

Filozofická fakulta Univerzity Palackého

Katedra anglistiky a amerikanistiky

**Úspěšnost převodu u připraveného a nepřipraveného textu v konsekutivním
tlumočení z hlediska plynulosti převodu, adekvátnosti obsahu a nadbytečnosti**

**The rate of success when consecutively interpreting a prepared/unprepared text
(with a focus on fluency, adequacy and redundancy)**

(Bakalářská práce)

Autor: Veronika Kůsová

Studijní obor: Angličtina se zaměřením na komunitní tlumočení a překlad

Vedoucí práce: Mgr. Sandersová Marie, Ph.D.

Olomouc 2013

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

V Olomouci dne 15. června 2013.

.....

Děkuji vedoucí diplomové práce Mgr. Marii Sandersové, Ph.D. za velkou trpělivost a cenné rady ke zpracování této bakalářské práce. Také děkuji všem ochotným účastníkům experimentu, bez kterých by tato práce nemohla vzniknout.

Seznam zkratk

AIIC - International Association of Conference Interpreters

ATP – Angličtina se zaměřením na komunitní tlumočení a překlad

JTP – Jednota tlumočnicků a překladatelů

KST ČR - Komora soudních tlumočnicků České republiky

UPOL – Univerzita Palackého v Olomouci

OBSAH

I.	ÚVOD	7
II.	TEORETICKÁ ČÁST	9
1.	Konsekutivní tlumočení a jeho historie	10
1.1	Stručná historie	11
2.	Vysvětlení pojmů	12
2.1.	Adekvátnost tlumočeného projevu.....	12
2.2.	Plynulost projevu	12
2.3.	Nadbytečnost.....	13
3.	Projev tlumočnicka	15
4.	Příprava tlumočnicka	18
4.1.	Dlouhodobá příprava.....	19
5.	Krátkodobá příprava	29
III.	PRAKTICKÁ ČÁST	35
1.	Teze	35
1.1	Popis experimentu.....	35
1.2	Postup zpracování nahrávek.....	36
1.3	Účastníci experimentu.....	40
2.	Jednotlivé výkony	42
2.1	Připravené	42
2.2	Nepřipravené	70
3.	Srovnání	99
3.1	Nadbytečnost.....	101
3.2	Plynulost převodu	102
3.3	Adekvátnost obsahu	103
IV.	ZÁVĚR	103

V. SUMMARY	107
VI. POUŽITÁ LITERATURA	109

I. Úvod

Tato bakalářská práce se zabývá konsektivním tlumočením, konkrétně vlivem připravenosti či nepřipravenosti tlumočnicka na jeho výkon. Ve své práci zkoumám, do jaké míry může řádná příprava ovlivnit plynulost tlumočnickova projevu, adekvátnost tlumočeného obsahu a zamezit nadbytečnému vyjadřování (opakování již vyřčeného, opravování se, zbytečné vysvětlování).

Téměř všechny oficiální svazy tlumočnicků se shodují na tom, jak je důležité, aby byl tlumočnick na svou práci připraven a mohl ji tak provést podle svého nejlepšího vědomí a svědomí. Abychom mohli probírat tlumočení jako profesi, je třeba mít zcela jasno, co si budeme představovat pod pojmem „profesionální tlumočnick“. Jednota tlumočnicků a překladatelů (JTP) jej definuje jako „osob[u], která za úplatu převádí nezaměnitelnými prostředky smysl výpovědi mluvčího z výchozího jazyka do jazyka cílového. Výsledek tvůrčí práce tlumočnicka je novou hodnotou, která má povahu duševního vlastnictví.“¹ Takovýto tlumočnick pak má podle etického kodexu JTP povinnost „přijím[at] pouze ty závazky, které odpovídají jeho schopnostem a přípravě[,]“ protože „[z]a výsledek své práce nese plnou morální odpovědnost.“² Na tlumočnickou přípravu je obecně nahlíženo jako na stěžejní téma, což zdůrazňuje například vyjádření Komory soudních tlumočnicků České republiky: „K zajištění kvality tlumočnického úkonu či překladu je nutná řádná příprava soudního tlumočnicka, která spočívá v nahlédnutí do spisů či v získání

¹ *Jednota tlumočnicků a překladatelů* [online]. Stanovy Jednoty tlumočnicků a překladatelů. 7. 3. 2009 [cit 2012-06-08]. Dostupné z WWW: <http://www.jtpunion.org/spip/article.php3?id_article=260&var_recherche=etick%C3%BD+kodex>

² Tamtéž.

informací o projednávané věci, v prostudování podkladů k jednání, obstarání přehledu odborných výrazů po případné konzultaci s odborníkem atd.“³

V teoretické části své práce vysvětlím termíny z názvu práce (plynulost projevu, adekvátnost tlumočeného obsahu, nadbytečnost) a popíšu, jak a podle jakých kritérií se nahlíží na projev tlumočnicka, a uvedu několik základních pravidel, která si, jako budoucí tlumočníci, osvojujeme. Jejich dodržování nás pak posouvá blíže k těžko popsatelnému „ideálnímu projevu“, který se často pokoušejí definovat odborníci z pole tlumočnictví. Dále se tato práce pokusí shrnout, jak vůbec příprava tlumočnicka vypadá a co všechno se do ní dá zahrnout.

V praktické části práce pak bude popsán experiment, který bude sledovat dvě skupiny studentů tlumočnictví. Obě budou tlumočit stejnou nahrávku, ale pouze jedna skupina k této nahrávce bude mít přístup předem a bude se na ni moct připravit. Na základě tohoto experimentu pak bude možné potvrdit (popř. vyvrátit) původní domněnku, tj. že příprava na tlumočení je nedílnou součástí práce tlumočnicka a bez ní není možné dosáhnout špičkového výkonu, který se od profesionálních tlumočnicků očekává.

³ *Komora soudních tlumočnicků České republiky* [online]. Etický kodex soudního tlumočnicka. 3. 3. 2000 [cit 2012-06-08]. Dostupné z WWW: <<http://www.kstcr.cz/o-nas/eticky-kodex-soudniho-tlumocnika>>

II. Teoretická část

První část této bakalářské práce se zabývá teoretickými aspekty konsekutivního tlumočení a jednotlivými pojmy, které se v ní budou diskutovat. Jedná se především o pojmy z nadpisu práce, neboť, aby bylo možné dojít ke konkrétním závěrům, je nutné si nejprve představit materiál, který bude v práci použit. V tomto případě tak bude nutné zaprvé představit konsekutivní tlumočení jako takové. Dále bude rozvedeno, co přesně je míněno pojmem „plynulost převodu“ a přiblížena budou i hlediska, podle kterých se hodnotí „adekvátnost obsahu“. Poslední, ale neméně důležitý pojem z nadpisu této práce je „nadbytečnost“. Jedním z dílčích cílů práce je tedy definovat obsah, který by v konsekutivním tlumočení mohl být či obvykle bývá považován za nadbytečný.

Poté, co budou všechny relevantní termíny představeny a definovány, stručně definuji i osobnost tlumočnicka. Na základě jednotlivých definic známých autorů bude provedeno srovnání, a tak vznikne univerzální šablona, které by měl představitel tlumočnické profese ideálně odpovídat. V této části práce představím i vlastní poznatky.

Další velkou kapitolou této teoretické části bude příprava tlumočnicka. Tím se práce dostane ke svému jádru. Kapitola bude rozdělena na přípravu dlouhodobou, krátkodobou a nakonec bude následovat krátké zamyšlení nad otázkou finančního ohodnocení tlumočnické přípravy. Tím se uzavírá teoretická část a lze plynule přejít k části praktické, kterou tvoří experiment se studenty tlumočení.

1. Konsektivní tlumočení a jeho historie

Lze říci, že konsektivní tlumočení je celkem snadné definovat a v jeho popisu obvykle nedochází k rozporům. Čtenář této práce má již bezpochyby v oboru překladu a tlumočení četné znalosti a dá se s velkou určitostí předpokládat, že ví, co si pod tímto druhem tlumočení představit. S ohledem na cíl a rozsah práce se tedy v tomto případě nebudu zabývat rozebíráním citací známých autorů vědeckých spisů o tlumočení, jakými jsou např. Ivana Čenková, Ingrid Kurz, Daniel Gile, a dalších, ale pro zajímavost uvedu definici konsektivního tlumočení tak, jak ji na svých stránkách uvádí Česká komora tlumočnicků znakového jazyka:

„Tlumočnick netlumočí ihned, ale s určitým zpožděním, např. po větách, spojení vět, tematických celcích nebo až poté, co mluvčí dokončí celou svoji promluvu. Konsektivní tlumočení může být plné (doslovné), nebo dochází k tomu, že je informace, která je předmětem tlumočení, zkrácena, zůstává však přitom zachován význam textu i záměr mluvčího. Při konsektivním tlumočení si tlumočnick během poslechu originální promluvy může dělat poznámky (tlumočení s tlumočnickým zápisem). Ty mohou být individuální (jiný tlumočnick by jim plně nerozuměl), nebo částečně konvencionalizované (tlumočnicki používají podobné symboly a vycházejí ze stejných principů).“⁴

Tato citace by měla stačit k tomu, aby si i laický čtenář udělal představu o povaze konsektivního tlumočení. Více informací lze nalézt v příslušné literatuře o tlumočení, které neustále přibývá, a to dokonce i přímo v českém jazyce, jak podtrhuje Daniel Gile ve svém článku *The History of Research into*

⁴ Česká komora tlumočnicků znakového jazyka [online]. Průvodce základní tlumočnickou terminologií. 19. 8. 2011 [cit 2013-15-03]. Dostupné z WWW: <<http://www.cktjz.com/terminologie>>

*Conference Interpreting: A Scientometric Approach*⁵, kde zmiňuje vysoký počet studentských prací na tlumočnická témata, sepsaných v České republice.

1.1 Stručná historie

Jelikož simultánní tlumočení se zrodilo až kolem 20. let 20. století⁶, budou se samozřejmě všechny zmínky z let dřívějších týkat tlumočení konsekutivního, kterým se bude zabývat i tato práce.

Čeňková píše, že „[p]rvní ucelenější zprávy [o tlumočnících] pocházejí z Egypta [„]“⁷ovšem služeb tlumočnicků bylo využíváno i v ostatních starověkých říších. Jejich postavení se měnilo v závislosti na historickém období a oblasti, ale tlumočnických služeb se nepřestalo využívat nikdy.

Ve středověku byla hlavním dorozumívacím jazykem v Evropě latina, v 17. století se jí stala francouzština, a ta své místo neopustila až do začátku 1. světové války. Dochází i k rozšíření angličtiny, její zlatý věk však teprve nastane ve století dvacátém, dalo by se říct, že společně s nástupem simultánního tlumočení. To se pomalu objevuje na scéně po roce 1900 a nenápadně si získává stále více příznivců, až po zhruba půl století konsekutivní tlumočení doslova převálcuje. To se začíná užívat spíše menšinově během událostí nižšího významu.

⁵ GILE, Daniel. The History of Research into Conference Interpreting: A Scientometric Approach. *Target* [online]. 2001, roč. 2, č. 12, s. 297-321 [cit. 2013-03-16]. ISSN 0924-1884. DOI: <http://dx.doi.org/10.1075/target.12.2.07gil>. Dostupné z WWW: <<http://www.ingentaconnect.com/content/jbp/targ/2001/00000012/00000002/art00006?token=004f19c264bb551cc405847447b49792f7b31256f576b41215833757e6f3f2f2730673f582f6b31>>

⁶ ČEŇKOVÁ, Ivana. *Úvod do teorie tlumočení*. Praha: Česká komora tlumočnicků znakového jazyka, 2008.

⁷ Tamtéž

2. Vysvětlení pojmů

2.1. Adekvátnost tlumočeného projevu

V podstatě všechny tlumočnické asociace, ať už je to *Komora soudních tlumočnicků* nebo *Česká komora tlumočnicků znakového jazyka* si ve svých etických kodexech stanovují jako jeden z bodů schopnost adekvátně tlumočit mezi zdrojovým jazykem a českým jazykem, a naopak.⁸

Pokud se výzkum pokouší zjistit, co přesně ona „adekvátnost“ je, může pomoci například tato definice: „Adekvátnost překladu – Tlumočnický tlumočí věrně smysl sdělení, nemění jeho význam ani obsah (nic nepřidává ani neubírá).“⁹ Z té lze vyčíst, že adekvátnost převodu se úzce pojí s problémem nadbytečnosti.

2.2. Plynulost projevu

Evropská komise na svých stránkách vysvětluje, co je to konferenční tlumočení, následovně: „Konferenční tlumočení zahrnuje výlučně ústní komunikaci: přirozené a plynulé předání obsahu sdělení z jednoho jazyka do druhého, přičemž je zachován způsob, jakým řečník svůj proslov pronáší, tón projevu, řečnickovo přesvědčení a používání první osoby.“¹⁰ Z toho, že „plynulé předání obsahu“ se v definici objevuje hned na začátku, lze vyvodit, že se jedná o důležitý aspekt konferenčního tlumočení. Nebude také jistě zcela

⁸ Středisko Teiresiás. *ExpIn* [online]. 2012 [cit. 2013-03-16]. Dostupné z WWW:

<<http://www2.teiresias.muni.cz/expin/cz>>

⁹ Česká komora tlumočnicků znakového jazyka [online]. Průvodce základní tlumočnickou terminologií. 19. 8. 2011 [cit 2013-15-03]. Dostupné z WWW:

<<http://www.cktjz.com/terminologie>>

¹⁰ SCIC: Co je to konferenční tlumočení?. *Evropská komise* [online]. 2012 [cit. 2013-03-16].

Dostupné z WWW: <http://ec.europa.eu/dgs/scic/what-is-conference-interpreting/index_cs.htm>

nesprávné, pokud bude tato definice rozšířena i na tlumočení jiné, než konferenční. I zde je tedy jasné, že plynulost by měla být jednou z charakteristik projevu dobrého tlumočnicka. Co přesně si pod tím ale představit? Sama bych plynulého řečníka definovala jako takového, který se ve svém přednesu nezasekává, a jehož projev plyne příjemně a dobře se poslouchá. Nevznikají dlouhé pauzy a řečník/tlumočnick se vyvaruje hezitačních zvuků.

Z vlastní zkušenosti (a zkušenosti mnohých dalších studentů tlumočení) mohu říct, že takovému projevu pak lze odpustit i mírné nepřesnosti co do adekvátnosti překladu.

2.3. Nadbytečnost

Jako studentka překladu a tlumočení mohu na základě pozorování sama sebe i svých spolužáků potvrdit, že tlumočnick, který si není jistý tím, co slyšel v původním projevu řečníka, si často začne zlehka vymýšlet a vyplňovat „prázdný“ prostor myšlenkami, které se ne vždy stoprocentně shodují s tím, co bylo řečeno v originále. Nolan tomuto postupu říká „[to] fill in the blanks”.¹¹ Zde je diskutabilní, jedná-li se o nadbytečnost či rovnou o neadekvátní překlad. V takových případech záleží na tom, jak moc se tlumočnick odchýlil od řečnickovy myšlenky a zda jeho projev jen vyplnil nicneříkající „vatou“ či zda ho „obohatit“ o zcela nové informace.

Většinou se však nadbytečnost definuje ještě trochu jinak. Na Univerzitě Palackého v Olomouci (dále jen UPOL), v bakalářském programu Angličtina se zaměřením na komunitní tlumočení a překlad (dále jen ATP), jsou studenti v rámci tlumočnických seminářů instruováni, že tlumočnick by měl mluvit přibližně 70% času, který stráví mluvením řečníka. Jak potvrzuje Čeňková: „Doporučuje se, aby tlumočnickův převod v cílovém jazyce trval maximálně 3/4

¹¹ NOLAN, James. *Interpretation: techniques and exercises*. Clevedon: Multilingual Matters, 2005, vii, 320 s. Professional interpreting in the real world. ISBN 18-535-9790-2.

až 4/5 času řečníkova vystoupení v originále.“¹² Z čehož vyplývá, že se počítá s jistým zestručněním. Je tudíž potřeba, aby si tlumočník uvědomil, které informace jsou jádrem sdělení řečníka a ty pak předal dál. Pokud tlumočník řečníkovi zcela nerozumí, není možné, aby provedl tuto analýzu, a lehce dojde k tomu, že bude tlumočit cokoliv se mu podaří zachytit, bez jakéhokoliv filtrování informací. Část odtlumočeného přednesu tedy bude nadbytečná, stejně tak, jako v ní budou chybět některé informace, které by tlumočník býval uvedl, kdyby jeho porozumění a analýza proběhly správně. Když k názornému vysvětlení použijeme Gilův¹³ „Effort Model of consecutive interpreting“, zjistíme, že k problému dochází již ve fázi L, neboli „Listening and Analysis“.

Samozřejmě, že toto není jediná možnost, jak může k nadbytečnosti dojít. Další problém může nastat při snaze přečíst nejasně napsanou notaci. Tím pádem se jedná o problém na úrovních N – „Note-taking“ a M – „Short-term Memory operations“. Nadbytečnost lze tedy shrnout, jako doplňování projevu o zbytečné informace. Do této kategorie lze zařadit opakování již vyřčeného, opravování se, vysvětlování jasných faktů a bezmyšlenkovitý převod řečnickových chyb (ty jsou většinou stejného rázu jako chyby tlumočníka – opakování a opravování se, atd.)

¹² ČEŇKOVÁ, Ivana. *Úvod do teorie tlumočení*. Praha: Česká komora tlumočnicků znakového jazyka, 2008. ISBN 978-80-87218-09.

¹³ GILE, Daniel. *Basic concepts and models for interpreter and translator training*. Rev. ed. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, c2009, xv, 283 s. Benjamins translation library, 8. ISBN 978-902-7224-323.

3. Projev tlumočnicka

„By bridging the gap between languages, the interpreter helps speakers to discharge their duty to make themselves understood and helps listeners to satisfy their need to understand what is being said.“¹⁴

Je-li třeba shrnout, jak by měl vypadat ideální projev tlumočnicka, a podle jakých kritérií se tento ideál posuzuje, lze opět nahlédnout do etických kodexů jednotlivých tlumočnických sdružení. Z těch už ale bylo citováno několikrát, a proto následuje pouze shrnutí těch nejdůležitějších myšlenek, se kterými po letech výzkumu přišli či stále přicházejí takoví badatelé v oblasti tlumočnickví jako Danica Seleskovitch, Franz Pöchhacker, Miriam Schlesinger a další autoři, které ve své práci citují. V tomto shrnutí využijí termínů, které byly definovány výše.

Z hlediska adekvátnosti musí tedy tlumočnick převádět text co nejvěrněji. Smí ho zestručnit, ale pouze do takové míry, aby zůstala zachována myšlenka a styl řečnicka. Pokud se mu nepodaří část projevu zachytit, smí se pokusit odhadnout, co bylo řečeno, ale ne za každou cenu. Pokud si není jistý, že jeho odhad bude věrný řečnickovu stylu, považuje se za rozumnější přeslechnutý úsek raději vynechat. Nicméně tento postup se praktikuje spíše u tlumočení simultánního¹⁵.

Tlumočnickův projev je plynulý a přirozený, tlumočnick se ve svém přednesu nezasekává. Pokud dělá pauzy, tak pouze významové, ale nevynechá žádnou důležitou informaci. Tlumočnick se také zdržuje hezitačních zvuků.

¹⁴ NOLAN, James. *Interpretation: techniques and exercises*. Clevedon: Multilingual Matters, 2005, vii, 320 s. Professional interpreting in the real world.

¹⁵ BARIK, Henri C. A Description of Various Types of Omissions, Additions and Errors of Translation Encountered in Simultaneous Interpretation. *Meta: Journal des traducteurs* [online]. 1971, roč. 16, č. 4, s. 199- [cit. 2013-03-18]. ISSN 0026-0452. DOI: 10.7202/001972ar. Dostupné z WWW: <<http://id.erudit.org/iderudit/001972ar>>

Dále se tlumočník snaží vyfiltrovat parazitická slova, informace, které se opakují, informace zbytečné (řečnickovo irelevantní odbočení od tématu) a posluchači předat sdělení v jeho nejryzejší podobě. Projev tlumočníka by dle teorie měl v plynulosti předčít projev řečníka, protože již prošel tlumočnickovou analýzou a ten se rozhodl, co je jádrem sdělení, a jak toto sdělení nejlépe a nejsrozumitelněji předat. Pomocí této vnitřní analýzy se tlumočník vyvaruje nadbytečnosti, ke které by docházelo, pokud by tlumočil všechny informace bez rozdílu, nebo si dokonce některé sám přidával.

Na závěr tohoto shrnutí je znovu vhodné citovat Nolana:

„An interpreter must also adopt an attitude of intellectual modesty and willingness to learn, keeping up with changes in his or her languages as well as current events and the related jargon. Interpreters must be able to understand and clearly state a wide range of possible ideas and arguments representing different sides of any issue, even arguments which may seem implausible, or with which they may strongly disagree.“¹⁶

Nolan takto shrnuje některé z vlastností, které se u tlumočníka předpokládají.

Mezi další materiály, zabývající se tímto tématem, patří například článek na stránkách AIIC¹⁷, ve kterém jsou zkoumány vlastnosti a charakterové rysy tlumočníka. Této problematice se věnuje i Nancy Schweda Nicholson,¹⁸ která

¹⁶ NOLAN, James. *Interpretation: techniques and exercises*. Clevedon: Multilingual Matters, 2005, vii, 320 s. Professional interpreting in the real world. ISBN 18-535-9790-2.

¹⁷ AIIC: Advice to students wishing to become conference interpreters. *AIIC* [online]. 2002 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z WWW: <http://aiic.net/page/56#whatkind>

¹⁸ SCHWEDA NICHOLSON, Nancy. Personality characteristics of interpreter trainees: The Myers-Briggs Type Indicator (MBTI). *The Interpreters' Newsletter* [online]. 2005, č. 13, 109-142 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z WWW:

<http://www.openstarts.units.it/dspace/bitstream/10077/2476/1/08.pdf>

se ve své práci *Personality characteristics of interpreter trainees: The Myers-Briggs Type Indicator (MBTI)* zabývá tím, jak vlastnosti tlumočnicků vnímají ostatní lidé, a jak se tlumočníci z hlediska svých povahových rysů vnímají sami.

4. Příprava tlumočnicka

Než se práce začne věnovat vlivu jednotlivých aspektů přípravy tlumočnicka na jeho výkon, je třeba rozdělit si přípravu jako takovou na dvě části. Jedná se o přípravu dlouhodobou, která probíhá (nebo by aspoň měla probíhat) soustavně během celé doby, po kterou tlumočnick své povolání vykonává. Zahrnuje neustálé zlepšování se v oblastech, které jsou pro tlumočnick důležité, tj. cvičení paměti, rétorika, všeobecné vzdělávání se, atd., péči o vzhled, a také například péči o duševní pohodu, aby tlumočnick zbytečně nepodléhal stresovým faktorům.

Druhou částí je příprava krátkodobá, na kterou bude také zaměřen pokus v praktické části této práce. Krátkodobá příprava sestává z přípravy na jeden konkrétní úkol a Gile o ní píše jako o „Ad hoc Knowledge Acquisition“.¹⁹ Jedná se o schopnost zajistit si materiály k danému úkolu, zkontaktovat řečnicka a další osoby, které by mohly poskytnout bližší informace, zpracování těchto informací, tvorba glosářů, apod. Právě úroveň zlepšení, ke kterému dojde (a nebo nedojde) u tlumočení s možností krátkodobé přípravy, bude předmětem pokusu. Nicméně ten bude proveden až v praktické části práce.

¹⁹ GILE, Daniel. *Basic concepts and models for interpreter and translator training*. Rev. ed. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, c2009, xv, 283 s. Benjamins translation library, 8.

4.1. Dlouhodobá příprava

Nolan ve své knize *Interpretation: techniques and exercises* uvádí, za jakých podmínek se přijímají tlumočníci do různých organizací: Soudy například vypisují vlastní zkoušky a ti, jež projdou, získávají certifikát soudního tlumočnicka. Vládní a mezivládní zaměstnanci bývají také před nastoupením podrobováni srovnávacím zkouškám a/nebo se po nich vyžaduje univerzitní diplom ze studia jazyků či certifikát od uznávané překladatelské společnosti. Evropská Unie vypisuje testy nejen z jazyka, ale i z všeobecného přehledu. Spojené národy pravidelně pořádají zkoušky pro uchazeče z celého světa, přičemž z těch nejlepších se následně vybírá, pokud se v Organizaci Spojených Národů uvolní pracovní místo.²⁰ Tento výčet pokračuje, avšak pro účely této práce není sám o sobě relevantní. Byl zde uveden za účelem znázornění toho, že tlumočnickem se člověk nemůže stát, pokud postrádá předchozí trénink.

Pokud si tlumočnick přeje pracovat pro uznávanou organizaci, je doslova nucen se zajímat i o řadu dalších věcí než jen jazyky. Jak vidíme, při výběrovém procesu se využívá i znalostních testů, a obecně se od tlumočnicka očekává, že bude schopen tlumočit na nejrůznější témata. O většině témat se však tlumočí dosti špatně, pokud s nimi není člověk aspoň letmo seznámen. A toto vše vede k jedinému závěru. Tlumočnick se musí stále učit a neustále na sobě pracovat a vylepšovat své schopnosti, a to nejen v oblasti jazyka. Gile se k tomu vyjadřuje následovně:

„It soon becomes clear to students attempting to translate or interpret specialized texts or speeches in fields they are not thoroughly familiar with that

²⁰ NOLAN, James. *Interpretation: techniques and exercises*. Clevedon: Multilingual Matters, 2005, vii, 320 s. Professional interpreting in the real world.

as a rule, the Translator's pre-existing knowledge does not cover all Translation requirements."²¹

Dalo by se tedy říct, že ať se snažíme, jak se snažíme, nikdy nedosáhneme tak vysoké úrovně, že bychom se už nemuseli nic nového učit.

4.1.1. Celoživotní vzdělávání, schopnost se učit

Na stránkách AIIC²² se uvádí, že tlumočnick by měl být velice zvědavý. To potvrzuje i Michelle Hof, autorka blogu *The Interpreter Diaries*,²³ těmito slovy: „All the interpreters I know really do appear to share an insatiable curiosity about the world.“

Jak už bylo řečeno, není lehké tlumočit na téma, se kterým není tlumočnick seznámen. Tlumočnickům se tak nabízejí pouze dvě možnosti. Buď se specializují na jedno jediné téma a jeden jediný obor, ve kterém si budou vyhledávat zakázky, nebo se budou na každou zakázku připravovat zvlášť a daná témata studovat přímo při přípravě na každou jednotlivou pracovní zakázku.

Druhá možnost se zdá být velice vyčerpávající, a i přes nejlepší snahu se tlumočnick do daného oboru či tématu neponoří dostatečně hluboko a nebude schopen podat tak dobrý výkon, jako někdo, kdo se právě na tuto oblast specializuje. I to je ovšem běžné a takoví lidé pak mají záběr sice poměrně povrchní, ovšem velice široký.

Specializovaní tlumočnicki jdou ve svém oboru do hloubky a nastudují co nejvíce relevantních materiálů, ovšem i oni musí věnovat pozornost inovacím, ke kterým ve světě dochází. Jsou tedy nuceni se neustále dovzdělávat a zkoumat novinky, které se v jejich oboru objeví.

²¹ GILE, Daniel. *Basic concepts and models for interpreter and translator training*. Rev. ed. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, c2009, xv, 283 s. Benjamins translation library, 8.

²² AIIC: Advice to students wishing to become conference interpreters. *AIIC* [online]. 2002 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z WWW: <http://aiic.net/page/56#whatkind>

²³ „The Right Stuff?“. In: HOF, Michelle. *The Interpreter Diaries* [online]. 2011 [cit. 2013-03-27]. Dostupné z WWW: <http://theinterpreterdiaries.com/tag/lifelong-learning/>

Shrnutí této kapitoly je takové, že tlumočníci se nikdy nemohou přestat vzdělávat. Jak píše Michelle Hof:

„[I]nterpreting entails a constant learning process – with every new client, conference, or meeting comes a new learning curve – and so anyone who doesn't have this desire (whether inborn or acquired) to always learn more will probably not be able to handle the sheer breadth and depth of information that needs to be absorbed over the course of an interpreting career.“²⁴

4.1.2. Výborná znalost obou jazyků

„First and foremost, [...] it is critical to ascertain that candidates [to become an interpreter] have a high level of competence in their working languages. Exceptional facility in their “A” language(s) is of paramount importance.“²⁵

Může se zdát, že výborná znalost obou (nebo i více) pracovních jazyků se předpokládá do takové míry, že by ji ani nemělo být potřeba zmiňovat. Studium jazyka je však celoživotní proces, protože jazyk se neustále vyvíjí.²⁶ Chce-li si být tlumočnick jistý, že řeč, kterou ovládá, ovládá opravdu dokonale, nezbývá mu, než s ní být neustále v kontaktu skrz knihy, filmy, rádiová vysílání a nejlépe i v kontaktu osobním. Tak jako ve světě módy, i v jazyce se každou chvílí objevují nové trendy. A co se týče odborného pole, jen v malém množství oborů bývá terminologie spíše ustálená, zatímco ve většině se věda ubírá stále kupředu a s novými termíny se musí přicházet uměle, aby vědci byli schopni pojmenovat nové fenomény. Zde jde studium jazyka ruku v ruce s již

²⁴ Tamtéž

²⁵ SCHWEDA NICHOLSON, Nancy. Personality characteristics of interpreter trainees: The Myers-Briggs Type Indicator (MBTI). *The Interpreters' Newsletter* [online]. 2005, č. 13, 109-142 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z WWW:

<http://www.openstarts.units.it/dspace/bitstream/10077/2476/1/08.pdf>

²⁶ ELLIS, Nick C. The Dynamics of Second Language Emergence: Cycles of Language Use, Language Change, and Language Acquisition. *The Modern language journal*. 2008, roč. 92, č. 2, 232 - 249. ISSN 0026-7902. Dostupné z WWW:

<https://apps.lis.illinois.edu/wiki/download/attachments/5996626/ellis08thedynamics.pdf>

popsaným celoživotním vzděláváním a nezbytnou zvědavostí, kterou by „správný“ tlumočnick měl disponovat.

Samozřejmě zde nehovoříme pouze o studiu „B“ jazyků, ale i o jazyce mateřském. I ten se postupem času mění a tlumočnick by měl být schopen s těmito změnami držet krok. Obvykle se očekává, že svou mateřštinou bude tlumočnick vládnout výborně. Z toho lze vyvodit, že důležitou součástí tréninku tlumočnicků je i mluvení na veřejnosti a zdokonalování řečnických schopností.²⁷

4.1.3. Rétorika, odstranění logopedických vad

„ [I]nterpretation assignments – especially the better ones – often require interpreters to perform before large audiences of important people [.]“²⁸

Výše citovaná věta potvrzuje, co již bylo napsáno v minulé podkapitole. Tlumočnick je ve své podstatě i řečnickem, a měl by se proto v tomto ohledu co nejvíce zdokonalovat. Co se týče mluveného projevu, jedná se o zdokonalení ve dvou směrech. Zaprvé je třeba odstranit případné vady řeči a výslovnosti.

„Vady výslovnosti působí v mluveném projevu rušivě. Stírají srozumitelnost projevu a často odvádějí pozornost posluchačů od jeho obsahu. Mohou také oslabovat zdravou sebedůvěru řečnicka. Vynikají zvláště v situacích, kdy máme mluvit do mikrofonu.“²⁹

Pokud se vady řeči vyvinou již v počátcích řeči samotné (u malých dětí), jsou obvykle v raném věku odstraněny za pomoci logopeda, takže dospělý jedinec, zvažující dráhu tlumočnicka, se jimi již nemusí dále zabývat. Některé vady řeči se však mohou objevit i ve věku pozdějším, například jako následek

²⁷ NOLAN, James. *Interpretation: techniques and exercises*. Clevedon: Multilingual Matters, 2005, vii, 320 s. Professional interpreting in the real world.

²⁸ Tamtéž

²⁹ ŠMAJSOVÁ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika. Vážnost mluveného slova*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing a. s., 2010.

úrazu či psychického traumatu³⁰, a s těmi je pak třeba se vypořádat a nechat si pomoci od odborníků.

Pokud kandidát na post tlumočnicka vadami řeči netrpí, nebo nad nimi již úspěšně zvítězil, dostává se do bodu č. 2, kterým je rétorika.

„Public speakers have usually acquired some proficiency in the art of persuasion, and interpreters must be able to mirror that skill. So, interpreters should strive to be good public speakers.“³¹

Tak jako bylo v předchozích podkapitolách zmíněno např. studium jazyka, ani rétorika nepatří mezi schopnosti, které by člověk jednoho dne nabyl a už je nikdy nepozbyl. I umění přednesu se musí stále trénovat a zdokonalovat během celého tlumočnickova života, avšak naučí-li se tlumočnick základní principy a pravidla, přiblíží se k dokonalosti jistě o mnoho rychleji a snáze, než kdyby na vše musel přicházet sám metodou „pokus-omyl“. Některá tato pravidla tedy uvede i tato práce.

Božena Šmajsová Buchtová doporučuje studentům rétoriky, aby se věnovali hlavně nácviku správného dýchání, posléze přidali nácvik samohlásek a teprve poté přidali nácvik správné výslovnosti souhlásek. Další radou pak je nezapomínat před každým projevem na hlasovou rozcvičku, která by měla obsahovat cvičení dechová, hlasová i artikulační.³²

Chce-li se osoba stát úspěšným řečníkem a projevat se na veřejnosti, je zcela zásadním předpokladem osvojit si spisovnou výslovnost: „Užívání

³⁰ NOVÁKOVÁ, Jana. Logopedie. In: *Odborné učiliště pro žáky s více vadami: Chelčického 2, Praha 3* [online]. 2013 [cit. 2013-03-30]. Dostupné z WWW: <http://www.specou.cz/files/logo-prez.pdf>

³¹ NOLAN, James. *Interpretation: techniques and exercises*. Clevedon: Multilingual Matters, 2005, vii, 320 s. Professional interpreting in the real world.

³² ŠMAJSOVÁ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika. Vážnost mluveného slova*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing a. s., 2010.

spisovného jazyka je vizitkou jazykové kultury řečníka, jeho úcty k posluchačům.³³ Dokáže-li student rétoriky svou mateřštinu používat ve spisovné formě, je třeba se zaměřit na další potenciální problém, kterým je výslovnost cizích slov. Tlumočník, jakožto osoba jazykově vybavená, by s tím nejspíš neměl mít problém, ale je samozřejmé, že nemůžeme předpokládat jeho znalost všech jazyků na světě. Problém by mohl nastat kupříkladu s výslovností jmen delegátů ze zemí, jako je např. Maďarsko, Finsko, atd. a proto i zde je důležité se řádně připravit.

Chce-li tlumočník předat posluchačům kvalitní sdělení, další věc, na kterou se z hlediska rétoriky může zaměřit, je frázování. Šmajsová Buchtová připomíná, že „[s]právné frázování zpřehledňuje veřejnou promluvu a umožňuje porozumění obsahu řeči.“ Dále také varuje, že „[n]evhodné členění řeči může ovlivnit smysl věty i celý kontext našeho sdělení. Posluchač, který text nezná, vnímá každou zaslechnutou pauzu jako významnou. Proto každá nádechová pauza se musí krýt s pauzou významovou.“³⁴ Z toho také vyplývá, že než v konsekutivním tlumočení tlumočník přednese svůj převod z cizího jazyka, je důležité si ho předem promyslet, aby se nestalo, že začne uprostřed věty přemýšlet, jak dál, nebo jaký je význam jistého slova či symbolu v jeho notaci. Tím by vytvořil právě takovou pauzu, která by posluchače mohla zmást.

Poslední, ale neméně důležitou položkou v tomto výčtu je pak intonace. „Nedostatečná intonace vede k monotónnosti promluvy. Zvuková jednotvárnost oslabuje pozornost posluchačů, je nezáživná a nepřehledná.“³⁵ Dalo by se říct, že intonace je z vypsanych aspektů správného vyjadřování dokonce ten nejdůležitější. Protože k čemu to bude, bude-li tlumočník mluvit jako kniha a bezchybně frázovat, když posluchače unudí jednotvárným přednesem a ti tak nebudou vůbec vnímat, co je právě pronášeno?

³³ ŠMAJSOVÁ BUCHTOVÁ, Božena. Rétorika. Vážnost mluveného slova. 2. vyd. Praha: Grada Publishing a. s., 2010

³⁴ Tamtéž

³⁵ Tamtéž

I po nastudování a přijetí těchto zde vypsanych rad však zbývá mnoho maličností, kterými se dá výsledný projev ještě o něco málo vylepšit. Jedná se hlavně o řeč těla, kterou se bude zabývat další kapitola. Neuškodí ale například také dojít se před započatím projevu podívat do místnosti, kde bude tlumočení probíhat. Tlumočnick si nemůže tento prostor sám vybrat, ale může ho předem prozkoumat a pokusit se tak odhadnout, jak snadné či naopak náročné bude ho hlasově obsáhnout. Tím ušetří důležitou energii, kterou by musel vynaložit, kdyby se na danou místnost snažil adaptovat až v průběhu práce.³⁶

U tlumočnicků se předpokládá, že se jedná o osoby extrovertní, které jsou rády na očích, a někdy se o nich tvrdí, že jsou dokonce až arogantní.³⁷ U osob s takovými charakterovými rysy by asi málokdo předpokládal, že by se u nich mohly vyskytnout potíže s trémou. Nicméně každý člověk je jiný, ne všichni tlumočnicki jsou od přírody extroverti, a tak je jasné, že někteří se s tímto problémem jistě potýkat budou. Ani zde však nejde o problém neřešitelný, který by nešel dlouhodobou přípravou odstranit či aspoň zmírnit na přijatelnou hranici. Jak píše Nolan: „[S]tage fright can be overcome by the same method that student actors use: rehearsal.“³⁸ Nejen z této citace je tedy vidět, že odstranění trémy, stejně jako nácvik rétoriky jsou záležitostmi dlouhodobého charakteru a po právu se nachází v kapitole *Dlouhodobá příprava*.

4.1.4. body language

Předchozí kapitola shrnula, jak je důležité, aby tlumočnick ovládal svůj hlas a dech a byl dobrým řečnickem. K prezentaci na veřejnosti však patří kromě umění rétoriky také řeč těla.

³⁶ ŠMAJSOVÁ BUCHTOVÁ, Božena. Rétorika. Vážnost mluveného slova. 2. vyd. Praha: Grada Publishing a. s., 2010.

³⁷ SCHWEDA NICHOLSON, Nancy. Personality characteristics of interpreter trainees: The Myers-Briggs Type Indicator (MBTI). *The Interpreters' Newsletter* [online]. 2005, č. 13, 109-142 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z WWW: <http://www.openstarts.units.it/dspace/bitstream/10077/2476/1/08.pdf>

³⁸ NOLAN, James. *Interpretation: techniques and exercises*. Clevedon: Multilingual Matters, 2005, vii, 320 s. Professional interpreting in the real world.

Vojáček se domnívá, že tlumočnický může pomocí non-verbální komunikace navodit dojem profesionality a sebevědomí, které ve skutečnosti cítit ani nemusí.³⁹ Klient tak nabude pocitu, že tlumočnický ví, o čem mluví, i když tomu tak nemusí nutně být. Vojáček tuto domněnku úspěšně podložil výsledky experimentu a zdokumentoval ve své bakalářské práci. Platí to ovšem i naopak, a špatné držení těla tlumočnický může v divákovi a posluchači zanechat negativní dojem, i když byl projev převeden správně. Je tedy jasné, že se jedná o jeden z aspektů dlouhodobé přípravy, protože jeho zanedbání může projevu uškodit.

4.1.5. péče o vzhled

Stejně jako v předchozí podkapitole se tato část týká spíše tlumočení konsektivního, kde je tlumočnický svým posluchačům nejen „na uších“, ale i na očích. Obvyklým územ je, že tlumočnický se svým oblečením přizpůsobí akci, na kterou jde své služby poskytovat. Rada, kterou zde lze uplatnit je: „Dress professionally and you’ll feel professional.“⁴⁰

Po pročetí několika tlumočnických blogů a příspěvků na webových stránkách, zabývajících se tímto tématem, lze dojít k závěru, že většina příspěvkatelů se shoduje na jednoduchosti. Oblečení by mělo být padnoucí, slušivé, čisté a upravené.⁴¹

Je-li třeba shrnout, v čem přesně spočívá dlouhodobá příprava z hlediska péče o vzhled, dochází tato kapitola k závěru, že se jedná hlavně o nikdy nekončící vylepšování šatníku, vzdělávání se v etiketě a tedy i v tom, na jakou akci je které oblečení přijatelné (vhodnými metodami může být např. čtení

³⁹ VOJÁČEK, Adam. Porovnání kvality tlumočení s kvalitou veřejné prezentace studentů oboru Angličtina se zaměřením na komunitní tlumočení a překlad. Olomouc, 2012. Dostupné z WWW: http://theses.cz/id/e4633u/Vojek_-_Bakalka.pdf. Bakalářská práce. Univerzita Palackého Olomouc. Vedoucí práce PhDr. Veronika Prágerová.

⁴⁰ Do This, Not That: Public Speaking Tips for Interpreters. *Able Translations* [online]. 2012 [cit. 2013-04-01]. Dostupné z WWW: <http://abletranslations.wordpress.com/2012/11/08/do-this-not-that-public-speaking-tips-for-interpreters/>

⁴¹ What Not to Wear—and Why. NAJIT. *National Association of Judiciary Interpreters and Translators* [online]. 2012 [cit. 2013-04-01]. Dostupné z WWW: <http://najit.org/blog/?p=181>

blogů, osobní zkušenost, rozhovory s kolegy, atd.), a samozřejmě pečlivá hygiena, péče o pleť a vlasy. Na těchto věcech je třeba pracovat celoživotně.

4.1.6. všeobecný přehled

Jak už bylo řečeno v podkapitole *Celoživotní vzdělávání*, od tlumočnicka se očekává, že bude zvědavý. AIIC na svých stránkách píše, že správný kandidát pro tlumočnickou profesi by měl jevit „[a]n interest in and understanding of current affairs [.]“⁴² Konkrétně si lze představit, že tlumočnick bude mít „oči i uši otevřené“ okolnímu světu, bude sledovat zprávy, číst noviny, diskutovat se vzdělanými přáteli a ideálně se do veřejného dění i sám zapojovat.

Jelikož se tato podkapitola vesměs překrývá s podkapitolou *Celoživotní vzdělávání*, poslouží tento krátký odstavec jako shrnutí, a je možné se posunout dál.

4.1.7. people skills

Holly Mikkelson ve své práci *Interpreting Is Interpreting – Or Is It?*⁴³ cituje Robertse⁴⁴, Jonese⁴⁵ a Seleskovitchovou⁴⁶, a shrnuje, že největší důraz na tyto schopnosti se sice klade hlavně u tlumočnicků v prostředí lékařství a sociálních služeb, nicméně se doporučuje, aby je rozvíjeli i tlumočníci konferenční.

⁴² AIIC: Advice to students wishing to become conference interpreters. *AIIC* [online]. 2002 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z WWW: <http://aiic.net/page/56#whatkind>

⁴³ MIKKELSON, Holly. *Interpreting Is Interpreting — Or Is It?*. In: *GSTI 30th Anniversary Conference* [online]. 1999 [cit. 2013-04-02]. Dostupné z WWW: <http://www.acebo.com/papers/INTERP1.HTM>

⁴⁴ ROBERTS, Roda. *Community Interpreting Today and Tomorrow*. In: KRAWUTSCHKE, Peter. *Vistas: Proceedings of the 35th Annual Conference of the American Translators Association*. Medford, New Jersey: Learned Information, 1994, s. 127-138.

⁴⁵ JONES, Roderick. *Conference interpreting explained*. 2nd ed. Northampton, MA: St. Jerome Pub., 2002, 141 p.

⁴⁶ SELESKOVITCH, Danica. *Interpreting for international conferences: problems of language and communication*. 2nd rev. ed. Washington, D.C.: Pen and Booth, c1994, v, 138 p.

AIIC na svých stránkách potvrzuje, že schopnost pracovat s lidmi se cení nejvíce u tlumočení komunitního. Doslova se zde uvádí, že „[c]ommunity interpreters need people skills as well as language and cultural knowledge[.]“⁴⁷

Už v předchozích podkapitolách byli tlumočníci popsáni jako osoby vystupující veřejně, kteří jsou zároveň řečníky a tak trochu i diplomaty, a k takové roli nepochybně patří i slušné chování a schopnost komunikovat zdvořile a uctivě s ostatními lidmi.

⁴⁷ AIIC: Community Interpreting. *AIIC* [online]. 2002 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z WWW: <http://aiic.net/page/234>

5. Krátkodobá příprava

Předchozí kapitola se zabývala přípravou dlouhodobou, která probíhá obvykle během celého tlumočnickova života, někdy dokonce ještě předtím, než se daná osoba rozhodne tlumočnickem stát. Tato kapitola se naopak zaměří na přípravu krátkodobou, jinými slovy přípravu na každou jednotlivou tlumočnickou zakázku. Bude se tedy věnovat tématům jako např. schopnost tlumočnicka oslovit řečníka, sehnat a nastudovat si materiály k dané zakázce, zpracování těchto materiálů, tvorba glosáře, učení se slovíček, provedení rešerše na zadané téma, psychická příprava, atd.

Mikkelson tvrdí, že záleží hlavně na klientově vnímání důležitosti dané tlumočnické zakázky, a podle toho pak od tlumočnicka očekává, že se na zakázku řádně připraví a je mu ochoten poskytnout materiály předem.⁴⁸ AIIC sestavila *The General Conditions of Work*, kde se píše:

„For their technical and terminological preparation the organizer shall send the interpreters a complete set of documents (programme, agenda, minutes of the previous meeting, reports, etc.) in each of the working languages of the conference as early as possible, but not later than 15 days before the beginning of the conference.“⁴⁹

Mikkelson tuto citaci komentuje a dodává, že tyto podmínky nejsou bohužel vždy naplněny, nicméně jsou považovány za standardní postup, hlavně na mezinárodních konferencích. Organizátoři akce se snaží tlumočnickům vyhovět a materiály jim poskytnout, neboť jim záleží na tom, aby převod byl

⁴⁸ MIKKELSON, Holly. Interpreting Is Interpreting — Or Is It?. In: *GSTI 30th Anniversary Conference* [online]. 1999 [cit. 2013-04-03]. Dostupné z WWW: <http://www.acebo.com/papers/INTERP1.HTM>

⁴⁹ The General Conditions of Work. In: *AIIC: International Association of Conference Interpreters* [online]. 2000, 2012 [cit. 2013-04-03]. Dostupné z WWW: <http://eweiser.com/aiic-conditions-en.pdf>

přesný a kvalitní.⁵⁰ Gonzales a kol.⁵¹ a Gentile a kol.⁵² se shodují na tom, že soudní tlumočníci mívají s krátkodobou přípravou problém, a Mikkelson⁵³ je doplňuje tvrzením, že stejný problém mají i tlumočníci v lékařském prostředí. V obou případech je na vině závazek o mlčenlivosti, tedy lékařské či advokátní tajemství.

Tlumočníci na konferencích se naštěstí s otázkou profesních tajemství nemusí obvykle potýkat a teoreticky by jim v získání materiálů nemělo nic bránit. Nolan⁵⁴ a Gile⁵⁵ ve svých knihách uvádějí téměř identický odstavec, ve kterém zdůrazňují důležitost přípravy na jednotlivé zakázky a vyjmenovávají, co vše by nemělo chybět mezi materiály, které si tlumočnick má od organizátorů akce (či řečníka samotného) vyžádat. Tyto materiály zahrnují např. kopii programu, seznam řečníků, seznam účastníků, tzv. background documents, materiály ohledně tématu a náplni konference a hlavně abstrakty či osnovy řečí samotných. Nejlépe pak jejich celá znění, protože jak dodává Nolan, mnoho řečníků se také připravuje předem a svou prezentaci či přepis příspěvku poskytnou rádi komukoliv, kdo o ně zažádá.⁵⁶ Nolan i Gile se pak shodují také

⁵⁰ MIKKELSON, Holly. Interpreting Is Interpreting — Or Is It?. In: *GSTI 30th Anniversary Conference* [online]. 1999 [cit. 2013-04-03]. Dostupné z WWW: <http://www.acebo.com/papers/INTERP1.HTM>

⁵¹ GONZALES, Roseann Duenas, Victoria F. VASQUEZ a Holly MIKKELSON. *Fundamentals of Court Interpretation*. Durham, NC: Carolina Academic Press, 1991.

⁵² GENTILE, Adolfo, Uldis OZOLINS a Mary VASILAKAKOS. *Liaison Interpreting: A Handbook*. Melbourne: Melbourne University Press, 1996.

⁵³ MIKKELSON, Holly. Interpreting Is Interpreting — Or Is It?. In: *GSTI 30th Anniversary Conference* [online]. 1999 [cit. 2013-04-03]. Dostupné z WWW: <http://www.acebo.com/papers/INTERP1.HTM>

⁵⁴ NOLAN, James. *Interpretation: techniques and exercises*. Clevedon: Multilingual Matters, 2005, vii, 320 s. Professional interpreting in the real world. ISBN 18-535-9790-2.

⁵⁵ GILE, Daniel. *Basic concepts and models for interpreter and translator training*. Rev. ed. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, c2009, xv, 283 s. Benjamins translation library, 8.

⁵⁶ NOLAN, James. *Interpretation: techniques and exercises*. Clevedon: Multilingual Matters, 2005, vii, 320 s. Professional interpreting in the real world.

na tom, že další cenné podklady se dají získat na internetových stránkách příslušných organizací či konferencí.

S fenoménem, který se v této práci nazývá „krátkodobá příprava“, pracuje Gile ve své knize *Basic concepts and models for interpreter and translator training* pod názvem **Ad hoc knowledge acquisition** a dělí ji do třech částí: *advance preparation*, *last-minute preparation* a *in-conference knowledge acquisition*.⁵⁷

Advance preparation je v podstatě popsána výše v této podkapitole. Jedná se o vyžádání si materiálů od organizátorů akce, na které bude tlumočnick pracovat. GILE do ní zahrnuje ještě různé briefíngy a nácviky a dodává, že tyto briefíngy jsou nejužitečnější, pokud po nich tlumočnick dostane prostor a může účastníkům klást otázky, které ho zajímají.⁵⁸

Last-minute preparation je téměř to samé, co *advance preparation*, ale jedná se o případy, kdy tlumočnick materiály z nějakého důvodu nemůže dostat předem. Obvykle se jedná právě o materiály, jejichž obsah je tajný, nebo o selhání ze strany organizátorů, kteří řečníky o podklady pro tlumočnicky vůbec nepožádali. Dobrou zprávou je, že většina řečníků tvoří elektronické prezentace, a mohou je tlumočnickovi poskytnout k nahlédnutí aspoň přímo na místě. Jednou z tlumočnickových možností je také zkontaktovat někoho z řečníků či účastníků konference a přímo na místě se jich zeptat na vše, čemu v podkladech nerozuměl.⁵⁹

Poslední částí je **In-conference knowledge acquisition**, jejíž název mluví sám za sebe. Jedná se o získávání informací přímo v průběhu tlumočení, ať už vlastním uvědoměním si souvislostí nebo např. posloucháním kolegy

⁵⁷ GILE, Daniel. *Basic concepts and models for interpreter and translator training*. Rev. ed. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, c2009, xv, 283 s. Benjamins translation library, 8.

⁵⁸ Tamtéž

⁵⁹ Tamtéž

tlumočníka, který může mít více zkušeností či vypracovaný podrobnější glosář.⁶⁰

Řekněme, že situace je ideální a tlumočník získal veškeré potřebné materiály předem a další podklady si sám vyhledal na internetových stránkách. Logickým vývojem situace bude, že se s těmito materiály seznámí a pravděpodobně si vypracuje glosář výrazů, které nezná nebo které by mu mohly při tlumočení dělat problém. Gile popisuje glosáře jako materiál připravovaný obvykle ve spěchu a upravovaný během tlumočení samotného.⁶¹

Rozebírá pak i historický vývoj glosářů; ty byly zhruba do pozdních osmdesátých let sepisovány na papír, což bylo velice nepraktické a bylo složité tyto glosáře třídit a uchovávat systematicky uložené pro další potřebu. S pokrokem vědy se však situace zlepšila:

„Microcomputers, text processing and spreadsheet software have changed the situation, in that it has become easy to enter terms in a computer and then do all the processing as many times as required, including sorting, updating and printing when a hard copy is needed. Information has become easy to store, maintain and access. In view of the value relevant glossaries have when interpreting at specialized conferences, this is an important change, the more so because the ease of glossary preparation makes it possible to go much further in one's preparation than in the past, when everything had to be done manually.“⁶²

⁶⁰ GILE, Daniel. *Basic concepts and models for interpreter and translator training*. Rev. ed. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, c2009, xv, 283 s. Benjamins translation library, 8.

⁶¹ Tamtéž

⁶² Tamtéž

Na stránkách AIIC⁶³ najdeme seznam doporučení, co všechno by měl glosář obsahovat. V něm jsou uvedeny nejen neznámé termíny, ale i slovní spojení, která se často opakují. AIIC dále doporučuje udělat si seznam zkratk, jmen a názvů, a nastudovat použití specifických názvů ve specifických kontextech.

AIIC se také shoduje se Šmajsovou Buchtovou⁶⁴ na důležitosti přípravy ohledně výslovnosti cizích slov a jmen. Do glosáře je tedy vhodné si poznamenat i tyto fonetické informace.

Po shrnutí přípravy z hlediska zpracování materiálů zbývá ještě příprava tlumočnickovy psychické a fyzické stránky. Nolan tvrdí: „An interpreter must maintain attention and concentration through many hours of meetings and absorb the contents of lengthy discussions on many subjects. This means keeping fit, notably by getting enough sleep and following good habits of nutrition and exercise.“⁶⁵ S tímto názorem autorka práce souhlasí jen částečně. Správná výživa a dostatek tělesné aktivity se všeobecně doporučuje každému člověku a u tlumočnicka by dodržování zdravého životního stylu nemělo být výjimkou. Není však natolik důležité na to odkazovat, protože z logického hlediska je důležitější příprava těsně před prací. Tlumočnick může zdravě žít, ale pokud se před zakázkou dostatečně nevyspí nebo se jen ve spěchu odbude energetickým nápojem (např. proto, že bude dlouho do noci pracovat na glosáři), lze očekávat, že jeho výkon nebude zcela vrcholový. Proto také tento druh přípravy nebyl zařazen do kapitoly *Dlouhodobá příprava*, ale zde.

Následuje shrnutí toho, co se považuje za vhodnou přípravu psychickou i fyzickou: Tlumočnick by se měl cítit připravený, protože jinak ho bude trápit svědomí a stres z toho, že nezná vše, co by znát měl. Čím připravenější bude,

⁶³Practical guide for professional conference interpreters. *AIIC: International Association of Conference Interpreters* [online]. 2000 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z WWW:

<http://aiic.net/page/628/practical-guide-for-professional-conference-interpreters/lang/1>

⁶⁴ ŠMAJSOVÁ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika. Vážnost mluveného slova*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing a. s., 2010.

⁶⁵ NOLAN, James. *Interpretation: techniques and exercises*. Clevedon: Multilingual Matters, 2005, vii, 320 s. Professional interpreting in the real world.

tím lepší bude mít sám ze sebe pocit a se zdravým sebevědomím se může zlepšit i jeho výkon. Dále by měl být tlumočnick odpočatý, aby jeho mozek mohl fungovat na sto procent. Další důležitou věcí je psychická pohoda. Tu může tlumočnick částečně navodit právě již zmíněným dostatkem spánku a pocitem připravenosti, nicméně mohou se zde objevit i jiné okolnosti, které tlumočnickovu pohodu ovlivňují. Lze předpokládat, že tlumočnick procházející těžkým obdobím (rozpory v rodině, úmrtí blízké osoby, dluhy, atd.) nebude schopen se na svůj úkol soustředit tak dobře, jako jiní jeho kolegové.

III. Praktická část

1. Teze

V části teoretické poskytla tato práce základní informace o tom, co je tlumočení, o jeho historii, a nastínila také nerozlučný vztah mezi tlumočením a důkladnou přípravou tlumočnicka. Na základě obsahu výše zmíněné teoretické části byla zformována teze, která se po zvážení a shrnutí veškerého použitého materiálu logicky nabízela. Po zpracování teoretické části této práce je jasné, že většina autorů přikládá přípravě velkou váhu a vidí ji jako jeden ze základních předpokladů k předvedení adekvátního tlumočnického výkonu. Dá se tedy předpokládat, že připravený tlumočnicka vykáže lepší výsledky než tlumočnicka nepřipravený, a že jeho projev bude plynulejší, lépe strukturovaný a obsahově přesnější. Tuto domněnku se pokusí potvrdit praktická část této práce.

1.1 Popis experimentu

K potvrzení či vyvrácení teze, popsané v předchozím odstavci, byl naplánován a proveden experiment se studenty tlumočení na Univerzitě Palackého v Olomouci. Jeho uskutečnění umožnila vedoucí této diplomové práce, Mgr. Marie Sandersová, Ph.D., která k účasti na tomto výzkumu propůjčila studenty ze svých hodin tlumočení.

Pro účely experimentu byla vybrána nahrávka *The Antidote to Apathy*⁶⁶, která je k dispozici na webových stránkách TED. Tato nahrávka pojednává o překážkách, které moderní svět staví do cesty lidem, kteří by se rádi zapojili do veřejného dění. Účastníci experimentu konsektivně tlumočili prvních pět minut této nahrávky.

⁶⁶ TED. *Dave Meslin: The antidote to apathy* [online]. 2011 [cit. 2013-06-08]. Dostupné z WWW: http://www.ted.com/talks/dave_meslin_the_antidote_to_apathy.html

Experiment byl koncipován tak, že studenti byli rozděleni do dvou skupin. Jedna skupina dostala nahrávku k dispozici předem, a byl jim dán čas na přípravu, tzn. poslech nahrávky a případné vyhledání problematických termínů a frází. Druhá skupina tuto možnost neměla, a její členové museli nahrávku natlumočit, aniž by předem věděli, o co se bude jednat.

Proces tlumočení pak probíhal tak, že nahrávka byla centrálně spuštěna z hlavního počítače učebny ATP a po předem určených úsecích zastavována, zatímco byl studentům dán čas na převedení jejího obsahu do českého jazyka. Jelikož tlumočení probíhalo konsekutivně, mohli studenti během experimentu používat tlumočnickou notaci. Tlumočnické výkony jednotlivých studentů byly nahrány a následně zpracovány a posouzeny podle kritérií, která budou uvedena v další podkapitole.

1.2 Postup zpracování nahrávek

Nejprve byl proveden přepis použitého úseku originální nahrávky. V něm pak byla vyznačena místa, jejichž převod se bude posuzovat (tučné písmo) a potenciálně terminologicky obtížná místa (podtržené písmo). Poté byl pořízen přepis všech jednotlivých nahrávek účastníků experimentu, ovšem z hlediska ušetření místa byly přepsány pouze jejich části, a to ty, ve kterých tlumočníci převádí výše zmíněná označená místa. Tyto zkrácené přepisy budou uvedeny jakožto součást této práce.

Transkript nahrávky vypadá následovně:

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in

a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

And I'll give you some examples of what I mean. Let's start with city hall. **Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.** As you can see, it's impossible to read. You need to get halfway down to even find out which address they're talking about, and then farther down, in tiny 10-point font, to find out how to actually get involved. Imagine if the private sector advertised in the same way -- if Nike wanted to sell a pair of shoes and put an ad in the paper like that. (Applause) Now that would never happen. You'll never see an ad like that because Nike actually wants you to buy their shoes. **Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly.** As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. **Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment.** The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto. This is the cover story. It's an article about a theater performance, and it starts with basic information about where it is, in case you actually want to go and see it after you've read the article -- where, the time,

the website. Same with this -- it's a movie review, an art review, a book review -- where the reading is in case you want to go. A restaurant -- you might not want to just read about it, maybe you want to go to the restaurant. So they tell you where it is, what the prices are, the address, the phone number, etc.

Then you get to their political articles. Here's a great article about an important election race that's happening. It talks about the candidates -- written very well -- but no information, no follow-up, no websites for the campaigns, no information about when the debates are, where the campaign offices are. Here's another good article about a new campaign opposing privatization of transit without any contact information for the campaign. The message seems to be that the readers are most likely to want to eat, maybe read a book, maybe see a movie, but not be engaged in their community. **And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.**

Heroes: How do we view leadership? Look at these 10 movies. What do they have in common? Anyone? They all have heroes who were chosen. Someone came up to them and said, "You're the chosen one. There's a prophecy. You have to save the world." And then someone goes off and saves the world because they've been told to, with a few people tagging along. This helps me understand why a lot of people have trouble seeing themselves as leaders because it sends all the wrong messages about what leadership is about. **A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.**

Přepisy jednotlivých nahrávek se tedy soustřeďují pouze na to, jak účastníci experimentu přetlumočili úseky označené tučným písmem. Posuzován byl nejprve tlumočnickův projev jakožto celek a hodnocení probíhalo podle jednoduchého klíče. Tento klíč používají vyučující oboru ATP k hodnocení výkonu svých studentů a byl mi poskytnut vedoucí práce. Shrnout se dá následovně:

- A) Úroveň mluveného projevu (plynulost, odpovídající tempo, intonace, modulace, hezitační zvuky)
- B) Obsahová stránka (adekvátnost, přesnost, výpustky, přidal si tlumočnick vlastní informace, které v originále nebyly?)
- C) Lexikální stránka (šíře slovní zásoby a terminologie, přesnost terminologie, práce s idiomy a kolokacemi)
- D) Gramatika a syntax (interference, plynulost a soudržnost textu, nedokončené věty)

Tlumočnick mohl za každou oblast dostat maximálně 10 bodů a minimálně 0 bodů, což odpovídá škále od 0 do 100 %. Body se odečítaly za nedokonalé zvládnutí jednotlivých oblastí (např. za nedokončené věty byly tlumočnickovi strženy body v sekci D) a 10 bodů tak znamená 100% úspěch v dané oblasti. Tento způsob hodnocení zajišťuje aspoň částečnou objektivitu a měřitelnost při zpracovávání jednotlivých výkonů, ale jelikož výstupem tlumočení je v podstatě kreativní dílo a ne měřitelné hodnoty, které by byly buď prokazatelně správné, nebo naopak prokazatelně nesprávné, je třeba počítat s tím, že hodnocení může být ovlivněno subjektivními pocity hodnotitele.

Výše uvedený klíč umožňuje shrnout kvalitu tlumočnického výkonu jako celku. Tato práce se však soustřeďuje na pojmy *adekvátnost obsahu*, *nadbytečnost* a *plynulost projevu*. Těm je v hodnocení také věnována pozornost. Po vyhodnocení projevu podle výše zmíněného klíče jsou tedy ohodnoceny ještě zvlášť tyto jednotlivé aspekty:

Nadbytečnost: 0-10 bodů. Tato kategorie je bodována na základě nepřímé úměry. Čím více nadbytečných informací a vycpávkových slov, tím menší je dosažený počet bodů.

Plynulost převodu: 0-10 bodů. Desítka, jakožto plný počet bodů, je udělována za plynulý převod bez zadržování se, bez hezitačních zvuků a bez zpětné korekce. Se snížením plynulosti klesá i počet dosažených bodů.

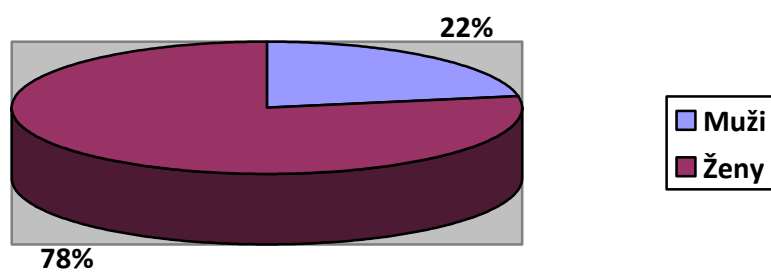
Adekvátnost překladu: 0-10 bodů. Plný počet bodů byl udělen tlumočnickům, kteří projev přetlumočili adekvátně, nepřidali ani neubrali důležité informace, a zprostředkovali posluchači řečnickovy myšlenky v co nejvěrnější podobě. S klesající adekvátností klesá i počet získaných bodů.

Další důležitou informací, kterou je třeba brát v potaz, je to, že v rámci tohoto experimentu nebylo možné sledovat přípravu ve všech jejích aspektech. Studenti, kteří se experimentu zúčastnili, jsou z různých ročníků, a tudíž na různých úrovních. Také není možné sledovat jejich aktivity mimo školu a o úrovni jejich dlouhodobé přípravy tak lze pouze spekulovat. Z tohoto důvodu se tato práce zaměřuje pouze na přípravu krátkodobou. Studentům byla nahrávka dána k dispozici předem, ovšem zda přípravu vůbec provedli, a s jakou důkladností, to už experiment nemapuje. Bylo možné to ověřit před započítáním nahrávání, ale zdálo se logické předpokládat, že se na svůj výkon připravili všichni tlumočníci dle svého nejlepšího vědomí a svědomí. Další okolnosti, které mohly kvalitu tlumočení ovlivnit, jako například psychická a fyzická pohoda, také nebyly v experimentu zohledněny.

1.3 Účastníci experimentu

Na experimentu se dohromady podílelo 18 účastníků, a vzniklo tak 18 nahrávek. Tito studenti byli rozděleni do dvou skupin po devíti. Jednotlivé nahrávky byly hodnoceny anonymně, přičemž jedinou známou informací bylo pohlaví studenta / studentky. Procentuální zastoupení jednotlivých pohlaví je znázorněno v následujícím grafu.

Účastníci experimentu podle pohlaví



2. Jednotlivé výkony

V této kapitole jsou k pročtení všechny přepisy přetlumočených nahrávek, společně s hodnocením. Jedná se pouze o přepisy sledovaných úseků, které byly vyznačeny v předchozí kapitole.

2.1 Připravené

Tlumočníci, jejichž přeepsané výkony jsou uvedeny v této podkapitole, měli originální nahrávku k dispozici předem a mohli se na tlumočení připravit. Jednotliví účastníci experimentu jsou označeni čísly 1-9.

2.1.1 Tlumočník 1

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Uh, kolikrát za život jste slyšeli, že... uhm, že lidé se nestarají nebo že změna není možná, protože lidé jsou uhm... moc hloupí na to nebo moc uhm, starají se pouze sami o sebe nebo uhm... zkrátka se nestarají o to, co se kolem nich děje. Uhm, já však říkám, že apatie neexistuje, a že p...uhm, lidé se opravdu snaží a mají... mají... uhm... snaží se o změnu.

... Já však říkám, že lidé mají zájem něco změnit, nicméně, velmi často, uhm... velmi často jsou odrazeni nějakou... nějakými vnějšími faktory.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Já vám však dám příklad toho... nebo, uhm... otevření nových... nebo, uhm... nových... reklamu na otevření nových... nových úřadů.

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

Nicméně, ve veřejném sektoru je to celkem... celkem běžné. A jako v případě například uh, právě těch úředních budov, uh... lidé zkrátka ztrácejí zájem. Není to proto, že by se nestarali, ale protože jsou určitým způsobem odrazeni.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Uh, stejně tak na veřejných prostranstvích se vyskytují většinou reklamy, které, uhm... u kterých není naprosto jasné, co je jejich zprávou nebo co chtějí sdělit. Zkrátka v dnešní době to funguje tak, že kdo má více peněz, ten získá více místa... a je jedno, jakou zprávu se snaží do světa, uh... propagovat.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

Uhm, stejná situace je momentálně v médiích, obzvláště co se týče, uh, politických... politických debat nebo politických... politiky celkově. Uh, media podávají velmi zkreslující obrázek, který velmi často, uh... ať už čtenáře

nebo diváky o... svým způsobem odrazuje k tomu, aby vůbec třeba měli chuť číst nebo dívat se dál. Uhm, když se například podíváte o tohoto plátku, nebo do tohoto časopisu, najdete tady...

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

Noviny, nebo media celkově tedy...uhm, velmi... uh, velmi nevhodným způsobem sdělují občanům, že se nemají nějakým způsobem zapojovat například do... do chodu místní komunity a tak dále. Takže opravdu... uhm, není to o tom, že by se lidé nezajímali, ale spíše... například média v nich spíše vyvolávají ten... uhm, záporný vztah, ať už například k politice nebo k závažným tématům.

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Uhm, když si například vezmeme co... nebo jak v dnešní době nahlížíme na to, kdo je hrdinou, nebo jak vůbec se díváme na podstatu leadership nebo toho... té schopnosti vést. (...)

... protože leadership jako takový je především kolektivní, je nedokonalý a hlavně je... dobrovolný. A lidé by si měli uvědomit, že schopnost vedení nebo být vůbec hrdinou nebo... tím vůdcem, znamená mít určitou sílu... vnitřní sílu a uhm... mít odvahu... jít za svými sny.

Hodnocení: 14/40 = 35%

- A) Projev trhaný, plný hezitačních zvuků. Intonace nekopíruje řečníka, neklesá na konci věty. 2/10
- B) Mnoho informací vynecháno či naopak přidáno, překlad zachovává hlavní myšlenku, ale je prost veškerých detailů, které byly v originále. 4/10
- C) Slovní zásoba ničím nevyniká, terminologie je nepřesná či je informace rovnou celá vynechaná. 5/10
- D) Častá interference angličtiny, ať už ve stavbě věty či ve výběru slovní zásoby. Nedokončené věty a nekoherentnost textu. 3/10

Nadbytečnost: 5

Plynulost převodu: 2

Adekvátnost převodu: 4

2.1.2 Tlumočník 2

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Hm, jak často slýcháme, že je lidem prostě všechno jedno? Že nějaká zásadní změna není možná... protože lidé jsou sobečtí, hloupí a líní na to, aby změnili svou obec či komunitu. Lhostejnost však dle mého názoru neexistuje. Lidé se zajímají a... uh...ale náš svět jim efektivně brání v tom, zapojit se, kvůli různým překážkám a zábránám.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Máme zde nějaké novinové oznámení a to oznámení je o žádosti o změnu územního plánu pro novou kancelářskou budovu, aby sousedství vědělo, co se děje.

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

Ale Toronto, město Toronto, zřejmě nechce, abysme se zapojili do plánování, jinak by to oznámení vypadalo jinak. To, že ty informace by byly strukturovány tak nějak přehledně... přehledně rozloženy. Dokud budou oznámení jako tato, tak je jasné, že se lidé nezapojí, ale to však není lhostejnost, ale záměrné vyloučení.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Ehm, dále, veřejný sektor. Způsob... nebo veřejný prostor. Způsob, jakým zacházíme s tímto veřejným prostorem je velkou překážkou proti nějakým progresivním politickým změnám. Dali jsme v podstatě cenovku na svobodu projevu. Kdo má nejvíce peněz, ten dostane největší prostor a tím... prostor... a tím zahltí naše smysly a duševní prostor. Problémem je, že existují nějaká úžasná řešení a myšlenky, ale ty nejsou ziskové, a proto je na billboardu nikdy nevidíme.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

Uhm, sdělovací prostředky hrají, myslím, důležitou roli v rozvoji, uhm, našeho pohledu na politické změny, a to tím, že politiku v podstatě ignorují a zaměřují se na ty skandály a celebrity. No, a když už o nich mluví, tak způsobem, který spíše lidi odrazuje. Uvedu nějaký příklad – například časopis New York z minulého týdne, což je, myslím, Torontský progresivní týdeník...

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

...což posiluje tedy ideu, že politika je jen divácký sport. (...) Uhm... hrdinové. Jak se nahlíží na tu schopnost vest. (...) Někdo jim řekl: “jsi vyvolený, musíš zachránit svět.” A oni šli a svět zachránili a přidalo se k nim pár... uh... pár lidí. (...) Hrdinské úsilí je společné úsilí a to zaprvé. Zadruhé je to nedokonalé úsilí. Není atraktivní, je to dlouhodobý proces na celý život.

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Dokud se budeme učit, že hrdinou je ten kdo má... uh... počkat. To už možná říkám... Jo, to už jsem říkal z hlavy. OK, tak kde jsem skončil. Jo, to úsilí, že

je dobrovolné, a dokud budeme učit, že hrdinou se může stát...stane ten, komu vyškrábnou jizvu na čele nebo pokud se účastní nějakého proroctví, přehlédnete to důležité a to, že to... vedení přichází zevnitř. Je to následování snů, je bez vyznání. Nikdo vás k tomu nevyzve. Ale, uhm... Je to v podstatě spolupráce s ostatními na tom, abyste ty sny splnili.

Hodnocení: 32/40 = 80%

- A) Projev příjemný, plynulý, tempo odpovídající. Dobře pracuje s intonací. Na začátku každého segmentu vydává hezitační zvuk, jinak se jich snaží vyvarovat. Přemýšlí nahlas o tom, co už řekl a co ještě ne. Dává najevo nejistotu („myslím“). 5/10
- B) Převod adekvátní, až na výjimky (časopis New York). Nevynechává a nepřidává informace. 9/10
- C) Slovní zásoba adekvátní, ale často opakuje některá vsuvková slova (př. „v podstatě“). Terminologie vhodná a s kolokacemi si poradil dobře. 10/10
- D) Věty se vždy snaží dokončit. Text na sebe plynule navazuje, ale objevuje se anglický pořádek slov a na konci tlumočení už ztrácel koncentraci a často se zasekával. 8/10

Nadbytečnost: 8

Plynulost převodu: 8

Adekvátnost převodu: 9

2.1.3 Tlumočník 3

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Jak často slyšíme, že lidé prostě nemají zájem o to, co se děje v politice. Už jsme slyšeli o tom, že uhm... lidé v politice jsou příliš sebestřední, příliš hloupí, anebo je prostě nezajímá všeobecné dobro. Myslím si, že je toto spíše způsobeno tím, kolik překážek nám stojí v cestě.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Máme tady první příklad a to je to, jak radnice podala zprávu o tom, že by se lidé měli zapojit v plánu na... změnu města.

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

vynechal

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Ve veřejném prostoru jsou to pak zábrany, týkající se toho, že ten kdo má peníze a má i možnost dát... to co chce říct dejme tomu na billboard. Problém je v tom, že ne všechny nápady, které jsou pro společnost dobré, jsou i výnosné.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

Dále tady pak máme média, které často ovlivňují mínění veřejnosti a to, co se děje. Máme tady ukázkou z časopisu, kde se píše o divadelním představení...

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

Samozřejmě mnoho lidí toto může vidět jako drobnost, ale já si myslím, že je to velmi důležité, protože pak ztrácíme kontakt s tím, co je důležité.

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Pak tady máme příklad o tom, jak se rodí vůdci. (...) Hrdina v nich je vybrán k tomu, aby zachránil svět nebo aby udělal něco důležitého. Tak se tedy vezme a něco udělá. Takhle to v normálním světě nefunguje. Ve skutečnosti to funguje tak, že pokud se chcete dostat k tomu, abyste vedli dejme tomu

organizaci v životě... tak jde o společenskou záležitost, s tou určitě budete potřebovat pomoc, pak... uh... určitě nebudete dokonalí jako vůdce, a nejdůležitější věcí je to, že v těchto filmech není ukázáno dětem, že se jedná o dobrovolnou věc. Nejde o to, že vás někdo vybere nebo... označí a vy budete najednou někým, kdo povede ostatní.

Hodnocení: 16/40 = 40%

- A) Velice plynulý projev téměř bez hezitačních zvuků. Vyjadřování pomalé a srozumitelné, hlas trochu nejistý. 10/10
- B) Vypouští zhruba 50% informací a místo převodu originálu provádí spíše shrnutí řečnickových myšlenek. Jeden z úseků vynechal úplně. Na jiných místech pro změnu přidává nové informace a tlumočení je tak významově značně zkreslené. 2/10
- C) Vynechal téměř všechna slovní spojení, která jsem v textu označila. 1/10
- D) Věty mají začátek i konec, ale občas se objeví špatně vyskloňované slovo (média, které...) a jednotlivé celky na sebe tematicky příliš nenavazují. Celkový projev je nepochopitelný. 3/10

Nadbytečnost: 9

Plynulost převodu: 10

Adekvátnost převodu: 2

2.1.4 Tlumočník 4

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Jak často slyšíme, že lidé se o nic nezajímají. A že nejsou schopni žádné výrazné změny, protože jsou uh... sobečtí, hloupí nebo líní. A nejsou schopni dosáhnout žádného většího rozdílu. Někteří říkají, že to je díky apatii, nebo někteří to nazývají apatií, ale uhm... můj názor je takový, že j...uh, jsou nám do cesty dávány překážky a zábrany, které nám, uh... brání v tom, abysme se více angažovali.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Viděli jste někdy některý z těchto papírů... dokumentů? Je to oznámení o změně... žádosti o změnu územního plánování pro stavbu uh... nové kancelářské budovy.

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

...zatímco radnice uh... asi nechce, abyste se angažovali, uh...v těchto tématech.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual

and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Veřejný prostor. Uh... zde je také problém. S tím, uh...d-dosáhnout nějaké skutečné změny, protože uhm... jsme, uhm... dali cenu na... uh, ocenili jsme vlastně, uhm...svobodu projevu. A tak, uhm... ten kdo má víc peněz, tak také získá, uh... větší hlas a větší možnost se projevit. Proto některé zprávy, které jsou důležité, se nedostanou do podvědomí veřejnosti, protože uh prostě nejsou, uh... výdělečné.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

Média hrají take důležitou roli v tom, jak vnímáme, uh, to... jak se angažujeme. A myslím, že zabraňují tomu, abysme se angažovali v některých politických změnách tím, že nemluví o důležitých politických otázkách, ale spíše o celebritách a skandálech. A dok... I když mluví o politických změnách, o politických problémech, uh, tak to dělají tak, že...uhm... že odrazují lidé-lidi od toho, aby se, uhm, nějak angažovali. Zde vidíme, uhm, například, uhm, článek o...uhm, o divadelním rev... recenzi na divadelní představení.

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

A vypadá to, že hlavní poselství, uhm... z toho plyne, že se nemáme... nebo že nechceme se zahrn-uhm... angažovat v žádných takovýchto věcech, a spíše nás zajímá, jakou knížku si můžeme přečíst, kam jít na film, a podobně.

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process

your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Hrdinové. (...) Ale ve skutečnosti je vedení kolektivní věc a není to dokonalá věc a je dobrovolná. Nezačíná tak, že vám někdo na čelo uhm... udělá značku, s tím, že vy jste teďka vůdčí osobnost. Ale... pochází vlastně... uhm... vedení pochází z vás, zevnitř. A... je to... není to nic, k čemu byste byli vybráni, ale sami si to vybíráte, tuto cestu.

Hodnocení: 21/40 = 52,5%

- A) Projev je v odpovídajícím tempu, ale hojně prokládán hezitačními zvuky a tlumočnick se často zadržává. Častá přeroknutí a zpětná korekce. 5/10
- B) Převod informací je průměrný a řečnickovy myšlenky jsou z velké části zachovány. Některé úseky jsou ale velice zkrácené a ztratilo se mnoho informací. 6/10
- C) Užívání nespécifických výrazů jako „věc“ (kolektivní věc) a nespisovné „abysme“ a „teďka“. 5/10
- D) Přetlumočený text je poměrně koherentní a jednotlivé části na sebe navazují. Interference z angličtiny v textu jsou, ale v přiměřeném množství. Projev je však kvůli častému opravování neplynulý a pro posluchače je těžké udržet pozornost. 5/10

Nadbytečnost: 8

Plynulost převodu: 5

Adekvátnost převodu: 6

2.1.5 Tlumočník 5

Antidote to apathy

Protijed na netečnost.

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Často slýchám, že lidé se o nic ne-zajímají. Že jim na ničem nezáleží, že změna je nemožná, hlavně kvůli tomu, že lidi jsou stup...eh... že lidi jsou sobečtí, hloupí a líní. Ve skutečnosti, podle mě, však apatie neexistuje. I přesto, že někteří tvrdí, že trvalé změny a změny vůbec jsou nemožné. Ne, apatie neexistuje.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Uh... takže, vidíme tady novinové oznámení – určitě jste už takové viděli – má to být informace uh... pro obyvatele o výstavbě v místě jejich bydliště.

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

Kdyby se tím řídili i uh... státní uh, úřady, vypadalo by oznámení o plánované výstavbě asi takhle. Tohle ovšem není případ apatie, ale možná úmyslného... pokusu o úmyslné neinformování obyvatel, aby nezasahovali do plánovacího procesu.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Dalším příkladem je veřejný prostor. Uh... svobodnému vyjadřování přikládáme velikou cenu, dochází ovšem k tomu, že ten kdo má nejvíc finančních prostředků, je také nejvíc slyšet.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

No, teď se to zaseklo... Dalším důležitým hráčem v této oblasti jsou média. Média brání politickým změnám také kvůli tomu, že politiku ignorují a zaměřují se místo toho na celebrity a skandály. Uh... na slajdu je... jsou fotografie z minulého vydání časopisu Now.

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

Potom to ovšem vede k takovému náhledu na věc, že politika je diváckým sportem a to je velice nebezpečné.

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous,

and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Uh... dále se podíváme na vzory nebo na kladné hrdiny. (...) Uh... když se zamyslíme na tím, co vlastně hrdinství je, dojdeme k závěru, že je to kolektivní úsilí. Že, uh... nemůže všechno být perfektní a dojdeme také k závěru, že je to úsilí dobrovolné. (...) Popud k tomu, stát se hrdinou, vychází zevnitř, což se značně liší od toho, že vám někdo udělá jizvu na čele, nebo vás zvolí nějakým proroctvím.

Hodnocení: 36/40 = 90%

- A) Projev je místy roztřesený a tlumočnice někdy uprostřed věty dlouho přemýšlí. Objevují se poměrně často i hezitační zvuky. Velice dobrá intonace a příjemné tempo. 7/10
- B) Jeden z nejlepších převodů, kde tlumočnice nezapomněla ani na název celého videa. Vynecháno bylo jen pár okrajových informací a tlumočnice se věrně drží řečnickova projevu. 10/10
- C) Velice bohatá slovní zásoba, která přispívá k líbivosti výsledného projevu. Nápadité obraty („dalším hráčem v této oblasti jsou média“). Zachování názvu týdeníku Now. 10/10
- D) Pěkně sestavené věty. Občasná zpětná korekce, ale jako celek je text koherentní a jednotlivé úseky na sebe navazují. 9/10

Nadbytečnost: 10

Plynulost převodu: 5

Adekvátnost převodu: 9

2.1.6 Tlumočník 6

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Jak často lidé říkají že-že-že uhm... nikoho nic nezajímá. Protože lidé jsou lhostejní. A kolik lidí už vám řeklo že-že nejde dosáhnout žádné podstatné změny, protože lidé jsou sobečtí, hloupi a líní na to, aby změnili něco ve své komunitě. Já vám chci dneska říct, že apatie, jak ji známe, ve skutečnosti neexistuje. A že je to spíš o tom že... že žijeme v tom prostředí, které aktivně se staví proti jakémoliv uh... změně.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Uhm... viděli jste už někdy-někdy něco takového? Uh-uhm, není... je to reklama na nákou... na uhm... tu změnu územního plánování pro stavbu kancelářských budov.

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course

people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

..zatímco město nechce, abyste se nějak zapojili do těchle, do věcí. A... takže... to by-to by spíš vypadalo takhle. Že-že-že by to bylo jasné, jak se můžete zapojit a to je ta message... to je ta zpráva. Takže nejde o apatii, ale záměrné vyloučení z toho procesu.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Uh, další věc je veřejný prostor. To jak-to jak se chováme špatně k tomu veřejnému prostoru uhm... je... dává překážky k tomu abych-aby-aby se se věci dostávali mezi abuta-ééé... aby se lidé účastnili na změně. My jsme dali cenovku na svobodu projevu. Kdo má nejvíc money-ééé... peněz, tak může uhm... se projevovat nejvíc. Ale proba-ááá za-zavírat ten vizuální a mentální prostor Ale problém je, že některé ty myšlenky n-není výhodné finančně říkat, takže se nikam nedostanou.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

Média jsou velice důležitá v tom jak-jaký mají vliv na uh... na to, jak se lidé chtějí zapojovat do politické scény. Problém je, že média uh...s-se pokrývají jen nějaké celebrity a-a osobnosti a když už... když už se věnují nějakému

politickému problému, tak způsobem, který vůbec nepodporuje lidi v tom, aby se zapojili. Tady vám dám nějaký příklad.

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

...což celé vyvolává dojem, že politika je takovým sportem, který se dá jenom pozorovat, ale nesmíme se do něj zapojit.

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Tady máme uh... další slajd jsou hrdinové. Jak vnímáme vůdce nebo vedoucí. (...) Uh... takže hrdinské činy. Hrdinské činy jsou zaprvé... jsou nedokonalé, za druhé jsou kolektivní a za třetí jsou dobrovolné. Dobrovolné – pokud budeme učit svoje děti, že eh... že hrdinství spočívá v tom, že-že někdo vám udělá jizvu na čele nebo řekne, že jste součástí nějakého proroctví, tak se nikdy nic nestane. Protože to-to vůdcovství spočívá v tom, že-že je t-to něco, co přichází z... se formuje uvnitř člověka ten člověk pak, nepozván, jde společně s ostatními se podělí na tom, aby se ten sta... ten jeho sen stal skutečností.

Hodnocení: 20/40 = 50 %

- A) Tlumočník mluví příjemným tempem a hezitačních zvuků využívá méně často než jeho kolegové, ale zadržává se, koktá a opravuje se. Projev tak není příjemný na poslech. 3/10
- B) Řečnickovo poselství bylo pochopeno a tlumočník je poměrně zdárně předává dál. Okrajové a podrobné informace (jména, názvy) byly vypuštěny, ale nebrání to pochopení smyslu sdělení. 8/10
- C) Nevyrovnaná práce se slovní zásobou. Některé problémy vyřešeny velmi dobře („udělá jizvu“, „změna územního plánování“, hrdinské činy“), ale v kontrastu s neformálním jazykem celého projevu („ňáký“, „těchhle“). 6/10
- D) Věty jsou zmatené a tlumočník v půlce začne měnit jejich strukturu, takže netvoří koherentní celky („Tady máme uh... další slajd jsou hrdinové.“) Negativní ovlivnění jazykem originálu („člověk pak, nepozván, jde...“). 3/10

Nadbytečnost: 8

Plynulost převodu: 4

Adekvátnost převodu: 8

2.1.7 Tlumočník 7

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Jak často jste už slyšeli, že uh... lid'-é se prostě nestarají, nic je nezajímá, a že skutečná změna je vlastně nemožná. Že lidé jsou prostě příliš sobec-ští, uh... hloupí nebo příliš líní. Já vám dokážu, že apatie jako taková vlastně vůbec neexistuje. Že je to uh-svět, který nám do cesty staví překážky a omezení a dám vám několik příkladů.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Viděli jste už n-něco takového? Uh, je to reklama z novin na uh... z-změnu územního plánu, kt-je to v podstatě nemožné...

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

Což znamená, že město nechce, abyste se vyjadřovali k návrhu a uhm... není to apatie, je to uhm... úmyslné vyloučení... z procesu.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Za druhé, veřejný prostor. Způsob, jakým uh... vlastně uh... bereme v potaz veřejný prostor je uh... největší p-překážkou v jakýkoliv... rozvoj nebo postup v této oblasti. Protože jsme v podstatě na všechno dali cenovku. Znamená to, že kdokoliv má... čím více má peněz, tím více je vidět, uh... je o něm více slyšet a jsou zde i důležité uh... věci, které uh... vlastně nemohou být řečeny.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

Uh, média... zprostředkovávají na-še obraz politického dění. Uh, v podstatě nám ale dávají najevo, že jsou... zanedbatelná, že je můžeme ignorovat, protože se více soustředí na uh... známé osobnosti a na skandály, takže nás to vlastně odrazuje od uh... toho se o to zajímat. Uh... v magazínu Now uh... je... uh, příběh z dvoustrany...

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

Politika se v podstatě bere pouze za sport-

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Uh, hrdinové. (...) Uh...hr-vlastně hrdinské činy jsou výsledky činů uh... skupin, větších kolektivů. Uhm... ne-není to dokonalé, je to vlastně... není to proces, který by někde začal a někde skončil, je to nekonečný proces který v- sně děje celý váš život a c-co je nejdůležitější, je dobrovolný. Uh... říkáme svým dětem uh-že uhm... jsme vyvolení vlastně tím, že mají značku na čele nebo jsou součástí proroctví, ale musí následovat své vlastní sny.

Hodnocení: 24/40 = 60 %

- A) Tlumočnice dobře intonuje a zprostředkovává posluchači řečnickovu naléhavost. Nicméně se i zde objevuje mnoho hezitačních zvuků a občasná zakoktání, která projevu ubírají na líbivosti. 8/10
- B) Překlad je adekvátní zhruba z 50 %. Tlumočnice si některé úseky přetváří podle sebe („médiá nám dávají najevo, že je můžeme ignorovat“). 5/10
- C) Časté užívání vycpávkových slov („vlastně“). Dobře zvládnutá práce s terminologií („hrdinské činy“, „změna územního plánování“). Zachováno jméno časopisu Now. 7/10
- D) V jedné větě se objevilo špatné skloňování („...zprostředkovávají naše obraz...“), v dalších se objevují nepřirozené a rušivé konstrukce („...nás to odrazuje od toho se o to zajímat.“) Objevila se i nedokončená věta (významově sice plnohodnotná, ale intonace naznačovala, že ještě bude pokračovat). 4/10

Nadbytečnost: 5

Plynulost převodu: 8

Adekvátnost převodu: 5

2.1.8 Tlumočnick 8

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know

it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Kolikrát jste slyšeli, že lidé prostě... se prostě nestarají. Uh, kolikrát jste slyšeli, že zásadní změna není možná, že je to kvůli tomu, že lidé jsou sobečtí, hloupí, nebo jednoduše strašně... velice... hloupí. Uhm, aby... aby udělali jakoukoliv změnu v komunitě. Dnes zjistíme, že apatie není přirozená, a že lidé opravdu se zají... že lidé se zajímají. Ale že jsou jim neustále házeny klacky pod nohy a bariéry.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Tady vidíte článek z novin. Je to oznámení o změnách v nové budově, plné kanceláří.

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

Ale město Toronto evidentně nejeví zájem, abyste se zapojili. Ale toto není apatie, to je řízené nebo... záměrné vyloučení vás.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Dalším příkladem jsou veřejná prostranství. Uhm... je tady velice... velice překážek k tomu, aby se stala nějaká změna. Svoboda vyjadřování má na sobě cenovku a některé zprávy prostě není výhodné nějak předat.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

Další oblastí jsou média. Ta nám vzkazují, že politická změna vlastně není možná, protože politiku většinou ignorují ve prospěch článků o celebritách a skandálech. Například toto – toto byl hlavní článek.

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

Zdá se to jako malé, ale není tomu tak. Protože to v nás nutí... nám to nutí tu představu, že politika je pouze sport, který můžeme sledovat, a že se do něho nemůžeme zapojit.

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Další jsou hrdinové. To jak vnímáme vůdcovství. (...) Co si o těchto... těchto činech musíme uvědomit: že jsou kolektivní, že nejsou dokonalé – je to neustálý proces, který nemá začátek ani konec. A co je nejdůležitější, že jsou

dobrovolné. Heroismus pochází z člověka samos... z člověka samotného. Z jeho myšlenek, z jeho... z jeho snů. A nikdo... nikdo vás k tomu nevyzve.

Hodnocení: 30/40 = 75 %

- A) Tlumočnice dobře intonuje a artikuluje. Hezitační zvuky se v projevu téměř neobjevují, ale tlumočnice se často opravuje, a to je rušivé. 8/10
- B) Všechny hlavní myšlenky byly přeneseny a posluchač je schopen pochopit řečníkův záměr. Pouze drobné faktické nepřesnosti („oznámení o změnách v nové budově, plné kanceláří“). 8/10
- C) Výborná práce s terminologií a rozmanitá slovní zásoba. 9/10
- D) Občas se objeví nepřirozená věta („Zdá se to jako malé, ale není tomu tak.“) Ostatní věty jsou v pořádku, ale stále je na nich poznat vliv jazyka originálu. 5 /10

Nadbytečnost: 6

Plynulost převodu: 6

Adekvátnost převodu: 8

2.1.9 Tlumočník 9

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in

a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Jak často jste slyšeli, že lidé se prostě nestarají. Že prostě nemají o to zájem, zapojovat se do různých věcí. Já vám chci dneska ukázat... uhm... že takováto apatie, takováto lhostejnost neexistuje, že opravdové změny lze provést. A myslím si, že jde spíše o svět, který vám do cesty staví různé překážky a zabraňuje vám tak zapojovat se do veřejného života.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Viděli jste už někdy něco podobného? Je to reklama v novinách, kde městský úřad sděluje, uhm... změnu územního plánování, že postaví novou budovu s kanceláři.

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

...a město uh... naopak nechce, abyste se zapojili. Proto je tato reklama poněkud nejasná. Jde tedy o záměrné vyloučení vás z procesu.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Pojďme se podívat na veřejná prostranství. To uh, jak špatně jsou tato místa využívána, je obrovskou překážkou. Zkrátka to funguje tak, že kdo má více

peněz, má také více místa... na veřejnosti. Proto se některé informace k vám ani nedonesou, protože prostě uh... nejsou zaplacený.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

Podívejme se uh, na média, kde je politika spíše ignorovaná a kde se soustředíme spíše na celebrity a různé skandály. Způsob, jaký, média prezentují různé politické zprávy, a... zapříčiňuje to, že se nechceme zapojit do politického života. Podívejme se na tento článek.

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

Jak už říkám – celé je to zaměřené na jídlo, knihy a sport, ale ne na politiku. Jako by někdo chtěl, abyste se do ní nezapojili.

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Hrdinové. (...) Uh... hrdinství je všechno o kolektivní snaze. Nezávisí jenom na tomto jedinci, ale hlavně není dokonalé, jde o proces, který se vyvíjí po celý náš život. A co je velmi důležité, je to dobrovolné. Takže pokud učíme naše děti, že hrdina je někdo se značkou na čele, není to tak dobře. Uh... hrdina je

někdo, kdo následuje své sny a uhm... snaží se je uhm... naplnit po celý svůj život.

Hodnocení: 31/40 = 77,5 %

- A) Tento projev je spíše rychlejší, ale stále příjemný na poslech. Tlumočnice dobře intonuje a k hezitačním zvukům se neuchyluje příliš často. 8/10
- B) Není přeneseno 100 % informací, ale hlavní myšlenka je zprostředkována dobře a pochopitelně. 9/10
- C) Velká slovní zásoba a její nápadité využití („veřejná prostranství“). Vynechání všech jmen a názvů. 8/10
- D) Ne všechny věty jsou správně a přirozeně české a často se negativně projevuje vliv angličtiny. 6/10

Nadbytečnost: 9

Plynulost převodu: 8

Adekvátnost převodu: 9

2.2 Nepřipravené

Tato skupina tlumočnicků originální nahrávku předem nedostala a tlumočení tedy probíhalo spontánně a bez přípravy. Jednotliví účastníci experimentu jsou označeni písmeny A-I.

2.2.1 Tlumočník A

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Uh, uhm... Jak jsme již mnohokrát vysvětlili-uh, mysleli, uh... lidé se prostě nezajímají, uh...nestarají. Uhm... už jsme mnohokrát slyšeli, že většina lidí je například příliš sobecká, hloupá, a tak dále. To co se dnes tady může říct je, že uhm... apatie neexistuje. Uhm... nyní žijeme ve světě, který... který brání lidem zapojovat se do procesu a klade jim překážky.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Zde můžete vidět reklamu... uhm... neboli inzerát, týkající se územního... změny územního plánu uhm... této budovy.

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

Uhm... správná reklama by měla vypadat jako něco... nyní už tady je vidět na obrazovce. Uhm, zde můžete vidět čistě rozvrstvené informace, takže lidé dokáží pochopit a přečíst tu reklamu. Chtěl byh ří-říci, že...uhm... v dnešní době uhm...uhm, apatie neexistuje. A...uhm... lidem jsou kladeny překážky v pochopení.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Ah, uhm... v dnešní době je... vlastně svoboda vyjádření...uh...uhm... vlastně svoboda vyjádření jde ruku v ruce s penězi – to znamená, čím více máte peněz, tím uh může být... uh... váš hlas nebo to co řeknete uh... silnější. A lidé to uslyší.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

Média... dnes hraje taky důležitou roli. Místo aby se soustředili na politické témata, tak se zaobírají... skandály a nerelevantními informacemi. Já cítím, že... toto nepodporuje vlastně zapojení lidí do informačního procesu. Zde bych chtěl uvést příklad. Uhm... na obrazovce můžete vidět vlastně příběh, uh...o... příběh o divadle.

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

Uh... podle mého názoru toto však posiluje uh... takový nápad, že... politika je uh, diváckým sportem.

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As

long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Dále, uh... jak můžete vidět, jsou hrdinové. (...) Uh, toto vysílá špatnou zprávu. Hm, ukazuje se, že to vysílá špatnou zprávu, že hrdinové jsou vlastně... nejsou perfektní, uh... jejich činy jsou, nebo nejsou... jsou... uh... dobrovolné. Uh, v čem samotné hrdinství chybuje, je to, že se vlastně, se stírá význam uh... vůdcovství. Protože uh... vůdce nedostává pokyny, co má dělat. Na rozdíl od těchto hrdinů, kterým je řečeno, co musí udělat.

Hodnocení: 11/40 = 30 %

- A) Projev pronášen nesebevědomě a velice často prokládán hezitačními zvuky. 1/10
- B) Hlavní myšlenky jsou přeneseny, ale mnoho důležitých informací je vynecháno a text je tak spíše shrnutím řečnickova projevu než jeho převodem. Tlumočník často opakuje, co už jednou říkal, namísto informací, které přeslechl nebo zapomněl. 6/10
- C) Téměř všechny terminologicky náročné oblasti vynechal a převedl pouze zobecněnou myšlenku. 3/10
- D) Nečeské věty („Média dnes hraje důležitou roli.“) Věty jsou dokončené, ale s dlouhými prostoji a častou korekcí. Časté užití vycpávkových slov. 2/10

Nadbytečnost: 3

Plynulost převodu: 1

Adekvátnost převodu: 4

2.2.2 Tlumočník B

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Kolikrát jsme mohli slyšet, že lidé se nestarají o ostatní, protože jsou buď moc líní, stupidní, a nebo zaujatí sami sebou. Já bych vám teď chtěl říct jednu věc a to, že apatie jak ji známe, vlastně neexistuje. Jedná se o to, že život nám dává v průběhu našeho žití do cesty určité překážky a bariéry.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Můžete si všimnout téhle reklamy.

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

Takže pokud se jedná o reklamu na naší budovu a reklamy, které jsou vlastně stejného rázu, tak pokud bude město reklam... dávat reklamy takovéhohle rázu, tak lidé se nebudou víceméně zajímat. Nejedná se však o apatii, ale o jakési vyčlenění a nezájem.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Další otázka je otázka veřejného prostoru. Přičemž vlastně ten, kdo má nejvíc peněz, umístí největší reklamu na nejdostupnější veřejný prostor.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

Dalším v pořadí jsou například média, která se nezaobírají politikou a podobnými tématy, a víc se soustředí například na celebrity a jejich skandály. Dám vám příklad. Jedná se o magazín, který... nebo časopis, který vyšel vlastně minulé... nedávno...

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

Říká nám to, že politika je vlastně jenom určitým způsobem sport pro diváky.

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your

own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Jak se stavíme k vedení. (...) Uh... háže to vlastně určité špatné světlo na vůdcovskou pozici jako takovou, protože lidi si to potom... ostatní lidé si to potom vykládají špatným způsobem a vidí to špatně. Ona vlastně taková... hrdinská snaha je vlastně určitou kolektivní snahou, která je způsobem neperfektní, nebo není dokonalá, a je dobrovolná. Takže pokud budeme stále učit naše děti, že eh... hrdinství přichází do... ve chvíli, kdy vám někdo vyškrábe značku na čelo, tak je to špatně, protože hrdinství jako takové vlastně přichází z našeho nitra a je naprosto dobrovolné.

Hodnocení: 34/40 = 85 %

- A) Tlumočnice působí trochu znuděně a občas vzdychá, jinak je ale projev velice příjemný na poslech. Správně intonuje a hezitační zvuky používá jen minimálně. 9/10
- B) Občasný významový posun (život nám dává do cesty překážky). Přeneseno pouze zhruba 75 % informací, ale všechny důležité zůstávají zachovány. 9/10
- C) Vkládání vycpávkových slov, opakování stejného slova („Lidé si to potom vykládají špatným způsobem a vidí to špatně.“) Překlad některých slov „znečištěn“ originálem (stupidní, magazin). Používání nespisovných výrazů (pokud', takovéhodle). 6/10
- D) Věty se drží české syntaxe a není na nich znát vliv angličtiny. Mají začátek i konec a dávají smysl. 10/10

Nadbytečnost: 7

Plynulost převodu: 10

Adekvátnost převodu: 9

2.2.3 Tlumočník C

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Jak-jak často slýcháme, že lidé uhm... vůbec jim nezáleží na tom, co se děje a s tím, že i vlastně jakákoliv změna je nemožná. Protože lidé jsou hloupí, jsou uh... sobečtí, takže se dozvídáme, že soucit vlastně vůbec neexistuje, protože žijeme ve sm... ve světě, uh... ve kterém jsou různé uh... různá omezení... příslibení. Je to tím, že lidé si sami stanovují překážky a bariéry.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

...kde je úryvek z novin, kde vidíme popis a další informace, na základě kterých vyvodí...

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

To ale vlastně neznamená žádný příklad. Je tady mnoho snah jak uh... jak se snažit zahrnout vlastně lidi do procesu, ale uh... vlastně... to vůbec není tak, jak to vyznívá, ale je to vlastně záměrné vyloučení.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Největším problémem potom veřejný prostor, kde jsou samozřejmě velmi velké překážky. Pravidlo většinou zní, že uhm...ten kdo má nejvíce peněz, má taky největší uhm... největší slovo. Nicméně, tento model nefunguje, protože většinu problémů nebo nesnází nenajdeme uh... nebo nejsou zobrazeny na billboardech.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

Dalším prostředníkem jsou potom média, která vlastně zahrnují vztahy... nebo pokrývají vztahy. Nicméně jsou ignorovaná různá fakta. Velmi se zajímají o celebrity a další populární osobnosti, ale už ne potom politiku, a pokud, tak zase z vlastního pohledu, s tím, že lidi nemůžou být uh... se nemůžou nějakým způsobem interesovat.

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

Jak ale moderátor... moderátor si myslí, že je tento fakt důležitý. (nahrávka končí)

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process

your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Hodnocení: 15/40 = 37,5 %

- A) Projev je plný hezitačních zvuků, jejichž užívání je však s postupem času méně časté. Tempo i intonace jsou v pořádku. 8/10
- B) Text absolutně neodpovídá řečnickovým myšlenkám. Tlumočnice si přidává vlastní informace a v podstatě si vymýšlí úplně nový projev. Nahrávka končí předčasně. 0 /10
- C) Časté využívání vycpávkových slov a zpětná korekce. 5/10
- D) Časté interference originálního jazyka, nedokončené věty a věty, které nezní česky („To ale vlastně neznamená žádný příklad.“) 2/10

Nadbytečnost: 4

Plynulost převodu: 4

Adekvátnost převodu: 0

2.2.4 Tlumočnick D

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most

people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Um, jak často slýcháme, že lidem je spousta věcí jedno. Uh, kolikrát řeknou, že je skutečná nebo uh... zásadní změna není možná, protože většina lidí je příliš sobecká, hloupá nebo líná, aby se pokusila o nějakou změnu. Uh... říkám vám, že lhostejnost, tak jak si myslíme, uh... ve skutečnosti neexistuje a lidé mají zájem o to, žít ve světě, v jaké být chtějí.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Už jste něco takového někdy viděli? Jedná se o novinovou reklamu. Uh... jedná se o oznámení u žádosti na změnu územního plánu pro novou budovu s kancelářemi.

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

Tohle se nikdy nestane, leda že by firma Nike chtěla prodat boty a dali si reklamu do novin, tak jako to udělala radnice. Uh... samozřejmě, tohle by se nikdy nestalo, inzeráty, jako je tento, nevidíte, protože uhm... Nike stojí o to, abyste si koupili jejich produkty, ale město nestojí o to, abyste se zapojili do procesu. Jinak by reklamy byly daleko lepší.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual

and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Uhm... tak jak zacházíme s naším okolím je obrovskou... obrovským problémem proti jakémukoliv pokroku v politice. Protože... uhm... v podstatě prodáváme naši svobodu. A kdo má víc peněz, má silnější hlas. A mi se... dostane se mu větší pozornosti.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

Uh... média, uh... samozřejmě utváří náš pohled na politiku a... to hlavně dělají tím, že uh, nedávají zprávy o politice do svého vysílání, ale zaměřují se na skandály a to přesto, když už mluví o politických otázkách, dělají to tak, že vidíme, že nás to odrazuje od zapojení se. Příklad. Uh...titulní zpráva.

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

A možná je to hloupost, ale myslím si, že je to důležité, protože to udává nějaký směr a posiluje nebezpečnou ideu.

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your

own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Hrdinové – jak se díváme na to, kdo nás vede? (...) Problém je ten, že my nepohlížíme na hrdinství jako na něco dobrovolného, a je to problém, pokud vysvětlujeme dětem, že hrdina je někdo, kdo má uh... jizvu na tváři, a ne že je to někdo, jehož hrdinství vyhází zevnitř.

Hodnocení: 31/40 = 77,5%

- A) Tlumočnice mluví potichu a často používá stoupavou intonaci uprostřed věty. Věty začínají zpravidla hezitacním zvukem. 6/10
- B) Tlumočnickovy myšlenky jsou až na výjimky (zmatek s Nike a jejich reklamou) převedeny věrně. Nic důležitého nebylo vynecháno ani přidáno. 9/10
- C) Široká slovní zásoba a správně užitá terminologie (změna územního plánování). Vynechání všech vlastních jmen a obtížných kolokací. 8/10
- D) Věty mají českou strukturu, ale jsou dlouhé a občas jim chybí konec. Projev tak ztrácí na přehlednosti. Text na sebe nicméně navazuje a tvoří koherentní celek. 8/10

Nadbytečnost: 9

Plynulost převodu: 6

Adekvátnost převodu: 9

2.2.5 Tlumočnick E

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Jak často už jste měli možnost slyšet o tom, že lidem na ničem nezáleží. Že není možné něco změnit. A to z toho důvodu, že lidé jsou líní se o to vůbec pokoušet. Rád bych vám navrhl toto: apatie jako taková vlastně neexistuje. Žijeme ve společnosti, kde se před nás staví různé překážky a bariéry.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Jedná se o reklamu z novin, kde se představuje tento nová budova a...

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

Na rozdíl od toho město Toronto očividně nechce, abyste se zapojili do tohoto projektu. Jinak by jejich reklamy vypadaly zhruba takto a ne tak, jak jsme mohli vidět momentálně. Toto však není apatie, to je záměrné vyloučení.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

V mnoha případech existují hlasy, které potřebují být slyšeny, ale ve světě, kde čím více máte peněz, tím silnější máte hlas a tím větší máte vliv. Jsou tedy také zprávy, které potřebují, aby je někdo řekl, ale nej-zároveň z toho není žádný zisk. Takovéto zprávy však na billboardech neuvidíte.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

Média se totiž zaměřují spíš na to, že ignorují politiky a politiku jako takovou, a zaměřují se spíše na... na různé hvězdy, zpěváky, herce a podobné. Tohle nazývám jakýmsi... nepodporujícím nebo nepodporující účastí. Toto je obálka jednoho takového časopisu z minulého týdne.

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

A jakkoliv se to může zdát malé a přehlédnutelné, tak si myslím, že je to důležité. Protože tady v tom případě jinak hrozí nebezpečí, že lidé začnou politiku považovat za jakýsi sport, na který se chodí pouze dívat.

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Je tam nějaký hrdina, který byl předurčen a spolu s několika málo lidmi, kteří mu pomáhají, jde zachránit svět. (...) ...protože takové to hrdinství je především kolektivního rázu. Je... je to úsilí, které vyvíjí kolektiv. Je nedokonalé a hlavně je dobrovolné. Pokud jste součástí nějaké věštby, tak se tím připravujete o své vlastní tužby a cíle. Nemůžete něco dělat, aniž byste pro to byli předurčeni a vyhýbáte se tím vlastním snům a tím zabraňujete jejich naplnění.

Hodnocení: 21/40 = 52,5 %

- A) Tlumočnice mluví velice potichu a místy také hodně rychle a drmolí. 7/10
- B) Začátek projevu je vydařený a dobře převádí řečnickovy myšlenky, ale postupně se tlumočnice začíná do smyslu projevu zamotávat a poselství originálního videa se vytrácí. 5/10
- C) Tlumočnice správně zachytila název města Toronto a dobře si poradila s kolokací „spectator sport“. Jinak ale většinu terminologicky složitějších úseků vynechala. 6/10
- D) Věty jsou zmatené, občas bez konce, někdy chybí i jeden větný člen, takže věta postrádá smysl. Celkově projev nezní správně a přirozeně česky. 3/10

Nadbytečnost: 8

Plynulost převodu: 4

Adekvátnost převodu: 5

2.2.6 Tlumočnick F

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Uh, kolikrát slyšíte, že lidé se nezajímají? A že výrazná změna není možná. Uh, často se říká, že je to kvůli tomu, že jsou lidé moc sobečtí, uh... hloupí a nebo líní na to, aby něco změnili. Uh... já vám dneska navrhuji to, že apatie, uh... ten termín, taková, jakou jí známe, v podstatě neexistuje. Uh, myslím si, že lidé se zajímají, že jim to není jedno, ale že žijeme v systému, který nám neustále háže klacky pod nohy.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Tohle je reklama v novinách, kterou tam dali tak, aby všichni lidé ve městě věděli, co se bude dít...

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

Takže já si myslím, že Toronto asi nechtělo, abyste se na tomto projektu podíleli. Tomu já neříkám apatie, ale tomu já říkám záměrné vyloučení.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment. The problem with this model is that there are

some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Další věcí je veřejný prostor. Uh... způsob, jakým se chováme k veřejnému prostoru uh, je hrozný, a tím pádem ta změna je velice těžká. Uh, protože všechno má... na všechno můžete nalepit cenovku, svoboda projevu má také svou cenu, takže tady vidíte, že ten, kdo má nejvíce peněz, ten jde nejvíc slyšet. Což je velická škoda, protože jsou i lidé, kteří mají spoustu zajímavého a dobrého co říct, ale jejich informace nebo uh... jejich reklama uh, nebude výtěžná, takže tito lidé nemají šanci, aby je bylo nějakým způsobem vidět.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

Média hrají další důležitou roli, pokud uh... v našem světě, a pokud chceme něco změnit, uh... například uh můžeme říci, že média ignorují politiku, a když už se jí tedy nějak věnují, tak je to způsobem, který odrazuje lidi, aby se nějak podíleli na tom. Tady například vidíte článek, který je uh... o nějaké události...

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

...ale myslím si, že... možná se vám to zdá jako nevýznamné, ale myslím si, že to je velice důležité, protože to udává uh... nějaký směr a nemyslím si, že je vhodné takovým způsobem uh... to ignorovat a o... taky je důležité podporovat lidi v tom, aby se chtěli nějakým způsobem angažovat ve veřejném dění.

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As

long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Hrdinové a jak nahlížíme na vedení. (...) Snaha jedince by měla být také snaha celého kolektivu. Uh... dále takováto uh... představa hrdiny je-je špatná, protože uh... být uhm... ve vedení nebo být, jak se říká, hrdinou, nemá...nezačne jenom tak náhodou a najednou neskončí. Je to dobrovolné a uh... hrdinství nezačíná, tím že vám někdo uh... tím, že máte jizvu na čele. Nebo že jste součástí nějakého proctví. Nejdůležitější u toho je, že to musí vycházet přímo z vás, a uhm... musíte... je to snaha jít si za svými sny a v této snaze vám pomáhá kolektiv lidí okolo vás.

Hodnocení: 17/40 = 42,5 %

- A) Tlumočnice má příjemný a klidný hlas, ale velice často znehodnocuje svůj projev hezitačními zvuky. Dalším problémem je stoupavá až tázavá intonace nejen na koncích vět, ale i uprostřed. 6/10
- B) Z počátku dobré, ale po krátké době se tlumočnice začíná ztrácet a projev přestává dávat smysl. Občas zachytí správnou informaci (Toronto), ale obecně její projev neplní funkci originálu. 3/10
- C) Častá zpětná korekce a generalizace. Většina vyznačených frází vynechána. Užívání ukazovacích zájmen. 4/10
- D) Věty mají českou strukturu, ale nedorozumí pohromadě a vlivem častého přerušování (ať už hezitačními zvuky či kvůli korekci) je těžké se soustředit na jejich význam. Jednotlivé části netvoří koherentní celek. 4/10

Nadbytečnost: 4

Plynulost převodu: 2

Adekvátnost převodu: 3

2.2.7 Tlumočník G

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Jak často slyšíme, že se lidé nezajímají o svůj vývoj, o své změny. Mnoho mnoho lidí nám také tvrdí, že skutečně podstatná změna v našem životě není schopná, ale... a že lidé jsou příliš sobečtí, hloupí nebo líní, aby něco dokázali změnit. Ale to ve skutečnosti není pravda. Lidé se zajímají o svůj vývoj, ale to společnost a svět jim staví do cesty mnohé překážky a bariéry.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Viděli jste toto? Toto je reklama z novin, je to o stavění jedné... jedné budovy, ve které budou úřady.

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

Lidé se tedy chtějí zapojit a není to z jejich strany apatie. To je n-nemožné.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Důležité na zvolení je také i místo... Je tak... způsob, jak dosáhneme velkých změn může být například co se týče v rámci politických změn. Obecně platí, že uh, lidé, kteří mají více peněz, mají lepší prosazení. Ale je zde i mnoho zpráv, které je nutné šířit, a které nemohou být umístěny na velká billboard.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

V oblasti jsou velmi důležitá také média. To se týče například i politických stran v rámci společnosti, jelikož oni mnohokrát ignorují právě zprávy z politiky zabývá se spíše celebritami a zpěváky. Zde si může... zde máme například článek z novin...

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

...ale už jsou nám odepřeny informace o politice, jako by to bylo něco speciálního, co pro nás není určeno.

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As

long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Například hrdinové. (...) Nesmíme zapomínat, že jakékoliv hrdinské činy jsou činy kolektivní a často nedokonalé, a také velmi důležité na nich je to, že jsou dobrovolné. Měli bychom tedy učit své děti, že i ony mohou dosáhnout mnoha věcí, a že mají následovat své sny a nenechat se nikým a ničím omezovat.

Hodnocení: 11/40 = 27,5%

- A) Tlumočnice hovoří tiše, nesměle a ráčkuje. Hezitačních zvuků se snaží vyvarovat, ale problém se objevuje v intonaci, která nedělí text jasně na věty, ale vyznívá do prázdna, jako by jednotlivá sdělení měla ještě pokračovat. 6/10
- B) Často si vymýšlí (poslední úsek o hrdinech) a nebo naopak vynechá celou pasáž (oznámení o výstavbě v Torontu). Posлуhač přetlumočeného projevu nemá šanci pochopit řečnickovo poselství. 2/10
- C) Složitější kolokace a fráze (vyznačené úseky v textu) vynechává nebo hodně zobecňuje („je to o stavění jedné budovy“). 2/10
- D) Věty sice nesledují vzorec anglické syntaxe, ale i přesto zní zcela nečesky. Spojování nespojitelného („změna není schopná“) a hromadění slov v nesmyslné celky („důležité na zvolení je také i místo“). Jen velmi málo vět má začátek, konec a český pořádek slov. 1/10

Nadbytečnost: 2

Plynulost převodu: 1

Adekvátnost převodu: 2

2.2.8 Tlumočník H

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Jak často už slýcháte, že to nikoho nezajímá. A že opravdové změny nelze splnit. Uh... protože... to slyšíme, protože... pže jsou lidi líní, hloupí nebo sobečtí. Ale d-dneska bych vám chtěl říct, že apatie jako samo... jako opravdová neexistuje, že lidé se za-zajímají o tyto záležitosti, ale žijeme v čase, kde nám bohužel hází mnoho klacků pod nohy, takže nemůžeme udělat žádnou změnu.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Uh-uhm... viděli jste toto. Tady je inzerát v novinách, který hlásí, že se hledají noví zaměstnanci do eh... nové budovy.

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

Takže hlavní informace máte tady nahoře. To se ale v inzerátech toho úřadu neobjevuje a toto není apatie, ale je to uhm... míněná exkluze-exkluze. Lidí.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Uhm... například veřejná místa. Jak to vnímáme jak velký problém, protože se na to díváme, že uhm... my dáváme cenu na slovo, kdy čím vyšší je cena, tím vyšší je hlas, a to je velmi velký problém, protože důležité záležitosti, o kterých by se mělo mluvit, nevidíte nikde na žádných billboardech. Nebo někde na veřejnosti. Protože se jim to zdá... že se jim to nevyplatí finančně.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

Média hrají velmi velkou roli a tvoří náš vztah s uh... politickými záležitostmi. Kdy uhm... ale v rádiích už neslyšíme žádné informace ohledně politiky, ale více se dozvídáme o skandálech nějakých uh... celebrit. Uhm, když už se někdy něco zmíní o politice, tak je to velmi malé, například tady v novinách Now vidíme, že...

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

A vám se to může zdát jako malá záležitost, ale mě to přijde velmi důležité, protože tady tyto noviny ukazují ten krok, že politika je pro nás jenom abychom to pozorovali a nebyli aktivní.

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Například tady se podíváme na h... na naše vůdce nebo hrdiny. (...) Uh... tady se podíváme na tu snahu hrdiny, kdy ta... e... je... ko... ta snaha hrdiny je vlastně kolektivní snaha, musíme vědět, že je to neustálý proces a především, že je to dobrovolné. Uhm, když od začátku řek-budeme ř-říkat dětem, že hrdina může být jenom ten, kdo je vyvolený, tak jim dáváme na to špatný pohled. Uhm... hrdina... musíme dětem říci ukázat, že tento popud být hrdinou, být vůdcem v-pochází z nitra a je to vlastně na vlastní popud. Že ho nikdo nenutí.

Hodnocení: 5/40 = 12,5 %

- A) Projev je chaotický, příliš rychlý a tlumočnice místy mluví dřív, než myšlenku utvoří v hlavě. To vede k neustálým korekcím, koktání a objevuje se i velké množství hezitačních zvuků. Intonace na koncích vět není klesavá, ale stoupavá. 1/10
- B) Tlumočnici unikla určitá fakta (obsah oznámení, vydaného radnicí), která nahradila smyšleným obsahem. Některé úseky jsou značně zkrácené a mnoho informací chybí nebo je podáno nepřesně. 3/10
- C) Zmínila název časopisu Now, což je hodnoceno pozitivně, ovšem zbytek projevu si zaslouží spíše hodnocení negativní. Tlumočnice používá nespisovné výrazy („ňákých“, „pže“), ukazovací zájmena

(„tady tyto“) a vycpávková slova. Chybí slovní zásoba, jsou používány obecné výrazy namísto specifické terminologie. 1/10

D) Ve větách lze zaznamenat silnou interferenci angličtiny. Dále jsou věty neustále přestavovány „za chodu“, takže tlumočnice použije například dvě slovesa za sebou a neustále se opravuje, čímž činí porozumění projevu téměř nemožným. Jednotlivé úseky na sebe logicky nenavazují a posluchač si z řečnickových myšlenek nic neodnáší. 0/10

Nadbytečnost: 2

Plynulost převodu: 1

Adekvátnost převodu: 3

2.2.9 Tlumočník I

Antidote to apathy

How often do we hear that people just don't care? How many times have you been told that real, substantial change isn't possible because most people are too selfish, too stupid or too lazy to try to make a difference in their community? I propose to you today that apathy as we think we know it doesn't actually exist, but rather, that people do care, but that we live in a world that actively discourages engagement by constantly putting obstacles and barriers in our way.

Kolikrát uh... slyšíte, že prostě lidé... se o věci nezajímáme-nezaj-nezajímají. Že jsou hloupí a barbarští, a nezajímá je nic okolo. Uh... problém je v tom, uh... že lidi se starají, ale uh, mají milion... uh... problémů a taky... překážek, uh... a začal bych... městskou radnicí.

Did you ever see one of these before? This is a newspaper ad. It's a notice of a zoning application change for a new office building so the neighborhood knows what's happening.

Tohle je příklad jedné formy na městské radnici.

Whereas the city of Toronto clearly doesn't want you involved with the planning process, otherwise their ads would look something like this -- with all the information basically laid out clearly. As long as the city's putting out notices like this to try to get people engaged, then of course people aren't going to be engaged. But that's not apathy; that's intentional exclusion.

Samozřejmě ale město nechce, uh... že společnost Nike chce, abyste si koupili boty, ale město nechce, abyste se angažovali, uh... jinak by to vypadalo takhle, což je daleko přehlednější.

Public space. (Applause) The manner in which we mistreat our public spaces is a huge obstacle towards any type of progressive political change because we've essentially put a price tag on freedom of expression. Whoever has the most money gets the loudest voice, dominating the visual and mental environment. The problem with this model is that there are some amazing messages that need to be said that aren't profitable to say. So you're never going to see them on a billboard.

Veřej-veřejný prostor. Takže, uh... když se podíváme na uh, svobodu mluvení a uh...svobodu slova, tak samozřejmě uh... lidé, kteří mají nejvecí-největší-nejvíc peněz a největší majetek, tak mají uh... největší uh... právo a na... mluvení a na to, aby dali prostor svým myšlenkám.

The media plays an important role in developing our relationship with political change, mainly by ignoring politics and focusing on celebrities and scandals, but even when they do talk about important political issues, they do it in a way that I feel discourages engagement. And I'll give you an example: the Now magazine from last week -- progressive, downtown weekly in Toronto.

Co se týče médií. Takže uh... v médiích samozřejmě uh... preferují... média samozřejmě preferují celebrity a jejich skandály a podívejte se třeba na tento magazín a na jeho titulní stranu.

And you might think this is a small thing, but I think it's important because it sets a tone and it reinforces the dangerous idea that politics is a spectator sport.

...jako by se lidi neměli angažovat, protože by je měla zajímat třeba ta knížka a restaurace, ale politika ne.

Heroes: How do we view leadership? (...) A heroic effort is a collective effort, number one. Number two, it's imperfect; it's not very glamorous, and it doesn't suddenly start and suddenly end. It's an ongoing process your whole life. But most importantly, it's voluntary. It's voluntary. As long as we're teaching our kids that heroism starts when someone scratches a mark on your forehead, or someone tells you that you're part of a prophecy, they're missing the most important characteristic of leadership, which is that it comes from within. It's about following your own dreams --uninvited, uninvited -- and then working with others to make those dreams come true.

Hrdinové. Uh... (...) uh, pojem „vést lidi“ uh... vlastně uh... lidé uh... si myslí, že v první řadě uh... by měl být kolektivní a v druhé to není vždycky perfektní a tady je to dobrovolné. Uh, protože kdybysme děti už od malička učili, že uh... vést uh... vést uh, někoho uh, neznamená, že vám někdo... že k vám někdo přijde a řekne vám: „tak a tohle je teďka tvůj... tvůj úděl,“ ale znamená to jít si za svým snem a snažit se aby, zapojit i lidi okolo. A aby se toho, aby se tento sen naplnil.

Hodnocení: 7/40 = 17,5 %

- A) V projevu je téměř více hezitačních zvuků než slov. Tlumočnice se zadržává, opravuje a mění tempo z pomalého na velice rychlé, kterým jako by chtěla dohnat čas, ztracený hezitačními zvuky. 0/10
- B) Tlumočnice nejspíš neporozuměla řečnickovým myšlenkám a není schopná je zprostředkovat posluchači. Informace jsou z velké části nepřesné nebo byly rovnou vypuštěny. 3/10
- C) Nahrazování podstatných jmen ukazovacími zájmeny, neformální slovní zásoba („teďka“). Složitější terminologie vynechána. 3/10
- D) Věty tvořeny neobratně a plně oprav. Posluchač má problém udržet pozornost a pochopit, o čem se hovoří. Nedokončené věty a nečeské větné konstrukce („snažit se aby, zapojit lidi okolo“). Jednotlivé úseky postrádají logickou návaznost. 1/10

Nadbytečnost: 2

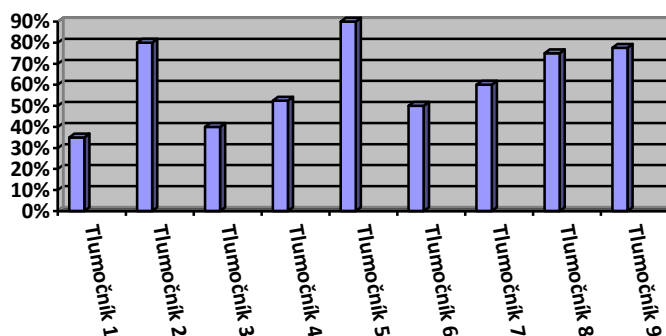
Plynulost převodu: 0

Adekvátnost převodu: 3

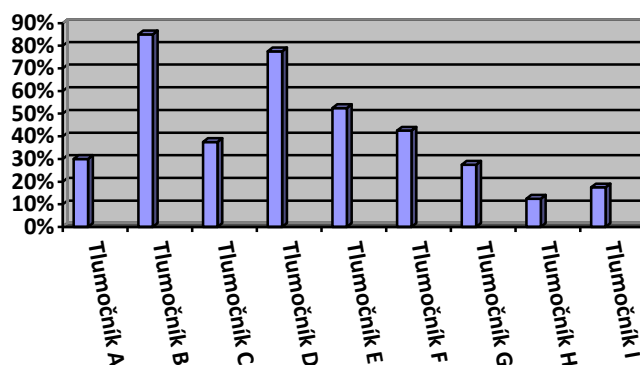
3. Srovnání

Na základě výše uvedených prepisů jednotlivých nahrávek a jejich hodnocení, je nyní možné provést srovnání připravených a nepřipravených tlumočnicků a potvrdit, popř. vyvrátit tezi, že studenti, kteří měli možnost se na tlumočení připravit, podali lepší výkony, než jejich nepřipravení kolegové. Opět je však potřeba připomenout, že vlastně nevíme, kteří ze skupiny „připravených“ se skutečně připravili, a můžeme se jen domnívat.

Jednotlivé výkony připravených tlumočnicků jsou zaznamenány procentuálně v následujícím grafu:

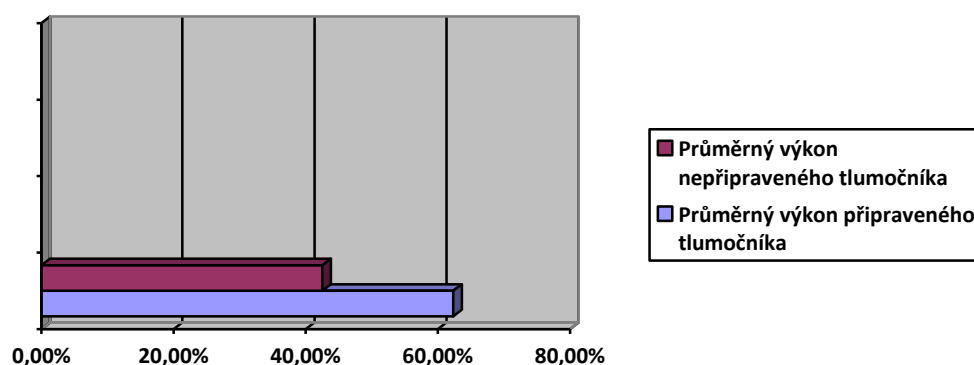


Graf nepřipravených tlumočnicků pak vypadá takto:



Spočítáme-li průměrný výkon u obou skupin, vyjde nám, že připravení tlumočnickové podali výkon průměrně na 62,3 %, zatímco průměrný výkon

nepřipraveného tlumočníka vychází na 42,5 %. Pro názornost jsou obě hodnoty opět porovnány v grafu.



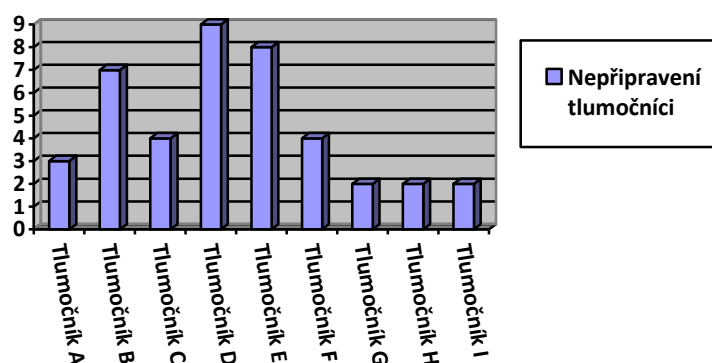
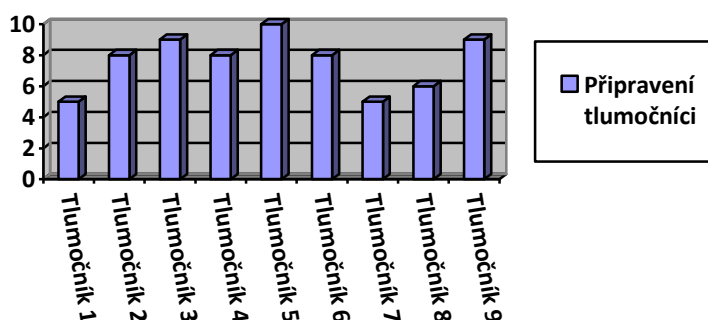
Z tohoto grafu lze jasně vidět, že původní **teze byla opravdu potvrzena** a studenti, kteří dostali nahrávku předem, a mohli se na tlumočení připravit, podali průměrně o 19,8 % lepší výkony, než jejich kolegové, kteří totožnou nahrávku tlumočili bez přípravy.

V obou skupinách se objevily výkony výrazně dobré a výkony velmi špatné, což bylo obzvláště ve skupině připravených studentů velice překvapivé. Celkový rozdíl 19,8 % mezi průměry obou skupin je také překvapivě malý. Důvodů, proč nebyly připravení tlumočníci výrazněji lepší než jejich kolegové, může být několik. Jedním je již dříve zmiňovaná dlouhodobá příprava, která byla u všech studentů na rozdílné úrovni, a nedala se zdokumentovat. Dalším může být nesvědomitě provedení přípravy krátkodobé. Studenti věděli, že se jedná o experiment pro jinou studentku, a ne o hodnocený úkol, takže je možné, že celý experiment ohodnotili jako zbytečný, a na přípravě si nedali záležet. Toto jsou však pouze spekulace, které by bylo možné vyvrátit pouze opakováním experimentu za jiných podmínek, a prozkoumáním, zda se výsledky liší či shodují.

Nyní však ještě následuje srovnání jednotlivých skupin v oblastech adekvátnosti obsahu, plynulosti převodu a nadbytečnosti. Srovnání těchto jednotlivých aspektů napoví, které oblasti příprava ovlivňuje nejvíce, a na kterých její vliv není znát.

3.1 Nadbytečnost

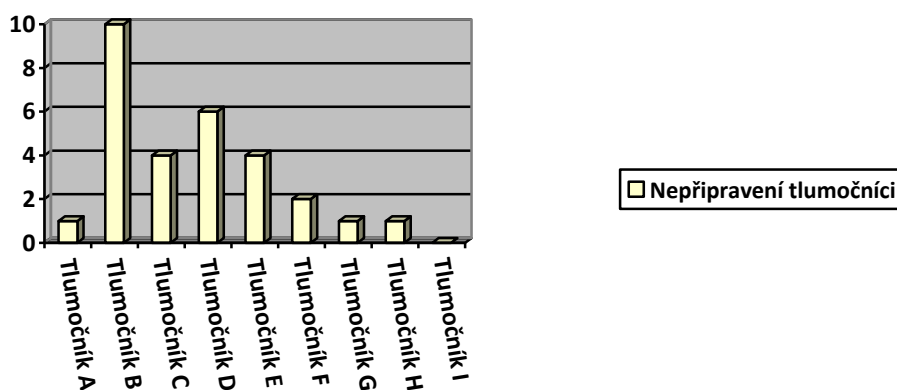
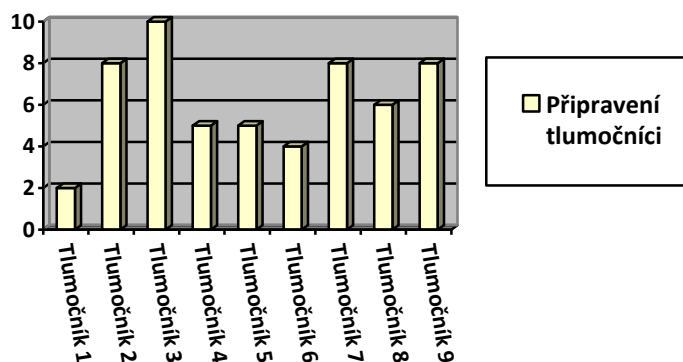
Připravení tlumočníci si s nadbytečností poradili průměrně na 75,6 %, zatímco nepřipravená skupinka si vedla o mnoho hůř a danou oblast zvládla průměrně na 45,6 %. Jednotlivé výkony jsou zaznamenány v grafech.



Jak lze sledovat v grafech, připravení tlumočníci si v této oblasti vedli všichni spíše dobře a k nadbytečnému vyjadřování se neuchylovali. U nepřipravených tlumočnicků už tak jasné tendence nejsou a výkony se pohybují od velmi dobrých až po velmi špatné. Vypadá to, že příprava má na tuto oblast pozitivní efekt, o kterém svědčí i výše uvedená čísla a rozdíl 30 % mezi průměrným výkonem připraveného a nepřipraveného tlumočnicka.

3.2 Plynulost převodu

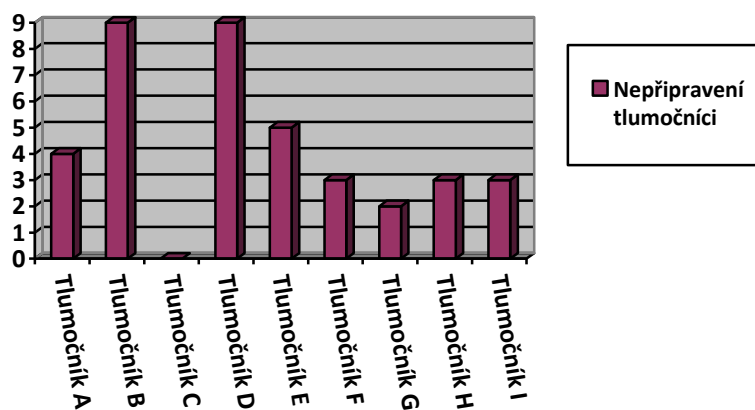
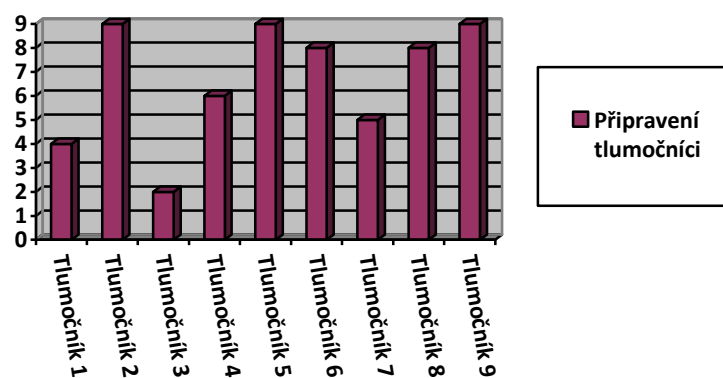
Plynulost připraveného tlumočníka byla ohodnocena průměrně na 62,2%, zatímco nepřipravení tlumočníci byli opět o 30 % horší a jejich převod byl plynulý průměrně z 32,2 %. Jednotlivé výkony obou skupin jsou opět zaznamenány v grafech.



Výkony v obou skupinách byly nevyrovnané, ale připravení tlumočníci si opět vedli lépe. Z nahrávek bylo možné slyšet, že používají méně hezitačních zvuků, častěji dokončují věty a naopak méně častěji se opravují. I v této oblasti se příprava ukázala jako přínos.

3.3 Adekvátnost obsahu

V této oblasti už byl rozdíl mezi připravenými a nepřípravenými tlumočníky o něco méně markantní. Skupinka připravených dokázala adekvátně přenést obsah řečnickova projevu v průměru z 66,7 %. Nepřípraveným účastníkům experimentu se to podařilo průměrně na 42,2 %. Rozdíl byl tedy 24,5 %. Jednotlivé výkony obou skupin jsou opět ke zhlédnutí v grafech.



IV. Závěr

Tato práce se zaměřila na téma krátkodobé přípravy tlumočnicků a soustředila se na otázku nadbytečnosti, adekvátnosti obsahu a plynulosti

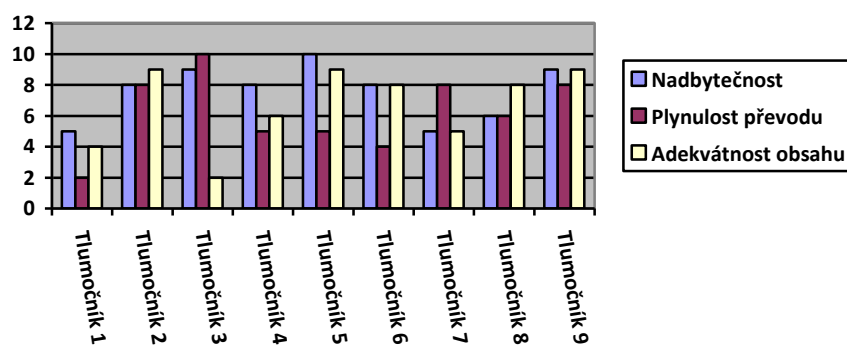
převodu. Hlavním cílem práce bylo podat čtenáři základní teoretické informace o konsekutivním tlumočení, jeho historii, o termínech, užívaných v této práci, a provést experiment, který by sledoval vliv přípravy tlumočnicků v praxi. Tezí, kterou měl experiment potvrdit (či vyvrátit) bylo tvrzení, že tlumočnick, který bude mít čas a podklady k tomu, aby se na zakázku připravil, podá lepší výkon, než tlumočnick, který zadaný text (v případě této práce se jednalo o nahrávku) uvidí poprvé až v průběhu tlumočení samotného. Tato teze byla potvrzena, přičemž průměrný výkon připravených tlumočnicků byl o 19,8 % lepší, než průměrný výkon tlumočnicků nepřipravených. V obou zkoumaných skupinách se objevily výjimky (velmi špatný výkon připraveného tlumočnicka nebo naopak velmi dobrý výkon tlumočnicka nepřipraveného), avšak většina účastníků experimentu dosahovala adekvátních výkonů v souladu s tím, do jaké skupiny byli v rámci experimentu zařazeni.

Výmluvnější výsledky odhalil experiment až při zaměření na jednotlivé oblasti tlumočnického výkonu. Zatímco výkony, hodnocené jako celek, se od sebe v průměru lišily jen o 19,8 %, objevily se mezi jednotlivými oblastmi rozdíly mnohem větší. Co se týče nadbytečnosti, předčili připravení tlumočnicki své nepřipravené kolegy průměrně o 30 %. Méně se opravovali, méně odbočovali od tématu, a méně dovysvětlovali. Plynulost převodu byla ve skupině připravených také průměrně o 30 % lepší. Tlumočnicki, kteří měli šanci si nahrávku poslechnout předem, se méně zakoktávali, méně užívali hezitační zvuky, a častěji dokončovali věty, které také častěji dávaly smysl. Poslední, nejspíše nejdůležitější oblastí, byla adekvátnost převodu. I zde zvítězili připravení tlumočnicki a to v průměru o 24,5 %. Poslech nahrávky jim umožnil její význam lépe pochopit a také si vyhledat potřebné termíny, takže si během svého převodu méně vymýšleli a tlumočili řečnickovy myšlenky věrněji.

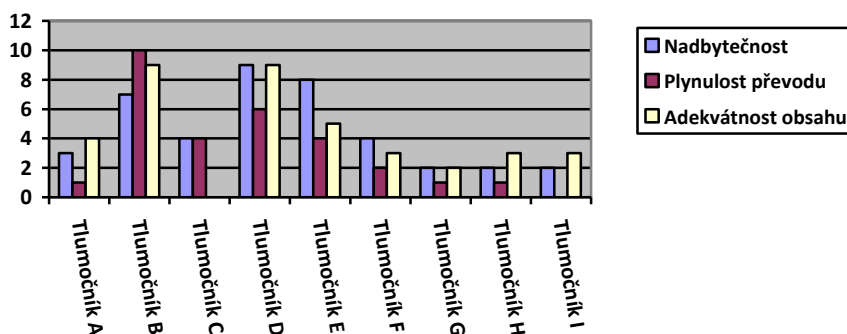
Může se zdát zvláštní, že při zaměření na jednotlivé oblasti došel výzkum k jiným výsledkům, než když byl hodnocen každý výkon jako celek. To je způsobeno různými schopnostmi a talenty jednotlivých tlumočnicků, kteří například převedli věrně řečnickovy myšlenky, takže v oblasti adekvátnosti byli ohodnoceni vysokým počtem bodů, ale během svého projevu se často zasekávali a koktali, za což jim bylo sníženo hodnocení v oblasti plynulosti.

Tím se snížilo i hodnocení projevu jako celku. Tento jev ilustrují následující dva grafy, ve kterých lze vidět, že většina tlumočnicků má své silné i slabé stránky a výkony ve sledovaných třech oblastech nejsou u žádného z nich vyrovnané.

Připravení tlumočníci



Nepřipravení tlumočníci



Na závěr bych ráda uvedla několik návrhů pro vlastní rozvoj; nový a rozšířený výzkum, který by mohl být zpracován například v magisterské diplomové práci a byl by proveden za následujících podmínek: Pro experiment by bylo výhodné použít studenty na stejné úrovni dovedností (ze stejného ročníku) a účast na experimentu ohodnotit (finančně nebo známkou), aby se zvýšila motivace účastníků a svědomitost, se kterou by přípravu na úkol provedli. Dále by bylo příhodné upravit a rozšířit kritéria, podle kterých se jednotlivé výkony hodnotí, aby byla co nejvíce objektivní. Posledním návrhem

je pak sledovat tlumočnický po dobu jejich přípravy a zaměřit se také na to, jakým způsobem s připravenými materiály pracují (co si vyhledávají, atd.), a zda má jejich způsob přípravy nějaký vliv na jejich výkon.

V. Summary

This paper deals with preparedness in interpreting and its influence on the quality of the interpreter's presentation. It is focused especially on adequacy, redundancy and fluency. The main objective of this work is to prove a thesis that a prepared interpreter will perform better than an unprepared one. The presentation of a prepared interpreter will be more fluent, more adequate and will contain less redundant content.

There are two main parts of this paper. The first one offers basic information about consecutive interpreting and its history. It also explains the terms used in this work, such as *preparedness*, *adequacy*, *redundancy* and *fluency*. Preparedness is divided into long-term and short-term preparedness and both terms are explained and described in their respective chapters. These chapters are again divided into sub-chapters, such as **4.1.4** *body language*, **4.1.3** *rhetoric* or **4.1.7** *people skills*. This theoretical part often quotes books, articles and other relevant sources.

The second main part is a practical part and it describes an experiment conducted to confirm the thesis. The interpreters for this experiment were recruited from my fellow students of ATP (English for Interpretation and Translation). The source text for the experiment was a video called *The Antidote to Apathy* and the experiment was realized in the following way: From the total of 18 student interpreters, 9 were given the video beforehand. They had time to watch it and prepare themselves by looking up relevant vocabulary and getting familiar with the speaker's way of talking. The other 9 were given no time and no materials to prepare themselves for the task and had to interpret the video right away. Performances of all the student interpreters were then transcribed and evaluated first as a whole and then the three aforementioned categories (redundancy, fluency and adequacy) were evaluated separately. All results were compared and put into graphs. The thesis was successfully confirmed.

I have chosen this topic to prove how vital preparedness is for interpreters. The group of prepared student interpreters was not only more adequate in their conversion of the main ideas of the source text but they were also more fluent and less hesitant. The unprepared group, on the contrary, used hesitation sounds more frequently, tended to leave sentences unfinished and their interpretation of the source text was on average less coherent and accurate. There were exceptions in both groups; some of the unprepared interpreters performed better than their prepared colleagues and vice versa. However, not individual performances were compared but the average performances of both groups were. Thus the thesis was confirmed.

VI. Použitá literatura

ABLE TRANSLATIONS. Do This, Not That: Public Speaking Tips for Interpreters. *Able Translations* [online]. 2012 [cit. 2013-04-01]. Dostupné z WWW: <http://abletranslations.wordpress.com/2012/11/08/do-this-not-that-public-speaking-tips-for-interpreters/>

AIIC. Advice to students wishing to become conference interpreters. *AIIC* [online]. 2002 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z WWW: <http://aiic.net/page/56#whatkind>

AIIC. Community Interpreting. *AIIC: International Association of Conference Interpreters* [online]. 2002 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z WWW: <http://aiic.net/page/234>

AIIC. Practical guide for professional conference interpreters. *AIIC: International Association of Conference Interpreters* [online]. 2000 [cit. 2013-04-05]. Dostupné z WWW: <http://aiic.net/page/628/practical-guide-for-professional-conference-interpreters/lang/1>

AIIC. The General Conditions of Work. In: *AIIC: International Association of Conference Interpreters* [online]. 2000, 2012 [cit. 2013-04-03]. Dostupné z WWW: <http://e-weiser.com/aiic-conditions-en.pdf>

BARIK, Henri C. A Description of Various Types of Omissions, Additions and Errors of Translation Encountered in Simultaneous Interpretation. *Meta: Journal des traducteurs* [online]. 1971, roč. 16, č. 4, s. 199- [cit. 2013-03-18].

ISSN 0026-0452. DOI: 10.7202/001972ar. Dostupné z WWW:
<<http://id.erudit.org/iderudit/001972ar>>

ČEŇKOVÁ, Ivana. *Úvod do teorie tlumočení*. Praha: Česká komora tlumočnicků znakového jazyka, 2008.

Česká komora tlumočnicků znakového jazyka [online]. Průvodce základní tlumočnickou terminologií. 19. 8. 2011 [cit 2013-15-03]. Dostupné z WWW: <<http://www.cktzj.com/terminologie>>

ELLIS, Nick C. The Dynamics of Second Language Emergence: Cycles of Language Use, Language Change, and Language Acquisition. *The Modern language journal*. 2008, roč. 92, č. 2, 232 - 249. ISSN 0026-7902. Dostupné z WWW:
<https://apps.lis.illinois.edu/wiki/download/attachments/5996626/ellis08thedynamics.pdf>

GENTILE, Adolfo, Uldis OZOLINS a Mary VASILAKAKOS. *Liaison Interpreting: A Handbook*. Melbourne: Melbourne University Press, 1996.

GILE, Daniel. The History of Research into Conference Interpreting: A Scientometric Approach. *Target* [online]. 2001, roč. 2, č. 12, s. 297-321 [cit. 2013-03-16]. ISSN 0924-1884. DOI:
<http://dx.doi.org/10.1075/target.12.2.07gil>. Dostupné z WWW:
<<http://www.ingentaconnect.com/content/jbp/targ/2001/00000012/00000002/art00006?token=004f19c264bb551cc405847447b49792f7b31256f576b41215833757e6f3f2f2730673f582f6b31>>

GILE, Daniel. *Basic concepts and models for interpreter and translator training*. Rev. ed. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, c2009, xv, 283 s. Benjamins translation library, 8. ISBN 978-902-7224-323.

GONZALES, Roseann Duenas, Victoria F. VASQUEZ a Holly MIKKELSON. *Fundamentals of Court Interpretation*. Durham, NC: Carolina Academic Press, 1991.

HOF, Michelle. "The Right Stuff?". In: *The Interpreter Diaries* [online]. 2011 [cit. 2013-03-27]. Dostupné z WWW:
<http://theinterpreterdiaries.com/tag/lifelong-learning/>

Jednota tlumočnicků a překladatelů [online]. Stanovy Jednoty tlumočnicků a překladatelů. 7. 3. 2009 [cit 2012-06-08]. Dostupné z WWW:
<http://www.jtpunion.org/spip/article.php3?id_article=260&var_recherche=etik%C3%BD+kodex>

JONES, Roderick. *Conference interpreting explained*. 2nd ed. Northampton, MA: St. Jerome Pub., 2002, 141 p.

Komora soudních tlumočnicků České republiky [online]. Etický kodex soudního tlumočnicka. 3. 3. 2000 [cit 2012-06-08]. Dostupné z WWW:
<<http://www.kstcr.cz/o-nas/eticky-kodex-soudniho-tlumocnika>>

MIKKELSON, Holly. Interpreting Is Interpreting — Or Is It?. In: *GSTI 30th Anniversary Conference* [online]. 1999 [cit. 2013-04-02]. Dostupné z WWW:
<http://www.acebo.com/papers/INTERP1.HTM>

NAJIT. What Not to Wear—and Why.. *National Association of Judiciary Interpreters and Translators* [online]. 2012 [cit. 2013-04-01]. Dostupné z WWW: <http://najit.org/blog/?p=181>

NOLAN, James. *Interpretation: techniques and exercises*. Clevedon: Multilingual Matters, 2005, vii, 320 s. Professional interpreting in the real world. ISBN 18-535-9790-2.

NOVÁKOVÁ, Jana. Logopedie. In: *Odborné učiliště pro žáky s více vadami: Chelčického 2, Praha 3* [online]. 2013 [cit. 2013-03-30]. Dostupné z WWW: <http://www.specou.cz/files/logo-prez.pdf>

ROBERTS, Roda. Community Interpreting Today and Tomorrow. In: KRAWUTSCHKE, Peter. *Vistas: Proceedings of the 35th Annual Conference of the American Translators Association*. Medford, New Jersey: Learned Information, 1994, s. 127-138.

SCIC: Co je to konferenční tlumočení?. *Evropská komise* [online]. 2012 [cit. 2013-03-16]. Dostupné z WWW: <http://ec.europa.eu/dgs/scic/what-is-conference-interpreting/index_cs.htm>

SELESKOVITCH, Danica. *Interpreting for international conferences: problems of language and communication*. 2nd rev. ed. Washington, D.C.: Pen and Booth, c1994, v, 138 p.

SCHWEDA NICHOLSON, Nancy. Personality characteristics of interpreter trainees: The Myers-Briggs Type Indicator (MBTI). *The Interpreters' Newsletter* [online]. 2005, č. 13, 109-142 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z WWW: <http://www.openstarts.units.it/dspace/bitstream/10077/2476/1/08.pdf>

Středisko Teiresiás. *ExpIn* [online]. 2012 [cit. 2013-03-16]. Dostupné z WWW: <<http://www2.teiresias.muni.cz/expin/cz>>

ŠMAJSOVÁ BUCHTOVÁ, Božena. *Rétorika. Vážnost mluveného slova*. 2. vyd. Praha: Grada Publishing a. s., 2010.

TED. *Dave Meslin: The antidote to apathy* [online]. 2011 [cit. 2013-06-08]. Dostupné z WWW: http://www.ted.com/talks/dave_meslin_the_antidote_to_apathy.html

VOJÁČEK, Adam. *Porovnání kvality tlumočení s kvalitou veřejné prezentace studentů oboru Angličtina se zaměřením na komunitní tlumočení a překlad*. Olomouc, 2012. Dostupné z WWW: http://theses.cz/id/e4633u/Vojek_-_Bakalka.pdf. Bakalářská práce. Univerzita Palackého Olomouc. Vedoucí práce PhDr. Veronika Prágerová.

Anotace

Autor: Veronika Kůsová

Katedra: Katedra anglistiky a amerikanistiky FF UPOL

Název česky: Úspěšnost převodu u připraveného a nepřipraveného textu v konsekutivním tlumočení z hlediska plynulosti převodu, adekvátnosti obsahu a nadbytečnosti

Název anglicky: The rate of success when consecutively interpreting a prepared/unprepared text (with a focus on fluency, adequacy and redundancy)

Vedoucí práce: Mgr. Sandersová Marie, Ph.D.

Počet stran (úvod – závěr): 99

Počet stran (celkově): 115

Počet znaků (úvod – závěr): 152 872

Počet znaků (celkově): 164 920

Klíčová slova v ČJ: připravenost tlumočnicka, adekvátnost, nadbytečnost, plynulost převodu

Klíčová slova v AJ: preparedness of an interpreter, adequacy, redundancy, fluency of transfer

Anotace v ČJ:

Tato práce se zabývá vlivem připravenosti a nepřipravenosti na výkon tlumočnicka. Předmětem zkoumání je vliv připravenosti zejména na adekvátnost převodu, plynulost převodu a na rozsah nadbytečného obsahu. Teoretická část práce popisuje konsekutivní tlumočení a tlumočnickou přípravu, zatímco praktická část sestává z experimentu se studenty tlumočení. Experiment potvrzuje tezi, že připravený tlumočnick podává lepší výkon než tlumočnick nepřipravený.

Anotace v AJ:

This paper deals with preparedness and unpreparedness of an interpreter and how it influences his/her performance. The main focus of this work is adequacy of transfer, fluency of transfer and the extent of redundancy. The theoretical part describes consecutive interpreting and preparations for interpreting, while the practical part consists of an experiment with students of translation and interpretation. The experiment confirms the thesis that a prepared interpreter performs better than an unprepared one.