

Západočeská univerzita v Plzni
Fakulta filozofická

Bakalářská práce

Překlad a funkční styly
Michaela Perlíková

Plzeň 2018

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra anglického jazyka a literatury

Studijní program Filologie

Studijní obor Cizí jazyky pro komerční praxi

Kombinace angličtina – ruština

Bakalářská práce

Překlad a funkční styly

Michaela Perlíková

Vedoucí práce:

PhDr. Eva Raisová

Katedra anglického jazyka a literatury

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2018

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2018

.....

Poděkování

*Na tomto místě bych ráda poděkovala PhDr. Evě Raisové za odborné vedení mé práce,
její cenné rady, připomínky a čas, který mi věnovala.*

Obsah

Úvod	1
2. Funkční styly	3
3. Styl administrativní.....	6
3.1. Styl právnícký.....	7
4. Styl odborný/ naučný.....	9
4.1. Styl vědy a techniky	9
4.2. Populárně naučný styl.....	13
5. Žurnalistický styl	14
5.1. Styl reklamy.....	18
6. Publicistický styl.....	20
6.1. Žánry publicistického stylu	21
7. Umělecký styl	23
7.1. Styl poezie	24
7.2. Styl prózy.....	24
7.3. Styl dramatu.....	25
8. Překlady	26
8.1. Překlady obchodních dopisů.....	26
8.2. Překlad oznámení	31
8.3. Překlad proslovu	34
9. Závěr	41
10. Seznam použité literatury a pramenů	42
11. Abstract	44
12. Resumé	45

13.	Seznam tabulek.....	46
14.	Přílohy	47

1. Úvod

Zadání mé bakalářské práce je překlad a funkční styly. Dané téma jsem si zvolila zejména proto, že funkční styly mi byly již známé z předchozího studia. Zároveň toto téma koresponduje s mým studijním oborem. Mým cílem je zohlednit zvláštnosti funkčních stylů jak z hlediska anglického jazyka, tak i z hlediska českého jazyka. První polovina mé práce bude věnována teorii o stylistice a funkčních stylech. Každá kapitola se bude věnovat jednomu dílčímu stylu a jeho typickým rysům, popřípadě odlišnostem mezi jeho českou variantou a variantou anglickou. Má práce není pouze o stylech, a proto bude informovat i o obtížích, které mohou potkat překladatel při práci s texty. Mám v úmyslu čerpat ze zahraničních zdrojů, ale i českých. Vše výše zmíněné bude obsahem teoretické části práce.

V praktické části se zaměřím na překlad jednotlivých textů. Jelikož mým oborem jsou jazyky pro komerční praxi i zaměření textů pro překlad bude v podobném duchu. Překlad bude z anglického jazyka do českého a bude připojen překladatelský komentář. Vybrané texty budou spadat do stylu administrativního, odborného, publicistického či žurnalistického. Jelikož mým zaměřením není umění ani literatura, rozhodla jsem se nezahrnovat texty spadající do stylu uměleckého.

První kapitola bude spíše obecná a bude ze široka pojednávat o stylistice, funkčním hledisku a vývoji funkčních stylů v průběhu let. V následujících kapitolách se zaměřím už na styly jednotlivě. První rozebíraný styl bude administrativní, jelikož je ze všech stylů ten nejnovější. Spadá pod něj styl právních dokumentů a diplomatických listin. Druhý bude styl naučný. Spadají pod něj jak odborné práce, tak i encyklopedie určené dětem. Následně si rozebereme styly žurnalistický a publicistický. Opět z obou hledisek a zvláště u těchto stylů budou rozdíly více nápadné. Pod styl žurnalistický spadá i styl reklamy. Uvedu několik příkladů anglických reklam a budu se věnovat jazyku, který je pro reklamu příznačný. Poslední kapitolou teoretické části je styl umělecký, který se dále dělí na styl dramatu, poezie a prózy. Tento styl je velmi specifický a bylo by možné se mu věnovat rozsáhle, ovšem v této práci ho budu zmiňovat jen stručně, protože mám v úmyslu se zaměřit především na ostatní styly.

V překladu se budu věnovat obchodním dopisům a úřednímu oznámení a ráda bych se věnovala politickému projevu, protože má své specifické prvky.

2. Funkční styly a stylistika

Stylistika je odvětví, které patří pod lingvistiku. Jazykověda neboli lingvistika je věda, která se zabývá zkoumáním přirozeného jazyka a stylistika zkoumá jeho různorodost, pracuje s různými druhy textů a zabývá se jejich interpretací. Nelze říci, že se stylistika zabývá stylem jazyka, jelikož slovo styl je slovem mnohoznačným a existuje mnoho definic. Přirozený jazyk je považován za živý, a proto se může s časem různě vyvíjet a měnit, proto se nebudu uchylovat ke snaze vytvářet konečné definice.

Cílem stylistiky je analyzovat text, i jeho části a přiřadit je do určité kategorie. Texty a slova můžeme analyzovat, pokud se nacházejí v určitém kontextu. Různé druhy textů rozlišujeme podle jejich vnitrojazykového pragmatického aspektu, což je náležitost určitého jazykového prostředku k určitému funkčnímu stylu.¹

Funkční styly byly definovány ve 30. letech minulého století. Bohuslav Havránek ve své práci „Úkoly spisovného jazyka a jeho kultura.“ určil čtyři základní funkční styly a to: hovorový, pracovní, vědecký a básnický. Jejich základ byl poté rozšířen o styl publicistický.²

Stylistika se rozvíjela hlavně po druhé světové válce. Jak česká tak slovenská stylistika velmi přispěla k určení stylů. Hranice stylů nelze jednoznačně určit. Stejně tak jako jazyk se mohou časem měnit, vyvíjet, vznikat i zanikat nebo se dále podrozdělovat.

Naučný styl patří k těm novějším a už se dělí na podstyly – populárně naučný, vědecký. Podobný vývoj má i styl publicistický. V angličtině dokonce takový, že se rozdělil na dva samostatné styly a to: žurnalistický a publicistický.

Styly se mohou i vzájemně přibližovat a prolínat. Příkladem může být literatura faktu, tam najdeme jak styl naučný tak i umělecký.

¹ GAL'PERIN, Str. 5

² KNITTLOVÁ, Str. 123

Existuje i mnoho dalších přístupů, které vycházejí z různých definic stylu. V angličtině je často využíván pojem *register* namísto pojmu styl. Oxfordský slovník tento pojem definuje takto: “*A variety of a language or a level of usage, as determined by degree of formality and choice of vocabulary, pronunciation, and syntax, according to the communicative purpose, social context, and standing of the user*”.³

Ve stylistice anglického jazyka je významná práce I. R. Galperina. Ten ve své práci vydělil pět funkčních stylů. Tyto styly jsou ovšem jen ve formě psaného projevu nikoliv mluveného. Jsou to:

- Styl beletrie
- Styl publicistický
- Styl novin
- Styl vědecké prózy
- Styl oficiálních dokumentů⁴

V různých jazycích se pojetí stylů může lišit. Proto žádný z přístupů nelze aplikovat plošně na všechny jazyky. Na čem se teoretikové překladu však shodují je to, že přihlížení ke stylům, jejich různosti a prostředkům je v překladu velmi důležité.

Jeden z hlavních problémů pro překladatele je to, jak se vypořádají s kulturními odlišnostmi. Nezáleží na tom, zda použijeme stejné jazykové prostředky, ale na tom zda tyto prostředky plní stejnou funkci.⁵

Překladatel se snaží přizpůsobit text adresátovi a může k tomu využít mnoho překladatelských postupů, které se využívají podle toho, o jaký funkční styl se jedná. Nejde jen o to, co sdělujeme, ale jak informaci sdělujeme a její vliv na příjemce. Důležitou roli hraje to, v jakém funkčním stylu se pohybujeme např. v administrativním

³ *Oxford Dictionaries* [online]. Oxford University Press, 2018 [cit. 2018-04-15]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/register>

⁴ GALPERIN, Str. 229-288

⁵ KNITTLOVÁ, Str. 122

a odborném stylu klademe důraz spíše na obsah, zatímco ve stylu uměleckém a publicistickém na formu estetickou.

Funkční styly jsou takto rozdílné vlivem tzv. slohotvorných činitelů. Stručně si uvedeme jejich další rozdělení:

- Subjektivní – osobnost autora, pohlaví, věk, vzdělání, postoj k dané problematice atd.
- Objektivní – dialogičnost/monologičnost projevu, připravenost/nepřipravenost, funkce sdělení, adresát atd.

V různých situacích se očekává, že projev bude mít určitou formu, aby plnil danou funkci. Proto je tím nejdůležitějším slohotvorným činitelem právě funkce.

3. Styl administrativní

Styl administrativní je poměrně nový. Někdy bývá označován jako styl jednací, styl úředních dokumentů nebo prakticky odborný. Spadají pod něj i styly, které jsou starší: styl právní, styl diplomatických listin. Tento styl je hlavně v psané formě, podobu mluvenou lze najít jen velmi zřídka.

Mezi charakteristické znaky tohoto stylu patří stručnost, věcnost a jednoznačnost. Dále je tu velký důraz na vizuální stránku. Texty jsou členěny do odstavců, také bývají číslovány. Text je stereotypní a bez emocionálního zabarvení. Běžně se užívají ustálené fráze, slovní spojení a zkratky.

Znaky stylu administrativního, které jsou společné jak pro češtinu, tak i pro angličtinu je například uplatnění imperativu, odkazy na různé zákony či vyhlášky. Za zmínku stojí také nahuštěnost textu. Nejčastější a zároveň nejkratší bývají oznámení a inzeráty.

Tyto dokumenty mají jasně danou formu. Často se používá jakási šablona či předtisk, následně se dokument jen upraví podle potřeby. Například přihlášky, žádosti, dotazníky a další formuláře mají formu předtištěného textu. V mezinárodním úředním styku se využívá vícejazyčných formulářů, např. pasy, celní prohlášení apod.

Součástí administrativního stylu je styl obchodní neboli *business style*. Právě v obchodní korespondenci lze najít mnoho znaků typických pro tento styl.

Do obchodní korespondence patří poptávka (*inquiry*), nabídka (*offer*), objednávka (*order*), faktura (*invoice*) reklamace a stížnost (*claim and complain*), upomínka (*dunning letter*), atd.⁶

Více se dbá na formální úpravu dopisů, než u dopisů soukromých. Za povšimnutí stojí oslovení a rozloučení. V češtině se běžně používají fráze *S pozdravem* a *Těšíme se na Vaši odpověď*. V tomto se angličtina liší, pokud bychom v zakončení dopisu použili právě tuto frázi *Těšíme se na Vaši odpověď*, bylo by to považováno za nevhodné a vypadalo by to jako, že vyvíjíme nátlak na adresáta, aby odpovídal a co nejrychleji.

⁶ KNITTLOVÁ, Str. 135

V češtině se běžně oslovuje titulem, v angličtině nikoliv. Rozloučení se v anglické obchodní korespondenci řídí podle toho, jestli známe adresáta. Pokud jsme tedy začínali dopis oslovením *Dear Sir or Madam*, neznáme jméno adresáta, musíme ho zakončit *Yours faithfully*. Pokud jméno adresáta známe, ukončíme dopis *Yours sincerely*. Oba tyto pozdravy můžeme přeložit jako *S úctou Váš...* V češtině je užívanější modernější fráze *S pozdravem/ S přáním hezkého dne* aj. Nepoužívají se pouze v obchodních dopisech, ale přešly i do soukromé korespondence.

V anglickém jazyce je velmi výrazný styl právnických dokumentů. Je zde několik odlišností oproti českému stylu. Zatímco v českém jazyce je zřejmá snaha o stručnost a srozumitelnost, angličtina svou konzervativností spíše způsobila to, že působí velmi nesrozumitelně.

3.1. Styl právníký

Jazyk právních dokumentů má v angličtině již dlouhou tradici. Právní termíny zůstaly téměř nezměněné, a právě proto působí nesrozumitelně. Snahy o inovaci nebyly vyslyšeny. Odpůrci to odůvodnili tím, že by nové termíny nemusely přesně vystihovat podstatu věci a mohlo by se tak něco opomenout nebo by mohlo docházet k mylným výkladům či nejednoznačnosti těchto termínů. Proto se v právních dokumentech často vyskytují archaismy např. *aforsaid, hereunder*, atd.

Anglické právní dokumenty mají typickou grafickou formu. Jako pozůstatek z dřívějších dob zůstává iniciála na začátku celého textu. Některé důležité pasáže bývají zvýrazněny velkými písmeny. Dříve se také nepoužívala interpunkce a některé dokumenty byly napsány jako jedna dlouhá věta. Dnes se interpunkce již používá. Text bývá velmi nahuštěn. Neobjevují se věty jednoduché nýbrž věty složené. Ve snaze předejít víceznačnosti slov a být pokud co možno nejpřesnější, vznikají zvláštní větné konstrukce. Přesnost a jednoznačnost mají vždy přednost před elegantní úpravou textu.

Uplatňují se věty ve způsobu podmiňovacím neboli kondicionály, běžné jsou také imperativy. Všimnout si můžeme také vynechávání osobních zájmen *he/she*. Mohlo by tak dojít k mylnému výkladu.

Dalším důvodem proč styl právních dokumentů v angličtině bývá označován za nesrozumitelný je velký vliv francouzštiny a latiny. Z latiny a francouzštiny pochází mnoho termínů, a jelikož se dnes tyto jazyky nepoužívají tolik jako v minulosti, lidé

nejsou s těmito termíny obeznámeni. Z francouzštiny si můžeme uvést slova jako například: *condition*, *sign*, *benefit* a mnoho dalších. Užívání párových synonym může také působit potíže. Je to pozůstatek z dob, kdy bylo zvykem použít jedno synonymum domácí a druhé románského původu.

Z těchto důvodů je téměř nemožné takovému textu porozumět na poprvé, proto se tyto texty běžně prochází v několika čteních.

Odvětví, které patří pod právnícký styl, je styl diplomatických listin. Blíží se publicistickému stylu. Adresátem je široká veřejnost, i přes to, že se jedná o dlouhé věty, sdělení je srozumitelné. Často bývá ve formě výčtu.

Hlavně žánry oznamovací musejí počítat s veřejností jako s adresátem. Sem spadají vyhlášky, instrukce, zprávy atp. Musejí být sestaveny přehledně a srozumitelně. Termíny se používají jen zřídka.

Pod styl právních dokumentů spadají spisy patentové. Prolíná se zde styl právnícký a technický. Pokud jsou tyto dokumenty překládány, musí být přeloženy s velkou pečlivostí. Vynálezce musí popsat svůj vynález a definovat o jaké oprávnění žádá. Užívaný jazyk je velmi charakteristický. Věty bývají velmi dlouhé, bez použití zájmen. V Británii nejsou pravidla pro formální úpravu takových dokumentů. Jediný požadavek je, aby text nebyl nejasný a neurčitý, vynález musí být také správně popsán.

4. Styl odborný/ naučný

Název odborný je dnes již zastaralý a příliš obecný. Z původního stylu odborného se vydělil styl administrativní a styl naučný, ten lze dále dělit na populárně naučný a vědecký.

4.1. Styl vědy a techniky

Společně s pokrokem ve vědě i technice se za posledních několik desítek let rozvíjel i jazyk technický. Žádné jiné odvětví není tak produktivní jako jazyk techniky. Je to způsobeno tím, že ve vědě je snaha stále pronikat hlouběji do problematiky a všechny nové poznatky je nutno patřičně zaznamenat a popsat. Tento rozvoj je výraznější než například u jazyka právního či lékařského. Pro vědní obory je velmi důležité vyjadřovat se přesně a jasně a proto musejí mít své specifické názvosloví. Cíl vědeckého stylu je věci přesně definovat. K přesnému a jasnému vyjadřování slouží vědecká terminologie, ale i skladba vět je velmi důležitá. Využívání termínů je pravděpodobně ten nejpodstatnější rys vědeckého stylu. Odborné termíny jsou vždy vytvořeny tak, aby byl jejich význam pokud možno co nejvíce zřejmý. Termín přesně odkáže na určitý jev a proto je jeho požití účinnější než jev dlouze popisovat. Jestliže jsou v odborných textech používána slova, která spadají do obecného jazyka, nesou stále svůj prvotní význam, nikoliv význam přenesený. Obsah těchto textů bývá náročný, proto je důležité, jak je text členěn, jak jsou výrazy ve větě uspořádány. Velmi významné je používání podřadicích spojek, tím lze dosáhnout uspořádání vět tak, aby na sebe navazovaly a odkazovaly. V žádném jiném funkčním stylu není spojování vět tak propracované a rozvinuté. Pořádek slov je vždy objektivní. Nejpoužívanější slohový postup je výklad, tento postup je vhodný pro objasnění problému, argumentování i pro uvádění příkladů. Autoři takových textů se vždy snaží vyhnout víceznačnosti ani expresivní či subjektivní výrazy se nepožívají. Ve snaze o potlačení individuality se příliš nevyskytují ani osobní zájmena. Věty mají, podobně jako ve stylu administrativním, pevnou a logickou strukturu. Charakteristickým znakem je stereotypnost a časté opakování slov, což není v naučném stylu na závadu, přispívá to ke snadnějšímu porozumění, přesnějšímu a jasnějšímu vyjádření. Časté je využití citací, různých odkazů a větných vzorců.

Podle Galperina je rozdíl, pokud se jedná o vědu humanitní či o vědu exaktní. Jedná-li se o vědu humanitní, styl textů má prvky stylu publicistického či uměleckého.⁷ Texty věd humanitních se také vyznačují méně přesnou terminologií. Texty exaktních věd jsou více neosobní než texty věd humanitních. Osoba autora je potlačena a pozornost je věnována spíše faktům. Toho dosáhneme použitím pasíva. V pasivní větě nemusíme uvádět konatele neboli *agent* a ani působení neboli *agency*, nejdůležitější je výsledek děje. Pasivní konstrukce se využívají, jak v anglických textech, tak v českých. Naproti tomu v běžném hovoru jsou využívány minimálně.

Je možné využít i aktivní formu. Podmětem je 1. osoba plurálu, v angličtině tedy zájmeno *we*.

Ve vědeckém stylu se výroky nesdělují přímo a právě k tomu slouží neosobní větné konstrukce. V neosobních větách jsou často používána modální slovesa – *can, may/might, should, ought, must*.

Podle ruských jazykovědců sloveso *would* je používáno ve všech osobách, jak singuláru, tak plurálu pro vyjádření děje v minulosti, v budoucnosti i přítomnosti.

Typické pro vědecký styl je také využití imperativu. Pokud jde o instrukce je upřednostňováno sloveso *should* před *must*.

Další často používanou strukturou jsou kauzativní vazby. Při jejich překládání je třeba je změnit.

MAKE + NOUN + ADJECTIVE

ENABLE, ALLOW, PERMIT, CAUSE, MAKE + INFINITIVE⁸

⁷ GALPERIN, Str. 284

⁸ KNITTLOVÁ, Str. 143

Zvláště ve stylu exaktních věd je výrazná návaznost vět a vzájemně spolu souvisí. Proto jsou často používány navazovací formule: *however, therefore, so, in addition, again, also, finally, still, first*, atd. Mohou to být i sousloví: *in fact, in general, in the other words*, aj.⁹

V souvislosti s logickou návazností si uvedme i uspořádání ve větě. Ve vědeckém stylu se přechází od tématu k rématu. Téma je informace, která je nám již známá z kontextu, či byla již výše zmíněna. Réma je informace nová neboli maximální.

Při překladu by mohlo pro někoho být téma a réma obtížné. V českém jazyce je réma vyjádřeno pozičním způsobem. To znamená, že je třeba réma najít v originální větě a v českém překladu jej umístit do konečné části věty či souvětí.

Postavení rématu v anglickém jazyce bývá za přísudkem vyjádřeným slovesem: *to be, to stand, to seem*, aj. Réma může být vyjádřeno i lexikálně, a to pomocí slov: *only, merely, just*.¹⁰

Na réma může také poukazovat neurčitý člen či vazba *there is*, s neurčitým nebo nulovým členem. Naopak na téma může upozornit člen určitý s anaforickou referencí a také některá zájmena. Neznašená to však, že je tomu tak ve všech případech.

Závislost a propojenost vět dokazují mezi větné vztahy. Nejtypičtější je pravděpodobně podmínkový, k jeho vyjádření jsou využívány spojky *if, unless*. Další typický vztah mezi větami je časový, výsledkový, příčinný.

V překladu je třeba zachovat přechod od již zmíněné informace k nové. Někdy se překladatelé chybně drží struktury původní věty a to může vést k nahromadění spojek. Ve vědeckých textech je nejdůležitější obsah a forma textu je druhotná. Obsah bývá už sám o sobě velmi složitý, a proto je zbytečné jeho porozumění recipientovi ztěžovat.

Obsahová hutnost je velmi typická vlastnost vědeckých textů, zejména technických. Zde by překladatel také mohl narazit na další překážky, protože angličtina bývá kondenzovanější než čeština. Ačkoli je čeština v odborném i administrativním stylu

⁹ KNITTLOVÁ, Str. 143

¹⁰ KNITTLOVÁ, Str. 146

stručnější, než v jiných stylech. V anglických stylech se používá infinitivní konstrukce, participa, či gerundijní vazby, které musejí být přeloženy určitým slovesným tvarem, nebo je třeba větu rozvést a zvolit tak překlad opisem.

Právě obsahovou kondenzovanost můžeme velmi dobře pozorovat na nadpisech. V anglických textech často bývají vynechány informace, které autor považuje již za zřejmé. Ovšem v českém překladu nelze informaci vynechat, je třeba ji doplnit či vysvětlit. V jiných případech čeština není schopna vyjádřit se stejně kondenzovaným způsobem.

Nelze nezmínit ani styl amerických nadpisů. V americkém odborném stylu lze pozorovat fenomén pronikání hovorových výrazů do této oblasti. Právě tato expresivní, obrazná a mnohdy hovorová vyjádření, jsou převedena tak, aby odpovídala způsobu v češtině běžnému. Protože pro tento styl není běžné se takto vyjadřovat, americká angličtina je v tomto ohledu spíše výjimkou. Jev, který se v americké angličtině objevuje a je pro tento styl také nevšední, je vytváření metafor. Angličtina, jak britská, tak americká jsou v tomto ohledu benevolentnější než čeština. Metafory a jiná přirovnání vnášejí do odborného stylu nádech expresivnosti. Obyčejně se autor snaží vyhnout expresivním výrazům a být co nejvíce objektivní. S tím souvisí užití termínů, jak již bylo výše zmíněno. Je tomu tak proto, že termíny nenesou s sebou žádné emocionální zabarvení a mají jen úzkou sféru využití, což vyhovuje i dalšímu požadavku odborného stylu a tím je jednoznačnost. S rozvojem vědy se vyvíjí i terminologie. Termíny mají často internacionální charakter, ale není tomu tak vždy, mohou se v různých jazycích lišit. Mění se i původ termínů. Zatímco dříve byly využívány klasické jazyky jako je například latina a řečtina, dnes se vědci drží spíše angličtiny nebo svého jazyka. Časté je také spojování více slov dohromady. Například slovo *hardware* nemá v češtině ekvivalent, a proto se běžně používá originální výraz. Angličtina je kondenzovanější než čeština a proto hledání ekvivalentu může být pro překladatele mnohdy obtížné. Překlady takových zhutnělých výrazů mnohdy musejí být popisné a dlouhé, tudíž v praxi těžko použitelné. Dnešní čeština ovšem běžně přejímá cizí výrazy a přizpůsobí si je. Překladatel musí v první řadě pochopit obsah sdělení a ten poté předat pomocí odpovídajících ekvivalentů v cílovém jazyce.

Exaktní obory, jako jsou např. medicína a chemie, mají terminologii ustálenou. V ostatních vědních oborech tomu tak není a pravděpodobně to ani nelze. Zejména

humanitní vědy jsou velmi rozmanité, bylo by tedy velmi obtížné vytvořit ucelený systém termínů.

Lexika vědeckého stylu není pouze o termínech. Uplatňují se slova, která se vyskytují běžně, v angličtině např. *use, show, maintain*, atd. Tato slova mají přednost před formálními a knižními výrazy, ty se ovšem také vyskytují poměrně často.

4.2. Populárně naučný styl

Ve stylu populárně naučném lze najít hovorové prvky, lze zde také najít prvky jiných stylů, například publicistického. Populárně naučné texty neobsahují tak dlouhé věty jako texty stylu vědeckého. Odborné termíny se používají jen zřídka, spíše se vysvětluje jejich význam. Běžně jsou využívána různá přirovnání, někdy i expresivní výrazy. Jako jeden z žánrů populárně naučného stylu, lze uvést encyklopedii. Zejména pro dětské encyklopedie je typické využití i mimojazykových prostředků, příkladem těchto prostředků mohou být různá schémata či fotografie, ilustrace. Také lze pozorovat výraznější členění textu.

Užívání termínů je charakteristickým rysem stylu odborného. Terminologie jednoho oboru je ucelený soubor termínů, které se k němu vážou. Termíny někdy mohou mít doplňující význam nebo i význam obrazný. V tomto neodborném, mimoterminologickém systému, získá termín znaky typické pro běžně užívaná slova. Není tak přesný a úzce spjat se svým oborem.

Vlivem populárně naučné literatury lze pozorovat tento fenomén neboli determinologizaci. Odborný termín pronikne do obecného jazyka a získá nový význam. K tomu ovšem dochází jen velmi zřídka.

Opačný fenomén je nazýván terminologizace. Jedná se o proces, kdy je běžně užívané slovo přejato do jiné oblasti užívání. Je několik způsobů terminologizace, ve zkratce si některé uvedeme. Mezi termíny může přejít jednotlivé slovo, ale může vzniknout i nová kombinace již existujících slov tzv. pojmenovací sousloví. Pomocí afixace a dalších způsobů slovtvorby mohou vznikat nové termíny.

5. Žurnalistický styl

V českém jazyce styl žurnalistický spadá pod publicistický styl. V angličtině byl ovšem tak charakteristický, že se oddělil a je brán jako samostatný styl. Je to dáno historickým vývojem tisku. Dříve styl novinářů nebyl v angličtině nijak oblíben, byl spíše znevažován. Důvodem je to, že do žurnalistického stylu zasahují prvky hovorové a emocionálně zabarvené.

Cílem tohoto stylu je čtenáře informovat či instruovat, podat fakta. Pokud možno stručně, jasně a bez osobních komentářů. Zpráva by také měla být co nejvíce aktuální.

Lze říci, že má až stereotypní formu. V posledních několika letech si můžeme všimnout, že je zde určitá snaha o inovaci. Ve snaze čtenáře upoutat se novináři snaží, aby jejich články, tedy hlavně jejich nadpisy, byly co nejzajímavější.

Stejně tak jak je tomu u stylu naučného, i styl žurnalistický se vyznačuje zhuštěností informací. Nejhutnější je právě novinový titulek.

Novinové titulky jsou velmi specifické, nelze je tedy opomenout. Jeho funkce je rychle, stručně a jasně informovat čtenáře o čem bude následující text. Titulek často obsahuje prvky, které ukazují na určitý postoj či posouzení, odhad. Tím je právě vyplněna funkce instruování čtenáře. Ve snaze upoutat čtenářovu pozornost, žurnalisté úmyslně vytvářejí neobvyklá slovní spojení, či dokonce deformují některé termíny. Můžeme si povšimnout i slovních hříček a aliterace. To znamená, že se na začátku verše opakuje stejná hláska nebo skupina hlásek. V češtině se aliterace v žurnalistickém stylu tolik nepoužívá, je spíše využívána ve stylu reklamy.

Velmi typická je pro titulek jeho zhuštěnost. Často jsou používána krátká slova, ať už spisovná, hovorová nebo slangová. V anglických titulcích jsou běžně vynechány členy a pomocná slovesa, využívají se zkratky, pomlčky, uvozovky a dvojtečky. Tím vším se liší od titulku českého. České titulky jsou více obecné, jen naznačují, o čem bude následující text. Pro upřesnění informace z titulku může sloužit podtitulek. Ten je ovšem v angličtině mnohem méně častý než v češtině. Jelikož anglický titulek obsahuje více informací, než český, při překladu do angličtiny je třeba informaci doplnit.

Titulkem může být oznamovací věta, tázací věta, ale i zvolání. Pokud je v titulku otázka, autor na ni většinou v textu sám odpoví nebo se jedná o otázku řečnickou a

nečeká se tedy, že bude zodpovězena. V anglických titulcích si můžeme všimnout trendu vynechávání členů, pomocných sloves nebo předmětu, např: *China to win trade war 'at any cost' (Sky News)*

V titulcích se objevují i konstrukce s využitím infinitivu, příčestí a gerundia, např. *Boys to be allowed to wear skirts at UK's leading boarding school (The Telegraph)*

Pomocí infinitivu je v angličtině vyjadřována budoucnost. I přes to, že se děj odehrál v minulosti, pro jeho vyjádření je používán přítomný čas. Jen pokud se jedná o starší zprávu je vyjádřena minulým časem. Zápor může být vyjádřen pomocí „NO“. *Turkey is no longer a free country, according to global rights report (The Telegraph)*

Další možností je souvětí, anebo přímá řeč, které předchází uvozující věta. *Easter tirade: Trump attacks Nafta and says 'No more Daca deal' (The Guardian)*

Jednotlivé noviny se mohou lišit svou lexikou, záleží na jejich zaměření. Mohou se objevovat politické a ekonomické termíny, slang i hovorové výrazy. Právě pomocí novin se rychle rozšiřují neologismy. Pověštinou se jedná o jazyk spisovný a neutrální.

Žurnalistický styl má také své charakteristické rysy. Jedním z nich je standardizace a novinářská klišé. Právě tato klišé jsou společná pro žurnalistický styl všech jazyků. Jednotlivá klišé se už v jednotlivých jazycích liší. Novináři je využívají zejména proto, že je to dobrý způsob jak ve čtenáři vyvolat a jistou asociaci a tím ho zaujmout. Některá klišé jsou otřelá a novinář by se jim měl spíše vyhýbat. Novináři se také snaží vyhýbat častému opakování slov, nahrazují je synonymy či frázemi. Můžeme pozorovat tendenci používat spíše cizí slova, laikovi mohou znít odborně a v mnoha případech nejsou tak závazná, což je pro novináře výhoda.

Využití akronymů a zkratk je v novinářské branži zcela běžné. Některé zkratky se v různých jazycích liší, proto je překladatel nepřekládá, nýbrž substituuje. Vyhledá význam zkratky a zjistí, jestli tato zkratka existuje v cílovém jazyce a nahradí ji. Pokud se jedná o zkratku či akronym, které by mohly být čtenáři neznámé, překladatel doplní informaci a vysvětlí je.

Iniciály jsou také velmi rozšířené, zejména u veřejně známých osob např. *JFK (John Fitzgerald Kennedy)*

Ve snaze vyjadřovat se ekonomicky jsou hojně využívány, stejně tak jako ve stylu naučném, kondenzáty. Další takový typický jev pro žurnalistický styl jsou citátová kompozita. Není snadné je přeložit. Stejně tak jako u překladu novinářských klišé, tak i u překladu kondenzátů a citátových kompozit musí překladatel tyto konstrukce rozvést. Jejich doslovný překlad by v cílovém jazyce nedával smysl. Novinářská klišé musejí být přeložena tak, aby vyvolávala u čtenáře stejnou reakci. Různé jazyky mohou mít různé prostředky pro vyjádření stejných postojů či myšlenek. Mezi klišé a slovní spojení, používaná v žurnalistice, jsou i taková, která dříve byla termíny. Jedná se o projev determinologizace, kterým jsme se zabývali v předchozí kapitole.

Dalším překladatelským oříškem může být mnohoznačnost slov. Na rozdíl od stylu naučného není tak terminologický a tak úzce zaměřen. Je více neformální a natolik se vyjadřuje ekonomicky, že některé skutečnosti pouze naznačuje a nevyjadřuje je přímo.

Věty v textech žurnalistického stylu jsou spíše krátké. Složitě věty by mohly u čtenářů vyvolat nejasnosti. Kratší věty jsou na porozumění snazší a lépe se čtou. Polovětné vazby (*např. ...odehrávající se...*) jsou častější než věty vedlejší (*např. ...který se odehrává...*). Důsledkem snahy dostat do vět co nejvíce informací je časté využití vsuvek. Věty jsou spojovány častěji souřadícími spojkami než podřadícími. Obvykle se hojně vyskytují určité členy, ukazovací a osobní zájmena. Poměrně často se v angličtině vynechávají čárky ve větách, aby čtení článku bylo plynulejší, rychlejší. Lze si také všimnout užití, že u vsuvek ve větě se častěji využívají pomlčky na místo čárek. Pomlčka dodá textu neformální charakter, a věta je tak přehlednější.

Hutnost a stručnost souvisí s využitím kondenzátů. Běžné je i užití pasíva, to působí neutrálně a objektivně.

Angličtina má celkově blíže k stručnému způsobu vyjadřování. Proto jsou překlady všeobecně delší, než výchozí text. Pro zachování srozumitelnosti textu, překladatelé informace spíše doplňují, než ubírají. Čeština není schopna vyjadřovat se tak hutně. Pro překladatele je výhodnější užít polovětné konstrukce, než vedlejší věty. Lze vynechat uvozovací konstrukce *např.: Je třeba poznamenat...*, v žurnalistickém stylu nejsou tak hojně užívány jako třeba ve stylu naučném, tam jsou zcela běžné.

Často jsou v textech využívána adjektiva, protože dodávají textu jisté zabarvení a poskytují detaily. Dalším důvodem je to, že substantiva nemohou v textu stát sama o

sobě. Premodifikace a postmodifikace je v žurnalistickém textu poměrně častá a složitá. Můžeme se setkat i s nově vytvořenými adjektivními útvary. To souvisí se snahou novinářů upoutat čtenáře. Běžně se objevují adverbialní konstrukce jako např.: *fast-arriving*, *green-eyed*. Často je využíván saský genitiv jako, premodifikující člen. V angličtině převažují časy minulé neboli *Past Tenses* a časy přítomné neboli *Present Tenses*.

Rozčlenění textu do odstavců je zcela běžný rys. Grafická úprava je v novinářském stylu velmi důležitá. Usnadní se tak čtenáři orientace v textu. Čím je odstavec kratší, tím je orientace jednodušší. V jednom takovém textu se můžeme setkat s různými druhy a velikostmi písma. Autor tak upozorní čtenáře na slova či pasáže, kterým je třeba věnovat pozornost. Na začátku textu se běžně objevuje velká iniciála. Nejvýraznější částí textu je samozřejmě titulek. Hlavní zpráva bude mít pravděpodobně tučnější a větší nadpis, než ostatní zprávy. Ten může být doplněn podtitulkem. Úvodní odstavec bývá také graficky vyznačen, většinou velikostí písma. Jak titulek, tak první odstavec, by měli být shrnutím toho nejdůležitějšího a nejzajímavějšího z celého textu. Až později následuje detailní výklad.

Úvodní odstavec obsahuje nejdůležitější informaci v první větě. V žurnalistickém stylu je pořadí tématu a rématu obrácené než u ostatních stylů. Maximální informace je na začátku a postupně se přechází k již známé informaci. Na příklad citát bude ve větě na první pozici a až poté bude uvozující věta např.: *...was announced yesterday*. V češtině je pořadí obrácené, uvozovací věta je hned na začátku. Ovšem vlivem anglického tisku se lze najít i takové případy, kdy je tato věta až za hlavní informaci. Další rozdílnost angličtiny a češtiny je označení účastníků děje. V angličtině je účastník označen zájmenem, jedná-li se o větu vedlejší. Jeli to, ale věta hlavní je účastník označen vlastním jménem. Naopak v češtině je účastník pojmenován hned při první příležitosti, kdy se vyskytuje v textu a nezáleží na tom, jede-li o větu hlavní či vedlejší.

Citáty dodávají textu objektivitu a charakter dokumentu, mohou působit i lehce dramaticky. Jelikož citáty jsou často nepřipravenou formou projevu, obsahují hovorová slova, slangová a další neformální rysy.

Zvláštností novinářského stylu občasně nedodržování časové souslednosti a pravidel nepřímé řeči. K tomuto posunu nedochází hlavně, jeli z kontextu jasné, kdy se události odehrávaly.¹¹

V žurnalistickém stylu můžeme narazit na inzeráty a oznámení. Můžeme je rozdělit na *classified* a *non-classified*. V anglickém tisku skupina nazvaná *classified* je dále rozdělena do kategorií např.: *Accommodation offer, Marriages, Deaths, Business offers, Personal* aj. Jelikož místo v novinách je omezené a placené lidé se snaží v inzerátech a oznámeních vyjadřovat co nejekonomičtěji. Právě proto je vyjadřování schématické a často se vynechávají slovesa, členy a interpunkční znaménka. Ponecháno je jen to nejpodstatnější. Jazyk je většinou neutrální, ale ve snaze zaujmout čtenáře se někdy objeví i slova emocionálně zabarvená.

Ve skupině tzv. *non-classified* jsou inzeráty a oznámení různých témat a nejsou zde žádné pevně dané požadavky, které by musely být splněny. Pozornost čtenáře je upoutána grafickou nebo stylistickou úpravou, ilustracemi, slovními hříčkami či rytmickým spojením slov. Jedná se o inzeráty a oznámení od firem, takže jsou spíše reklamního charakteru. Není zde omezení místem, firmy si mohou koupit tolik místa, kolik chtějí. V USA si firmy běžně najímají specialisty pro sestavení takového oznámení či inzerátu.

5.1. Styl reklamy

Do stylu žurnalistického patří také reklama. Jazyk reklamy je velmi charakteristický a to jak v anglickém tak i v českém jazyce. Funkcí reklamy je upoutat pozornost a přesvědčit potencionální kupující, aby si koupili výrobek či službu. Na reklamu narazíme ve všech masmédiích. Krátkým sdělením musí upoutat co nejvíce lidí a přesvědčit je, že potřebují jistý výrobek či službu. Jazyk reklamy je jednoduchý, objevují se i hovorová slova. Jednoslabičná slova převažují nad víceslabičnými. Zápor není často používán, jen pokud chce prodávající upozornit na nějakou výjimečnou vlastnost výrobku. Čas bývá přítomný, minulý se objevuje jen zřídka, např. pokud je kladen důraz na tradici, která se k výrobku váže. Trpné formy se příliš nepoužívají, aktivní jsou mnohem častější. V angličtině jsou reklamy často bez slovesa. Stejně tak jako i v jiných žánrech žurnalistického stylu, tak i v reklamách je eliptičnost

¹¹ KNITTLOVÁ, Str. 167

charakteristickým rysem. Sdělení musí být krátké a jednoduché. V reklamě se vyskytují hodnotící adjektiva, ale jen velmi omezeně. V angličtině jsou to např.: *white, new, clean, big, fresh, slim, natural* atd. Někdy se v reklamě vytvářejí nová slova. Aby slogany reklam byly zapamatovatelné, využívají jejich tvůrci slovních hříček, víceznačnosti slov, nebo si různě upravují známá rčení. Typickým prvkem jsou rýmy a aliterace. Příkladem úpravy známého rčení může být slogan americké firmy: "*Shave Time. Shave Money*" Křížení slov je také často využívaná metoda příkladem může být slogan: "Beanz Meanz Heinz" Další příklad sloganu výrobce chipsů Lays: „*Betcha Can't Eat Just One.*” Tento slogan můžeme zároveň považovat jako příklad využití hovorového jazyka a také spojení slov *bet you*.

6. Publicistický styl

Styl publicistický se uplatňuje ve všech sdělovacích prostředcích. Je různorodý a snadno se přizpůsobuje požadavkům a vývoji. Najdeme v něm prvky vědeckého stylu, ale i uměleckého a administrativního. Původně styl publicistický vychází se stylu vědeckého. Fakta, která byla objektivně popsána ve stylu vědeckém, styl publicistický komentuje subjektivně a informace podává více poutavě, někdy až přesvědčuje čtenáře. Stejně jako útvary stylu žurnalistického, tak i útvary stylu publicistického jsou informačně zhuštěny. Zpravodajské útvary musejí být pro čtenáře poutavé a také živé a proto publicistický styl přebírá některé prvky ze stylu uměleckého. Jsou to především emocionálně zabarvená slova.

Ve svých projevech se styl publicistický obrací na širokou veřejnost, a proto musí být přístupný a srozumitelný. Nepoužívají se odborné termíny, spíše se jev popisuje. Vyjadřování je spíše neosobní, ovšem je běžně používána první osoba množného čísla. Tento tvar zájmena naznačuje propojení mezi autorem a čtenářem. Věty jsou často rozvíjeny vsuvkami.

Termíny se objevují politické nebo ekonomické, ale jen takové, které jsou všeobecně srozumitelné. V citátech se mohou objevit i hovorová slova. Užívá se i hovorových frází např.: táhnout za jeden provaz.

Slovní zásoba publicistického stylu je poměrně bohatá a slova se neopakují příliš často. Názvy, vlastní jména a číslovky jsou často používány.

Hodnotící prostředky, zejména adjektiva jsou často využívaným prostředkem publicistů. Účelem takových prostředků je přesvědčit čtenáře, aby přijal autorův pohled na věc.

Můžeme si povšimnout rozdílností u jednotlivých druhů tisku a dalších medií. Anglický tisk, velmi často využívá kontext situace, a pokud ho neznáme je těžké sdělení porozumět. Objevují se i metafory a familiární ton, tím se autor snaží zapůsobit na emoce čtenáře.

V politických článcích se velmi často využívají eufemismy pro zjemnění některých výrazů. Na příklad spojení *mass destruction weapon* je nahrazeno *strategic weapon*. V této sféře se vyskytují i knižní slova, neologismy a vsuvky.¹²

Do publicistického stylu spadají i řečnické projevy. Snaha řečníka ovlivnit posluchače je častá a zcela zřejmá. Často se používají klišé a ustálené fráze. Běžné jsou také metafory, přirovnání a opakování slov či anafora. Projevy bývají subjektivní a někdy i expresivní.

Pestrost stylistických prostředků v publicistickém stylu může překladatelům působit potíže. V angličtině je běžně využívaná aliterace, v češtině ovšem už tak běžná není. Snaha zachovat stylistické prostředky výchozího textu může vést ke špatnému překladu. Proto je překladatel nahradí jinými prostředky, v cílovém jazyce více běžnými a srozumitelnými, tak aby byl zachován expresivní ráz původního textu.

Metafora je častým prostředkem pro expresivní vyjádření. V jejich překladu se mohou objevit velké kulturní rozdíly. Metafora, která je v jednom jazyce zcela běžná až otřelá, může v jiném jazyce na čtenáře působit originálně.

6.1. Žánry publicistického stylu

Mnoho žánrů, které řadíme do stylu publicistického, v sobě nesou prvky jiných stylů. Jako první si uvedeme **recenzi**. Právě recenze je na pomezí stylu publicistického a naučného. Jednotlivé recenze se dále mohou lišit svým zaměřením. Recenze v odborném časopise se bude svou lexikou odlišovat od recenze v módním časopise. Mohou se objevit termíny, ale vždy jen v malé míře a jen tak, aby recenze zůstala srozumitelná. Recenze musí být živá a působivá, proto se často používá první osoba plurálu a druhá osoba plurálu. Působí to, jako kdyby autor vedl se čtenářem dialog. Zaměření je spíše subjektivní a velmi časté je použití hodnotících adjektiv. Věty jsou kratší, v souvětích bývají souřadně spojené. Často je nadpis ve formě otázky či zvolání. V textu recenze najdeme vsuvky, přenesení významu, neobvyklé výrazy, můžeme najít i slova cizí či slangová.

¹² KNITTLOVÁ, Str. 181

V anglicky mluvících zemích je rozšířen **esej**. V českých kruzích nikoli. Esej je na hranici stylu vědeckého a publicistického. Mohou se objevit termíny z právní či politické sféry. Obsah je vždy aktuální, vztahuje se k momentálně řešené otázce ve společnosti. Autor často uplatňuje své subjektivní názory. V angličtině je běžně rozlišován esej umělecký a informativní, který můžeme také nazvat propagandistický. Prvky obou se velmi shodují. Umělecký esej autor přímo sděluje posluchači a často obsahuje emocionálně zbarvená slova a přirovnání.

Naopak fejeton byl u nás rozšířenější, ten v sobě nese prvky stylu uměleckého. Ovšem lingvisté, kteří se zabývají anglickým publicistickým stylem, ho neuvádějí ve svých pracích.

7. Umělecký styl

Název umělecký styl je obecnější pojmenování tří dílčích podstylů. Jedná se o tyto podstyly:

- Styl poezie
- Styl prózy
- Styl dramatu¹³

Tyto styly mají jisté společné znaky, typické pro umělecký styl. Vzájemná souvislost mezi obecným stylem a jednotlivými podstyly se může projevovat různě.

Jako první společný znak si uvedme jeho funkci, a tou je funkce esteticky sdělná. Účelem je sdělit čtenáři nápad a vyvolat v něm určitý pocit s potěšením z četby. Potěšení v čtenáři nevyvolává pouze forma, ale i ten fakt, že je čtenář veden k tomu, aby si vytvořil svůj vlastní závěr. Což je autorův cíl. Na rozdíl od ostatních stylů například naučného, umělecký styl nepodává fakta a důkazy, jen navrhuje možnou interpretaci situace. Autor se často snaží čtenáře navést k tomu, aby nahlížel na problematiku stejným způsobem jako sám autor. Proto styl umělecký musí využívat odpovídající jazykové prostředky, aby tato funkce byla náležitě splněna. Autoři využívají takové prostředky, které vyvolávají ve čtenáři představivost. Tyto metaforické obraty bývají pravé, originální jen málokdy jsou ohrané a banální. Další rozdíl oproti ostatním stylům je použití slov, která mají více než jeden význam, často jejich je jejich význam úzce spojen s kontextem. Autorem zvolené jazykové prostředky mnohdy souvisí s jeho vlastním osobním pohledem na daný fenomén.

Jednotliví autoři se mohou lišit svou vlastní volbou jazykových prostředků a to právě tvoří jejich vlastní osobitý styl. Nijak neobvyklé není ani žití hovorových výrazů. Umělecký styl je ve své podstatě velmi individuální. Tato individualita je nejvíce patrná ve stylu poezie, naopak ve stylu naučném je úplně potlačena.

¹³ GAL'PERIN, Str. 229

7.1. Styl poezie

Styl poezie se odlišuje od ostatních podstylů především svou formou. Ta se zakládá na rytmickém uspořádání projevu. Typickým rysem je stručnost, ta je způsobena jistým omezením veršů. Jak poezie samotná, tak i verše jsou obsáhlá témata. Uvedme si tedy jen ty pro angličtinu nejtypičtější metrické veršové systémy:

- Jambický verš – za nepřízvučnou slabikou následuje přízvučná
- Trochej – přízvučná slabika a za ní následuje nepřízvučná
- Daktyl – jedna přízvučná slabika je následována dvěma nepřízvučnými slabikami
- Amfibrach – nepřízvučná slabika je následována přízvučnou a poté následuje znovu slabika nepřízvučná¹⁴

7.2. Styl prózy

Styl prózy má stejné rysy, jaké jsme si již uvedli u stylu uměleckého. Nicméně je zde několik odlišností. Obrazotvornost není tak výrazná jako u poezie, také se zde vyskytuje méně slov s kontextovým významem. Osobitost autora se také projevuje méně než u poezie. V próze se mohou vyskytovat jak slova knižní, tak slova hovorová. Dalo by se tak říci, že se zde setkávají prvky jak psané formy, tak i mluvené formy jazyka. Setkávají se zde i dvě formy komunikace, monolog a dialog. Monolog je autorovo vyprávění a dialog je rozhovor postav. I jazyk hlavní postavy bývá typický. Je vybrán tak, aby hlavního hrdinu příběhu charakterizoval. Hovorové výrazy mají představovat mluvu reálně žijících lidí. Mohou se zde objevit i neobvyklé kombinace slov nebo vět. Časté jsou také eliptické věty, kdy je vynechán výraz jasný z kontextu, např.: Nikde nic. Umělecká próza může obsahovat i prvky dalších stylů. Na příklad prvky stylu žurnalistického, administrativního nebo naučného. Pod vlivem uměleckého stylu tyto prvky jistým způsobem

¹⁴ GAL'PERIN, Str. 232, 233

7.3. Styl dramatu

Třetí podkapitola uměleckého stylu se zaměřuje na styl divadelních her. Divadelní hry jsou psány formou většinou dialogu. To je hlavní rys, kterým se odlišují od poezie, která je pouze monologická snad jen s výjimkou balad. Liší se tím i od umělecké prózy ta může mít jak formu dialogu tak i monologu. Výjimkou mohou být jen autorovi poznámky. Dramatici se ve svých hrách snaží napodobit skutečnou konverzaci jak jen je to možné. Ovšem tak aby nenarušily jazykovou normu. Nespisovné výrazy autoři používají, ale jen střídavě. Divadelní hry jsou napsány tak aby se co nejvíce držely normy spisovného jazyka.

8. Překlady

8.1. Překlady obchodních dopisů

Výchozí text – viz příloha č. 1

Cílový text

Lingua Services Galactic Ltd
69 Milk Street, LONDON SW7 6AW
Tel: +44 20 123 4567
Fax: +44 20 765 4321
Email: jb@linguaservices.ga

Ms Andrea Philips
Dreamtime Movies Ltd
54 Oxford Road
Skagnes
SK3 4RG

06.11.20--

Překladatelské služby a poplatky

Vážená paní Philipsová,

Děkuji za Váš dopis, ze dne 4. Listopadu, ve kterém žádáte o informace ohledně našich překladatelských služeb.

Naše firma Lingua Services Galactic nabízí celou řadu překladatelských služeb, které Vám pomohou při podpoře prodeje literatury a webových stránek. S potěšením přikládám naše nejnovější brožury a ceník, ve kterém můžete vidět, že naše ceny jsou velmi konkurenceschopné.

Těším se na naši budoucí spolupráci.

S pozdravem

James Brown

James T. Brown

Sales Manager

Manažer prodeje

3 přílohy

Překladačský komentář

Makro analýza

Výchozí text: Jedná se o text dopisu. Z obsahu vyplývá, že se jedná o odpověď na předchozí žádost o informace ohledně překladatelských služeb.

Funkce textu: informativní

Styl: administrativní, text má standardizovanou formu, je rozčleněn na odstavce

Jazyk: neutrální, ustálená slovní spojení např.: Thank you for your letter ...

Mikro analýza

Lexika

- Ustálené fráze, především v úvodu a v závěru dopisu
VT: Thank you for your letter of 4 November...
CT: Děkuji na Váš dopis ze dne 4. listopadu...
VT: Yours sincerely
CT: S pozdravem
- Adaptace – Situace popsaná ve VT je v CT vyjádřena implicitně
VT: I look forward to calling you in a few days.
CT: Těším se na naši budoucí spolupráci.

Gramatika

- Transpozice – gramatická změna, explicitace – přidání vysvětlující informace
VT: Thank you for your **letter of** 4 November **enquiring about** our translation services.
CT: Děkuji za Váš **dopis, ze dne** 4. Listopadu, **ve kterém žádáte o informace ohledně** našich překladatelských služeb.
- Transpozice – gramatická změna v důsledku odlišných gramatických systémů obou jazyků
VT: **I have pleasure in enclosing** our latest brochures and price list from which you can see that our prices are highly competitive.
CT: **S potěšením přikládám** naše nejnovější brožury a ceník, ve kterém můžete vidět, že naše ceny jsou velmi konkurenceschopné.
- Vlastní jména – v překladu do češtiny je běžné, že se cizojazyčná příjmení přechylují
VT: Ms Philips
CT: paní Philipsová

Glosář

anglický výraz	český výraz
a full range	celá řada
Price list	Ceník
competitive	konkurenceschopný
translation services	překladačské služby

Tabulka 1 - Glosář, dopis 1

Výchozí text – viz příloha č. 2

Cílový text:

Editor
U. S. News and World Report
Post Office Box 2627
Boulder, Colorado 80321
U. S. A.

13.02.20—

Vážený pane,

Prošel jsem si několik článků ohledně businessu v USA a došel jsem k závěru, že je to materiál, se kterým si se zde v Koreji dalo obchodovat. Samozřejmě nejprve bude třeba je editovat a přeložit do korejštiny. Což by také vyžadovalo podporu seriózního místního vydavatelství.

Naše firma se zaměřuje na obchodní komunikaci, konkrétně v oblasti technologií, zde v Koreji. Proto nás také zajímá zajištění a ochrana překladatelských a marketingových práv. Předběžně jsme již domluveni s jedním velkým nakladatelstvím a mají zájem o korektně přeloženou verzi.

Pokud budete mít zájem uzavřít s námi dohodu, velmi bychom to ocenili.

S pozdravem

Choi Kil-su

Tiskový manažer

Překladačský komentář

Makro analýza

Výchozí text: Jedná se o text dopisu, ve kterém zástupce firmy z Koreje nabízí spolupráci americké vydavatelské společnosti.

Funkce textu: informativní

Styl: administrativní, text má standardizovanou formu, je rozčleněn na odstavce

Jazyk: neutrální, ustálená slovní spojení, fráze

Mikro analýza

Lexika

- Modulace – nahrazení situace popsané ve VT jinou vhodnou situací
VT: **I have followed** a series of articles dealing with “U. S. business”
CT: **Prošel jsem si** několik článků ohledně businessu v USA

Gramatika

- Kondenzaci textu přispívá užití přítomného příčestí a gerundia
VT: I have followed a series of articles **dealing** with... (Přítomné příčestí)
CT: Prošel jsem si několik článků **ohledně...**
VT: It would also require the **backing** of a reputable local publishing firm.
(gerundium)
CT: Což by také vyžadovalo **podporu** seriózního místního vydavatelství.

Glosář

Anglický výraz	Český výraz
dealing	ohledně
would be marketable	dalo by se obchodovat
publishing firm	vydavatelství
backing	podpora

Tabulka 2 - Glosář, dopis2

8.2.Překlad oznámení

Výchozí text – viz příloha č. 3

Cílový text

10. dubna 2007

Kontakt: 311

Důležité oznámení pro občany žijící a pracující v okolí Central Park West a 68. Ulice.

V TÉTO ČÁSTI MĚSTA SE BUDOU KONAT VRTNÉ PRÁCE A UMÍSTĚNÍ VODOVODNÍHO POTRUBÍ Č. 3.

Odbor pro ochranu životního prostředí města New York vybuduje vodovodní potrubí č. 3, aby byly obyvatelům zajištěny bezpečné a spolehlivé dodávky vody i pro další generace. Západní část potrubí na Manhattanu směřuje na sever pod Central Park West. Místo stavby potrubí je ve východní části Central Park West, 68. ulice.

V těchto místech bude prováděna dvojitá výstavba, aby byl umístěn beton v potrubí. První bude hloubení otvoru, následovat bude umístění betonu v tomtéž místě.

Vrtání na této straně bude zahájeno tento týden v pondělí, předpokládané trvání je tři až čtyři týdny. Práce budou probíhat pondělí až pátek, v době od 7:00h obvykle do 16:30h, příležitostně do 18:00h.

Práce s betonem je naplánována na úterý 1. května 2007 a bude trvat 6 týdnů. Předpokládaná doba umístění betonu je pondělí až pátek od 7:00h do 16:00h.

Pro případné dotazy či stížnosti prosím volejte:

311

24 hodin denně, 7 dní v týdnu

Překladačský komentář

Makro analýza

Výchozí text: Text oznámení pro obyvatele města New York, o výstavbě vodovodního potrubí.

Funkce textu: informativní

Styl: administrativní, text má standardizovanou formu, je rozčleněn na odstavce

Jazyk: neutrální, ustálená slovní spojení, fráze

Mikro analýza

Lexika

- **Názvy institucí** – není dostupný odpovídající název v češtině, roto bylo třeba ho přeložit, změna slovosledu
VT: The New York City Department of Environmental Protection
CT: Odbor pro ochranu životního prostředí města New York
- **Různá interpretace, Modulare** – v anglickém jazyce neutrální výraz má v českém překladu příznak hovorovosti, proto nelze použít výraz „*Newyorčané*“ a bylo třeba ho nahradit vhodnějším výrazem
VT: New Yorkers
CT: obyvatelé
- **Modulare** – nahrazení jednoho výrazu, jiným vhodnějším výrazem
VT: City Tunnel No. 3
CT: vodovodní potrubí č. 3
VT: The drilling at this site begins Monday of this week and **is scheduled to last** for three to four weeks.
CT: Vrtání na této straně bude zahájeno tento týden v pondělí, **předpokládané trvání** je tři až čtyři týdny.

Gramatika

- Změna činné konstrukce na pasivní
VT: Two operations will be conducted at this site...
CT: V těchto místech bude prováděna dvojí výstavba...
- Podmínková věta
VT: If you have questions or concerns about this work, please contact
CT: Pro případné dotazy či stížnosti prosím volejte

- Budoucí čas – ve výchozím textu je vyjádřen pomocí přítomného průběhového času (present participle)
 VT: The New York City Department of Environmental Protection **is constructing** City Tunnel No. 3 ...
 CT: Odbor pro ochranu životního prostředí města New York **vybuduje** vodovodní potrubí č. 3 ...

Glosář

Anglický výraz	Český výraz
City water tunnel	vodovodní potrubí
is scheduled to last	předpokládané trvání
reliable water service	spolehlivé dodávky vody
Concrete placement	lití betonu

Tabulka 3 - Glosář, oznámení

8.3.Překlad proslovu

Výchozí text – viz příloha č. 3

Cílový text

Sjednocení za Brexit – projev ministra zahraničí

Děkuji mnohokrát. Děkuji, Deane. Je skvělé, že zde mohu být.

Den nato ke mně v mých úředních hodinách přišla jistá žena a byla rozhořčená. Zdánlivou příčinnou byl problém s internetem, ale brzy bylo jasné – jak je tomu při podobných návštěvách- že skutečný problém je něco jiného.

Nikdo se nesnažil pochopit její názor na Brexit. Nikdo se o ni nezajímal. Odcházela velmi skleslá a řekla, že uvažovala o odchodu ze země – do Kanady. Nešlo o to, že by nechtěla být v EU, ona jen nechtěla být v Británii, která v EU není. Došlo mi, že cítí zármutek a odcizení, protože posledních 18 měsíců jsem o stejných pocitech slýchal velmi často – od přátel, rodiny a od lidí kteří mne uráželi na ulici – a je to jejich právo.

Věřím, že v mnoha případech ty to emoce i časem poleví a stejně tak ani obavy z Brexitu se nezhmotní. Bohužel v některých případech jsem si všiml, že se lidé utvrzují v těchto postojích a závisí na svém hněvu.

Obávám se, že někteří lidé jsou stále více odhodláni zabránit Brexitu, anulovat volbu referenda z 23. června 2016 a zklamat tak ochotné občany. Já věřím, že by to byla katastrofální chyba, která by vedla ke stálému a neutuchajícímu pocitu zrady. Nemůžeme a nedovolíme, aby se to stalo.

Ale pokud povedeme tento projekt jako národní úspěch, jak je to třeba, musíme také počítat s těmi, kdo mají stále obavy.

Chci dnes rozebrat alespoň některé z obav a ukázat jak nejlépe budu schopen, že tyto obavy mohou být zmírněny, že jejich opak je pravdou a brexit představuje spíše naději než důvod k obavám.

Jsou 3 hlavní obavy ohledně rozhodnutí, které náš národ udělal.

Strategické

První je ta, že je to strategická a geostrategická chyba. Z tohoto pohledu je Británie ostrov, který má méně než 1 % světové populace a potřebuje být připojen k EU kvůli ochraně – částečně kvůli ochraně a částečně protože Británie může plnit svoji historickou roli ochránce pro ostatní země Evropy. Narazil jsem na několik lidí, kteří si mysleli, že kvůli Brexitu budeme odštířeni – že naše zeměpisná poloha bude díky tomu jaksi nevýhodná a oslabí se tím bezpečnost celé Evropy.

Duchovní

Druhá obava je v podstatě duchovní a estetická – že zvolením odchodu z EU jsme se odštířili od skvělé evropské civilizace. Lidé věří, že jsme tak spálili pomyslný most, který usnadňoval život, studium a práci v zahraničí a tím obětovali naši evropskou identitu. Obávají se, že Brexit je volba pro nacionalismus, maloměšťáctví a xenofobii. Domnívají se, že je to neliberální, zpátečnické a Británie tím ukázala světu svoji nejhorší tvář, ba že je to v jistém slova smyslu „Nebritské“.

Ekonomické

Třetí námitka je ta, která se probírá ve většině debat – strach, že bude naše ekonomika méně prosperovat, že členství v EU je nezbytné pro britský byznys a investice, že celá škála zákonů EU ulehčila jak společnostem, tak i občanům. Lidé se bojí tohoto narušení, spojují si ho se změnou bojí se, že naši přátelé a partneři nám mohou ztížit život. Někdy jsou tyto ekonomické obavy zesíleny těmi ostatními obavami – o identitě či ochraně – takže doposud nejasný koncept jako jednotný trh a celní unie získaly nečekaně emotivní náboj.

Dobře, věřím, že jakékoli z těchto povrchních lákadel, můžeme otočit.

Chci vám dnes ukázat že Brexit nemusí být nacionalistický, může být mezinárodní, není ekonomickou hrozbou, ale příležitostí, není „Nebritský“, ale je to historický projev národního génia.

Vidím jasně, že riskuji, když celá záležitost způsobuje jen další podráždění. Ale já musím riskovat, protože je povinností vlády obhajovat a vysvětlovat poslání, které plníme a je mi úplně jasné, že nemůžeme tento důvod považovat za samozřejmost.

Nemůžeme očekávat, že se situace vyřeší sama. Právě to byla chyba proevropské elity v této zemi, když vyhrála poslední referendum v roce 1975.

Jak ve své knize „This Blessed Plot“ uvedl novinář deníku „The Guardian“ Hugo Young:

„ Nejhorší vlastností se kterou jsem se setkával, byl pocit – tolik převládající mezi evropskou elitou, že když se rozhodnou, tak spor vyhrají. Mnozí projevíli bezpochyby názor, nejenže spor je u konce, ale že druhá strana, nehledě na to jak hlasitě křičela, je jednoduše ztracená a měla by hned zmlknout“

A pokračoval:

„ Čím hlasitější byl protest na začátku 90. let, tím více si to tiše vychutnávala právě ta třída, která věděla, že ovládá všechny řídicí orgány od sněmovny ve Whitehall až po zasedací místnosti ve velkých korporacích, od bruselské komise kde se tlačí tisíce lobbistů až po její nižší úřady.“

Ovšem karta se nyní obrátila, alespoň teoreticky. Přes všechnu sílu a vliv – předních politických stran, CBI, Baraca Obamy a dalších – jejich hlasy nepřevládaly.

Ale je teď ta správná chvíle abychom si vychutnávali vítězství v referendu? Měli bychom jen tiše sedět a být se sebou spokojeni? Myslím, že bychom neměli.

Není dobré říci těm, kteří zbyli – jste ztraceni, zapomeňte na to, protože musíme přijmout to, že převážnou většinu pohání vznešené city. Skutečný pocit soudržnosti s Evropou jako se sousedem a touha po úspěchu Británie.

Říkám jen to, že zvolením Brexitu můžeme utiшит obavy a ještě víc.

Dovolte mi tyto tři obavy projít znovu popořadě.

... Zkráceno...

Velká Británie je znovu tou zemí, která stojí v čele formování moderního světa. A jsme odhodlaní ve svém naléhání na demokracii, ve své otevřenosti, ve víře v práva jednotlivce, k ochraně našeho právního systému, ve svém skepticizmu ohledně přehnaných regulací, na potenciál chopit se znovu moci a naprosto odmítáme diskriminovat ostatní lidi na zemi. Je zásadní rozdíl mezi politickou loajalitou a

poslušností vůči institucím EU, ale naše láska k evropské kultuře, hodnotám a civilizaci je věčná.

Brexit není jen velký liberální projekt tohoto věku, ale je to projekt, který časem může sjednotit celou zemi.

Tak do toho pojďme společně

Děkuji vám mnohokrát.

Překladačský komentář

Makro analýza

Výchozí text: řeč na tiskové konferenci

Funkce textu: přesvědčovací

Styl: publicistický

Jazyk: spisovný, objevují se emocionálně zabarvené výrazy a řečnické otázky na které si řečík sám odpoví

Mikro analýza

Lexika

- **Neologismus** – nepřekládá se, výraz přešel do českého jazyky beze změny
VT:Brexit
CT:Brexit
- **Adaptace** – obrazné vyjádření v originále nahrazeno jiným adekvátním obrazným vyjádřením
VT: Well the boot is now on the other foot...
CT: Ovšem karta se nyní obrátila...
- **Řečnické otázky, Amplifikace**
VT: But is this **the time** now for the referendum winners to gloat? Should we sit back in silent **self-satisfaction**?
CT: Ale je teď ta **správná chvíle** abychom si vychutnávali vítězství v referendu? Měli bychom jen tiše sedět a **být se sebou spokojeni**?
- **Modulace** – změna hlediska
VT: Well I believe that whatever the superficial attractions of these points, **they can be turned on their head.**
CT: Dobře, věřím, že jakýkoli z těchto povrchních lákadel, **můžeme otočit.**
- **Substituace**
VT: The ostensible cause was broadband trouble but it was soon clear – as so often in a constituency surgery...
CT: Zdánlivou příčinou byl problém s internetem, ale brzy bylo jasné – jak je tomu **při podobných návštěvách...**

Gramatika

- **Podmínková věta** (conditional sentence)

VT: But if we are to carry this project through to national success – as we must – then we must also reach out to those who still have anxieties.

CT: Ale pokud povedeme tento projekt jako národní úspěch, jak je to třeba, musíme také počítat s těmi, kdo mají stále obavy.

Glosář

anglický výraz	český výraz
surgery	úřední hodiny
ostensible cause	zdánlivá příčina
downcast	skleslý
anxiety	obava
geostrategic	geostrategický
weakening	oslabit
un-Britich	nebritský
small-mindedness	maloměšťáctví
membership	členství
emotive power	emotivní náboj
superficial attractions	povrchní lákadla
be turned on their heat	otočit
pro-EU elite	proevropská elita
gloat	škodolibě vychutnávat
remainers	ti, kteří zůstali
fundamental refusal	naprosto odmítnout

Tabulka 4 - Glosář, projev

9. Závěr

Cílem mé práce bylo v první části rozebrat jednotlivé funkční styly a jejich rysy. Podařilo se mi je rozebrat v jednotlivých kapitolách z hledisek obou jazyků.

První kapitolu jsem pojala jako úvod ke stylům a stylistice. Co je cílem stylistiky a jak by měl překladatel přistupovat k textům. V následující kapitole jsem se věnovala stylu administrativnímu. Jakou má podobu, jeho náležitosti atd. Pod styl administrativní spadá i styl právních dokumentů. Právě ten je zejména v anglickém jazyce velmi specifický, proto jsem se mu věnovala podrobněji. Druhá kapitola je věnována stylu odbornému, lze ho nazvat i naučným stylem. Bylo pro mne obtížné stanovit název kapitoly, protože název „odborný“ je zastaralý a některé prameny se věnovaly jen jeho podstylům. Dále jsem rozdělila na dvě samostatné kapitoly styl žurnalistický a styl publicistický. Postupovala jsem tak protože v angličtině mají rozdílné rysy, zatímco v češtině splývají. Ve stylu žurnalistickém jsem záměrně věnovala pozornost stylu novinových titulků v angličtině. Právě v nich lze dobře pozorovat typické rysy a pro názornou ukázkou jsem našla několik příkladů. V poslední kapitole uvádím styl umělecký. I přes to, že příliš nesouvisí s mým oborem studia, patří mezi styly, které mají psanou formu, a proto bylo třeba ho zmínit. Zabývala jsem se hlediskem anglickým, tak i hlediskem českým. Každý styl má svá specifika a pro překladatele může být někdy obtížné se s nimi vypořádat. Na to jsem průběžně v každé kapitole upozorňovala.

V praktické části jsem překládala dva obchodní dopisy, které spadají do stylu administrativního. Třetí překládaný text bylo úřední oznámení. A poslední je projev bývalého starosty Londýna a současného britského ministra zahraničí, Borise Johnsona. Úmyslně jsem zvolila tento druh textů, protože mají výrazné charakteristické rysy. Záměrně jsem pro překlad nevybrala reklamní text, jelikož reklamy bývají velmi často jazykově omezeny.

Jelikož se jedná o velmi rozsáhlé téma, jsou zde další možnosti pro výzkum. Bylo by na příklad možné podrobně se věnovat jen jednomu stylu a překladu textů k němu náležících. Vhodný by mohl být například styl reklamy, publicistický či umělecký. Jelikož je zde prostor pro subjektivní vyjádření autora. Další možností pro výzkum by mohly být chyby v překladu. Každý z nás jistě narazil na nápis, který nedával smysl či na odlišnosti titulek u filmu a originálního znění.

10. Seznam použité literatury a pramenů

Tištěné zdroje

CRYSTAL, David a Derek DAVY. *Investigating English style*. 16th pub. London: Longman, 1997. English language series. ISBN 05-825-2212-9.

DUŠKOVÁ, Libuše. *Mluvnice současné angličtiny na pozadí češtiny*. 4. vyd. Praha: Academia, 2012. ISBN 978-80-200-2211-0.

GAL'PERIN, Il'ja Romanovič. *Stylistics: učebník dlja studentov institutov i fakul'tetov inostrannogo jazyka*. 2. ispravl. i dopol. izd. Moskva: Vysšaja škola, 1977.

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

POLDAUF, Ivan, Jan CAHA, Alena KOPECKÁ a Jiří KRÁMSKÝ. *Anglicko-český a česko-anglický slovník*. 8. vyd. Praha: SPN, 1990. ISBN 80-042-3941-2.

Internetové zdroje

Important Notice for People Who Live and Work In the Vicinity of Central Park West and 68th St. *NYC Environmental Protection*[online]. New York City: The City of New York, 2007 [cit. 2018-04-15]. Dostupné z: http://www.nyc.gov/html/dep/html/public_notices/cpwpn.shtml

LETTERS EXPRESSING INTEREST IN NEW BUSINESS OPPORTUNITIES. *OHANA LETTERS: BUSINESS COMMUNICATIONS* [online]. The Ohana Foundation, 2006 [cit. 2018-04-15]. Dostupné z: <http://web.archive.org/web/20100610235820/http://www.ohanalearning.org:80/letters/letters5b.html>

Oxford Dictionaries [online]. Oxford University Press, 2018 [cit. 2018-04-15]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/register>

POŠTOLKOVÁ, Běla. K specifičnosti významu termínů. *Slovo a slovesnost* [online]. Ústav pro jazyk český Akademie věd České republiky, veřejná výzkumná instituce, 1980, 41(1), 2 [cit. 2018-04-15]. Dostupné z: <http://sas.ujc.cas.cz/archiv.php?art=2652>

Sample Letter Sending Information. *EnglishClub* [online]. Cambridge, England: EnglishClub.com, 2018 [cit. 2018-04-15]. Dostupné z: <https://www.englishclub.com/business-english/correspondence-information-sending.htm>

Slovníky.lingea.cz: Moderní on-line slovníky. *LINGEA* [online]. Lingea [cit. 2018-04-20]. Dostupné z: <https://slovníky.lingea.cz/>

Uniting for a Great Brexit: Foreign Secretary's speech: Speech. *GOV.UK* [online]. London: Government Digital Service, 2018 [cit. 2018-04-15]. Dostupné z: <https://www.gov.uk/government/speeches/foreign-secretary-speech-uniting-for-a-great-brexite>

11. Abstract

This Bachelor thesis is focused on functional styles from the point of view of the English and Czech languages and on translation of chosen texts. There is an introduction, followed by two parts, the theoretical and the practical. In the theoretical five of functional styles are analysed. The first one is style of official documents, then scientific prose style, the next is newspaper and publicistic style and in the end belles-lettres style is described. In the practical part there are translations and their analysis ending with a glossary. In the end is the conclusion, which sums up the whole thesis. The final part includes bibliography and appendices with selected texts.

12. Resumé

Bakalářská práce se zaměřuje na funkční styly z hlediska anglického i českého jazyka a na překlad vybraných textů. Na začátku práce je úvod a následují dvě části, teoretická a praktická část. V teoretické části je rozebíráno pět funkčních stylů. Jako první je popsán styl administrativní, poté odborný a následují styl žurnalistický a publicistický, na závěr je popsán styl umělecký. V praktické části jsou čtyři ukázkové překlady vybraných textů a jejich analýza zakončená glosářem. Na konci je závěr, který shrnuje obsah práce. Poté je přiložen seznam literatury a také přílohy s vybranými ukázkovými texty.

13. Seznam tabulek

Tabulka 1 - Glosář, dopis 1	28
Tabulka 2 - Glosář, dopis2	30
Tabulka 3 - Glosář, oznámení.....	33
Tabulka 4 - Glosář, projev	40

14. Přílohy

Příloha 1 - Sample Letter Sending Information.....	48
Příloha 2 - LETTERS EXPRESSING INTEREST IN NEW BUSINESS OPPORTUNITIES	49
Příloha 3 - Important Notice for People Who Live and Work In the Vicinity of Central Park West and 68th St.	50
Příloha 4 - Uniting for a Great Brexit: Foreign Secretary's speech.....	51

Příloha 1 - Sample Letter Sending Information

Lingua Services Galactic Ltd
69 Milk Street, LONDON SW7 6AW
Tel: +44 20 123 4567
Fax: +44 20 765 4321
Email: jb@linguaservices.ga

6 November 20--

Ms Andrea Philips
Dreamtime Movies Ltd
54 Oxford Road
Skagnes
SK3 4RG

Dear Ms Philips

Translation Services & Fees

Thank you for your letter of 4 November enquiring about our translation services.

Lingua Services Galactic offer a full range of translation services to help you in the development of sales literature and web sites. I have pleasure in enclosing our latest brochures and price list from which you can see that our prices are highly competitive.

I look forward to calling you in a few days.

Yours sincerely

James Brown

James T Brown

Sales Manager

Enc: 3

Příloha 2 - LETTERS EXPRESSING INTEREST IN NEW BUSINESS OPPORTUNITIES

February 13, 20 –

Editor
U. S. News and World Report
Post Office Box 2627
Boulder, Colorado 80321
U. S. A.

Dear Sir:

I have followed a series of articles dealing with “U. S. business” and have often had the feeling that the material would be marketable here in Korea. It would, of course, first have to be properly edited and translated into Korean. It would also require the backing of a reputable local publishing firm.

Our firm specializes in communications in the business/technological area here in Korea. Consequently, we are interested in securing the translation and marketing rights for the series. We have already confirmed the interest of a large publishing house in a properly translated version.

An indication of your interest in such an arrangement would be very much appreciated.

Yours sincerely,

Choi Kil-su

Publications Manager

Příloha 3 - Important Notice for People Who Live and Work In the Vicinity of Central Park West and 68th St.

April 10, 2007

Contact: 311

Important Notice for People Who Live and Work In the Vicinity of Central Park West and 68th St.

DRILLING AND PLACING CONCRETE, PART OF THE CONSTRUCTION OF CITY WATER TUNNEL NO. 3 WILL BE TAKING PLACE AT THIS SITE

The New York City Department of Environmental Protection is constructing City Tunnel No. 3 to ensure New Yorkers continue to have safe and reliable water service for generations. The west side portion of the Manhattan Tunnel travels north under Central Park West. The location for this work is on the east side of Central Park West at 68th St.

Two operations will be conducted at this site in order to place concrete in the tunnel. The first is to drill a hole down to the tunnel; the second will be to place concrete in the tunnel from this location.

The drilling at this site begins Monday of this week and is scheduled to last for three to four weeks. The work hours are generally 7:00 am to 4:30 pm, occasionally to 6:00 pm, Monday through Friday.

The concrete operation is scheduled to start Tuesday May 1, 2007 and will last for six weeks. The hours of operation for concrete placement are 7:00 to 4:00 pm, Monday through Friday.

If you have questions or concerns about this work, please contact:

311

24 Hours a Day, 7 Days a Week

Příloha 4 - Uniting for a Great Brexit: Foreign Secretary's speech

Thank you very much. Thank you Dean. Good morning everybody. It's great to be here.

The other day a woman pitched up in my surgery in a state of indignation. The ostensible cause was broadband trouble but it was soon clear – as so often in a constituency surgery – that the real problem was something else.

No one was trying to understand her feelings about Brexit. No one was trying to bring her along. She felt so downcast, she said, that she was thinking of leaving the country – to Canada. It wasn't so much that she wanted to be in the EU; she just didn't want to be in a Britain that was not in the EU.

And I recognised that feeling of grief, and alienation, because in the last 18 months I have heard the same sentiments so often – from friends, from family, from people hailing me abusively in the street – as is their right.

In many cases I believe the feelings are abating with time, as some of the fears about Brexit do not materialise. In some cases, alas, I detect a hardening of the mood, a deepening of the anger.

I fear that some people are becoming ever more determined to stop Brexit, to reverse the referendum vote of June 23 2016, and to frustrate the will of the people. I believe that would be a disastrous mistake that would lead to permanent and ineradicable feelings of betrayal. We cannot and will not let it happen.

But if we are to carry this project through to national success – as we must – then we must also reach out to those who still have anxieties.

I want to today to anatomise at least some of the fears and to show to the best of my ability that these fears can be allayed, and that the very opposite is true: that Brexit can be grounds for much more hope than fear.

There are essentially 3 types of concern about the momentous choice the nation has made.

Strategic

The first is that this is simply a strategic or geo-strategic mistake. On this view Britain is an offshore island comprising fewer than 1% of humanity, and we need to be bound up in the European Union for protection – partly for our protection, and partly so that Britain can fulfil its historic role of providing protection for the other countries of the European continent. I come across quite a few people who think that Brexit has cast us adrift – made our geostrategic position somehow more vulnerable, while weakening the security of the whole of Europe.

Spiritual

The second anxiety is essentially spiritual and aesthetic – that by voting to leave the EU we have sundered ourselves from the glories of European civilisation. People believe that we have thrown up a figurative drawbridge, made it less easy to live, study, work abroad; and decided to sacrifice the Europeanness in our identities. They fear that the Brexit vote was a vote for nationalism and small-mindedness and xenophobia. They think it was illiberal, reactionary and the British have shown the worst of their character to the world; indeed that it was in some sense un-British.

Economic

And the third objection is the one that occupies most of the debate – the economic fear that we have voted to make ourselves less prosperous; that membership of the EU is vital for UK business and investment, and that the panoply of EU legislation has helped to make life easier for companies and for citizens. People fear the disruption they associate with change, and that our friends and partners in the EU may make life difficult for us. Sometimes these economic anxieties are intensified by the other fears – about identity or security – so that hitherto recondite concepts like the single market or the customs union acquire unexpected emotive power.

Well I believe that whatever the superficial attractions of these points, they can be turned on their head.

I want to show you today that Brexit need not be nationalist but can be internationalist; not an economic threat but a considerable opportunity; not un-British but a manifestation of this country's historic national genius.

And I can see obviously that I'm running the risk in making this case of simply causing further irritation. But I must take that risk because it is this government's duty to advocate and explain the mission on which we are now engaged; and it has become absolutely clear to me that we cannot take the argument for granted.

We cannot expect the case to make itself. That was the mistake of the pro-EU elite in this country when they won the last referendum in 1975.

As the Guardian journalist the late Hugo Young points out in his book, *This Blessed Plot*:

The most corrupted trait I kept encountering was the sense – so prevalent among the Euro-elite, that having won the decision they had won the argument. Many exhibited the unmistakable opinion not only that the battle was over but that the other side, however loud it shouted, had simply lost and should now shut up.

And he went on to say:

The noisier the contest became during the early 1990s, the heavier the silent gloating that accompanied it, from the class that knew it commanded every operational forum from the ante-chambers of Whitehall to the boardrooms of big business, from Brussels committee rooms where a thousand lobbyists thronged, to the outposts of the Commission.

Well the boot is now on the other foot, at least in theory. For all their power and influence – every major political party, the CBI, Barack Obama and so on – those voices did not prevail.

But is this the time now for the referendum winners to gloat? Should we sit back in silent self-satisfaction? I don't think we should.

It is not good enough to say to remainers – you lost, get over it; because we must accept that the vast majority are actuated by entirely noble sentiments, a real sense of solidarity with our European neighbours and a desire for the UK to succeed.

All I am saying is that by going for Brexit we can gratify those sentiments – and more.

So let me take the 3 anxieties in turn.

... **Zkráceno** ...

This, the UK, is the country that is once again taking the lead in shaping the modern world. And it is our stubborn attachment to running ourselves that will end up making our society fairer and more prosperous.

In its insistence upon democracy, in its openness, its belief in the rights of the individual, in its protection of our legal system; its scepticism about excessive regulation; its potential for devolving power downwards; and in its fundamental refusal to discriminate between all the other peoples of the earth. And in its central distinction between a political loyalty and obedience to the EU institutions, and our eternal love for European culture, and values, and civilisation.

Brexit is not just the great liberal project of the age, but a project that over time can unite this whole country. So let's do it with confidence together.

Thank you very much.