů.

I když studia hrají s falešnými kartami, zdaleka v rukou nedrží všechny trumfy. Brutto účastníci, kteří mají v Hollywoodu dostatečnou moc – jako je Arnold Schwarzenegger, Tom Hanks a Steven Spielberg – si pro sebe mohou vyjednat lepší podmínky a v některých případech dokonce prolomit dohodu filmových studií o přelévání tantiém z jedné kapsy do druhé. Například při vyjednávání pracovní smlouvy k filmu *Terminátor 3*, se Arnoldu Schwarzeneggerovi, jehož ztotožnění s robotem Terminátorem bylo považováno za nezbytné pro to, aby byl film úspěšný, podařilo zvýšit svůj filmový honorář ze standardních 20 % na 35 %. Kromě toho jeho právník Jacob Bloom vložil do jeho smlouvy mimořádnou doložku, která zní: „Pouze za účelem, že dojde k výpočtu bodu vyrovnání hotovosti, upravený hrubý příjem musí zahrnovat 100% honorář za videa určená pro domácí potřebu (tzn. příjmy z těchto videí snížené o náklady).“ Tato formulace znemožnila filmovému studiu zdržovat jakoukoliv část příjmů z filmů při výpočtu „bodu vyrovnání hotovosti“ – v bodě, kdy měl Schwarzenegger nárok na „20 % ze 100% upraveného hrubého příjmu...z prvního dolaru“ vedle jeho honoráře v hodnotě 29,25 milionů dolarů.

Ekvinitní partneři, kteří jsou schopni investovat stovky milionů dolarů v oblasti služeb nebo v hotovosti – jako je společnost Pixar, Spyglass a New Regency Entertainment- mohou dát také přednost výhodám clearingového centra. Například společnosti Pixar, jejíž animované filmy, podle jedné analýzy z Wall Street, zajistily společnosti Disney v rozmezí let 1995 až 1999 přes 50 % celkového příjmu filmové divize, se podařilo sjednat snížení distribučního poplatku na filmy společnosti Disney z 33 % na 12 %. Vlivný ekvinitní partner může být také schopen přesvědčit studio, aby si vybudovalo takzvané „koridory“ na určitých zeměpisných trzích – toto ujednání opravňuje jednoho účastníka k tomu, aby obdržel určitou částku z těchto trhů ještě předtím, než dostanou svůj podíl ostatní účastníci. Například Village Roadshow v koprodukční dohodě se společností Warner Bros. na film *Matrix* obdržel koridor na video, DVD a na placené televizní vysílání v Austrálii a na Novém Zélandě.

Taková speciální výjimka je často udělena na úkor dalších účastníků. Například již dříve zmiňované oprávnění Arnolda Schwarzeneggera ve filmu *Terminátor 3* bylo uděleno na úkor všech méně vlivných filmových partnerů. Obrovské sumy, které sám obdržel ze svého vyššího honoráře za videonahrávky, vyhnaly nahoru bod rentability, a tím došlo k prodloužení doby, kdy měli nárok na podíl také ostatní účastníci. Stejně tak vyloučení z trhů prostřednictvím koridorů snižuje zbylou částku ve fondu pro další účastníky. Pojišťovny, které byly zapojeny ve výše popsaném vztahu, společně s J. P. Morgan Chase a dalšími bankami, často viní tyto smluvní koridory (které obvykle nejsou adekvátním způsobem objasněny dalším investorům) v případě, kdy se účastníci ocitnou v situaci, kdy nejsou schopni splácet své bankovní úvěry.

Lew Wasserman v roli jednatele otevřel Pandořinu skříňku při vyjednávání dohody pro Jimmyho Stewarta, aby se v roce 1950 mohl podílet na zisku z filmů společnosti Paramount. Asi o padesát let později moderní filmová studia svou přeměnou v clearingová centra musela podniknout k opětovnému uzavření této skříňky dlouhou cestu. Paradoxně sám Wasserman položil základy clearingového centra tím, že zavedl výrobní dohody pro udělování licencí na televizní pořady, čímž dal studiím svobodu přidělit jednotlivým filmům hodnoty, které pro ně byly nejvýhodnější. Steve Ross a další vedoucí filmových studií poté rozvinuli systém tantiém, čímž vytvořili fikci, že rozdílné oblasti v jednom clearingovém centru – sekce videí určených pro

domácí účely a filmová sekce – jsou samostatnými jednotkami. Michael Eisner, Sumner Redstone a Rupert Murdoch posunuli koncepci vnitřního obchodování ještě více kupředu rozšiřováním svých mediálních impérií za účelem zařazení televizních sítí, kabelových sítí a placených televizních kanálů, kterým licencovali své vlastní produkty.

Koncepce clearingového centra vysvětluje paradox, proč se navzdory zjevným ztrátám, které u většiny filmů vzniknou dokonce i poté co jsou zohledněny všechny trhy, studia dokážou i nadále udržet na trhu: peníze, které se ztratí, pocházejí od méně vlivných partnerů. To také vysvětluje, proč už studia nejsou závislá na omezených filmových rozpočtech, dlouhém filmovém vysílání nebo dokonce na vysokém celkovém výdělku v pokladně, jako na spolehlivých měřících úspěchu. Financování filmů z omezeného rozpočtu a jeho dodržení bylo velice důležité v dobách studiového systému. Nyní je to méně důležitý faktor, protože ekvitní partneři a koproducenti jsou smluvně zavázáni překročení nákladů uhradit. (Ovšem, pokud tyto dodatečné výdaje zvýší pravděpodobný výnos ze ziskovějších domácích trhů, nákladnější film nakonec může být pro studio výhodný.) Prodlužování filmového promítání v kinech je nyní negováno ztrátou, která se stává trvalou tím, že se uvedení DVD verzí na trh oddaluje až do doby, kdy film může těžit ze své reklamní kampaně. Celkové výdělky v pokladně, které neodráží nic víc, než drahé reklamní kampaně, už zjevně nejsou hlavním zájmem studií, ačkoli tato čísla, která jsou každý týden uváděna v tisku, nepřestávají ohromovat veřejnost. Vzhledem k posunu priorit filmových studií, je do jisté míry oprávněné, co v roce 2002 řekl ředitel společnosti Paramount, Sherry Lansing: „Nezajímá mě příjem pokladny a nikdy mě nezajímá, zajímá mě ziskovost.“ Skutečně, jak poukázal manažer společnosti Paramount, i když se studiu podaří pořídit film za nízkou cenu, s nízkými náklady na reklamu, promítá se rok v kinech a vynese pokladně příjmy, které překročí veškeré náklady, nemusí to vše garantovat dostatek finančních prostředků v clearingovém centru na vyrovnání režijních nákladů studia. Na druhou stranu, film s enormním rozpočtem, jako byl film *60 sekund*, který se promítal v kinech pouhých několik týdnů a nepodařilo se mu vydělat v pokladně dostatek peněz na zaplacení reklamních a distribučních nákladů, může být stále považován za velký úspěch.

Měřítka úspěchu clearingového centra je zřejmé: maximalizovat částku, která proudí dovnitř ze všech zdrojů a minimalizovat částku, která proudí ven partnerům a

dalším účastníkům. Vítězi jsou studia, hrstka finančníků a hvězd, kteří si dokážou vyjednat zvláštní podmínky. Poraženými jsou ti hráči, kteří chtějí být součástí hry s názvem filmová tvorba, ale chybí jim vliv k tomu, aby si mohli vyjednat speciální výjimky. To, co je zásadní pro koncepci clearingového centra, není filmové umění, ale umění dohody.

2. FUNKČNÍ STYLY

Dříve než začnu s charakteristikou konkrétních funkčních stylů, do kterých spadá vybraný výchozí text (dále jen VT), ráda bych v této kapitole uvedla obecnou charakteristiku funkčních stylů a zdůraznila důležitost jejich klasifikace pro překladatele.

Pro kvalitu překladu je velice důležité, aby překladatel uměl daný text zařadit do určitého funkčního stylu a znal jeho charakteristiky. Podle Knittlové a kol. je styl „způsob cílevědomého výběru, zákonitého uspořádání a využití jazykových prostředků se zřetelem k situaci, funkci, záměru autora a k obsahovým složkám projevu“ (2010, s. 135). Existuje mnoho překladatelských operací, které překladatel používá podle toho, o jaký typ textu se jedná a jaký je jeho účel. Knittlová a kol. uvádí, že v některých žánrech převládá důraz na obsah a věcnost informace (např. ve stylu administrativním, vědeckém nebo zpravodajském), naopak v jiných (např. u uměleckých textů nebo v poezii) je důležitá stránka estetická a obsah jako takový ustupuje do pozadí. Překladatel by měl tedy volit takové vyjadřovací prostředky, které plní stejnou funkci v jazyce cílovém (dále jen CJ) jako v jazyce výchozím (dále jen VJ) (2010, s. 134).

2.1 Klasifikace funkčních stylů

Existuje mnoho způsobů klasifikace funkčních stylů jak pro anglický jazyk, tak pro jazyk český a tyto klasifikace se neustále upravují a mění. Zde uvedu jen klasifikace některých autorů, od kterých se pak bude dále odvíjet má podrobnější charakteristika konkrétních stylů.

Čechová, která své dělení vztahuje na český jazyk, rozděluje styly na individuální a objektivní. Při sledování funkce uvádí jako základní styly tyto: prostěsdělovací (běžnědorozumívací), odborný, administrativní (právní, jednací), publicistický, řečnický, umělecký a esejistický (2008, s. 102).

Podle ruského jazykovědce Galperina (1971), který své dělení vztahuje především na prostředí jazyka anglického, můžeme texty klasifikovat do pěti základních funkčních stylů: styl beletrie, novin, vědecké prózy, oficiálních

dokumentů a styl publicistický.³ Z každého tohoto typu poté vyděluje další dílčí styly. Zároveň také dodává, že vývoj každého ze stylů a vydělování nových ovlivňuje mnoho faktorů, jako je vývoj daného jazyka, sociální prostředí nebo např. vědecký pokrok (1971, s. 254).

V poslední řadě bych také ráda uvedla dělení podle Knittlové, která se stejně jako Galperin orientuje na prostředí anglického jazyka. Knittlová (2010) dělí styly na administrativní, žurnalistický, publicistický, umělecký a styl vědy a techniky.

2.2 Stylistické zařazení výchozího textu

Ačkoli existují rozličná stylistická dělení textů, i přesto často není snadné text jednoznačně zařadit do jednoho konkrétního stylu. Řada textů vykazuje prvky rozličných stylů a pro jejich klasifikaci musíme sledovat, prvky kterého stylu u textu převládají.

Také ve VT se prolínají prvky několika funkčních stylů, z nichž některé dominují. Zde panuje mezi autory mnoho nejasností v rozlišení stylu publicistického od žurnalistického. Čechová a kol. (2008, s. 244) uvádí ve svém dělení pouze styl publicistický, který považují za zastřešující styl pro všechny žurnalistické texty, i když určité rozdíly mezi publicistikou a žurnalistikou zmiňují. Naopak Knittlová a kol. (2010, s. 169) vyčleňují žurnalistický styl ze stylu publicistického stejně jako Galperin (1971), jelikož se od něho natolik odlišuje svými specifickými rysy, že je možné ho v angličtině považovat za samostatný funkční styl.

Přesto, že VT vykazuje prvky jak žurnalistického, tak publicistického stylu, text jsem se rozhodla nakonec zařadit z části do stylu publicistiky a z části do odborného stylu. Jak uvádí Knittlová a kol., styl žurnalistický slouží především „k podávání dat a faktů bez komentáře, bez apelu“ (2010, s. 169). Autor sice popisuje fakta, která předkládá veřejnosti, ale místy se v textu objevují také náznaky autorova vlastního komentáře, kdy je zcela zřejmé jaký názor zastává, a že se snaží čtenáře přesvědčit. Především z tohoto důvodu jsem se přiklonila ke stylu publicistickému.

³ Český překlad stylů jsem převzala z knihy *Překlad a překládání*, s. 138.

Dle mého názoru VT spadá z větší části do stylu odborného, vzhledem k četnému používání odborných termínů a jeho informativní funkci. Ačkoli VT z velké části vykazuje prvky odborného stylu, vzhledem k tomu, že je součástí publikace, která je určena primárně široké neodborné veřejnosti, nelze ho jednoznačně považovat za odborný.

V následujících dvou podkapitolách bych se tedy ráda zaměřila na tyto dva styly a podala jejich bližší charakteristiku.

2.2.1 Publicistický styl

Galperin (1971), Knittlová a kol. (2010) i Čechová a kol. (2008) považují publicistický styl za samostatný funkční styl. Přesto nejsou dosud hranice tohoto stylu přesně vymezeny a často se zaměňuje právě se stylem žurnalistickým.

Podle Čechové a kol., na rozdíl od stylu žurnalistického, který má hlavní funkci informativní, styl publicistický plní také funkci ovlivňovací a působící (2008, s. 245). Autor podává informace, často o aktuálním dění, přesvědčivou formou, poutavým způsobem předkládá čtenáři také svůj subjektivní komentář a snaží se ho přesvědčit.

Publicistický styl se v podstatě vydělil od stylu vědeckého a z části také uměleckého. Jak specifikuje Galperin, stylu vědeckému se podobá svou logicky uspořádanou syntaktickou strukturou, rozvinutým systémem konektorů a důsledným členěním na odstavce. Naopak stylu uměleckému se blíží použitím emocionálně zabarvených slov a obrazných pojmenování (1971, s. 296).

Knittlová a kol. dodávají, že jelikož jsou publicistické útvary určeny nejširší veřejnosti, dalším důležitým požadavkem tohoto stylu je přístupnost a srozumitelnost informace. Specifické termíny se často nahrazují opisem, a pojmově jsou tak texty méně náročné (2010, s. 190). Neméně často se vyskytují také slova přejatá, což souvisí s mezinárodním charakterem sdělovaných zpráv např. z oblasti politického nebo ekonomického dění. Knittlová a kol. dále zmiňují použití zkratk, číslovek, vlastních jmen a názvů, které jsou také v publicistickém stylu běžné (2010, s. 191).

Publicistický styl je založený na spisovném jazyce, ale mohou se zde objevit také neologismy a občasně i expresivní výrazy. Knittlová a kol. také zmiňují, že ačkoli je pro tento styl typická jednoznačnost a používá se především vět jednoduchých, vyskytují se v nich často rozvinuté větné členy s hodnotícími

adjektivy (2010, s. 191). Díky těmto prvkům autor vyjadřuje ve větší či menší míře svůj postoj k sdělované skutečnosti.

2.2.2 Odborný styl

Také pro účely charakteristiky odborného stylu budu čerpat informace z publikace *Překlad a překládání* (Knittlová a kol., 2010) a dále z knihy *Současná stylistika* (Čechová a kol., 2008). Jak píše Čechová ve své publikaci, odborný styl je „společným názvem pro styl komunikátů velmi rozdílných“ (2008, s. 210). Je tedy patrné, že jeho vymezení se bude u většiny autorů různit. Problematická je především diferenciací odborného stylu a stylu vědy a techniky, jelikož řada publikací vymezuje styl vědy a techniky jako samostatný funkční styl a naopak vůbec jako samostatný nezmiňuje styl odborný. Podle Čechové a kol. (2008, s. 210) však odborný styl v podstatě vědecký styl zastřešuje, společně se stylem prakticky odborným, populárně naučným, učebním a esejistickým.

Jak ve své publikaci píše Čechová a kol., „odborný funkční styl je typickým stylem veřejné jazykové komunikace“ (2008, s. 211). Odborné komunikáty se vyskytují většinou v psané podobě a jejich účelem je zveřejnit a zpřístupnit poznatky širší veřejnosti. Cíl sdělení je přesně vymezen a autor čtenáři předkládá fakta a logické argumenty, čímž se sdělení stává objektivnější. Texty odborného stylu bývají často pečlivě připravovány jak po obsahové, tak po stylizační a kompoziční stránce a jsou založeny na spisovném jazyku (Čechová a kol., 2008, s. 211). Jejich cílem je „podat přesnou, jasnou a relativně úplnou informaci, která má jisté vnitřní logické uspořádání a je zaměřena na pojmovou stránku sdělení“ (Knittlová a kol., 2010, s. 206). Knittlová a kol. dodávají, že od ostatních funkčních stylů se liší především svou přesností, pojmovostí a jednoznačností podávaných informací a také neemotivností a monologickou formou (2010, s. 206).

Nejtypičtějším rysem odborných textů je používání specifické slovní zásoby – termínů. Použití termínů se liší v závislosti na oboru, do kterého text spadá a k jejich porozumění je potřeba určitého vzdělání. Vzhledem k častějšímu kontaktu různých jazykových systémů v dnešní době také dochází k tomu, že terminologie směřuje k internacionalizaci, čímž dochází k lepšímu zachování jednoznačnosti.

Co se týče formy odborného textu, podle Knittlová a kol. se vyznačuje obecně zjednodušenou formou, vyhýbá se jakékoli variaci a užití synonym, opět zejména

proto, aby byla zachována jednoznačnost sdělení. Také na rovině syntaktické dochází k užití vět, které mají podobnou délku a větný vzorec (2010, s. 208). V textu lze často najít také vložené tabulky, grafy a různá schémata, která napomáhají jeho transparentnosti.

Knittlová a kol. také zmiňují velmi důležitou roli pragmatického kontextu v odborném textu (2010, s. 209). Autor by se měl snažit vyvarovat toho, aby u příjemce docházelo k neshodám v chápání textu. Je tedy žádoucí, aby autor volil adekvátní jazykové prostředky, které čtenáři usnadní porozumění obsahu.

V neposlední řadě se odborné texty vyznačují také svou syntaktickou složitostí. Podle Knittlové a kol., jsou často použita složitá souvětí s použitím konektorů, předložek a spojek. Projevuje se také ekonomická tendence jazyka a to využitím infinitivu, dějových substantiv a adjektiv (2010, s. 210).

3. PŘEKLAD ODBORNÉHO TEXTU

Jelikož VT spadá dle mého zařazení převážně do stylu odborného, v této kapitole bych se chtěla podrobněji zabývat překladem odborného textu a problémy, které překladatel u takového typu textu musí řešit. Jako primární zdroj mi poslouží opět publikace *Překlad a překládání* (Knittlová a kol., 2010), dále *Překládání a čeština* (Kufnerová a kol., 2003) a *Antologie teorie odborného překladu* (Gromová a kol., 2007). Poznatky z těchto publikací doplňuji také dalšími zdroji.

Odborný překlad bývá často považován za méně náročný v porovnání s překladem krásné literatury. Podle Knittlové a kol. se zdá, že k tomuto tvrzení může svádět fakt, že odborný text jako takový nevyužívá expresivních výrazů a větná stavba je průhlednější a zdánlivě jednodušší (2010, s. 203). Na druhou stranu, jak uvádí Kufnerová a kol., moderní teorie překladu odborný překlad nikdy nepodceňovala a považuje ho za rovnocenný s překlady ostatních typů textů (2003, s. 25). Grygová v knize *Překlad a překládání* (2010, s. 203) zmiňuje, že menší náročnost a jednoduchost překladu odborného textu je pouze zdánlivá, jelikož překladatel musí mít stejnou znalost VJ a CJ jako u překladu beletrie. Navíc je nutné, aby překladatel disponoval alespoň základními znalostmi oboru, z něhož překládá a důležitá je také konzultace a spolupráce s odborníkem v daném oboru (Knittlová a kol., 2010, s. 203).

Při překladu odborného textu by se měl překladatel soustředit především na zachování přesného významu a jeho adekvátní vyjádření. Gromová a kol. dodávají, že by měl ovládat příslušnou terminologickou soustavu v obou jazycích (2007, s. 66). Zatímco u překladu beletrie se přejímání cizích termínů a syntaktických struktur považuje většinou za prohřešek, u překladu odborného textu je lze považovat za akceptovatelné a adekvátní (Knittlová a kol., 2010, s. 204). Podle Hrdličky „potíže při překladu také často pramení z nedokonalosti samotných terminologických soustav“ (Gromová a kol., 2007, s. 71). Dokonce často ani slovníky nezachycují aktuální termíny z určitých oborů a překladatel si tedy musí poradit i bez nich. Překlad termínů je ale pro překladatele problém sám o sobě, a proto se této problematice budu věnovat blíže v následující podkapitole.

Dalším problémem pro překladatele může být slovosled a to zejména správná interpretace mnohdy rozvinutých nominálních řetězců v angličtině. Jak upozorňují

Knittlová a kol., nesprávný překlad může způsobit podstatnou změnu ve významu informace (2010, s. 205).

3.1 Terminologie

V této podkapitole uvedu teoretickou charakteristiku termínů a problémy spojené s jejich překladem. Jak jsem již uvedla výše, překlad termínů je jedním z nejzásadnějších problémů, s kterými se překladatel potýká u odborného textu, a s kterými jsem se u překladu VT potýkala i já. Podle Knittlové se termíny vyznačují tím, že jsou „jednoznačné, mají úzký význam a omezené použití“ (2000, s. 152). Dále také dodává, že terminologický systém není nijak uzavřený a stálý, ale mění se a přizpůsobuje se novým vědním oborům (2000, s. 152). Kufnerová a kol. definují termín jako vysoce autonomní vymezenou jednotku a konstatují, že termín je nezávislý na kontextu i na etymologickém významu (2003, s. 90).

Kufnerová a kol. termíny dělí na několik druhů, a to podle druhů textů, ve kterých se objevují. Lze rozeznávat termín v technických textech, v textech společenskovědních, v textech publicistických a v beletrii. Pokud se tedy jedná o překlad termínů, které spadají do tradičních oborů, je jejich překlad většinou jednoduchý, protože takové termíny lze nalézt v příslušných slovnících (2003, s. 90). Realita je ale často jiná a řada termínů ve slovnících uvedena není.

V důsledku toho překladatel často naráží na problémy při hledání vhodných ekvivalentů. Jelikož je angličtina vysoce nominální jazyk v porovnání s češtinou a jsou pro ni charakteristické nominální řetězce, jedním z problémů je sémantická kondenzovanost anglického pojmenování. Podle Knittlové „čeština musí ve většině případů sémantické kondenzáty převádět na explikativní, popisné ekvivalenty“ (2000, s. 154). V některých případech se délka českého ekvivalentu odvíjí od potřeby popsat v češtině ne tolik známou mimojazykovou realitu. Druhým problémem, který Knittlová zmiňuje, a se kterým se překladatel může potýkat, je vytváření metafor v anglickém odborném stylu, které vyjadřují určitou expresivitu, často ve větší míře, než je obvyklé u odborných textů v češtině. Takováto spojení se nejprve objeví např. v uvozovkách, ale postupem času se z něho může stát přijatý termín (2000, s. 154-155).

V některých, zejména humanitních vědách, lze dosáhnout absolutní ekvivalence jen velmi obtížně a řešením pak může být opis termínu. Podle Kufnerové a kol. může být hlavním problémem již samotné pochopení termínu, jelikož na rozdíl od termínů technické povahy nelze věc zachytit nákresem ani fotografií, a termín může být pouze názvem, nikoli věcí samotnou (2003, s. 91).

Jak ale uvádí Knittlová, prací, které se zabývají jazykovou stránkou vědeckého stylu a charakteristikou jeho jednotlivých žánrů, je doposud velmi malé množství (2000, s. 156). Také proto bylo obtížné při překladu VT, ve kterém se vyskytují termíny z oblasti ekonomie, určit české ekvivalenty slov a slovních spojení, která doposud přeložená nebyla.

3.2 Ekvivalence

Základem překladu je vždy ekvivalent. Pro překladatele není mnohdy jednoduché najít adekvátní ekvivalent, který vyjadřuje informaci originálu a plní jeho funkci zcela přesně také v CJ. Při překladu je potřeba brát v potaz rozdíly mezi gramatickými a sémantickými strukturami obou jazyků. Aby tedy bylo dosaženo adekvátního protějšku, je nutné provádět překladové transformace. Podle Mana „překladovou transformací budeme rozumět operaci, při níž se překládaná jednotka VJ změní v CJ formálně v jinou, tzn. ve svůj transform, při zachování obecného invariantu obsahu“ (2007, s. 129). Cílem překladatele je dosáhnout přesnosti v rámci textu jako celku, nikoli pouze v rámci dané jednotky překladu.

Man také uvádí, že můžeme rozlišit transformace dvojího druhu, a to gramatické a lexikální (2007, s. 129). V odborném překladu jsou gramatické transformace důležitým postupem, jelikož pomáhají překlenout rozdíly v jazykovém systému a v organizaci odborného stylu, která je v každém jazyce rozdílná. Naopak lexikální transformace mají u odborných textů menší váhu než v uměleckých, jelikož se odborný text vyznačuje přesností a jednoznačností a nejsou tedy vhodné „příliš volné motivační přenosy“ (Man, 2007, s. 131). Zároveň ale dodává, že záleží konkrétně na typu daného textu, protože například u narativnějších žánrů, jako jsou texty historické, filozofické nebo ekonomické, jsou lexikální transformace také časté (2007, s. 131).

S odborným textem je také spojena otázka ekvivalence termínů, kde se různí autoři v zásadě shodují na tom, že se termíny nepřekládají. Ale jak říká Man, existuje-li v cílovém jazyce funkční překladový protějšek, překladatel by měl tento protějšek zvolit bez dalších úvah (2007, s. 132). Nicméně téma překládání termínů a hledání jejich ekvivalentů je stále předmětem diskuze.

Překladateli jde tedy o funkční ekvivalenci, ale zároveň je třeba si uvědomit, že její dosažení se nevyklučuje ani s použitím přímého ekvivalentu (Man, 2007, s. 133). Překladatel by měl dbát na to, aby měl k dispozici kvalitní odborný slovník, který zahrnuje výrazy z daného oboru.

4. PŘEKLADATELSKÝ KOMENTÁŘ

4.1 Představení autora

Jak jsem již uvedla výše, výchozí text, který jsem zvolila pro svůj překlad je úryvek z knihy *The Big Picture: Money And Power in Hollywood*, a konkrétně se jedná o vybranou kapitolu s názvem *The Clearinghouse Concept* (Epstein, 2006).

Autorem knihy je americký novinář Edward Jay Epstein, který se narodil roku 1935 v New Yorku a dříve působil jako profesor politologie na Harvardu (Goodreads Inc., 2014). Epstein se již jako student zabýval politikou a ekonomickým děním ve světě a jeho diplomová práce se stala ve své době jednou z nejprodávanějších knih. Napsal celkem 14 knih, z nichž každá pojednává o politické nebo ekonomické problematice (Epstein, 2004). Jeho knihy jsou určeny široké veřejnosti a především lidem, kteří mají zájem dozvědět se více informací o dané problematice.

4.2 Představení výchozího textu

Knih, ze které jsem si vybrala VT, líčí do podrobností zákulisí filmového průmyslu v Hollywoodu. Epstein zde poutavým způsobem prezentuje fakta o způsobu, jakým filmová studia získávají finanční prostředky, mezi které účastníky se peníze rozdělují, a odhaluje také mnohdy překvapivé informace, které se čtenář běžně z médií nedozví.

Jak jsem již uvedla, VT se asi nejvíce blíží stylu publicistickému a odbornému. Převládá zde neosobní forma sdělení a ve stylu se také odráží autorovo profesní publicistické zaměření a to například tím, že se zde vyskytují specifické termíny, zkratky, vsuvky a citáty slavných osobností, kterými Epstein podtrhuje objektivitu dané informace a zároveň se čtenáře snaží přesvědčit o správnosti hlediska, které sám zastává. Autor prezentuje konkrétní fakta a čísla, a osobní komentář přidává jen zřídka. Charakteristiku odborného stylu VT naplňuje především výskyt specifické terminologie, a to nejen ekonomické, ale také z oblasti filmového průmyslu. Jelikož autor pochází ze Spojených států, toto kulturní specifikum se promítá také do roviny lexikální a v textu se vyskytuje několik výrazů americké angličtiny.

Co se týče stánky syntaktické a morfologické, autor často používá složitá souvětí. Ta jsou rozdělena středníkem, který je v jednom souvětí místy použit

dokonce více než jednou, a neméně častý je také výskyt složitějších nominálních řetězců. Velice často se můžeme setkat také s pasivními konstrukcemi a užitím gerundia.

4.3 Lexikální rovina

V této podkapitole své práce se budu zabývat analýzou lexikální roviny VT. Mým primárním cílem je analýza překladu odborných termínů, ale mezi příklady uvedu také termíny obecné, které mi činily při překladu problémy. Zajímat mě bude především ekvivalence a správně zvolený protějšek tak, abych zachovala funkční ekvivalenci textu a zároveň přehlednost a srozumitelnost pro čtenáře.

Jako primární zdroj, z kterého vycházím je kniha *K teorii i praxi překladu*. Knittlová zde rozděluje ekvivalenty na dvě hlavní skupiny, úplné a částečné protějšky (2000).

4.3.1 Úplné protějšky

Jde o pojmenování s jednoznačným denotačním významem, které je většinou symetrické i po formální stránce, to znamená, že má stejný počet slov jak ve VJ tak v CJ (Knittlová, 2000, s. 34-35).

Úplnými protějšky se zde nebudu zabývat příliš dopodrobna, jelikož takovéto termíny s více méně jasným ekvivalentem v CJ nejsou pro mou analýzu příliš zajímavé z hlediska náročnosti na překlad. Přesto zde uvedu několik příkladů.

- (1) *Its impressive-sounding \$25.4 **billion** in revenues and \$800 million in reported **income** (...)*

To činí působivých 25,4 **miliard** dolarů v tržbách a 800 milionů ve výkazu z **příjmu** (...)

Zde bylo zapotřebí věnovat pozornost překladu výrazu *billion*, který svádí svou formou k překladu do češtiny také jako *bilion*. Zde můžeme pozorovat příklad tzv. **false friends**, tedy slov, která mají ve dvou jazycích stejnou formu, ale odlišný význam.

- (2) *In the case of the company in question, the pro forma results included **profits** and **losses** (...)*

V případě dané společnosti, pro forma výsledky zahrnovaly **zisky** a **ztráty** (...)

- (3) *Pro forma, which literally means “in the form of,” is an intellectual construct used in **balance sheets** (...)*

Pro forma, v doslovném překladu „jen pro formu,“ je myšlenkový konstrukt používaný v **účetních rozvahách** (...)

- (4) *By engaging in these practices, the six companies added billions of dollars to their **book value**.*

Zapojením do těchto praktik si šest společností připsalo ke své **účetní hodnotě** miliardy dolarů.

- (5) *For Germans in a **tax bracket** that requires them to pay 80 percent of their ordinary earnings (...)*

Pro Němce v **daňovém pásmu**, které po nich vyžadovalo platit 80 % z běžného příjmu (...)

- (6) *If necessary, the studio then adds whatever additional funds are needed to make up for any **shortfalls** (...)*

Pokud je to zapotřebí, studio potom přidává jakékoli dodatečné finanční prostředky, které jsou potřeba k vyrovnání **deficitů** (...)

4.3.2 Částečné protějšky

Jelikož jsou angličtina a čeština dva typologicky rozdílné jazyky, angličtina analytický a čeština syntetický jazyk, úplných ekvivalentů se vyskytuje poměrně málo. Převládají spíše částečné protějšky. Jak uvádí Knittlová (2000, s. 35), tato částečnost se týká rozdílů formálních, významových denotačních, významových konotačních a pragmatických. Do každé z těchto skupin Knittlová zařazuje několik druhů překladu těchto protějšků a některými z nich se budu zabývat v následujících podkapitolách.

Je třeba také upozornit, že některé z těchto rozdílů se často prolínají a mohou tak být příkladem pro více než pouze jeden demonstrováný jev.

4.3.2.1 *Víceslovnost versus jednoslovnost*

Jak jsem již uvedla, angličtina je analytický jazyk, z čehož vyplývá, že je také v porovnání s češtinou často explicitnější a používá víceslovných pojmenování. Tento rozdíl v překladu spadá mezi rozdíly formální a mohu ho demonstrovat na následujících příkladech.

(7) *They even had deals with the **trade unions** that made it prohibitively expensive for any outsider to compete.*

Měla dokonce uzavřené dohody s **odborníky**, a pro kohokoli jiného tedy bylo až neúnosně nákladné, snažit se jim konkurovat.

(8) *Most important, they controlled their point of sale – **the movie theaters**⁴ – by stipulating when their films opened (...)*

Nejdůležitější činností studií byla kontrola míst prodeje, tedy **kin**, tím, že stanovovala, kdy jejich filmy budou mít premiéru (...)

(9) *The company also provided generous **severance packages** (...)*

Společnost také poskytovala štědré **odstupné** (...)

V angličtině je analytičnost také dobře pozorovatelná u frázových sloves, které se do češtiny překládají běžně jako jednoslovné výrazy.

(10) *The studios also constantly **dole out** money to acquire intellectual properties (...)*

Studia také nepřetržitě **rozdělují** peníze, aby získala duševní vlastnictví (...)

Analytičnost se také objevuje často i v češtině, a to především u překladu termínů, kde v češtině jednoslovný ekvivalent neexistuje.

⁴ Jde o výraz pocházející z americké angličtiny.

- (11) *For example, if it had used American accounting standards in reporting on its subsidiary in France (...)*

Kdyby například použila americké účetní standardy při podávání zpráv o své dceřiné společnosti ve Francii (...)

- (12) *Complicating matters further, many corporate shells, if not the participants themselves, are domiciled in countries with different tax laws (...)*

Aby bylo vše ještě komplikovanější, řada tzv. corporate shells, ne-li jejich samotní podílníci, mají svá sídla v zemích s různými daňovými zákony (...)

4.3.2.2 *Explicitnost versus implicitnost*

Dalším formálním rozdílem v překladu na lexikální úrovni je explicitnost a implicitnost, přičemž explicitnost úzce souvisí s víceslovností a implicitnost s jednoslovným vyjádřením informace. „Explicitnost se projevuje větším množstvím informací výslovně vyjádřených, vyzvednutých do povrchové roviny jazyka, a to nejčastěji v podobě plnovýznamové jednotky, kterou má pojmenování v jednom jazyce oproti protějšku v druhém jazyce navíc“ (Knittlová, 2000, s. 38).

Při překladu VT jsem se s explicitností často setkávala, jelikož čeština na rozdíl od angličtiny nemá možnost použít stejné sémanticky nasycené struktury a je tedy nutné při překladu použít jiných prostředků. Podle Knittlové lze použít například předložkové vazby nebo adjektivní premodifikátory (2000, s. 38).

Explicitnost může být také důsledkem snahy překladatele, co nejlépe přiblížit informaci čtenáři CT a tímto často dochází k jeho celkovému prodloužení.

- (13) *Pro forma results, for example, often exclude expenses that management deems anomalies.*

Pro forma výsledky například mnohdy nezahrnují náklady, které management považuje za odchylky od normy.

- (14) *Finally, this company provided its top executives with generous compensation packages (...)*

Nakonec společnost svým vedoucím pracovníkům poskytla velkorysé odměny a zaměstnanecké výhody (...)

(15) (...) *Time Warner puts it under “filmed entertainment,” along with the income from its movies, **character licensing**, (...)*

Společnost Time Warner vše zahrnuje také pod názvem „filmová zábava,“ pod který spadají příjmy z filmů, **licence na použití filmových postav** (...)

(16) *Instead, the clearinghouses manage to exclude a large portion of the cash flow from the allocation by employing complicated **royalty formulas**.*

Clearingovým centřům se místo toho daří zdržovat velkou část peněžních toků z přidělené částky peněz tím způsobem, že používají komplikované **vzorce pro výpočet tantiém**.

(17) *How this **self-dealing** worked in practice is illustrated by the treatment of the video sales for *Gone in 60 Seconds*.*

Jak tyto **nekalé finanční transakce** fungovaly v praxi, ilustruje úprava prodeje videonahrávek filmu *60 sekund*.

U příkladu číslo (17) se nabízela také možnost přeložit *self-dealing* jako **sebezvýhodnění**, čímž by došlo k implicitnosti. Přesto jsem zvolila explicitnější formu překladu, jelikož dle mého názoru lépe vystihuje popisovanou skutečnost. V textu sice jde o sebezvýhodňování určitých subjektů, ale děje se tak v důsledku nekalých finančních transakcí. Za stěžejní zde považuji výraz *nekalé*, který čtenáře utvrdí, že nejde o zcela spravedlivé rozdělování peněžních prostředků.

4.3.2.3 *Jmenné řetězce*

Jak jsem již uvedla výše, pro angličtinu je typická sémantická nasycenost výrazů. Mnohdy se setkáváme s víceslovnými pojmenováními, jejichž význam je potřeba při překladu dešifrovat. Tuto sémantickou nasycenost čeština při překladu kompenzuje použitím předložkových vazeb, které signalizují vztah mezi určovaným a určujícím. Jak ale uvádí Knittlová (2000, s. 39), sémantický vztah mezi premodifikátorem a určovaným členem není vždy jednoznačný, jelikož jmenné řetězce mohou být značně rozvité. V některých případech je dokonce možná dvojitá interpretace takto rozvitého jmenného řetězce a k dešifrování překladateli pomůže pouze kontext.

Jelikož se ve VT vyskytuje mnoho termínů, které často tvoří nominální řetězce, mohu uvést několik příkladů těchto rozvitých jmenných řetězců, u nichž jsem v překladu řešila adekvátní volbu ekvivalentu.

- (18) *For example, Pixar, a state-of-the-art computer-animation enterprise, had an agreement with Disney from 1994 to 2004 to produce seven computer-animated feature films (...)*

Například společnost Pixar, nejmodernější podnik v oblasti počítačové animace, uzavřela mezi lety 1994 až 2004 dohodu se společností Disney na výrobu sedmi počítačově animovaných celovečerních filmů (...)

V prvním příkladě jsem využila v překladu předložkové vazby, což mi pomohlo uspořádat logický slovosled v češtině. V druhém případě mi pomohl při překladu slovník *Lingea Lexicon 5*, takže dešifrování tohoto nominálního řetězce nebylo příliš obtížné.

- (19) *Gross participants with sufficient power in Hollywood (...) can negotiate better terms for themselves and, in some cases, even break through studios' one-pocket-to-the-other-pocket royalty arrangement.*

Brutto účastníci, kteří mají v Hollywoodu dostatečnou moc (...) si pro sebe mohou vyjednat lepší podmínky a v některých případech dokonce prolomit dohodu filmových studií o přelévání tantiém z jedné kapsy do druhé.

Jak můžeme pozorovat na tomto příkladu, v angličtině ve většině případů každý z premodifikátorů závisí na následném určovaném členu jak syntakticky tak sémanticky. Podle Knittlové se určovaný člen vyskytuje nejčastěji na konci jmenného řetězce, je tedy třeba ho dešifrovat zprava doleva. U českých protějšků se pak mohou objevit určující výrazy jak v premodifikaci, tak v postmodifikaci (2000, s. 40). V češtině se tedy určovaný člen *arrangement*, který byl původně na konci, ocitne na začátku.

- (20) *Paramount's and Universal's jointly owned international-distribution arm, UIP, operates as a highly profitable off-the-books foreign-based corporation.*

Filmové společnosti Paramount a Universal společně vlastní mezinárodní společnost UIP, která funguje jako vysoce zisková zahraniční nezaregistrovaná společnost.

Zde jsem u prvního z příkladů nahradila přivlastňovací pád plnovýznamovým slovesem a vytvořila jsem tak z původní věty jednoduché souvětí podřadné o dvou větách. Problematický byl překlad spojení *distribution arm*, které se v textu objevuje vícekrát. Po podrobném průzkumu jsem usoudila, že pro dané spojení neexistuje český slovníkový ekvivalent.

V tomto případě jsem využila jednu ze strategií pro překlad nulových ekvivalentů podle Bakerové. Bakerová ve své knize *In Other Words: A Coursebook on Translation* (Baker, 1992) popisuje několik překladatelských strategií, pomocí kterých má překladatel možnost vypořádat se s nulovou ekvivalencí. U tohoto příkladu jsem použila strategii, kdy se překládaný výraz nahradí obecnějším termínem. Spojení *distribution arm* jsem tedy přeložila jako *společnost*, jelikož toto zevšeobecnění nijak neovlivní význam dané věty a zapadá do kontextu celého textu.

Dalším problémem, se kterým jsem se potýkala u tohoto příkladu, byl překlad spojení *off-the-books corporation*, které se také ve VT objevuje opakovaně. Toto spojení by se dalo doslovně přeložit jako *společnost mimo účetní knihy*, tento překlad zní ale dost nepřirozeně. V podstatě jde o společnost, která není zapsána v obchodním rejstříku a nemá tedy povinnost vést účetnictví. Pro překlad jsem se proto rozhodla použít výraz *nezaregistrovaná společnost*.

Překladem výrazů a spojení s nulovým českým ekvivalentem se budu podrobněji zabývat v následující podkapitole, kde uvedu další příklady z VT.

4.3.2.4 Ekvivalenty nulové

V této podkapitole se budu zabývat výrazy, ke kterým jsem nenašla v češtině adekvátní ekvivalent. Problematiku nulových ekvivalentů řadí Knittlová (2000) mezi rozdíly významové pragmatické, které jsou způsobeny především jazykovými a kulturními rozdíly mluvčích VJ a CJ.

Jak už jsem zmínila výše, v tomto případě jsem při překladu volila především strategie pro překlad nulové ekvivalence podle Bakerové (Baker, 1992). Bakerová rozlišuje následující strategie:⁵

- a) Překlad obecnějším slovem (*Translation by a more general word*)
- b) Překlad více neutrálním/méně expresivním slovem (*Translation by a more general/ less expressive word*)
- c) Překlad pomocí kulturní substituce (*Translation by cultural substitution*)
- d) Překlad pomocí výpůjčky nebo pomocí výpůjčky a vysvětlení (*Translation by using a loan word or loan word plus explanation*)
- e) Překlad pomocí parafráze s použitím příbuzného slova (*Translation by paraphrase using a related word*)
- f) Překlad pomocí parafráze s použitím nesouvisejících slov (*Translation by paraphrase using unrelated words*)
- g) Vynechání (*Translation by omission*)
- h) Překlad pomocí názorné ukázky (*Translation by illustration*)

Uvedu zde několik příkladů z VT, kdy jsem při překladu použila jednu z těchto strategií.

(21) *The studio's partners in these corporations are often represented by **corporate shells** designed to protect their owners (...)*

Partneři takového studia jsou často v těchto korporacích zastoupeni tzv. **corporate shells**, jejichž cílem je chránit své vlastníky (...)

U tohoto příkladu jsem využila strategii výpůjčky. Jelikož se toto spojení v textu vyskytuje pouze dvakrát, převzetí původní podoby není pro čtenáře nijak rušivé ani matoucí a do textu tohoto typu zcela zapadá. Vysvětlení termínu jsem považovala za nadbytečnou informaci, jelikož funkce a činnost tzv. **corporate shells** vyplývá jasně z kontextu. Jedná se v podstatě o společnost, která nemá žádný investiční majetek.

⁵ Názvy jednotlivých strategií jsou vlastním překladem.

(22) *For example, Arnold Schwarzenegger lent his services to Terminator 3 through his **corporate front**, Oak Productions, Inc. (...)*

Například Arnold Schwarzenegger propůjčil své služby filmu *Terminátor 3* prostřednictvím své **společnosti** Oak Productions, Inc. (...)

V tomto případě jsem přeložila výraz obecnějším slovem. Dle mého názoru, důležitým sdělením pro čtenáře je v této větě to, že Arnold Schwarzenegger založil svou vlastní společnost a další specifikace této společnosti nejsou pro čtenáře pro pochopení textu zásadní.

(23) *NBC Universal lumps it in under “filmed entertainment,” along with the income from its movies, (...), **home-shopping networks**, and multiple chains (...)*

NBC Universal vše zastřešuje pod názvem „filmová zábava“, společně s příjmy z filmů, (...), ze sítí **„home-shopping“** a sítí multikin.

Zde jsem také použila strategii výpůjčky. V tomto případě je však podle mého názoru žádoucí tento pojem upřesnit. Vysvětlení jsem tedy uvedla v poznámkách pod čarou a to z toho důvodu, že v samotném textu by působilo rušivě, vzhledem k tomu, že se výraz objevuje v rámci delšího výčtu.

(24) *Initial payments must be made to talent agencies (...) and other so-called **above-the-line talent**.*

Nutné počáteční platby proudí do talentových agentur (...) a dalším **hlavním pracovníkům filmového štábu**.

V tomto případě nebylo snadné nalézt adekvátní český ekvivalent, ale po důkladném pátrání po významu tohoto termínu v anglickém jazyce jsem se rozhodla použít strategii parafráze. Snažila jsem se zachovat funkční ekvivalenci a zároveň přizpůsobit překlad českému prostředí.

(25) *Even though they are playing with a **stacked deck**, the studios do not hold all the cards.*

I když studia hrají s **falešnými kartami**, zdaleka v rukou nedrží všechny trumfy.

Jak jsem zjistila, spojení **stacked the deck** je v angličtině idiom, který podle online slovníku *The Free Dictionary by Farlex* znamená „to arrange something in a way that is not fair in order to achieve what you want“⁶ a z etymologického hlediska se toto spojení váže k podvádění při karetní hře. Proto jsem spojení přeložila do češtiny v přeneseném významu **hrát s falešnými kartami**, jelikož s tímto obratem je český čtenář obeznámen a objevuje se v češtině běžně.

4.3.2.5 *Více možných ekvivalentů*

V angličtině se často potýkáme s tím, že jeden výraz má v češtině více ekvivalentů a překladatel neustále provádí volbu a hledá ten adekvátní. Jak uvádí Knittlová (2000, s. 85), je to dáno tím, že angličtina má značně difúzní pojmenovací systém a výklad těchto pojmenování je závislý na kontextu. Při volbě adekvátního ekvivalentu hraje také roli subjektivní názor překladatele, který má do určité míry prostor zvolit překladovou jednotku podle svého vkusu. Volba překladového protějšku by se ale měla v první řadě odvíjet od stylu, v kterém je daný text psaný.

V této podkapitole uvedu několik příkladů, kde jsem se při překladu setkala s volbou mezi více ekvivalenty.

Jako první mohu uvést nadpis celého VT:

(26) **The Clearinghouse Concept**
Koncepce clearingového centra

Při překladu tohoto spojení jsem měla na výběr z několika možných variant. Nejčastěji uváděné slovníkové ekvivalenty jsou *zúčtovací ústav*, *zúčtovací organizace* nebo *klíringová banka*. Jelikož se ale terminologie neustále vyvíjí, a

⁶ <http://idioms.thefreedictionary.com/stack+the+deck>

především v ekonomické oblasti je silně ovlivňována angličtinou, tyto ekvivalenty již nejsou v dnešní době nejaktuálnější. Dnes se běžně používá spojení **clearingová banka** nebo **clearingové centrum**. Převahu výskytu těchto dvou variant také potvrzuje *Český národní korpus*. Proto jsem zvolila tento překlad, který navíc koresponduje se stylem VT.

(27) *Since, according to a comprehensive study (...) more optimistic picture of corporate **earnings** than were actually achieved (...)*

Podle obsáhlé studie (...) mnohem optimističtější obraz o **zisku** společnosti, než jakého ve skutečnosti dosáhla.

(28) *For Germans in a tax bracket that required them to pay 80 percent of their ordinary **earnings** to the government (...)*

Pro Němce v daňovém pásmu, které po nich vyžadovalo platit 80 % z běžného **příjmu** vládě (...)

Z těchto dvou příkladů je patrné, že jeden výraz v angličtině může mít v češtině více ekvivalentů, které jsou si významově blízké. Je ale potřeba, především v ekonomii, mezi pojmy rozlišovat podle kontextu. Jak jsem již zmínila výše, Kufnerová a kol. tvrdí, že odborný termín je na kontextu nezávislý (2003, s. 90), tímto příkladem ale mohu demonstrovat, že tomu tak nemusí být vždy. Také Knittlová a kol. uvádí, že „jednomu termínu v jazyce originálu může odpovídat podrobnější rozlišení v jazyce překladu a vice versa“ (2010, s. 205).

Výraz **earnings** může mít v češtině mnoho ekvivalentů. Podle elektronického slovníku *Lingea Lexicon 5* si tento výraz můžeme vyložit jako *výdělek, příjem, mzdu, zisk* nebo *výnosy*. Všechny tyto pojmy spolu v ekonomické teorii navzájem souvisí, je ale potřeba jejich významu rozumět a při překladu zvolit ten pravý ekvivalent, aby věta dávala smysl také čtenářům, kteří jsou s touto tematikou obeznámeni.

V příkladu (27) jsem zvolila překlad **zisk**, jelikož zcela zapadá do kontextu dané věty. K tomuto překladu mi pomohl především výraz *achieve*, což je v překladu *dosáhnout*, a firma může dosáhnout pouze zisku.

U příkladu (28) jsem výraz přeložila jako **příjem**, jelikož se jedná o mzdu.

Výraz *earnings* se v textu objevuje několikrát a volba ekvivalentu často nebyla jednoduchá, jelikož se může jednat pouze o drobné rozdíly ve významu. Vždy jsem se při překladu musela dívat především na kontext, abych zvolila vhodný termín užívaný pro danou situaci v češtině.

(29) *Because they no longer exclusively own these valuable rights, studios are usually obliged to share the proceeds from them with other participants (...)*

Vzhledem k tomu, že studia již nejsou výhradními vlastníky těchto cenných práv, mají obvykle povinnost podělit se o výtěžek z prodeje s ostatními účastníky (...)

(30) *The proceeds from these “partners” financed a large part of Disney’s film production.*

Příjmy od těchto „partnerů“ financovaly velkou část filmové výroby společnosti Disney.

U těchto příkladů se setkáváme s podobnou problematikou jako u příkladů (27) a (28). Také termín *proceeds* má několik možných ekvivalentů, jako například *výnos*, *zisk*, *výtěžek* nebo *příjem*. Volba protějšku záleží tedy opět čistě na kontextu. U příkladu číslo (29) jsem použila v překladu termín *výtěžek*, vzhledem k tomu, že se jedná v podstatě o výtěžek z prodeje licencí, i když toto spojení není ve větě přímo uvedeno. Výraz v příkladu číslo (30) jsem přeložila jako *příjmy*. V širším kontextu se totiž jedná o to, že civilisté jakožto partneři, investují do filmového studia, z čehož vyplývá, že studiu z těchto investic plynou příjmy.

(31) *Clearly, Mickey’s handlers had been to business school.*

Je zřejmé, že animátoři myšáka Mickeyho navštěvovali obchodní školu.

V uvedeném příkladě představoval problém překlad výrazu *handlers*. Slovníky uvádějí jako ekvivalenty slova *manipulátor*, *obsluhovač* nebo *ovládač*. Ani jeden z těchto výrazů však sémanticky nekoresponduje s významem věty. Jako překladový protějšek jsem se tedy rozhodla použít výraz *animátoři*. Je třeba také zmínit, že jsem

při překladu této věty použila také explicitnosti a rozšířila jsem vlastní jméno *Mickey* na *myšáka Mickeyho*, jelikož je toto pojmenování v českém jazyce více zažité.

(32) *In addition to coproducers, financial partners, and foreign **tax shelters**, these investors include so-called “civilians,” who invest primarily to partake in the glamour, glory, or art of the film business.*

Kromě koproducentů, finančních partnerů a zahraničních **daňově zvýhodněných subjektů**, se mezi tyto investory také zahrnují takzvaní „civilisté“, kteří investují především proto, aby se mohli podílet na lesku, slávě nebo na umění filmového podnikání.

Zde jsem přeložila spojení *tax shelters* jako **daňově zvýhodněné subjekty**. Toto spojení má také další častěji uváděný ekvivalent *daňový ráj*, ale vzhledem k tomu, že se v této větě jedná o investory, zvolila jsem pro překlad první verzi. Z mého pohledu jsou investory myšleny právě subjekty, které v těchto daňových rájích působí.

4.3.3 Přejímání z anglického jazyka

V posledních letech se svět stále více globalizuje a lidé se mohou častěji setkat s angličtinou, jak v mluvené, tak v psané podobě. Vyrůstá také množství přejatých slov, která se v rovině lexikální objevují. Jak uvádí Daneš a kol., nejvíce anglicizmů se nejčastěji a nejrychleji přejímá právě v odborném a poloprofesionálním vyjadřování (1997, s. 277). Veřejnost se však většinou s těmito výrazy seznamuje prostřednictvím tisku, kde jde zejména o výrazy z oblasti ekonomie, kultury, techniky nebo sportu.

Proces integrace převzatého výrazu probíhá různým způsobem. Obvykle jde o změny pravopisné, výslovnostní, tvaroslovné a slovotvorné. V dnešní době je ale zaznamenán spíše odklon od jakéhokoli počesťování anglických výrazů a většinou se akceptuje původní pravopisná podoba přejímaného slova. Je zřejmé, že tento odklon je dán především tím, že v České republice vyrůstá počet mluvčích s dobrou znalostí anglického jazyka a množství anglicizmů se také neustále zvětšuje.

Martincová a kol. ale upozorňují, že ne všechny elementy, které se v češtině použijí, jsou automaticky do české slovní zásoby integrovány. Je mnoho takových, které zůstanou pouze ve formě výpůjček a v textu bývají označeny například

uvozovkami nebo kurzívou. Signálem, že jde o přejatý cizí lexém, je převedším jeho opakovaný výskyt při komunikaci (2005, s. 189-190).

Otázka přejímání a používání těchto výrazů v češtině je stále diskutovaným tématem. Nejčastějším argumentem proti užívání přejatých slov je skutečnost, že snižují srozumitelnost textu. Odlišné je to však u textů odborného zaměření, kde naopak takovéto výrazy mohou přispět k jednoznačnosti (Daneš a kol., 1997, s. 272).

V této kapitole uvedu několik příkladů přejatých slov z VT, především z anglického jazyka.

(33) *Its impressive-sounding \$25.4 billion in revenues (...) were **“pro forma.”***

To činí působivých 25,4 miliard v tržbách (...) v tzv. **„pro forma“**.

Výraz **pro forma** je latinského původu a používá se v češtině často nejen v odborných textech, ale také v publicistice.

(34) *While such **“hedging”** operations are intended to guard against fluctuations in foreign exchange and interest rates, (...)*

Zatímco je takovýto **„hedging“** určen k ochraně proti výkyvům ve směnných kurzech a úrokových sazbách, (...)

Můžeme říci, že výraz **hedging** je v češtině dnes také rozšířený, a zejména v odborném ekonomickém prostředí začíná nahrazovat český ekvivalent, který je *zajištění* nebo také *zajišťovací operace*. Jelikož je překládaný text určen širokému okruhu čtenářů, rozhodla jsem se sice přejatý výraz v CT ponechat, ale zároveň jsem český ekvivalent zmínila v poznámkách pod čarou.

(35) *Studios now **outsourcing** the making and financing of most of their movies and television series (...)*

Studia v dnešní době využívají **outsourcingu** a zadávají tvorbu a financování většiny svých filmů a televizních seriálů (...)

Výraz **outsourcing** se dnes běžně v češtině používá, skloňuje se a objevuje se tedy v různých tvarech. Do češtiny můžeme sloveso **outsourcing** přeložit jako

zajišťovat externě, ale toto spojení už většinou nahrazuje anglická verze. V překladu jsem použila transpozici, tedy změnu slovního druhu. Konkrétně jde o změnu ze slovesa na podstatné jméno.

(36) *Consider, for example, the concept of **“branding”** products – such as toys, dolls, and game characters – for future audiences.*

Vezměme si například pojem **„branding“** produktů – jako jsou hračky, panenky, herní postavičky – pro budoucí publikum.

(37) *Other forms of income, such as toy-licensing and **product placement** fees, may be contractually excluded from the pool for many participants.*

Další formy příjmu jako udělování licencí na výrobu hraček a poplatky za **product placement** lze ze společných prostředků smluvně vyloučit.

4.4 Morfologicko-syntaktická rovina

V následující podkapitole se budu věnovat analýze roviny morfologicko-syntaktické. Zaměřím se především na gramatické prvky, kterými si angličtina od češtiny odlišuje, a u kterých bylo zapotřebí ve většině případů při překladu provést transpozici, aby bylo dosaženo adekvátního překladu.

4.4.1 Transpozice

Pojmem transpozice rozumíme záměrné a často nutné formální záměny gramatických prvků v cílovém jazyce v důsledku odlišného jazykového systému jazyka výchozího (Bareš, 1977, s. 110). Často se můžeme setkat také s užším vymezením tohoto pojmu jako „záměny slovních druhů, které nemění smysl originálu v cílovém jazyce“ (Bareš, 1977, s. 110).

Vzhledem k tomu, že angličtina a čeština jsou dva typologicky rozdílné jazyky, liší se tím pádem také jejich použití gramatických prostředků. Překladatel se tedy často bez transpozice neobejde, pokud se chce překladem co nejvíce přiblížit originálu.

4.4.1.1 Změna slovních druhů

V této části práce se omezím na vymezení transpozice jako záměny slovních druhů při překladu. Uvedu několik příkladů z VT a jejich překlad právě pomocí transpozice.

- (38) *Some of these equity partners are well-known civilians (...) who made their fortunes in other realms and now want **an association** with Hollywood.*

Někteří z těchto ekvitních partnerů jsou dobře známí civilisté (...) kteří nabyli své jmění v jiných oblastech a nyní **chtějí být spojováni** s Hollywoodem.

U tohoto příkladu jsem provedla změnu z podstatného jména, které jsem změnila při překladu na sloveso s přičestným trpným. Můžeme zde také pozorovat sklon češtiny k verbálnosti a angličtiny k nominálnosti vyjadřování.

- (39) *While such “hedging” operations are intended **to guard** against fluctuations in foreign exchange and interest rates, they can also produce gains or losses when the financial results are **different** from the expected ones.*

Zatímco je takovýto „hedging“ určen k **ochraně** proti výkyvům ve směnných kurzech a úrokových sazbách, pokud se hospodářské výsledky **liši** od těch očekávaných, mohou také způsobit zisky nebo ztráty.

V tomto příkladě jsem provedla dvě transpozice, první ze slovesa ***to guard*** na substantivum ***ochraně***. V druhém případě jsem zvolila transpozici z adjektiva ***different*** na sloveso ***liši***. Zde byla možnost adjektivum v českém překladu ponechat, ale jak uvádí Bareš (1977, s. 111), angličtina často vidí jako dominantní rys vlastnost tam, kde má čeština potřebu zdůraznit činnost, což opět souvisí s její verbálností.

- (40) *Disney, for example, received more than a billion dollars between 1985 and 1990 from **investments in partnership** called Silver Screen Partners I and II.*

Například společnost Disney obdržela mezi lety 1985 a 1990 více než miliardu dolarů od **spolupracujících investorů** Silver Screen Partners I a II.

U výše uvedeného příkladu došlo ke změně ze substantiva *partnership* na adjektivum *spolupracujících*. Lze si také povšimnout, že v rámci této transpozice došlo také k logické změně slovosledu.

4.4.2 Pasivní konstrukce

Jak jsem již uvedla výše, ve VT autor ve velké míře používá pasivní konstrukce. Tento způsob vyjadřování je charakteristický především pro odborný a vědecký styl jak v angličtině, tak v češtině, kde se nejčastěji vyskytuje pasívum, jelikož činitel děje je neznámý nebo není pro daný obsah relevantní. Všeobecně však platí, že se pasívum v angličtině vyskytuje častěji, než v češtině. Proto je důležité, aby překladatel automaticky nepřeváděl anglickou pasivní konstrukci do češtiny, ale zohlednil, zda je známý činitel děje, a zda by vhodnější variantou nebyl překlad v rodě činném.

Jak uvádí Dušková a kol. v publikaci *Mluvnice současné angličtiny na pozadí češtiny*, pasívum se skládá z pomocného slovesa *be* v určitém tvaru a minulého příčestí lexikálního slovesa (2003, s. 249). Pasívum lze tvořit od sloves, které mají předmět, tedy sloves monotranzitivních (s přímým předmětem) a ditranzitivních (s přímým a nepřímým předmětem) (Dušková a kol., 2003, s. 253).

V tvoření pasivních konstrukcí jsou mezi angličtinou a češtinou značné rozdíly, což vyplývá především z rozdílné povahy tranzitivnosti anglických a českých sloves a také z „existence bezpodmětného (neosobního) pasíva v češtině“ (Dušková a kol., 2003, s. 250).

U následujících příkladů demonstruji několik způsobů překladu pasíva do češtiny.

(41) *Since only a small portion of capital expenses **are counted** against earnings, this accounting maneuver greatly increased its reported profits.*

Protože **se** z příjmů **odečetla** pouze malá část kapitálových výdajů, tak se tímto účetním manévrem značně zvýšily vykazované zisky společnosti.

Tento příklad znázorňuje ponechání pasivní konstrukce v českém překladu. Je zde také zřejmé, že české pasívum může mít reflexivní formu. Příklad také

demonstruje pasivní konstrukci s nevyjádřeným činitelem, který, jak uvádí Dušková a kol., implikuje všeobecného lidského konatele (2003, s. 259).

(42) *Complicating matters further, many corporate shells, if not the participants themselves, **are domiciled** in countries with different tax laws (...)*

Aby bylo vše ještě komplikovanější, řada tzv. corporate shells, ne-li jejich samotní podílníci, **mají svá sídla** v zemích s různými daňovými zákony (...)

Zde jsem přeložila pasivní konstrukci pomocí činného rodu, jelikož při ponechání pasíva v české verzi by spojení znělo nepřirozeně.

(43) *The operation **has been likened by** one studio executive to the financial equivalent of a “black box,” in which “money constantly gets paid in and out.”*

Jeden manažer studia tuto operaci **přirovnal** k finančnímu ekvivalentu „černé skříňky“, do níž se „peníze neustále platí a naopak se z ní vyplácejí.“

Výše uvedený příklad zobrazuje pasívum s vyjádřeným činitelem připojeným pomocí předložky *by*. Tato konstrukce není tak častá jako bez vyjádřeného činitele, jelikož hlavní funkcí pasíva v odborném stylu bývá především potlačení činitele děje. V tomto případě stojí za povšimnutí, že ačkoli je ve VT činitel vyjádřen, není nijak blíže specifikován.

Dušková a kol. dodávají, že v tomto případě je možnost přeložit konstrukci rovněž pasívem nebo použít aktivní konstrukci, která je častá, pokud je činitel životný (2003, s. 261). Zde jsem zvolila překlad pomocí aktiva, ale překlad v pasívu by byl také vhodnou variantou.

(44) *A few months after a film **is released**, the clearinghouse receives the “rentals,” as the studio’s share of the box office **is called** (...)*

Několik měsíců **po vydání** filmu, clearingové centrum obdrží „půjčovné“ od kin, jak **je nazýván** podíl studia z pokladny (...)

Zde jsem v prvním případě přeložila pasívum pomocí předložkové vazby. V druhém případě jsem pasivní konstrukci ponechala.

4.4.3 Větné kondenzory

Větné kondenzory jsou pro angličtinu typické a jejich výskyt souvisí s její nominálností a ekonomičností vyjadřování (Knittlová, 2000, s. 94). Mezi větné kondenzory můžeme řadit infinitivní, gerundijní a participiální slovesné tvary. Čeština většinou místo těchto nominálních tvarů slovesných používá vedlejších vět, jelikož má tendenci k uvolněnější stavbě souvětí. Jak uvádí Knittlová, zde překladatel často čelí problému správné interpretace daného kondenzoru, protože není vždy jednoznačné, jaké logické spojení měl autor na mysli (2000, s. 95). V takovém případě pak hraje důležitou roli kontext. V některých případech je možné kondenzory ponechat také v češtině, ne vždy je tedy nutné použít při překladu vedlejších vět.

V následujících podkapitolách uvedu příklady větných kondenzorů z VT a jejich překlad.

4.4.3.1 Infinitiv

Infinitiv, jakožto větný kondenzor, se může vyskytovat ve funkci podmětu, předmětu, ve funkci adverbialní a atributivní (Dušková a kol., 2003, s. 542). V následujících příkladech se pokusím demonstrovat infinitiv, který se vyskytuje ve VT v rozličných funkcích, a uvedu způsob jeho překladu.

(45) *The main task of today's studio is **to collect** fees for the use of the intellectual properties they control in one form or another and then **to allocate** those fees among the parties (...)*

Hlavním úkolem dnešního studia je **vybírání** poplatků za užívání duševního vlastnictví, které různými způsoby kontrolují. Dále potom **rozdělují** tyto poplatky mezi všechny účastníky (...)

Zde se v obou případech infinitiv vyskytuje jako součást přísudku po sponovém slovesu. Při překladu jsem toto souvětí rozdělila do dvou vět, abych zachovala přehlednost, a v prvním případě zůstává také v češtině přísudek jmenný se sponou. V druhém případě se z něho stává přísudek slovesný a v druhé větě je podmět nevyjádřený (studia).

(46) *The company also created a captive insurance company **to insure** its own business.*

Společnost si vytvořila také svou vlastní pojišťovnu, **aby si tak pojistila** své podnikání.

V tomto případě se jedná o infinitiv adverbialní, jehož nejčastější funkcí je určení účelu a jeho hlavním protějškem v češtině je tedy vedlejší věta účelová (Dušková a kol., 2003, s. 561). Ptáme se otázkami „Proč?“ nebo „Za jakým účelem?“.

(47) *All six studios manage **to conceal** the dimensions of these licensing rights by submerging them in broader, catchall categories in their financial reports.*

Všem šesti filmovým studiím se daří **utajovat** rozsah těchto práv tím, že je ve svých účetních výkazech začleňují do širších univerzálních kategorií.

V této větě se vyskytuje infinitiv ve funkci předmětu. V překladu jsem zde zachovala stejnou strukturu a infinitiv jsem ponechala. V češtině se však jedná o přísudek jmenný se sponou.

4.4.3.2 Gerundium

Angličtina gerundium využívá ve velké míře a obdobně jako infinitiv se vyskytuje „ve funkci podmětu, předmětu, jmenné části přísudku, přívlastku a příslovného určení“ (Dušková a kol., 2003, s. 569). Dušková a kol. také uvádí, že jelikož v češtině neexistuje žádná gramatická kategorie, která by odpovídala anglickému gerundiū, jako protějšek při překladu se nejvíce používá podstatné jméno slovesné nebo adekvátní vedlejší věta (2003, s. 569).

V následujících příkladech se pokusím demonstrovat použití gerundia v různých funkcích.

(48) *Instead, the clearinghouses manage to exclude a large portion of the cash flow from the allocation **by employing** complicated royalty formulas.*

Clearingovým centřum se místo toho daří zadržovat velkou část peněžních toků z přidělené částky peněz **tím způsobem, že používají** komplikované vzorce pro výpočet tantiém.

Ve výše uvedeném příkladu se gerundium objevuje ve funkci příslovečného určení způsobu, které je nejčastěji uvedeno po předložce *by*. Gerundium jsem přeložila pomocí vedlejší věty, kde jsem výslovně uvedla, že se jedná o určení způsobu vložení vazby ***tím způsobem***.

(49) *Initially, when only a small number of videos of each title were sold, the cost **of transferring** movies onto a master tape (...) could run from \$30 to \$40 a cassette (...)*

Zpočátku, kdy se dařilo prodat od každého titulu pouze malé množství videonahrávek, náklady **na převod** filmů na master tape (...) se mohly pohybovat od 30 do 40 dolarů za kazetu.

Zde se objevuje gerundium ve funkci substantivního modifikátoru v postpozici. V češtině jsem zanechala stejnou strukturu a jako ekvivalent předložky *of*, jsem zde použila předložku ***na***.

(50) ***Auditing** of it has become a specialized field in Los Angeles (...)*
Z provádění auditu se stal v Los Angeles specializovaný obor (...)

V tomto případě se gerundium vyskytuje ve funkci podmětu. Při překladu došlo ke změně větných členů a v české verzi se podmětem stalo slovo ***obor***.

4.4.3.3 *Participium*

Participium je další z větných kondenzorů a zahrnuje několik různých tvarů. Stejně jako gerundium může plnit funkci přívlastku a je s ním také snadno zaměnitelné. Jak uvádí Dušková a kol., „rozlišování gerundia a participia se zakládá na jejich syntaktickém chování, podle něhož se gerundium řadí k substantivu a participium k adjektivu“ (2003, s. 268). V češtině participium často odpovídá přechodníku nebo přídavnému jménu slovesnému (Dušková a kol., 2003, s. 580).

(51) *These corporations, **acting** as its partner, in turn borrowed much of the money from international banks, **incurring** debts that did not appear on the company's balance sheet.*

Ty **vystupovaly** jako její partner a střídavě si půjčovaly velkou část peněz od mezinárodních bank, **čímž jim vznikly** dluhy, které se neobjevily v podnikové rozvaze.

Zde můžeme vidět participium ve funkci přechodníku, kde je nevyjádřený konatel totožný s podmětem. Jelikož se v předešlé větě hovoří o *corporations*, v této větě již slovo v překladu neopakují a nahrazují jej podmětem *ty*. Z participiální vazby se v prvním případě stává přísudek slovesný. V druhém případě jsem vytvořila vedlejší větu důsledkovou a z participia se stal také přísudek slovesný, který se však váže k podmětu *dluhy*.

(52) *Michael Eisner, Sumner Redstone, and Rupert Murdoch took the concept of self-dealing even further, **expanding** their media empires to include the television networks (...)*

Michael Eisner, Sumner Redstone a Rupert Murdoch posunuli koncepci vnitřního obchodování ještě více kupředu **rozšiřováním** svých impérií za účelem zařazení televizních sítí (...)

V tomto případě se také jedná o participium ve funkci přechodníku, který jsem přeložila do češtiny ve formě příslovečného určení způsobu. Bylo by možné zachovat přechodník v češtině – *rozšiřující svá impéria*, ale tato forma by působila archaicky.

(53) *Some of these equity partners are **well-known civilians** (...)*

Někteří z těchto ekvitních partnerů jsou **dobře známí civilisté** (...)

(54) *Unlike movies, these series almost always go into production with **guaranteed buyers** (...)*

Na rozdíl od filmů tyto seriály jsou do výroby vždy s tím, že mají **zaručené kupce** (...)

V těchto příkladech se participium objevuje ve funkci přívlastku v premodifikaci a v češtině obvykle přídavné jméno v premodifikaci zůstává. V příkladu (54) také došlo k rozdělení věty a vzniklo tak souvětí podřadné.

(55) *Similarly, the exclusion of markets through corridors diminished the amount left in the pool for the other participants.*

Stejně tak vyloučení z trhů prostřednictvím koridorů snižuje zbylou částku ve fondu pro další účastníky.

Tento příklad demonstruje příčestí minulé v postpozici. V překladu jsem v tomto případě dala přednost prepozici.

4.5 Textová rovina

V této podkapitole se zaměřím především na rozdíl ve slovosledu mezi angličtinou a češtinou a budu se věnovat typům tematických posloupností podle Františka Daneše. Různé tematické posloupnosti budu demonstrovat opět na příkladech z VT a CT.

4.5.1 Slovosled

Vzhledem k tomu, že jsou angličtina a čeština dva typologicky odlišné jazyky, slovosled a jeho funkce se také liší. Jak uvádí Dušková a kol., v angličtině má slovosled především gramatickou funkci, kdy postavení slova ve větě odráží jeho syntaktickou funkci (2003, s. 518). Naopak v češtině je tato funkce slovosledu druhotná. Hlavní funkcí je v češtině aktuální členění větné, tedy stupeň výpovědní dynamičnosti (Dušková a kol., 2003, s. 519).

Se slovosledem tedy otázka aktuálního členění větného úzce souvisí. Jde tedy o rozlišení problematiky tématu, informace známé, a rématu, informace nové. Dušková a kol. dodávají, že výpovědní dynamičnost se zvyšuje od počátku věty k jejímu konci (2003, s. 519). Znamá informace (téma) se tedy vyskytuje na začátku a informace nová (réma) na konci věty. Zde je možné pozorovat rozdíl mezi angličtinou a češtinou, jelikož na rozdíl od angličtiny, v češtině je aktuální členění větné hlavním slovosledným činitelem. Tento rozdíl vyplývá ze skutečnosti, že

čeština má tendenci řadit větné členy podle stupně jejich výpovědní dynamičnosti, ale v angličtině často působí proti této linearitě pevnost anglického slovosledu (Dušková a kol., 2003, s. 528). Pro překladatele je tedy mnohdy náročné rozlišit téma a réma v anglickém originálu a dát těmto výpovědím příslušné místo v CJ.

Angličtina ale také disponuje různými prostředky, kterými může zdůraznit novou informaci a porušit tak standardní strukturu věty. Podle Knittlové k tomuto účelu mohou sloužit například tak zvané *cleft structures* a *pseudo-cleft structures* (2000, s. 97). Je tedy zřejmé, že tematickou strukturu VT nelze vždy dodržet, ale překladatel by se měl snažit, aby v překladu nedošlo k mylné interpretaci tématu a rématu výpovědi.

4.5.2 Tematické posloupnosti

V této podkapitole se budu zabývat typy tematických posloupností podle Františka Daneše a uvedu příklady těchto posloupností.

Jak uvádí Daneš, v tematické posloupnosti jde v podstatě o to „jak bývá volba tématu výpovědi motivována předcházejícím kontextem“ (1985, s. 207). Daneš také dodává, že v každém textu je možné určit sled po sobě následujících témat, tedy tak zvanou tematickou trasu (1985, s. 208). Tato trasa se skládá z jednotlivých tematických posloupností, které Daneš (1968) dělí do pěti typů:

1. Návazná tematizace rématu
2. Průběžné téma
3. Rozvíjení rozštěpeného rématu
4. Tematické odvozování
5. Tematický skok

Tematická trasa textu nebývá tvořena posloupností pouze jednoho typu, ale většinou se setkáváme s kombinací různých tematických posloupností. Daneš dodává, že uvedené typy se vždy neobjevují v čisté formě a jde spíše o ideální modely, které mohou být komplikovány různými odbočkami a vsuvkami (1968).

Ve VT převládá typ s návaznou tematizací rématu, ale vyskytují se také ostatní typy v různých modifikacích.

(56) *In the heyday of the studio system, studios were conceived of as vast factories manufacturing movies as if they were an industrial product. They controlled the entire means of production, from soundstages and back lots to writers and stars. They even had deals with the trade unions (...). Most important, they controlled their point of sale – the movie theaters – by stipulating when their films open (...)*

V době největší slávy studiového systému byla tato **studia** koncipována jako obrovské továrny vyrábějící filmy, jako by se jednalo o průmyslový výrobek. **Kontrolovala** veškeré výrobní prostředky, od nahrávacích studií a pozemků filmových ateliérů, až po scénáristy a filmové hvězdy. **Měla** dokonce uzavřené dohody s odbory (...). **Nejdůležitější činností studií** byla kontrola míst prodeje, tedy kin, tím, že stanovovala, kdy jejich filmy budou mít premiéru (...)

V tomto příkladě je možné označit tuto posloupnost jako typ s průběžným tématem. U tohoto typu posloupnosti se opakuje stále totéž téma a přiřazují se k němu vždy nová témata. Jak uvádí Daneš (1968), často se používá při popisu určitého jevu nebo předmětu. Jelikož se stále opakuje jedno téma, jeho vyjádření vyžaduje jistou variabilnost (Daneš, 1968). V tomto příkladě jsou opakujícím se tématem **studia**. Jelikož angličtina nevyžaduje takovou variabilnost jako čeština, vystačí si ve všech následujících větách, ve kterých se o studiích mluví se zájmenem **they**. V češtině jsem při překladu použila věty s nevyjádřeným podmětem a v poslední větě jsem téma opět zopakovala.

(57) *To spread their risk, these companies usually arrange deals for multiple pictures to which they commit hundreds of millions of dollars. Their own shareholders put up part of this money, and the rest is borrowed from banks that specialize in financing film ventures. One bank alone, J.P. Morgan Chase, recorded \$3.5 billion in outstanding film loans in 2000, and two others – Bank of America and Crédit Lyonnais – reportedly extended more than a billion dollars in similar loans.*

Aby tyto **společnosti** rozložily riziko, obvykle uzavírají dohodu na více snímků, na které poskytnou **stovky milionů dolarů**. **Část těchto peněz** vloží

jejich vlastní akcionáři a zbytek si půjčí od **bank**, které se specializují na financování filmových podniků. **Jediná banka**, J.P. Morgan Chase, v roce 2000 zaznamenala nesplacené filmové úvěry ve výši 3,5 miliard dolarů. **Dvě další banky** – Bank of America a Crédit Lyonnais – údajně poskytly více než miliardu dolarů prostřednictvím podobných úvěrů.

V tomto příkladě se jedná v prvních dvou větách o posloupnost s návaznou tematizací rématu. Jde o takovou posloupnost, kdy se stává réma první výpovědi tématem výpovědi druhé (Daneš, 1968). V první větě jsou *companies/společnosti* v tomto případě tématem a *hundreds of millions of dollars/stovky milionů dolarů* je réma. V druhé větě je zřejmé, že si angličtina zachovává svůj pevný slovosled se schématem S-V-O⁷, naopak v českém překladu jsem zachovala tematickou posloupnost a spojení *část těchto peněz*, které se stává tématem, jsem umístila na začátek věty.

Druhá tematická posloupnost, která se zde objevuje, je rozvíjení rozštěpeného rématu. Podle Daneše jeho podstata spočívá v tom, že réma první věty je skrytě nebo výslovně dvojnásobné a z něho vycházejí dvě dílčí posloupnosti (1968). V uvedeném příkladu se jedná o réma *banks/bank*. Při překladu jsem následující větu, která toto réma rozvíjí, rozdělila do dvou samostatných vět, tedy výpovědí, čímž vznikla tato posloupnost.

(58) *Money flows in more sporadically from the **distribution of the film abroad**. In **most foreign markets**, the studios use their own distribution arms (...), but in some markets, they use local distributors. Some films, especially action-oriented ones, earn more **abroad** than in the United States.*

Méně často peníze přitékají z **distribuce filmu v zahraničí**. **Na většině zahraničních trhů** studia používají své vlastní distribuční společnosti (...), ale na některých trzích využívají místních distributorů. Některé filmy, především ty akční, vydělávají více v **zahraničí** než ve Spojených státech.

⁷ Subject – verb - object

V tomto příkladě můžeme říci, že se jedná o posloupnost tematického odvozování. Tento typ je založen na principu, že se témata jednotlivých výpovědí odvozují z celkového tématu nějakého nadřazeného celku (Daneš, 1968). V tomto příkladu jsem za celkové téma označila spojení *distribution of the film abroad/distribuce filmu v zahraničí*. Každá z dalších výpovědí je odvozena od tohoto tématu a podává o něm podrobnější informace.

ZÁVĚR

Hlavním cílem mé práce bylo vytvoření funkčního překladu ekonomického textu a volba adekvátních ekvivalentů odborných termínů, které se v textu objevují. Na první pohled VT působí čtivě a čtenář, který má znalosti anglického jazyka na dostatečné úrovni bez větších potíží pochopí jeho téma a obsah. Jak jsem ale zjistila v průběhu mého překladatelského procesu, překlad tohoto textu nebyl zdaleka tak jednoduchou záležitostí.

Problematickou stránkou byl především překlad ekonomické terminologie, která se v textu hojně vyskytuje a správně zvolený ekvivalent byl pro porozumění textu klíčovou záležitostí. Jak jsem zjistila, při překladu termínů jsem si nevystačila s pouhým překódováním daného termínu do češtiny, jelikož mnoho z nich mělo více českých ekvivalentů, které si jsou významově blízké, a pro mnohé český ekvivalent ani neexistuje. Pro správný překlad tedy bylo potřeba pochopit daný kontext, ve kterém se termín objevuje. Vzhledem k náročnosti textu bylo nutné dohledávat některá použití a význam určitých spojení v odborných člancích a učebnicích.

Z práce také vyplývá, že mnoho termínů z VT bylo možné ponechat v původní podobě, jelikož se dnes ve velké míře používají v těchto typech textů také v česky psaných publikacích. Vzhledem k tomu, že se nejedná o čistě odborný text, ale kniha, ze které je VT převzat je určena také laické veřejnosti, rozhodla jsem se některé tyto anglické výrazy doplnit komentářem s vysvětlením významu, který jsem uváděla v poznámkách pod čarou. Stále však panují dohady o tom, zda je přijatelné, že se v češtině anglicizmy používají stále ve větší míře. Můj názor je takový, že ať chceme nebo ne, angličtina dnes ovlivňuje všechny sféry našeho života, a jejímu vlivu na češtinu, jak v mluvené tak psané podobě, se nelze vyhnout. Je možné, že postupem času pro tyto bezekvivalentní výrazy vytvoří čeština svůj protějšek, ale myslím si, že to není pravděpodobné, vzhledem k tomu, že se dnes v rámci globalizace vše angličtině přizpůsobuje a v určitém smyslu tak dochází k zjednodušení. Z angličtiny se tak v podstatě stává lingua franca, jako bývala kdysi latina.

Co se týče stránky morfologicko-syntaktické, v rámci procesu překladu jsem provedla mnoho transpozic, z nichž některé byly nevyhnutelné. Zabývala jsem se především jevy, které pro češtinu nejsou příliš typické, nebo které se v ní vůbec nepoužívají, a na příkladech jsem demonstrovala rozdíly, které při překladu nastaly.

Jelikož je angličtina vysoce nominální jazyk a používá hojně jmenných řetězců, často při překladu došlo k rozdělování spletí anglických vět na kratší souvětí. Tato hutnost stavby anglických vět souvisí samozřejmě také se stylem textu.

Zajímala mě také otázka slovosledu a s tím související rozdílné tematické posloupnosti. V textu jsem měla možnost najít dokonce několik druhů posloupností a až na výjimky, kde se angličtina držela svého pevného slovosledu a musela jsem provést změnu, jsem zachovala tyto stejné posloupnosti také u CT.

Jelikož jsem se v rámci analýzy věnovala převážně rovině lexikální, jsem si vědoma toho, že jsem z kapacitních důvodů neobsáhla zdaleka veškerou problematiku týkající se roviny morfologicko-syntaktické a textové, a tyto roviny by si zasloužily detailnější rozbor.

PŘÍLOHA – GLOSÁŘ TERMÍNŮ

Kurzívou jsou v glosáři označeny překlady použité v CT. Kromě toho jsou uvedené také další vhodné překladové protějšky.

above-the-line talent	<i>hlavní pracovník filmového štábu</i>
back lots	<i>pozemky filmových ateliérů</i>
bonding	<i>garanční pojistka</i>
branding	<i>branding</i>
breakeven point	<i>hranice rentability</i>
clearinghouse	<i>clearingové centrum</i> <i>clearingová banka</i>
compensation package	<i>odměny a zaměstnanecké výhody</i> <i>odstupné</i>
corporate front	<i>společnost</i>
corporate shell	<i>corporate shell</i>
custom clearance	<i>celní odbavení</i>
depreciation charges	<i>odpisové náklady</i>
distribution arm	<i>společnost</i>
executive compensation	<i>mzdové náklady na vedoucí pracovníky</i>
flat fee	<i>paušální poplatek</i>
foreign exchange	<i>deviza</i> <i>devizový trh</i>
goodwill	<i>hodnota firmy</i> <i>dobré jméno firmy</i> <i>goodwill</i>
handler	<i>animátor</i>
hedging	<i>hedging</i> <i>zajišťovací operace</i>
home-shopping	<i>nákupy prováděné z domova na internetu</i> <i>home-shopping</i>
industry standard	<i>oborová norma</i>
intangible goodwill	<i>nehmotný majetek firmy</i>

intellectual copyrights	<i>práva duševního vlastnictví</i>
in the black	<i>vykazovat finanční zisk</i>
in the red	<i>vykazovat finanční ztátu</i>
location	<i>exteriér</i>
master tape	<i>master tape</i>
merchandise sales	<i>tržby z reklamního zboží</i>
off-the-books corporation	<i>nezaregistrovaná společnost</i> <i>nezapsaná společnost</i>
outsource	<i>outsourcovat</i> <i>zajišťovat externě</i>
overhead	<i>režijní náklady</i>
premium	<i>pojistné</i>
product placement	<i>product placement</i>
pro forma	<i>pro forma</i>
reauthoring	<i>reauthoring</i>
rentals	<i>půjčovní</i> <i>nájemné</i>
royalty	<i>tantiémy</i> <i>licenční poplatek</i> <i>autorský honorář</i>
royalty formulas	<i>vzorce pro výpočet tantiém</i>
self-dealing	<i>nekalé finanční transakce</i> <i>vnitřní obchodování</i> <i>sebezvýhodnění</i>
severance package	<i>odstupné</i>
stacked deck	<i>falešné karty</i>
stock-market value	<i>tržní hodnota na burze</i>
tax bracket	<i>daňové pásmo</i>
tax code	<i>daňový zákoník</i>
tax-reimbursement agreement	<i>dohoda o daňovém vyrovnání</i>
tax shelter	<i>daňový ráj</i> <i>daňově zvýhodněný subjekt</i>
treasury bill	<i>pokladniční poukázka</i>

SUMMARY

Topic of this bachelor thesis is a translation of the text from the area of economics and its analysis. The main objective is to create a functional translation of the economic text and make a choice of appropriate equivalents of technical terms. For translation I chose a chapter from the book entitled *The Big Picture: Money And Power in Hollywood*. The name of the chapter is *The Clearinghouse Concept* and the author is an American journalist Edward Jay Epstein. The chapter concerns business in a film industry and describes various financial transactions that Hollywood studios do.

The text contains a large number of economic terms, therefore the main emphasis is placed on the lexical level and on the translation of these scientific terms. The main objective is to find their appropriate equivalents, since the correct translation of terminology affects the meaning of the whole text. The question arises, whether terms can be only substituted for their Czech equivalents, because sometimes the adequate equivalent just does not exist. This issue is also connected to the borrowing of English terms to Czech, which has been widely discussed nowadays.

The structure of the thesis is logical: the first chapter is the translation itself. The second chapter contains the theoretical part, which deals with the characteristics of functional styles and their division. Text can be classified partly under the publicistic style and partly under the scientific style. Theoretical part also deals with the issue of translation of scientific texts and discuss some problems that translator has to face during the process of translation.

The largest part of the thesis is the analysis of the translated text. The crucial part there is the lexical level. In the thesis, the terms are divided into various categories and to each category several examples from the text are provided. With regard to the nonexistent equivalents, terms are retained in their original English forms or they have to be invented depending on the context.

The next chapter deals with the morpho-syntactic level and the differences in grammar structure between Czech and English. There are passive constructions that are not so widely used in Czech, therefore various transpositions are made. In the

English text, there are also many sentence condensers that are replaced with subordinate clauses.

The text level and the word order is also important element in the text. The main concern of this chapter is to provide an overview of the thematic sequences in the text. In Czech, primary function of a word order is to follow the functional sentence perspective. On the other hand, English has a strict word order that fulfills primarily grammatical function and as it is obvious from the translation process, sometimes it is difficult identify a theme and a rheme in the sentence.

The last part of the thesis is the appendix, which contains the glossary of the most problematic economic terms and terms that are not so well known.

BIBLIOGRAFIE

Tištěné zdroje

BAKER, Mona, 1992. *In Other Words: a Coursebook on Translation*. London: Routledge. ISBN 0-415-03086-2.

BAREŠ, Karel, 1977. *Transpozice mezi angličtinou a češtinou*. In: POPOVIČ, Anton a kol. *Preklad odborného textu*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladatel'stvo. s. 109-118. ISBN 67-410-77.

ČECHOVÁ, M., M. KRČMOVÁ a E. MINÁŘOVÁ, 2008. *Současná stylistika*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny. ISBN 978-80-7106-961-4.

DANEŠ, František, 1985. *Věta a text: Studie ze syntaxe spisovné češtiny*. Praha: Academia.

DANEŠ, František a kol., 1997. *Český jazyk na přelomu tisíciletí*. Praha: Academia. ISBN 8020006176.

DUŠKOVÁ, Libuše a kol., 2003. *Mluvnice současné angličtiny na pozadí češtiny*. 3. vyd. Praha: Academia. ISBN 80-200-1073-4.

GALPERIN, I.R., 1971. *Stylistics*. Moscow: Higher School Publishing House.

GROMOVÁ, E., M. HRDLIČKA a V. VILÍMEK, 2007. *Antologie teorie odborného překladu: Výběr z prací českých a slovenských autorů*. 2. aktualizované a rozšířené vyd. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě. ISBN 978-80-7368-383-2.

KNITTLOVÁ, Dagmar, 2000. *K teorii i praxi překladu*. 2. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého. ISBN 80-244-0143-6.

KNITTLOVÁ, Dagmar a kol., 2010. *Překlad a překládání*. Olomouc: Univerzita Palackého, Filozofická fakulta. ISBN 978-80-244-2428-6.

KUFNEROVÁ, Zlata a kol., 2003. *Překládání a čeština*. Jinočany: H&H. ISBN 80-85787-14-8.

MAN, Oldřich, 2007. *Otázky ekvivalence v odborném překladu*. In: GROMOVÁ, E., M. HRDLIČKA a V. VILÍMEK. *Antologie teorie odborného překladu: Výběr z prací českých a slovenských autorů*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě. s. 128-133. ISBN 978-80-7368-383-2.

MARTINCOVÁ, Olga a kol., 2005. *Neologizmy v dnešní češtině*. Praha: ÚJČ AV ČR. ISBN 80-86496-21-X.

Internetové zdroje

Český národní korpus – SYN2010 [online]. Praha: Ústav Českého národního korpusu FF UK, 2010. [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: <http://www.korpus.cz>

DANEŠ, František, 1968. Typy tematických posloupeností v textu (na materiále českého textu odborného). *Slovo a slovesnost* [online]. roč. 29, č. 2, s. 125-141 [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=1615>

EPSTEIN, Edward Jay, 2004. Edward Jay Epstein. In: *Blogger* [online]. [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: <https://www.blogger.com/profile/09393466107546012535>

GOODREADS Inc., © 2014. Edward Jay Epstein. In: *goodreads* [online]. [cit. 2014-04-06]. Dostupné z: http://www.goodreads.com/author/show/21405.Edward_Jay_Epstein

Slovníky

BÜRGER, Josef, 2007. *Fraus velký ekonomický slovník: anglicko-český, česko-anglický*. Plzeň: Fraus. ISBN 978-80-7238-639-0.

Farlex, Inc. *The Free Dictionary* [online]. 2014. [cit. 2014-04-07]. Dostupné z: www.thefreedictionary.com.

Lingea, s.r.o. *Lingea Lexicon 5: Velký slovník anglicko-český, česko-anglický* [CD-ROM]. Ver. 5.0.0.3. 2008.

Ostatní

EPSTEIN, Edward Jay, 2006. *The Big Picture: Money And Power in Hollywood*. New York: Random House Trade Paperbacks. ISBN 0-8129-7382-8.

ANOTACE

Jméno autora:	Michaela Haklová
Název fakulty a katedry:	Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, Katedra anglistiky a amerikanistiky
Obor:	Angličtina se zaměřením na aplikovanou ekonomii
Název práce:	Překlad ekonomického textu a jeho analýza (Edward Jay Epstein - The Big Picture)
Vedoucí práce:	PhDr. Bronislava Grygová, Ph.D.
Počet stran:	79
Klíčová slova:	překlad, ekonomický text, odborný styl, publicistický styl, termín, ekvivalence, přejímání

Obsahem předkládané práce je překlad ekonomického textu a jeho analýza. Hlavním cílem je vytvoření funkčního překladu výchozího textu a především volba adekvátních ekvivalentů anglických ekonomických termínů. Práce se skládá ze tří hlavních částí: samotného překladu, teoretické části a překladatelského komentáře.

Součástí teoretické části je klasifikace funkčních stylů, stylistické zařazení výchozího textu a teoretické vymezení problematiky překladu odborných textů. Překladatelský komentář se zaměřuje především na rovinu lexikální, konkrétně na způsob překladu terminologie, která se ve výchozím textu objevuje. V komentáři je také zahrnuta rovina morfologicko-syntaktická a textová, které se zaměřují především na systémové rozdíly mezi angličtinou a češtinou a na změny provedené při překladu. Všechny jevy jsou demonstrovány na příkladech.

Na konci práce se nachází glosář vybraných termínů z výchozího textu.

ANNOTATION

Author's name:	Michaela Haklová
Department and faculty:	Palacký University Olomouc, Philosophical Faculty, Department of English and American Studies
Study programme:	English with a focus on applied economics
Title of the thesis:	Translation of the text from the area of economics and its analysis (Edward Jay Epstein - The Big Picture)
Thesis supervisor:	PhDr. Bronislava Grygová, Ph.D.
Number of pages:	79
Keywords:	translation, economic text, scientific style, publicistic style, term, equivalence, borrowing

The subject of the thesis is a translation of the economic text and its analysis. The main objective is to create a functional translation of the economic text and make a choice of appropriate equivalents of English economic terms. The thesis consists of three main parts: the translation itself, the theoretical part and the translation analysis.

The theoretical part consists of classification of functional styles, stylistics classification of the source text and theoretical definition of scientific texts and their translation. The analysis focuses primarily on a lexical level, specifically on the method of translation of the terminology that appears in the source text. The morpho-syntactic level and the text level are also included in the analysis and they are focused primarily on the system differences between English and Czech, and on the changes made during the translation process. All discussed issues are demonstrated by examples.

At the end there is a glossary of selected terms from the source text.