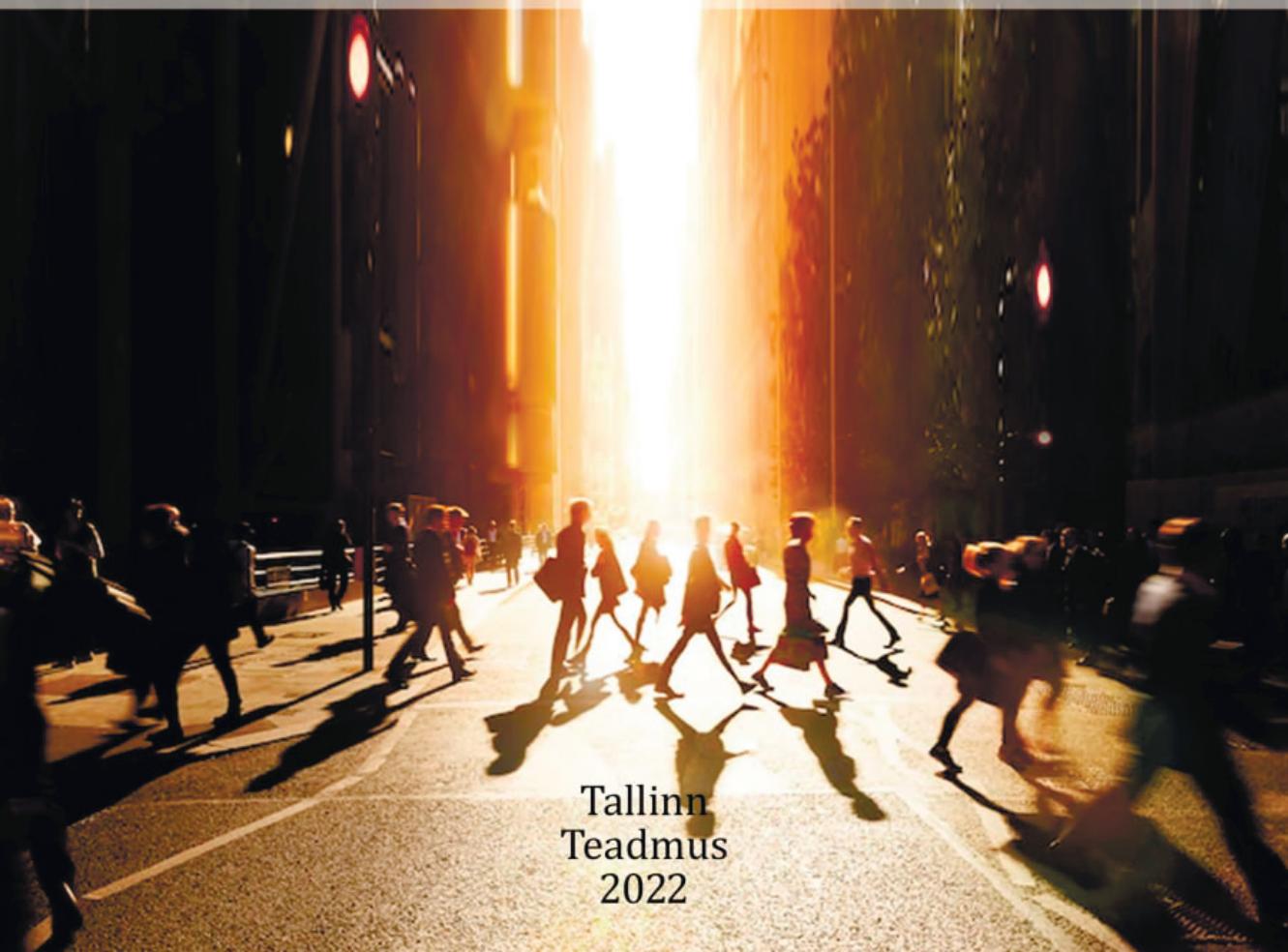




Kultúrny transfer v zjednotenej európe

Cultural Transfer in the United Europe

Edited by Jana Pecníková and Zuzana Bohušová



Tallinn
Teadmus
2022

KULTÚRNY TRANSFER V ZJEDNOTENEJ EURÓPE

CULTURAL TRANSFER IN THE UNITED EUROPE

Edited by Jana Pecníková and Zuzana Bohušová

Tallinn
Teadmus
2022

All rights reserved. No part of this book may be reprinted or preproduced or utilized in any form or by any electronic, mechanical, or other means, now known or hereafter invented, including photocopying and recording, without permission from the editors.

**CULTURAL TRANSFER IN THE UNITED EUROPE
(KULTÚRNY TRANSFER V ZJEDNOTEUNEJ EURÓPE)** / Ed. Jana Pecníková and Zuzana Bohušová. Tallinn: Teadmus, 245 p.

ISBN 978-9916-9704-9-2

First published in 2022
by Teadmus (Tallinn, Estonia)

Authors:

©Jana Pecníková, ©Zuzana Bohušová, ©Laia Anguix, ©Magdalena Ciobanu Stoian, ©Angela Madan, ©Andreea Stratila Irimia, ©David-Florin Ciocodeica, ©Mihai Mehedintu, ©Daniela Mališová, ©Ruslan Saudov, ©Monika Zázrivcová, ©Natália Dúbravská, ©Anita Huťková, ©Ivan Šuša, ©Lucia Ráčková, ©Patrícia Molnárová, ©Veronika Gondeková, ©Zuzana Slobodová, ©Ivana Pondelíková, ©Katarína Mičicová

Reviewers:

Dr hab. Monika Banaś (Jagiellonian University in Krakow, Poland)
doc. PhDr. Jiří Chalupa, PhD. (Ostrava University, Czech Republic)

ISBN 978-9916-9704-9-2

©Team of authors

ACKNOWLEDGEMENT

This publication was created with the support of the European Union program: 611357-EPP-1-2019-1-SK-EPPJMO-MODULE: Jean Monnet Module: *Cultural Transfer in the United Europe: differences, challenges and perspectives* (CULTUrE)

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Implementation period: 01.09.2019-31.08.2022

Implemented at the Faculty of Arts, Matej Bel University in Banská Bystrica, Slovakia.

All rights reserved.



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

FOREWORD / PREDSLOV

The priority of the Jean Monnet Module project: *Cultural Transfer in the United Europe: Differences, Challenges and Perspectives* (CULTURE) is to raise awareness of the topics such as cultural identity, cultural diplomacy, cultural transfer, and many other that are connected with culture (s), (not only) in the EU area and (not only) with the process of European integration.

The publication is designed monothematically and bilingually - in Slovak and English. Colleagues from six Slovak and three foreign universities participated as authors. The first two papers present the introduction to the topic of the project, the terminology and the concept of cultural transfer. The contributions are divided into four parts / chapters: *I. Cultural Transfer in Museums, Fashion and Convergence, II. Cultural Transfer in Comics, Literature and Translation Criticism, III. Culture as Transfer in Literature and Translation and IV. Culture as Transfer in Language and Communication*. We are pleased that in the publication we have managed to bring together authors across the fields of research in the humanities and economics. As a result, this international anthology is an example of the interdisciplinarity that the topic of cultural transfer itself presupposes.

We would like to thank the reviewers for their support and advice: dr hab. Monika Banaś from the Jagiellonian University in Kraków / Poland and doc. PhDr. Jiří Chalupa, PhD. from the University of Ostrava / Czech Republic.

Editors

Prioritou projektu Jean Monnet Module: *Cultural Transfer in the United Europe: differences, challenges and perspectives* (CULTUrE) / *Kultúrny transfer v zjednotenej Európe: rozdiely, výzvy a perspektívy* (CULTUrE) je posilniť povedomie o témach kultúrnej identity, kultúrnej diplomacie, kultúrneho transferu, a mnohých ďalších oblastí, ktoré prepájajú kultúru/y (nielen) v priestore EÚ a (nielen) v procese európskej integrácie.

Publikácia je koncipovaná monotematicky a dvojjazyčne – po slovensky a po anglicky. Autorsky sa na nej podieľajú kolegyne a kolegovia zo šiestich slovenských a troch zahraničných univerzít. Prvé dva príspevky uvádzajú celú problematiku zásadnými úvahami k téme projektu, k terminológii a ku konceptu kultúrneho transferu. Príspevky sú rozdelené do štyroch celkov/kapitol: *I. Kultúrny transfer v múzeách, móde a konvergencii*, *II. Kultúrny transfer v komiksoch, literatúre a kritike prekladu*, *III. Kultúra ako transfer v literatúre a preklade* a *IV. Kultúra ako transfer v jazyku a komunikácii*. Teší nás, že v publikácii sa nám podarilo spojiť autorky a autorov naprieč oblastami výskumu v humanitných a ekonomických vedách. Vďaka tomu je táto medzinárodná antológia príkladom interdisciplinárnosti, ktorú už samotná téma kultúrneho transferu predpokladá.

Za podporu a rady vyjadrujeme srdečné poděkování recenzentke dr hab. Monice Banaš z Jagelovskej univerzity v Krakove/Poľsko a recenzentovi doc. PhDr. Jiřímu Chalupovi, PhD. z Ostravskéj univerzity/Česká republika.

Editorky

TABLE OF CONTENTS / OBSAH

Introduction to Cultural Transfer Research

CULTURAL TRANSFER OR CULTURE AS TRANSFER / KULTÚRNY TRANSFER ALEBO KULTÚRA AKO TRANSFER	
Jana Pecníková	9

KULTÚRNY TRANSFER A JEHO CATCHWORDS / CULTURAL TRANSFER AND ITS CATCHWORDS	
Zuzana Bohušová	23

Part I. Cultural Transfer in Museums, Fashion and Convergence

SELF-ISOLATION OR TRANSNATIONAL RESILIENCE? EUROPEAN MUSEUMS' RESPONSES TO THE COVID-19 PANDEMIC	
Laia Anguix	38

SUSTAINABLE IMPACTS ON FASHION IN A MULTICULTURAL MARKET	
Magdalena Ciobanu Stoian, Angela Madan, Andreea Stratila Irimia, David-Florin Ciocodeica, Mihai Mehedintu	52

CONVERGENCE OF CULTURE SERVICE EXPENDITURE IN THE EUROPEAN UNION COUNTRIES	
Daniela Mališová	72

Part II. Cultural Transfer in Comics, Literature and Translation Criticism

FIRST WORLD WAR IN CONTEMPORARY RUSSIAN AND ITALIAN COMICS	
Ruslan Saduov	90

ON THE RELATION BETWEEN LITERATURE AND ETHICS: TRANSMISSION TO AND FROM A READER	
Monika Zázrivcová	101

LITERARY TRANSLATION CRITICISM IN EUROPE: DIFFERENT THEORETICAL APPROACHES TOWARDS THE ANALYSIS OF LITERARY TRANSLATION ACROSS WESTERN CULTURES

Natália Dúbravská

116

Part III. Culture as Transfer in Literature and Translation / Kultúra ako transfer v literatúre a preklade

TALIANSKA LITERATÚRA PO ROKU 1989 V SLOVENSKOM RECEPČNOM PROSTREDÍ (FORMY KULTÚRNEHO TRANSFERU) / ITALIAN LITERATURE AFTER 1989 IN THE SLOVAK RECEPTION (FORMS OF CULTURAL TRANSFER)

Ivan Šuša

128

EXOTIZÁCIA VERZUS NATURALIZÁCIA V PREKLADE ŠVAJČIARSKEHO POLICAJNÉHO ROMÁNU Z FRANCÚZSKEHO DO SLOVENSKÉHO JAZYKA / EXOTIZATION VERSUS NATURALIZATION IN SWISS POLICE NOVEL TRANSLATED FROM FRENCH TO SLOVAK LANGUAGE

Lucia Ráčková

141

PREKLAD AKO TRANSKULTÚRNA KATEGÓRIA / TRANSLATION AS A TRANSCULTURAL CATEGORY

Anita Huťková

158

KOMPARÁCIA VLASTNÝCH MIEN VO VYDAVATEĽSTVÁCH MARVEL COMICS A DC COMICS / COMPARISON OF PROPER NAMES AT MARVEL COMICS AND DC COMICS PUBLISHERS

Veronika Gondeková

171

Part IV. Culture as Transfer in Language and Communication / Kultúra ako transfer v jazyku a komunikácii

JAZYK – KULTÚRA – POLITIKA: SPOLOČENSKO-HISTORICKÝ TRANSFER ZO SOCIALIZMU DO DEMOKRACIE / LANGUAGE - CULTURE - POLITICS: SOCIAL-HISTORICAL TRANSFER FROM SOCIALISM TO DEMOCRACY

Patrícia Molnárová

185

ROZPRÁVANIE PRÍBEHOV – STORYTELLING – AKO PROSTRIEDOK INTERKULTÚRNEJ KOMUNIKÁCIE V OBLASTI CESTOVNÉHO RUCHU / STORYTELLING AS A TOOL OF INTERCULTURAL COMMUNICATION IN TOURISM

Zuzana Slobodová

196

TRANSFER AFGANSKEJ KULTÚRY DO EURÓPY / TRANSFER OF AFGHAN CULTURE TO EUROPE

Ivana Pondelíková

210

TRADICNÁ KULTÚRA V CESTOVNOM RUCHU (PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA MYJAVSKÉHO REGIÓNU) / TRADITIONAL CULTURE IN TOURISM (CASE STUDY OF THE MYJAVA REGION)

Katarína Mičicová

231

CULTURAL TRANSFER OR CULTURE AS TRANSFER

KULTÚRNY TRANSFER ALEBO KULTÚRA AKO TRANSFER

Jana Pecníková

, „The past is important. There are immediate, in-your-face contemporary issues that may be advanced, in part, by knowing history¹.“

Abstract

Cultural transfer, as a subject of research, begins to appear around 1980. It refers to various cultural areas in (and between) which people – the bearers of cultures, and cultural products – are exchanged, circulated, and transformed. Cultural transfer is therefore explored interdisciplinary in several areas of research, e.g. literary science, philology, art history, cultural geography, anthropology, sociology, migration studies, etc. The aim of our contribution is to depict how we can perceive cultural transfer in humanities and to spread interdisciplinary awareness of the cultural heterogeneity that arises from this exchange.

Keywords: cultural transfer, cultural contacts, culture diffusion, culture logistics, intercultural communication

CULTURAL TRANSFER OR CULTURE AS TRANSFER

Introduction

Before research in the field of cultural transfer begins, it is necessary to overcome and redefine what we perceive as borders between national, linguistic, and cultural areas. It is not methodologically defined within a single discipline, so it raises controversy about how to understand these nonlinear

¹ Paterson, 2011, p. 256.

Preklad JP: „Minulosť je dôležitá. Sú tu bezprostredné témy, ktorým čelíte a ktoré snáď možno zlepšiť tým, že spoznáte históriu.“

processes, which take different forms, structures, and scopes. Perhaps that is why we should use new forms, new methodologies, and not to be afraid of an interdisciplinary and more flexible approach when researching cultural transfer. This is based on the essence of cultural transfer as such, its characteristic element is that the movement between destination and source does not take place linearly, often it is not even a one-way movement. And borders do not have the same role as in any other type of transfer. Cultural transfer is also defined by concepts such as hybridity, *métissage*, transculturality. It depends on different points of view of whether we consider the transfer to be successful or unsuccessful, which cannot always be clearly objectively assessed.

Cultural Transfer

Cultural transfer is represented in comparative studies, e.g. in comparative linguistics. However, it is not enough for cultural transfer to do research only focused on 'comparisons', but more attention should also be paid to the forms of cultural mixing, hybridisation. The new approaches reflect the relationship between the centre and the periphery, on what is coming in and going out, and on the relationship between influence and power. Colonialism is often used as an example, which can be studied as a form of mutual influence between two or more cultures, with its positive and negative effects.

Today, migration is considered such an important cultural transfer when a migrant comes into a new/different culture. Cultural exchange concerns not only on people or goods, but also on ideas that are reinterpreted in another cultural environment and are placed in other contexts, e.g., in languages, there can be the same term used, with a different meaning in a given cultural area. Different contexts affect expressions, just as their use changes in different historical periods. Many terms from the past are no longer used today, or they are marked by the fact that they were used in a specific historical period. Cultural transfer is often referred to the nation or country. However, it is important to understand the fact that these are not homogeneous groups with clearly defined boundaries. Therefore, it is preferable in this case to talk about cultural zones or cultural landscapes.

Around 1980, the term was first used in the context of a non-nationally oriented research approach, but in the age of globalisation of digitalisation, the term is much more complex and broader.

Even the terms culture and transfer have been increasingly criticised for their ambiguity, which has caused little interest in the subject for some time. In 2021, the term cultural transfer was redefined in a publication entitled *Cultural Transfer Reconsidered (Transnational Perspectives, Translation Processes, Scandinavian and Postcolonial Challenges)*² which aims to provide new insight into the topic by asking epistemological and analytical questions. The limit of this book is the focus on the Northern European context.

Cultural transfer in the era of a highly globalized and digitally advanced society raises many questions related to forms of digital communication, media, but also ways of creating literary and other written texts, translation³, popular culture, etc. Cultural transfer consists not only of products, but also by those involved in their transfer. Every time you try to map such a 'cultural landscape of transfer', it should be taken into account that this is a very unstable, nonlinear and often imaginary process that is constantly on the move. We certainly do not know the beginning of the cultural process in it, and often the end of it. Cultural mobility today can take many forms of cultural contact, e. g., it can be placed in a virtual space, in the video game space or on social networks.

Cultural Contact

"Archaeologists have often pointed out that culture contact is endemic to human existence."⁴ It is a fact that many exchanges and interactions between different socio-cultural groups have been based on different forms of cultural contact. Cultural contact thus became the basis for the development of trade, exchange, cooperation, competition, imitation, but also for warfare. When defining cultural contact, the term "first contact" is sometimes used, but it is not clear to determine when and under what circumstances it occurred. Therefore, it is necessary to understand the plurality of possible cultural contacts, their interdependence and affiliation to specific cultural landscapes, as well as the possible ways of interpreting them.

In cultural contact we assume not only the interaction between two (or more) different cultures, but it is also a certain process in which contact occurs.

² Jorgensen – Lusenbrink, 2021.

³ Hut'ková, 2014.

⁴ Paterson, 2011, s. 27.

Many of these contacts, which took place in the history of mankind, are described in historical materials. And we are witnessing that even today there is a 'clash of cultures' in many places around the world. The dark side of cultural contact is that it is not always a process that has no victims, and which is not accompanied by cruelty and acts of violence. Throughout history, this has occurred in many cultural clashes, as well as in conquering missions.

However, cultural contact does not always have to occur only in a large global, civilizational or international context. Cultural transformation takes place across the spectrum of human culture that responds to change.

If we want to simply define the basic terms and the associated concepts, then cultural contact is connected with:

„Assimilation, acculturation, enculturation, Westernization, ethnocide, resistance, dominance, accommodation, mimesis, ethnogenesis, creolization, colonization, frontier, colonialism, imperialism, world system theory⁵“

Cultural contact can be in many forms. They are related to culture characterised as:

„Culture is passed from one generation to the next one.

Culture is shared.

Culture is symbolically expressed and transmitted.

Culture is adaptive⁶“.

Cultural contact and cultural transfer so can be found in many forms in humanities-oriented research.

Forms of Cultural Transfer in Humanities

Cultural transfer is directly related to human culture. Culture is a universal human phenomenon consisting of individual cultures and subcultures, but also explicit and implicit cultural patterns, expressions, relationships, as well as language⁷ and ways of thinking in a particular sociocultural context.

5 Paterson, 2011, p. 44-46

6 Zelenková, 2019, p. 17.

7 Ráčková, 2017.

Culture is contained in everything that human civilisation has created, but at the same time it is presented by manifestations of the behaviour, traditions, norms in cultural communities. For this reason, the form of cultural transfer is everything related to the products of culture, human creations, as well as culture is a crucial part of human cultural identity.

In this publication we deal with cultural transfer on two levels, which are very similar to each other. The first is CULTURAL TRANSFER itself, which is based on intercultural contact, i.e. a transfer that takes place between one or more cultures. Cultural transfer happens while translating⁸, in situations when cultural specificities need to be taken into account⁹. Cultural transfer is also in the transfer of values in kept by cultural monuments, in preservation of cultural heritage¹⁰, in museums and similar cultural institutions. Cultural transfer also touches the world of fashion, sport, social networks and media¹¹. Cultural transfer also takes place in the EU countries¹², which are trying to reduce regional disparities in the field of culture. Last, but not least, there is a cultural transfer in the field of literature¹³, translation criticism¹⁴ and in comics, where the content is often connected with a socio-cultural area, and cultural patterns.

The second part of the publication is aimed on CULTURE as a tool of TRANSFER, where the role of culture helps to understand the processes associated with literature¹⁵, translation, socio-political reality¹⁶, perception of otherness¹⁷ and intercultural communication. Culture is also seen as an important factor for the development of tourism¹⁸ and for the feeling of local identity¹⁹.

8 Bohušová, 2017.

9 Javorčíková, 2021.

10 Slatinská, 2021.

11 Gondeková, 2018.

12 Mališová, 2021.

13 Zázravcová, 2011, Šuša, 2018.

14 Dúbravská, 2021.

15 Shusha, 2014.

16 Molnar, 2021.

17 Pondelíková, 2020.

18 Slobodová, 2021.

19 Mičicová, 2021.

Conclusion

Cultural contacts are about interactions among different cultural identities, groups, and landscapes. It is often happening while using diverse verbal, non-verbal forms. Sometimes we use intercomprehension²⁰ to understand each other, sometimes we appear in different linguistic landscapes²¹, and sometimes we discover our own cultural identity²². That is also why it is needed to restore the position of culture in science and society, because without understanding the deeper and more complex processes in cultural transfer, this transfer can become a form of non-cultural contacts.

KULTÚRNY TRANSFER ALEBO KULTÚRA AKO TRANSFER

Kultúrny transfer ako predmet výskumu sa začína objavovať okolo roku 1980. Odkazuje na rôzne kultúrne oblasti, v ktorých a medzi ktorými dochádza k výmene, cirkulácii a transformácii ľudí - nositeľov kultúr, ako aj vecí - produktov kultúry. Kultúrny transfer skúmame interdisciplinárne, teda s presahmi medzi viacerými okruhmi výskumu, napr. literárnu vedou, filológiou, históriou umenia, kultúrnou geografiou, antropológiou, sociológiou, či v migračných štúdiách a ī. Cieľom nášho príspevku je poukázat' na to, ako môžeme vnímať kultúrny transfer z pohľadu humanitných vied a rozširovať interdisciplinárne povedomie o kultúrnej heterogenite, ktorá vzniká pri tejto výmene. Kultúrny transfer je totiž iba málokedy lineárny, jednoznačný a uzavorený.

Preto nás výskum v oblasti kultúrneho transferu vedie k prekonávaniu a predefinovaniu toho, čo vnímame ako hranice medzi národnými, jazykovými a kultúrnymi krajinami. Rovnako nie je možné ho metodologicky definovať v rámci jednej vednej disciplíny. Otázkou je aj to, ako rozumiet' týmto nelineárnym procesom, ktoré majú rôznu podobu, formu i rozsah. Možno by sme mali práve z tohto dôvodu pri výskume kultúrneho transferu využiť nové formy, nové metódy a nebáť sa interdisciplinárneho a flexibilnejšieho prístupu.

²⁰ Chovancová – Reichwalderová, 2014.

²¹ Saduov, 2020.

²² Huťková – Šušová, 2021.

Vychádzame z podstaty kultúrneho transferu ako takého, keďže jeho charakteristickým prvkom je to, že pohyb medzi cieľom a zdrojom neprebieha lineárne, často to nie je ani jednosmerný pohyb a hranice nehrajú takú úlohu ako pri inom druhu transferu²³. Kultúrny transfer tiež definujú pojmy ako hybridita, *métissage (mélange des cultures)*²⁴, transkulturalita²⁵. A rovnako záleží na uhle pohľadu, či kultúrny transfer označíme za úspešný alebo neúspešný, čo sa nedá vždy jednoznačne objektívne posúdiť²⁶.

Kultúrny transfer

Kultúrny transfer je prítomný v komparatívnych štúdiách, napr. v komparatívnej lingvistike. Dnes však nastačí, aby sa v rámci kultúrneho transferu skúmali len „porovnania“, preto sa väčšia pozornosť venuje podobám kultúrneho miešania či podobám hybridizácie. Nové prístupy sa tiež sústredia viac na to, v akom vzťahu je centrum a periféria, vystupujúce strany, ako aj na vzťahy medzi vplyvom a mocou. Ako príklad sa uvádza kolonializmus, ktorý je možné študovať aj ako formu vzájomného ovplyvňovania medzi dvomi či viacerými stranami. Dnes sa za takýto dôležitý kultúrny transfer považuje migrácia, keď migrant prichádza do novej/inej kultúry.

Kultúrna výmena sa netýka iba ľudí či tovarov, ale aj myšlienok, ktoré sú v inom kultúrnom prostredí reinterpretované a dostávajú sa do iných kontextov. V prípade jazykov ide o používanie rovnakého výrazu, ktorý má v danej kultúrnej oblasti odlišný význam. Rozdielny kontext ovplyvňuje výrazy, rovnako ako sa mení ich použitie v rozdielnych historických obdobiach. Mnoho výrazov z minulosti sa dnes už nepoužíva, resp. je ich význam poznačený práve tým, že boli využívané v špecifickom historickom období. Kultúrny transfer často odkazuje na národ, resp. krajinu. Dôležité je však pochopenie faktu, že to nie sú homogénne skupiny s jasne vymedzenými hranicami. Preto je vhodnejšie v tomto prípade hovoriť o kultúrnych zónach, resp. kultúrnych krajinách.

²³ Pernica, 2017.

²⁴ Miešanie kultúr.

²⁵ Janssen, 2019.

Problémom dnešného výskumu v danej oblasti je aj to, že od roku 1980, kedy sa výraz prvýkrát použil v kontexte ne-národne orientovaného prístupu, je dnes v dobe globalizácie a digitalizácie tento termín oveľa komplexnejší a širší. Termíny kultúra a transfer sú často kritizované za ich nejednoznačnosť²⁶, čo spôsobilo na istú dobu pozastavenie záujmu o túto tému. V roku 2021 termín kultúrny transfer nanovo zadefinovali v diele *Cultural Transfer Reconsidered (Transnational Perspectives, Translation Processes, Scandinavian and Postcolonial Challenges*²⁶ (eds. Jorgensen – Lusebrink), ktorého cieľom je poskytnúť nový pohľad do problematiky položením epistemologických i analytických otázok. Limitom tohto diela je orientácia na kontext severnej Európy.

Kultúrny transfer v kontexte éry vysoko globalizovanej a digitálne vyspejšej spoločnosti otvára mnoho otázok, ktoré súvisia s formami digitálnej komunikácie, médiami, ale aj spôsobmi tvorby literárnych a iných písaných textov, prekladom²⁷, populárnu kultúrou a ī. Kultúrny transfer tvoria nie len produkty, ale aj tí, ktorí sa na ich presune podieľajú. Pri každom pokuse zmapovať takúto „kultúrnu krajinu transferu“ je potrebné bráť do úvahy, že ide o veľmi nestabilnú, nelineárnu a často imaginárnu krajinu, ktorá je neustále v pohybe. Nevieme v nej určiť začiatok kultúrneho procesu, a často ani jeho koniec. Kultúrna mobilita dnes môže mať mnohé podoby kultúrneho kontaktu, napr. môže prebiehať vo virtuálnom priestore, v priestore videohier či na sociálnych sietiach.

Kultúrny kontakt

„Archaeologists have often pointed out that culture contact is endemic to human existence²⁸.“ Mnohé výmeny a interakcie medzi rôznymi skupinami prebiehajú vďaka kultúrnemu kontaktu. Kultúrny kontakt sa tak stal základom pre rozvoj obchodu, výmeny, spolupráce, súťaže, imitácie, ale aj pre vedenie vojny. Pri jeho definovaní sa niekedy používa výraz „prvý kontakt“, ale pritom nie je jednoduché určiť, kedy a za akých okolností k nemu došlo. Aj preto je

²⁶ Jorgensen – Lusenbrink, 2021.

²⁷ Hut'ková, 2014.

²⁸ Paterson, 2011, s. 27.

Preklad JP: „Archeológovia často poukazujú na to, že kultúrny kontakt je endemický (trvalo sa vyskytujúci) v existencii ľudstva“.

potrebné pochopíť pluralitu možných kultúrnych kontaktov, ich naviazanost' na konkrétnu kultúru krajiny/skupiny, ako aj spôsoby ich interpretácie.

Kultúrny kontakt predpokladá nielen interakciu medzi dvomi odlišnými kultúrami, ale ide aj o istý proces, pri ktorom ku kontaktu dochádza. Mnoho z týchto kontaktov, ku ktorým dochádzalo v dejinách ľudstva, je popísaných v historických materiáloch. Sme tiež svedkami toho, že aj v súčasnosti dochádza ku „stretu kultúr“ na mnohých miestach sveta. Odvrátenou stranou kultúrneho kontaktu je to, že nie vždy ide o proces, ktorý nemá obete a ktorý nesprevádzajú krutosti a násilné činy. V priebehu histórie k tomu dochádzalo pri kultúrnych stretoch, ako aj pri dobyvateľských misiách.

Ku kultúrnemu kontaktu však nemusí vždy dochádzať len vo veľkom globálnom, civilizačnom či medzinárodnom kontexte. Kultúrna transformácia prebieha v celom spektri ľudskej kultúry, ktorá reaguje na zmeny.

Ak by sme mali vymedziť základné termíny a s nimi spojené pojmy, tak kultúrny kontakt vymedzujú:

„asimilácia, akulturácia, enkulturácia, westernizácia, etnocída, odpor, dominancia, akomodácia, mimézis²⁹, etnogenéza, kreolizácia, kolonizácia, hranica, kolonializmus, imperializmus, teória svetového poriadku.“³⁰

Kultúrny kontakt môže mať mnohé podoby. Súvisia s kultúrou, pre ktorú je charakteristické, že:

*„Kultúra sa odovzdáva z generácie na generáciu.
Kultúra je zdielaná.
Kultúra je symbolicky vyjadrená a odovzdávaná.
Kultúra je adaptívna³¹.“*

Kultúrny kontakt a transfer môžeme nájsť v mnohých podobách v humanitne orientovaných výskumoch.

²⁹ Prispôsobenie sa okoliu

³⁰ Paterson, 2011, s. 44-46. Preklad JP.

³¹ Zelenková, 2019, s. 17.

Podoby kultúrneho transferu v humanitných vedách

Kultúrny transfer priamo súvisí s kultúrou ľudstva. Kultúra je univerzálny ľudský fenomén, ktorý tvoria jednotlivé kultúry a subkultúry, ale aj explicitné a implicitné kultúrne vzory, prejavy, vzťahy, rovnako ako jazyk³² a myslenie v konkrétnom sociokultúrnom kontexte. Kultúra je obsiahnutá vo všetkom to, čo vytvorila ľudská civilizácia, ale zároveň je súhrnom prejavov správania ľudí, teda kultúrneho spoločenstva. Aj z tohto dôvodu je podobou kultúrneho transferu všetko, čo súvisí s produktmi kultúry, ľudskými výtvarmi, ako aj s kultúrnou identitou a jej prejavmi.

V publikácii sa venujeme kultúrnemu transferu v dvoch rovinách, ktoré sú si veľmi podobné. Prvou je KULTÚRNY TRANSFER, ktorý je založený na medzikultúrnom kontakte, teda transfere, ktorý prebieha medzi jednou alebo viacerými kultúrami. Ku kultúrnemu transferu dochádza pri preklade³³, keď je potrebné zohľadniť kultúrne špecifiká³⁴. Kultúrny transfer je prítomný aj v prenose hodnôt v podobe kultúrnych pamiatok, ktoré sú uchované v kultúrnom dedičstve³⁵ v múzeach a podobných kultúrnych inštitúciách. Kultúrny transfer sa však dotýka aj súčasnosti, kde je spojený so svetom módy, športu, sociálnych sietí a médií³⁶. Kultúrny transfer prebieha aj medzi krajinami EÚ³⁷, ktoré sa snažia znížiť regionálne rozdiely aj v oblasti kultúry. V neposlednom rade je kultúrny transfer prítomný v oblasti literatúry³⁸, kritiky prekladu³⁹ a v komiksoch, v ktorých je obsah spojený so socio-kultúrnym priestorom, ako aj kultúrnymi vzormi.

V druhej časti publikácie sa upriamuje pozornosť na KULTÚRU ako nástroj TRANSFERU, teda na úlohu kultúry, ktorá pomáha porozumieť procesom spojeným s recepciou literatúry⁴⁰, prekladom, socio-politickej realite⁴¹, vnímaním inakostí⁴² a interkultúrnou komunikáciou.

³² Ráčková, 2017.

³³ Bohušová, 2017.

³⁴ Javorčíková, 2021.

³⁵ Slatinská, 2021.

³⁶ Gondeková, 2018.

³⁷ Mališová, 2021.

³⁸ Zázrivcová, 2011, Šuša, 2018.

³⁹ Dúbravská, 2021.

⁴⁰ Šuša, 2014.

⁴¹ Molnárová, 2021.

⁴² Pondelíková, 2020.

Kultúra je vnímaná tiež ako dôležitý faktor pre rozvíjanie cestovného ruchu⁴³ i pre pocitovanie lokálnej identity⁴⁴.

Záver

Kultúrne kontakty sú založené na interakcií medzi odlišnými kultúrnymi identitami, skupinami či krajinami. Tieto podoby majú často verbálnu i neverbálnu podobu. Na dorozumenie využívame znalosť jazyka a interkomprehenziu⁴⁵. Jazykové krajininy⁴⁶ sa často prelínajú, a tiež v nich objavujeme vlastnú kultúrnu identitu⁴⁷. Aj z tohto dôvodu si myslíme, že prišiel čas navrátiť kultúre jej postavenie vo vede i spoločnosti, pretože bez porozumenia hlbším a komplexnejším procesom v kultúrnom transfere sa tento transfer môže diat' v podobe ne-kultúrnych kontaktov.

©Jana Pecníková

*Matej Bel University in Banská Bystrica, Slovakia
jana.pecnikova@umb.sk*

⁴³ Slobodová, 2021.

⁴⁴ Mičicová, 2021.

⁴⁵ Chovancová – Reichwalderová, 2014.

⁴⁶ Saduov, 2020.

⁴⁷ Huťková – Šušová, 2021.

References

- 1) BOHUŠOVÁ, Z. 2017. The cognition of interpreting and neutralization. In: *Voprosy kognitivnoj lingvistiki*. ISSN 1812-3228, 2017, no. 4, pp. 58-68.
- 2) DÚBRAVSKÁ, N. 2021. Expresívnosť literárnej tvorby Leonida Andrejeva v kontexte sústavy výrazových kategórií Františka Mika. In: *Opera Slavica : slavistické rozhľedy*. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 2021 Roč. 31, č. 1 (2021), ISSN 1211-7676, pp. 53-64.
- 3) DURRER, V. (ed.) et. Al. 2020. *Managing Culture. Reflecting In Exchange in Global Times*. Cham: Palgrave Macmillan, 2020. 346 p. ISBN 978-3-030-24645-7.
- 4) GONDEKOVÁ, V. 2018. Persuasive-communication and manipulative-communication concepts in television programme of the reality TV genre. In *Media Literacy and Academic Research* : scientific journal. Trnava: University of SS. Cyril and Methodius in Trnava, 2018. Vol. 1, no. 2 (2018), ISSN 2585-8726, pp. 51-59.
- 5) HOLLIDAY, A. et. Al. 2021. *Intercultural Communication. An Advanced Resource Book for Students*. London: Routledge, 2021. 322 p. ISBN 978-0-367-48246-6.
- 6) HUŤKOVÁ, A. - ŠUŠOVÁ PRANDO, P. 2021. Kultúrna identita Neapola v románoch Eleny Ferranteovej s dôrazom na prekladateľské aspekty. In: *NOVÁ FILOLOGICKÁ REVUE* : časopis o súčasnej lingvistike, literárnej vede, translatológii a kulturológii, 2021, roč. 12, č. 2, ISSN 1338-0583, pp. 39-53.
- 7) HUŤKOVÁ, A. 2014. *Štýlistické zájuktia prekladu a prekladania*. Hradec Králové : Gaudeamus, 2014. 140 p. ISBN 978-80-7435-428-1.
- 8) CHOVCOVÁ, K. – REICHWALDEROVÁ, E. 2014. Využitie interkomprehenzie v odbornej príprave prekladateľa – tlmočníka. In: *Preklad a tlmočenie 11*. Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela Belianum, 2014. ISBN 978-80-557-0796-9. pp. 88-94.
- 9) JANSSEN, P. T.H.M. 2019. *Intercultural Competences*. Utrecht: Noordhoff Uitgevers, 2019. 239 p. ISBN 978-90-01-89310-1.
- 10) JAVORČÍKOVÁ, J. 2021. War of words : national stereotypes, ethnic insults and intercultural sensitivity. In *Studies in foreign language education*: volume 13. Nümbrecht : Kirsch-Verlag, 2021. ISBN 978-3-943906-61-5, pp. 64-84.
- 11) JORGENSEN S. B. – LUSENBRINK, H. J. 2021. *Cultural Transfer Reconsidered (Transnational Perspectives, Translation Processes, Scandinavian and Postcolonial Challenges)*. Leiden: BRILL, 2021. 268 p. ISBN 978-9004443679.

- 12) MALIŠOVÁ, D. et al. 2021. Disparity medzi krajinami Európskej únie v terciárnom vzdelávaní In: *24. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách = 24. international colloquium on regional sciences : sborník příspěvků*. Brno : Masarykova univerzita v Brně, 2021. ISBN 978-80-210-9896-1. pp. 33-40.
- 13) MIČICOVÁ, K. 2021. Kontexty kultúry a turizmu. In: *Novodobé migrácie a ich odraz vo verejnej diskusii*. Roč. 14, č. 2. ISSN 1337-7760. pp. 108-110.
- 14) MOLNÁROVÁ, P. 2021. Funkcia vlastných mien vo vzťahu k politickej ideológii socializmu: na príkladoch zo straníckeho denníka Pravda v 60. rokoch = The function of proper names in relation to the political ideology of socialism: based on examples from the 1960s issues of the daily newspaper pravda published by the communist party. In: *Acta onomastica*. Praha : Ústav pro jazyk český Akademie věd ČR, 2021. Roč. 62, č. 2 (2021), ISSN 1211-4413., pp. 335-352.
- 15) PATERSON, A. 2011. *A Millenium of Cultural Contacts*. London: Routledge, 2011. 327 p. ISBN 978-1-59874-493-4.
- 16) PERNICA, P. 2017. *Nový pohled na kulturu. Logistika kultury*. Praha: Academia, 2017, 443 p. ISBN 978-80-200-2730-6.
- 17) PONDELÍKOVÁ, I. 2020. Exploring intercultural differences between East and West throughout cultural dimensions and literature. In: *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska*. 2020, vol. 5, section N, ISSN 2543-9340, pp. 343-357.
- 18) RÁČKOVÁ, L. 2017. Le contact des langues slaves et du français: vers une typologie adaptée de l'interférence = The contact of Slavic languages and French: towards an adapted typology of interference. In: *Romanica Olomucensia*. Olomouc : Univerzita Palackého v Olomouci, 2017. Vol. 29, no. 2 (2017), ISSN 1803-4136, pp. 161-175.
- 19) SAUDOV, R. 2020. Field Research of the Cultural and Linguistic Landscape in a Multiethnic Region. In: *Ekologija jazyka u komunikativnaja praktika*, 2020, No. 1. pp. 23-29.
- 20) SLATINSKÁ, A. 2021. Kultúrne dedičstvo ako súčasť výučby angličtiny na stredných školách a jeho využitie v kontexte 21. storočia. In *Teória a prax prípravy budúcich translatológov a učiteľov anglického jazyka 3 : zborník recenzovaných príspievkov z Medzinárodnej online konferencie*. Banská Bystrica : A grafik, 2021. ISBN 978-80-972004-1-1, pp. 54-62.
- 21) SLOBODOVÁ, Z. 2021. Znalosť cudzích jazykov ako predpoklad interkultúrnej komunikácie u študentov ekonomickeho zamerania. In: *Forlang*, 2021. ISSN 1338-5496. pp. 391-399.

- 22) ŠUŠA, I. 2014. K teritoriálnym aspektom medziliterárnosti. In: *Preklad a tlmočenie 11*. Banská Bystrica: Filozofická fakulta, 2014, ISBN 978-80-557-0795-2. pp. 75-58.
- 23) ŠUŠA, I. 2018. *Talianska literatúra v slovenskom prekladovo-recepčnom kontexte po roku 1989*. Banská Bystrica: Belianum, 2018. 266 p. ISBN 978-80-557-1430-1.
- 24) ZÁZRIVCOVÁ, M. 2011. La place du sens dans les réflexions linguistiques. In *Lingue e letterature romanze : stato attuale e prospettive*. Rome: Aracne Editrice, 2011. ISBN 978-88-548-3457-6. pp. 851-860.
- 25) ZELENKOVÁ, A. 2019. *Intercultural Relations in Business*. Banská Bystrica: Belianum, 2019. 120 p. ISBN 978-80-557-1608-4.

KULTÚRNY TRANSFER A JEHO CATCHWORDS

CULTURAL TRANSFER AND ITS CATCHWORDS

Zuzana Bohušová

Abstract

The paper is an introduction to key concepts of cultural transfer research and the determining factors of this hybridization. The origins of the research idea of cultural transfer are associated with the names of the French historians Michel Espagne and Michael Werner and with the research of Franco-German history. ARTE "European cultural television" was established in parallel with this. The topic of cultural transfer can be considered overarching and hypertensive. Cultural transfer takes place and happens naturally or is initiated, regulated and supported. It takes place either symmetrically or asymmetrically, and the focus is on power, manifestations of the expansion of some cultures into other cultures, linguistic/cultural imperialism. Typical catchwords of the cultural transfer are the following terms: (post)colonialism, hegemony (of language/culture), translation as "transfer in culture in situation", mediation, culture exchange, hybridisms and hybridities, value transfer, dialogue/discourse, globalism versus localism versus patriotism versus nationalism, cultural awareness, cultural identity and memory, ambivalence of authenticity, research on migration and exile, migration and exile literature and others. The second part, called exemplifications, explains selected phenomena as products of cultural transfer processes: intertextuality, intericonicity, issues of symmetry and asymmetry of transmissions and explicit intracultural competence.

Keywords: culture transfer, hybridisms, (a)symmetry, expansion, intertextuality, intracultural competence, bi- and pluridirectional reciprocity

*A v Anglicku je tiež
tol'ko slovenských nápisov
ako u nás po anglicky?
Lukáš Hut'ka, 5-ročný*

Úvod

V prípade slovenských pozdravov *Ahoj!* *Ahojte!* *Sevas!* *Sevaste!* *Čau!* *Čaute!* by sme museli atribúti „slovenské“ vlastne vložiť do úvodzoviek. Napriek adaptovanému plurálu ide o pôvodne cudzie výrazy, ktoré našli uplatnenie v konvenčnom komunikačnom styku slovenských používateľov. Ahoj je pozdrav anglických námorníkov, neskôr českých vodákov, ale etymológia otvára ešte aj ďalšie pravdepodobné zdroje pozdravu⁴⁸. Taliansky pozdrav čau sa zapáčil v 50. rokoch 20. storočia po premietaní talianskeho filmu *Veľká modrá cesta* a začal sa používať bežne. Pôvod pozdravu Sevas je azda najviac zastrety hmlou medzikultúrneho prenosu. Zdrojový jazyk je latinčina a forma *servus*; tranzitným jazykom je rakúska nemčina, ktorá výslovnosť hovorového a medzi priateľmi používaného pozdravu *servus* spracovala svojimi výslovnostnými osobitostami na [se:vas], z čoho si slovenčina zobraťa najbližší, trochu zjednodušený tvar sevas. Sú to všetko doklady kultúrneho transferu v elementárnych jazykových artefaktoch.

Tému kultúrneho transferu možno pokladat' za zastrešujúcu, za hypertému. Je moderná a vytváraná mnohými centrálnymi termínmi, ktoré môžeme nazvať *catchwords*, *buzzwords* alebo klúčovými pojмami a ktoré recipročne pomenúvajú relevantné faktory.

Už pred desiatimi rokmi som uvažovala takto: Aktuálne kultúrne trendy spočívajú v prepájaní, fúziách, kontamináciách, kooperáciách a inkluziách extrémnych pôlov rôznych spoločenských, komunikačných, jazykových a vedných javov a pomenúvajú sa pojмami s predponou *trans-*. Špecifické multikultúrne konektivity sa potom označujú pojmom transkultúrna komunikácia, transnacionálny výskum kultúrnych, ekonomických a iných špecifík prebieha transverzálne (príečne), diskurz paradigiem rôznych vedných disciplín sa označuje pojmom transdisciplinarita (porov. Bohušová 2012, s. 297).

⁴⁸ Jaký je pôvod slova Ahoj?, internetový zdroj.

V rámci translatologických, jazykovedných, kulturologických a interdisciplinárnych výskumov, ktoré tiež prináležia pod túto hypertému, sú ďažiskové termíny ľahko spoznateľné podľa komponentu *trans-*, ale aj podľa predpôn *inter-* a *intra-*. Ide napríklad o tieto termíny: translatológia, interpretácia a angl. interpreting pre tlmočenie, transfer ako „prevod, prevedenie“ (tieto termíny sa používajú napr. v češtine alebo ruštine ako spoločný pojem pre preklad a tlmočenie), interlingválny transfer (sprostredkovaná komunikácia), interlingválny preklad, intralingválny preklad, interkultúrna komunikácia, transkultúrna komunikácia, interkultúrna kompetencia, transkultúrna kompetencia, interlingválna a intralingválna kompetencia, interdisciplinárnosť, interkomprehenzia, intertextualita, interikonicitá a pod.

Kultúrny transfer – vznik idey

Vznik myšlienky výskumu kultúrne, jazykovo a ľäik hybridných javov v rámci kultúrneho transferu datujeme do 80. rokov 20. storočia. Bolo to obdobie, keď zdedené francúzsko-nemecké animozity nepoľavovali. Dvaja francúzski historici, Michel Espagne, Michael Werner (porov. 1985, 1987, 1988) a ich spolupracovníci začali upriamovať výskumnú pozornosť na historický výskum vzájomného ovplyvňovania kultúr a dejín medzi národmi s cieľom lepšieho spoznania sa a deeskalácie napäti.

Výzkum kultúrních transferů sleduje procesy, kterými se normy, obrazy a reprezentace jedné kultury objevují v kultuře jiné. Dějiny kulturního transferu sledují vztahy dvou entit (například národů, regionů, měst, institucí), zabývají se fenomény, které přechází přes hranice (technologie, sportovní odvětví nebo modely sociálního státu) a zdůrazňují význam různých zprostředkovatelů, jako jsou knihkupectví, vydavatelé či univerzity, ale také filmáři, kulturní funkcionáři i samotné filmy⁴⁹.

Výskum kultúrneho transferu začal v rámci historického bádania, ale rozšíril sa i na ďalšie perspektívy: na etnologickú, politickú a politolingvistickú, kulturologickú a lingvokulturologickú, literárnu, semiotickú, translačnú, mediálnu, jazykovednú, ale aj inštitucionálnu, národnú a regionálnu, urbanistickú, edukačnú, umeleckú, technologickú a pod.

49 Skopal, internetový zdroj.

Položme si otázku, čo je kultúrny transfer. Je to teória alebo metóda? Iniciátori ho definujú ako výskumné zameranie, smerovanie výskumu, výskumný program alebo koncept (porov. Middell, internetový zdroj). Čiže náš pomyselný reflektor otáčame špecifickým smerom a skúmame vhodné, osvetlené javy z tohto fókusu ako kultúremy.

Dôležitá je pritom dualita v báze procesu kultúrneho transferu:

- Kultúrny transfer sa dial a deje prirodzene
- alebo sa iniciuje, reguluje, rozvíja a podporuje – s pomocou mediátorov (prekladateľov, učiteľov, konzumentov, umelcov, vydavateľov, inštitúcií, hospodárstva a pod., porov. Middell, Keller, internetové zdroje)

Túto dualitu autori stanovit' museli, pretože skúmali minulosť, ale chceli docieliť zmeny v súčasnosti. Sami sa očividne pokúšali ovplyvniť medzikultúrny transfer a vytvorit' inštrumentárium na potláčanie rivalry a podporu kooperácie.

Vznik výskumného zamerania na kultúrny transfer je paralelne sprevádzaný myšlienkovou založeniu spoločnej nemecko-francúzskej televízie, ktorú podporovali okrem iných aj vtedajší spolkový kancelár Helmut Kohl a francúzsky prezident François Mitterrand. Od polovice 80. rokov sa v tomto zmysle rozbehli prípravné práce medzi Nemeckom a Francúzskom na zriadení „európskej kultúrnej televízie“ pre náročnejšieho diváka, ktoré viedli k založeniu programu ARTE. 30. mája 1992 sa začalo vysielanie slávnostným večerom z Opery na Rýne v Štrasburgu (porov. ARTE. Eine Utopie, internetový zdroj).

V novembri 2015 ARTE rozšírilo svoje jazykové internetové portfólio o anglické a španielske titulky, o rok neskôr o poľské titulky a od októbra 2018 pribudli talianske titulky. Projekt je financovaný zo zdrojov verejnoprávnych televízií oboch zakladajúcich krajín a Európskou komisiou (porov. ARTE Presse, internetový zdroj).

V ideálnom prípade prebieha kultúrny transfer symetricky. Nie je náhoda, že výskumné zameranie na kultúrny transfer vznikol v rámci francúzsko-nemeckej histórie. Sú to krajinu/kultúry, ktoré sa vnímajú ako seberovné a ktoré si uvedomujú, že susedstvo štátov je navždy. To, že sú seberovné, je možné dovysvetliť ešte atribútmi partnerské, porovnatelne veľkost'ou, významom, ekonomickej silou, významou historiou, umením, vedou, vyžarovaním do iných kultúr a pod.

Samoarezume, aj takéto ideálne prípady existujú. Ale to, čo dominuje vo svete, sú obyčajne neideálne a skôr asymetrické vzťahy. Kultúry sa stretávajú v asymetrických časopriestorových sférach a v hre je MOC a neustále pomeriavanie sôl (porov. Mitterbauer, internetový zdroj). Jedna kultúra obyčajne expanduje a druhá kultúra prijíma. Deje sa to vtedy, ak expandujúca kultúra platí za pokročilejšiu, exkluzívnejšiu, elitnejšiu, teda jej prijímanie je spojené s preberaním „lepších“ hodnôt alebo – keď nie je iná možnosť – pre celkovú moc a razanciu expanzie. Ak by sme na vysvetlenie tejto asymetrie uplatnili pojmy akomodácia a asimilácia, teda jav prirodzenej akomodačno-asimilačnej rovnováhy/proporčnosti, možno konštatovať, že expandujúca kultúra **si** prispôsobuje a prijímajúca kultúra **sa** prispôsobuje⁵⁰.

„A v Anglicku je tiež toľko slovenských nápisov ako u nás po anglicky?“, položil otázku Lukáš Hut’ka, vtedy 5-ročný. Vo vzťahu k identite slovenčiny a obavám o kontamináciu, resp. vo vzťahu k apologetickým či naturalizačným snahám v rámci slovenčiny Dolník⁵¹ príslušnú tézu formuluje takto:

Ako každý jazyk, aj ona sa sústarno akomodovala, ale cudzie prvky, ktoré do nej prenikli v akomodačnom procese, sa aj asimilovali. Akomodáciou sa slovenský „duch a život“ obhacoval, pod tlakom jednoty obsahu a formy jazykové výrazy vyjadrujúce obhacujúce obsahové prvky sa asimilovali a stali sa súčasťou „slovenskej formy“. Reprodukcia spisovej slovenčiny zahŕňa aj akomodačno-asimilačný proces a stav, ktoré reprezentujú jej kontinuálnu identitu, sú poznačené vyústeniami tohto procesu. Okolnosti, ktoré akomodačne pomkýnali spisovný jazyk, sú súčasťou slovenskej kultúrnej pamäti, a teda aj vedomia národnej identity. Súčasný „útok“ na kontinuálnu identitu spisovej slovenčiny je vtiahnutý do akomodačno-asimilačného mechanizmu, ktorý spôsobivo funguje už od obdobia jej fixačnej reprodukcie. S istým pátom vyjadrené, kontinuálnym pestovaním reprodukčného mechanizmu s akomodačno-asimilačným komponentom sa slovenské spoločenstvo dobre vyzbrojilo aj proti súčasnému „ataku“ cudzieho.

Nemusíme sa teda obávať, takýchto asymetrických kultúrno-transferových situácií je prevaha. Sú však nápadné a môže vznikat’ potreba ich výkladu. I preto je úprimná otázka 5-ročného Lukáša Hut’ku mottom tohto príspevku.

⁵⁰ porov. Dolník 2010, s. 67, 263.

⁵¹ Dolník 2010, s. 262.

Catchwords k téme kultúrny transfer

Kľúčové slová k téme kultúrneho transferu sú špecifické, ale nie neznáme; využívajú sa v iných vedách, ale i vo výskume dynamik kultúrneho transferu. Dokonca je príznačné, že tento výskum si „prisvojil“ existujúcu terminológiu (porov. Keller, internetový zdroj). Typické catchwords sú: (post)kolonializmus, hegemonia (jazyka/kultúry), translácia ako „transfer v situácii v kultúre“, mediácia, kultúrna výmena, hybridizmy a hybridity, kreolizácia, transfer hodnôt, dialóg/diskurz, globalizmus verus lokalizmus verus patriotizmus verus nacionalizmus, kultúrne povedomie, kultúrna identita a pamäť, ambivalencia autentickosti, výskum migrácie a exilu, migračnej a exilovej literatúry. Nezanedbateľným moderným faktorom, ktorý tu uvádzam ako posledný, je internet⁵².

Asymetrie implikujú moc a jej prerozdelenie. Asymetria je prirodzená, ale môžeme ju vyvažovať snahou o symetrické relácie. Ideálom v rámci kultúrnych transferov by bolo dosiahnut bi- a pluridirektoriálnu reciprocitu (porov Schmale, internetový zdroj) v kontakte kultúr a v dynamike prenosov, ale na mieste, teda v lokálnom, národnom, transregionálnom či medzinárodnom zmysle.

Exemplifikácie

V nasledujúcich podkapitolkách uvádzam a vysvetľujem príklady produktov symetrických i asymetrických kultúrno-transferových procesov.

Kultúrny transfer v intertextualite a interikonicite

Krátky exkúz do intertextuality a do interikonicity je založený na osobnosti Martina Luthera. Slovensko-švajčiarska spisovateľka Irena Brežná, ktorá sama pôsobila aj ako tlmočníčka, o svojich skúsenostach uverejnila esej s nadpisom Auf der Sprachfahre. Brief über das Dolmetschen. Doslovne: Na jazykovej plti. List o tlmočení. Preklad, študentský, ale zaujímavý, ktorý urobila moja bývalá študentka Veronika Pastorková, znie: Irena Brežná: *Medzi dvoma brehmi*.

⁵² K týmto t'ažiskovým tématom som vybraťa niektorých autorov a ich korešpondujúce diela, porov. Antalová 2011, Bohušová 2011, 2013, Jurt 2002, Keller 2006, Křížová 2012, Mitterbauer, internetový zdroj, Pecníková – Reichwalderová 2021, Šuša 2022, Tellinger 2012 a iní.

Esej o tlmočení. Celý preklad eseje som vložila na stránku praxeológie tlmočenia (porov. Pastorková, internetový zdroj).

Originál nadpisu a podnadpisu má tieto príznaky:

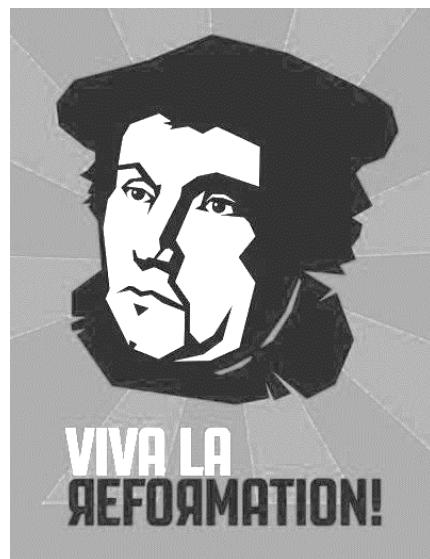
- + idiomatickost' /obraznosť: na jazykovej plti
- + intertextualita: alúzia /ponáška na známy spis od Martina Luthera Sendbrief vom Dolmetschen (vo význame „otvorený list o prekladaní biblie“)

Preklad ma tieto príznaky:

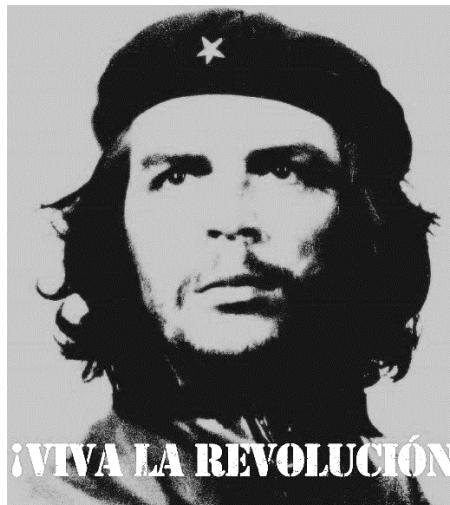
- + idiomatickost', ale modifikovaná obraznosť, medzi brehmi (otázne je, či „dvoma“ nie je redundantný údaj, rieka je vždy medzi dvoma brehmi)
- neutralizovaný bol odkaz na Martina Luthera, pretože bol prekladateľkom vyhodnotený ako irelevantný v cieľovej kultúre. Je neznámy, bolo by to mäťuce alebo náročné na dodatočné vysvetlenie.
- + miesto toho sa podaril iný jazykový jav (analógia i odvodenina), vhodný do žánru a štýlu eseje: Brežná – brehy; nadpis eseje tým získal ďalší doplnkový marker.

Interikonicitu možno vhodne dokumentovať na odkaze novšieho obrazu na starší (pojem obraz znamená ikonickosť, ale môže ísť priamo o umelecké dielo).

V r. 2019 oslavovalo Nemecko i kresťanský svet 500. výročie reformácie, teda päťstoročnicu od počinu Martina Luthera, počas ktorého pripevnil 95 téz proti predávaniu odpustkov a za reformovanie cirkvi na bránu zámockého kostola vo Wittenbergu (1419). Ako reklamné predmety sa objavili podobizne, pohľadnice Martina Luthera na červenom pozadí s textom Viva la reformation! (na tu uverejnených kópiach je pozadie sivé, zdroje obrázkov – internet).



Obr. 1: Martin Luther



Obr. 2. Che Guevara

Bola to zo strany reklamných tvorcov odvážna narážka urobiť odkaz na iného revolucionára z celkom iného kultúrneho okruhu: na Ernesta Che Guevaru, hrdinu kubánskej revolúcie. Udialo sa tak však opodstatnené, Luther bol podobne silným revolucionárom a iniciátorom zmien.

V rámci merchandisingu je na internete množstvo nepodarených napodobení s hviezdičkami v texte hesla alebo takých, na ktorých Martinovi Lutherovi na čiapku dokresľujú krížik, čo je nesprávne a neadekvátnie z hľadiska úzu evanjelickej cirkvi.

Ideálna symetria kultúrneho transferu

Symetriu kultúrneho transferu si ukážeme na jazykovom príklade, ktorý vznikol prirodzeným vývojom. V subštandarde slovenčiny sú známe pojmy šmirkas, šmirkáš, šmirkáž ako pomenovania pre bryndzovo-paprikovú nátierku. V rakúskej nemčine sa ustálil pojem *Liptauer* ako bežné i komerčné pomenovanie pre podobnú kulinársku špecialitu. Etymológia slovenského pomenovania signalizuje nemecký pôvod, je odvodené od slova *Schmierkäse*, subštand. *Schmirkas*, nátierkový, natierateľný syr. Toto slovo už nemá využitie v modernom nemeckom jazyku (v súčasnosti sa používa kompozitum *Streikkäse*), ale ako fónický dialektizmus má ukotvenie vo viedenskom nárečí a dalo základ slovenskému germanizmu.

Slovenský región Liptov naproti tomu prepožičal pomenovanie pre rakúsky šmirkas a označuje sa unifikovaným pomenovaním Liptauer (Liptovská) s významom nem. Liptauer Brotaufstrich, slov. liptovská nátierka na chlieb. Pojem nátierka v nemčine vyžaduje explikáciu miesta, kam sa natiera (na chlieb).

Zaujímavost'ou je osud pomenovania inej obľúbenej bryndzovej nátierky v Rakúsku, ktorú produkuje/distribuuje firma TransGourmet (opat'

predpona trans-). Pôvodné pomenovanie Zigeuner Brotaufstrich, cigánska nátierka, bolo skusmo zmenené na Ungarischer Brotaufstrich – Maďarskú nátierku, ale po nesúhlasných hlasoch z Maďarska o pochybnej synonymii sa premenovala na Scharfer Brotaufstrich, pikantná nátierka. Bohužiaľ, dokladovanie tejto prehnanej verbálnej politickej korektnosti už internet neposkytuje, ale dostupný je sociologický videopríspevok televízie ARD s nadpisom *Od cigánskeho rezňa k rezňu na balkánsky spôsob* (ARD, internetový zdroj). V tomto prípade vidíme analogické kultúrno-transferové pomenovacie substitúcie bez funkčnosti a hlbšej argumentácie. Cigánsky rezeň sa v popise už označuje iba ako c-rezeň, čiže okrem politickej korektnosti je v hre ešte aj problematika jazykového tabu.

Potenciálna asymetria kultúrneho transferu

V tomto odseku miesto odpovedí iba otvárame otázku, či vzťahy medzi národmi sú pocitované ako vyvážené alebo skôr asymetrické: aké sú vzťahy medzi Slovenskom a Českom, Slovenskom a Maďarskom, Britániou a Írskom, Nemeckom a Rakúskom a pod.?

Pozrime sa na jazykové aspekty. Možno konštatovať, že čeština viac expanduje východným smerom a slovenčina môže byť pre mladých českých recipientov jazykovou bariérou, angličtina expandovala do írskej identity a expanduje globálne, nemčina so svojím pluricentrickým charakterom sa správa v rámci germanofónneho jazykového spoločenstva podobne ako angličtina v interlingválnom kontexte.

K poslednému tvrdeniu prikladám toto vysvetlenie: V rámci rakúskej jazykovedy sa od 90. rokov hovorilo o tzv. jazykovom imperializme⁵³, ktorý však už skôr a opäťovne rezonoval v anglistických výskumoch⁵⁴. Jazykový imperializmu znamená, že nemecká nemčina expanduje cez médiá či politiku a vytláča osobitosti rakúskej nemčiny. Preto sa profesori lingvistiky zasadzovali za rovnoprávne vnímanie nemčiny v rôznych po nemecky hovoriacich krajinách a regiónoch, kde je nemčina úradným jazykom. Známe sú výklady Ulricha Ammona (porov. internetový zdroj) s odkazom na reklamu na vstup Rakúska do EÚ: Erdäpfelsalat bleibt Erdäpfelsalat (zemiakový šalát ostane zemiakovým šalátom, príčom je využité rakúske

⁵³ porov. von Polenz 1998, Hamel 2008.

⁵⁴ Phillipson 1992, Nordquist, internetový zdroj.

označenie zemiakov Erdäpfel, a nie nemecké Kartoffeln – k tejto téme porovnaj časť o intrakultúrnej kompetencii).

Ak pojem kultúrneho transferu vznikol na báze symetrie, vnímame, že kolokácia jazykový imperializmus či širší pojem kultúrny imperializmus v sebe skrývajú skôr asymetrické jadro a faktory dominancie či konkurencie.

Pluricentrická variantnosť prispieva k tomu, že jazyk, ktorý sa učíme ako cudzí, nadobúda subjektívny príznak „ťažký“, nakoľko okrem iného aj formálne zdvojené jednotky spotrebujú energiu a mentálne rezervy na podružnosť. Príklad citujem z mojej knihy Aspekte ústnosti/Aspekte der Mündlichkeit⁵⁵:

nemecká nemčina	rakúska nemčina
der 'Tunnel	das Tu'nell
maskulínum, prízvuk na 1. slabike, druhá slabika redukovaná na slabičné -nl, ortografia s centrálnou geminátou	neutrumb, prízvuk na druhej slabike, ktorá si ponecháva plný vokál, ortografia s finálnou geminátou; častá hovorová výslovnosť ['tʊn>nl] alebo [tʊndl]

Význam slova je jednoznačný, ide o všeobecne zrozumiteľný internacionálizmus (pôvodom z galčiny a starej francúzštiny). Rakúsky variant sa odlišuje od nemeckého vo viacerých špecifických prvkoch, ktoré ako typické pre rakúsku nemčinu označujeme pojmom austriacizmy: obsahuje intonačný austriacizmus (zachováva si pôvodný prízvuk na poslednej slabike, kým nemecká verzia tohto slova sa orientuje na výslovnosť podľa angličtiny ako tranzitného jazyka ['tʌnl]), morfológický austriacizmus (stredný rod) a ortografický austriacizmus (odlišný pravopis). Tieto špecifiká implicitne vyjadrujú príslušnosť k rakúskej variete nemčiny, inak sú v princípe redundantne komplikované, nemajú nijaké sémantické alebo dištinktívne dôsledky, sú však extrémne náročné na zapamätanie. Na jednej lexikálnej jednotke, samozrejme, nezáleží, ale podobných jednotiek je veľké množstvo. Zvádzajú na nechcenú kontamináciu jedného variantu prvkami druhého variantu.

55 Bohušová 2016: 126.

Intrakultúrna kompetencia a kultúrny transfer

V rámci kurzu praxeológia tlmočenia sa osvedčilo cvičenie na rozvoj explicitnej intrakultúrnej kompetencie, čo znamená mobilizáciu vedomostí o vlastnej kultúre s úlohou nájsť adekvátne vysvetlenia javov (verbalizovať ich). V mnohých prípadoch študenti odboru prekladateľstvo – tlmočníctvo nedisponujú dostatočne rozvinutou intrakultúrnou kompetenciou a ich odpovede znejú fádne: *Bryndža je bryndža. Pleso je pleso. Valaška je valaška. Granko je granko. Jaternice, hurky? To ja nejem.*

Kultúrny transfer znamená i rekonštrukciu a analýzu kódov a rituálov, hľadanie stôp cudzieho vo vlastnom, pričom sa často stretávame so zabúdaním: „Die Spuren sind verwischt, Fremdes wird für Eigenes ausgegeben.“ (Middell, internetový zdroj). Stopy sú zastreté, cudzie sa vydáva za vlastné. Medzi tzv. írečité slovenské výrazy, v tomto prípade aj s dialektálnym štýlistickým kvalifikátorom, patria napr. tieto jednotky: krumple, grule, erteple, bandurky, švábka. Akokoľvek by sme si želali ich autentický pôvod, je nutné poznat’ realitu. Ide o germanizmy, ktorým ľahko priradíme pôvodné pojmy: z rakúskej nemčiny Grundbirnen a Erdäpfel s významom zemiaky, z Nemecka označenia regiónov Brandenburg a Schwaben(land).

Aj vedomosť o týchto dialektizmoch ako produktoch prirodzených historických kultúrno-transferových procesov patrí do intrakultúrnej kompetencie.

Záver

Sumarizujúco možno povedať, že pod obrovskou výskumnou kupolou kultúrneho transferu majú miesto rôzne javy. Vybrali sme z nich intertextualitu, interikonicitu, problematiku symetrie a asymetrie prenosov a explicitnú intrakultúrnu kompetenciu.

Bi- a pluridirektoriálnu reciprocitu v kontaktológii kultúr pokladáme za vysoký ideál. Vedecký prístup ku komparácii a výkladu javov a procesov kultúrneho transferu otvára množstvo opcii a umožňuje rôzny ponor do ich podstaty a z takej perspektívy, na ktorú si na základe vlastnej expertízy trúfame. Perspektíva výskumu by mohla spočívať v kategorizácii javov kultúrneho transferu, v ich hierarchizácii podľa špecifických kritérií (napr. podľa sukcesívnosti a pod.) a v predpovedaní budúcich trendov kultúrneho transferu.

Literatúra

- 1) ANTALOVÁ, H. 2011. Die Bedeutung der Kulturaspekte für den translatorischen Beruf. In *Deutsch-slawische Kontakte – Geschichte und Kultur*. Košice: Univerzita Pavla Jozefa Šafárika. 217-224.
- 2) BOHUŠOVÁ, Z. 2011. Intertextualität und historische Marker beim Dolmetschen. In *Deutsch-slawische Kontakte - Geschichte und Kultur : Festschrift für Mária Papsonová* Košice : Filozofická fakulta UPJŠ. 201-216.
- 3) BOHUŠOVÁ, Z. 2012. Princípy a inšpirácie diskurzívnej metodológie pri výskume tlmočníckeho konania a tlmočníckych procesov. In: *Preklad a tlmočenie 10 : nové výzvy, prístupy, priority a perspektívy*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Fakulta humanitných vied. S. 304-312.
- 4) BOHUŠOVÁ, Z. 2013. Am Anfang war der Text. Kulturlinguistische und dolmetschissenschaftliche Überlegungen zur Ambivalenz der Authentizität In *Wege zu Sprache und Literatur : Festschrift Anlässlich des 70. Geburtstages von Ladislav Sisák*. Prešov : Prešovská univerzita. S. 9-31.
- 5) BOHUŠOVÁ, Z [et al.]. 2016. *Aspekte der Mündlichkeit : ein Studienbuch*. Nürnberg : Kirsch Verlag.
- 6) DOLNÍK, J. 2010. *Teória spisovného jazyka* (so zreteľom na spisovnú slovenčinu). Bratislava: SPN. Prístupné aj online: https://www.juls.savba.sk/attachments/pub_teoria_spisovneho_jazyka/spijaz.pdf
- 7) ESPAGNE, M. - WERNER, M. 1985. Deutsch-französischer Kulturtransfer im 18. und 19. Jahrhundert. Zu einem neuen interdisziplinären Forschungsprogramm des C.N.R.S. In: *Francia* 13 (1985), S. 502–510.
- 8) ESPAGNE, M. - WERNER, M. 1987. La construction d'une référence culturelle allemande en France: Genèse et histoire (1750-1914). In: *Annales ESC* 42 (1987), S. 969–992.
- 9) ESPAGNE, M. - WERNER, M. 1988. Deutsch-französischer Kulturtransfer als Forschungsgegenstand. In: *Transferts*. Paris. S. 11–34.
- 10) HAMEL, R. E. 2008. Sprachimperien, Sprachimperialismus und die Zukunft der Sprachenvielfalt. In: *Die Macht der Sprache*. München:

- Goethe Institut, S. 15–46. [<https://www.goethe.de/lhr/pro/mac/Online-Publikation.pdf>]
- 11) JURT, J. 2002. Das wissenschaftliche Paradigma des Kulturtransfers. In: Berger, G./ Sick, F. (Hg.): *Französisch-deutscher Kulturtransfer im Ancien Régime*. Tübingen: Narr, S. 15–38.
 - 12) KELLER, T. 2006. Kulturtransferforschung: Grenzgänge zwischen den Kulturen. In: Moebius S., Quadflieg D. (eds) *Kultur. Theorien der Gegenwart*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
 - 13) KRÍŽOVÁ, M. 2015. Kulturní transfery (nejen) na koloniální hranici Nového světa. In: *DĚJINY – TEORIE – KRITIKA* 2/2015: 288-311.
 - 14) POLENZ, P. von. 1998. Vom Sprachimperialismus zum gebremsten Sprachstolz. Das 20. Jahrhundert in der sprachenpolitischen Geschichte der deutschsprachigen Länder. In: Kamper, H.; Schmidt, H. (Hrsg). *Das 20. Jahrhundert. Sprachgeschichte - Zeitgeschichte*. Berlin, New York. 9 – 26.
 - 15) PEKNÍKOVÁ, J. – REICHWALDEROVÁ, E. 2021. Interkulturalita v univerzitnom priestore. Reflexia rozvíjania cudzojazyčných kompetencií. In: *Nová Filologická revue* 1/2021. ISSN 1338-0583, s. 67-81.
 - 16) PHILLIPSON, R. 1992. *Linguistic Imperialism*. Oxford: Oxford University Press.
 - 17) Šuša, I. 2022. Talianka literatúra po roku 1989 v slovenskom recepčnom prostredí (formy kultúrneho transferu). In: *Kultúrny transfer v zjednotenej Európe/Cultural Transfer in the United Europe*. Tallinn : Teadmus. 128-140.
 - 18) TELLINGER, D. 2012. *Der kulturelle Hintergrund des Translates – Kultur als Substanz der Kommunikation*. Košice : Typopress, 2012.

Internetové zdroje:

- 19) ARD: Politisch korrekt!? Vom Zigeunerschnitzel zum Schnitzel Balkan Art <https://www.ardmediathek.de/video/respekt/politisch-korrekt-vom-zigeunerschnitzel-zum-schnitzel-balkan-art/ard-alpha/Y3JpZDovL2JyLmRl3ZpZGVvLzVlMWJlYzBkLTNlZGUtNDMzNC1hZDQzLTg1ZGJmMjh1MWIyOQ> 15.03.2022
- 20) ARTE. Eine Utopie wird Wirklichkeit. https://www.arte.tv/sites/fr/corporate/files/1992-2001_ARTE_10ans_DE.pdf 15.03.2022
- 21) ARTE.Presse. <https://www.arte.tv/sites/presse/pressemitteilungen/polnische-untertitel-im-digitalangebot-von-arte/> 15.03.2022
- 22) Jaký je původ slova Ahoj? <https://dvojka.rozhlas.cz/jaky-je-puvod-slova-ahoj-7548433> 15.03.2022

- 23) Schmale, Wolfgang. Kulturtransfer. Europäische Geschichte online.
<https://d-nb.info/1043622527/34> 15.03.2022
- 24) Mitterbauer, Helga. Kulturtransfer – Cultural Transfer – Transferts Culturels. <http://www-gewi.uni-graz.at/moderne/kutr.htm> 15.03.2022
- 25) Middell, Mathias. Kulturtransfer, Transferts culturels.
http://docupedia.de/zg/middell_kulturtransfer_v1_de_2016 19.03.2022
- 26) Skopal, Pavel. Kulturní imperialismus, kulturní transfer, kulturní kontinuita? <https://is.muni.cz/do/phil/Pracoviste/UFAK/fav286/pages2/01-kulturni-imperialismus.html> 15.03.2022
- 27) Nordquist, Richard. Definícia a príklady jazykového imperializmu.
<https://sk.eferrit.com/definicia-a-priklady-jazykoveho-imperializmu/> 15.03.2022
- 28) Veľká modrá cesta – La grande strada azzurra.
<https://www.csfd.sk/film/33436-la-grande-strada-azzurra/prehled/> 15.03.2022
- 29) Veronika Pastorková: Irena Brežná: Medzi dvoma brehmi. Esej o tlmočení
<https://www.ff.umb.sk/zbohusova/praxeologia-prekladu-a-tlmocenia-1-tlmocenie.html> 15.03.2022

PART I.

*CULTURAL TRANSFER
IN
MUSEUMS,
FASHION
AND CONVERGENCE*

SELF-ISOLATION OR TRANSNATIONAL RESILIENCE? EUROPEAN MUSEUMS' RESPONSES TO THE COVID-19 PANDEMIC

Laia Anguix

Abstract

Since March 2020, the Covid-19 pandemic has impacted, conditioned, and transformed EU museums in a myriad of ways. To overcome their longest closure since the Second World War and their restricted reopening, galleries across the united Europe have arranged online exhibitions and events, engaged visitors via social media, explored hybrid formats, and even resorted to occupy their surrounding urban spaces. However, to what extent has there been a shared European effort against the Covid museum crisis? Over the last two years, few studies have approached this unique period in the history of museums from a trans-European perspective. By exploring this comparative approach, this paper aims to open up reflections regarding individualism vs community, transnational European resilience, and the reach and impact of EU tools for museum recovery.

Keywords: museums, covid crisis, European Union, exhibition strategies, museum emergency funding, museum resilience, audience engagement

Introduction

After nearly two years of covid spread in Europe, it will come as no surprise that museums and cultural institutions have been seriously impacted by the restrictions and closures brought by the crisis. The 2021 Annual Single Market Report has confirmed the cultural and creative industries to be among the hardest covid-hit industrial ecosystems in the European Union. This is particularly the case for activities based on venues and visits, such as live music, theatres, circus, festivals, cinema, and, of course, museums and heritage sites, with museums having lost revenues up to 75-80% during the past year.⁵⁶

Over this time, multiple academic contributions have dealt with either individual case studies of museum survival strategies, or with national tactics to tackle the Covid-19 crisis. This paper, instead, aims to offer a trans-

56 European Commision, 2021. Annual Single Market Report 2021, p.15.

European perspective of this unique period in the history of museums. Indoing so, it discusses whether there has been a shared European effort against the Covid museum crisis, or whether European museums have looked at each other in order to learn from and strengthen their creative responses. It also compares the measures of government support to the museum sector in different European countries. Lastly, it comments on global EU safeguard procedures and support resources to tackle the Covid museum crisis across the Union.

A Quick Overview of Covid-Related Museum Challenges

This section aims to succinctly categorise the main challenges affecting EU museums globally since March 2020 till the present moment (February 2022). Firstly, museums in Europe have faced their longest closure since the Second World War – albeit with a remarkable variability amongst countries, which will be discussed later in the article. Secondly, the several reopening periods taking place between closures have often entailed significant restrictions to normal functions, such as limitations in visitors' capacity, elimination of activities involving touching and interaction, restrictions to group visits, cancellation of workshops and mass events, and the implementation of pre-booked entrance systems. These restrictions, together with the enhanced safety measures implying the use of face masks, hand sanitiser stations and larger distancing between visitors, have hindered the museum experience globally.

Thirdly, the closure periods have brought about significant disruptions to exhibition programming. Particularly, the forced cancellation of costly, long-term planned blockbuster exhibitions and the disruptions to international travel (affecting both the arrival of international loans, and of foreign tourists) have created financial struggle for most major European museums.⁵⁷ The monetary losses derived from the cancellation of high-profile events has to be added to the losses derived from closed museum cafes and reduced shop sales, which European museums and galleries have tried to compensate via the organisation of online events. However, and despite being generally well attended, these have not attracted income in the same measure

⁵⁷ For a more detailed reflection on the impact of covid in blockbuster exhibitions, see: Anguix, 2021.

as the onsite experiences.⁵⁸ Lastly, staff shortages (either by furlough, sickness or isolation periods) and the need to quickly get the training and resources to adapt to new ways of working have added an extra challenge to be faced.⁵⁹

A Time of Shared Resilience and Experimentation

Museums in the EU have faced these shared problems with common, shared strategies that evidence both self-reflection and the use of opportunities to learn from each other via the flood of information available online. The most immediate responses, and also the most widespread, have come in digital and online formats, with thousands of creative and experimental proposals catering for a diversity of audience profiles and covering not only virtual exhibitions and analysis of artworks, but also a wide range of museum-related events, such as talks, concerts and workshops.

Regarding digital platforms, many museums have expanded and bettered their pre-existing websites, whilst others have developed specific tools to enhance particular aspects of their collection or their online resources. This is, for instance, the case of the webapp *Unravel Van Gogh*, commissioned by the Van Gogh Museum in Amsterdam (Netherlands) to allow an in-depth, detailed study of several of the artist's masterpieces.⁶⁰ Museums with more limited financial resources have in some cases made clever use of external websites and apps: a good example of these resilient initiatives is provided by the Zuzeum Art Centre in Riga (Latvia), which partnered with the food app Wolt, to create a “restaurant” profile where the gallery collection could be viewed by browsing through appetizers, entrées, and desserts.⁶¹ Users placing an order were delivered print tour guides of the gallery, alongside tickets to visit the premises after their reopening. On a related note, during the pandemic, EU museums have also increased their use of social media as a means of community engagement. The partnering with a desire to widen visitors' profiles has led to the exploration of platforms such as Tiktok, whose MuseumMoment (May 2021) brought together “some of the world's most

58 For a general overview of the financial impact of the covid crisis upon EU museums, see: Network of European Museum Organisations, 2020. For case studies involving financial sustainability of online events (in the UK and the US), see: Samaroudi, Rodriguez Echavarria & Perry, 2020.

59 For staff-related difficulties, see: Crooke, 2020 and Orlandi, 2020.

60 Dept Agency and Van Gogh Museum, 2020.

61 Erizanu, 2021.

iconic institutions in an all-day live global event for the very first time.”⁶² The initiative, featuring 23 institutions worldwide, included seven EU examples.

However, whilst digital initiatives and social media have succeeded in engaging audiences and widening the access to museum collections during challenging times, their increased use has also brought about reflections regarding inclusion and equality, both amongst audiences and amongst museums.⁶³ Indeed, besides issues of digital poverty and accessibility for audiences, the “digital acceleration” has highlighted the gap between larger national museums and small regional institutions, with the latter often lacking the funding, the staff availability and the technical skills needed to create and maintain such tools and resources.⁶⁴ These limitations have led museums to explore alternatives such as the hybrid format (i.e., the combination of online and onsite experiences) or even the use of covid-safer outdoor spaces, thus breaking the borders of their buildings to conquer the surrounding urban environment (picture 1).⁶⁵



Picture 1: a snapshot of the hybrid exhibition 7x7, organised by the Slovak National Gallery in 2021. Source: Slovak National Gallery Youtube Channel (2021).

62 Tiktok Newsroom, 2021.

63 For a study on the museums’ use of social media during the pandemic, see Ryder, Zhang & Hua, 2021.

64 For a reflection in covid-related digital divide in museums, see Zollinger, 2021.

65 The exhibition 7x7, organised by the Slovak National Gallery in 2021, is a relevant example of hybrid format. Slovenská Národná Galeria., 2021. For a reflection about the links between museums and urban spaces during the Covid-19 pandemic, see: Anguix, 2022.

The difficulties imposed by covid-related restrictions have also pushed museums to claim the relevance and the need of cultural experiences in times of crisis. In several countries, such protests have taken the form of creative responses: a significant example was the initiative *Theater Hairdresser*, taking place at around 70 museums across the Netherlands on the 19th of January 2022.⁶⁶ For that day, museum buildings became beauty parlours and gyms, as a way of protesting the Dutch government's decision to allow gyms, hair salons and brothels to open, whilst cultural venues had to remain shut. Indeed, it is to wonder why many EU governments have been placing museums in the same category as hospitality and leisure businesses, thus meaning very strict restrictions for a sector where no severe covid outbreaks have been reported.

Last, a further global trend arising amongst EU museums in 2020 and 2021 has been the arrangement and curation of covid-themed exhibitions and object collections, taken place either virtually, in hybrid formats, or onsite. Amongst the many examples available, the *Documenting Covid* project curated by the House of European History (Brussels, Belgium) is significant in connection with the scope of this paper because of its Pan-European approach. This virtual exhibition collects evidence of life in Europe during the pandemic, putting together exhibits from a variety of museums across Europe, thus allowing a continent-wide audience to connect, confront and compare their experiences (picture 2).⁶⁷



Picture 2: Tickets from an emergency repatriation flight Bali-Vilnius arranged by the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Lithuania in March 2020. The exhibit, donated to the National Museum of Lithuania, makes part of the *Documenting Covid* project curated by the House of European History. Source: House of European History (2021).

66 Harris, 2022.

67 House of European History, 2021.

Diverging national restrictions

The examples above have aimed to convey the idea of the pandemic's global impact upon EU museums. However, despite the globality of both the crisis and of the museum responses to it, most of the regulations and measures affecting museums during this period have been taken at a national level and not at a global one, thus creating huge disparities amongst the cultural institutions of different EU countries. The most visible of these disparities deals with closure periods, with examples ranging between the 65 days of closure for museums in Portugal and the nearly 6 months for the UK in 2020 (see table 1).⁶⁸ Similar disparity can be found regarding entry restrictions: for instance, since the 1st of February 2022, Danish museums can operate without any restrictions at all, since the government in that country no longer considers Covid-19 to be a "socially critical disease".⁶⁹ On the contrary, Bulgarian museums remain officially closed until the 31st of March 2022, unless they can demonstrate that all their staff members and visitors are vaccinated, recovered from Covid-19 or have had a valid negative test.



Table 1: The most visited museums in the EU during 2020, and their closure data for that same year. Source: own processing according to data extracted from Sharpe, E. and Da Silva, J. (2021).

68 Although the UK left the EU on the 31st of January 2020, data regarding that year has been considered in this paper because of the country being involved in the one-year transition period, during which it continued to participate in EU institutions and mechanisms such as the single market and customs union. For details in closure periods around the EU and the world more globally, see Sharpe, E. and Da Silva, J., 2021. For a timeline of museum closures and restriction in the EU, see: NEMO - Network of European Museum Organisations, 2021.

69 NEMO - Network of European Museum Organisations, 2022.

Financial support packages have also been mostly country-specific, with examples evidencing diverging degrees of governmental involvement in the recovery of the cultural sector. For instance, in 2020 the Swedish Government made history by investing what has been named as “the largest cultural budget ever presented” (325 million euros) in stimulus funds for restructuring and resuming cultural activities in the country.⁷⁰ Similarly, the Netherlands dotted museums with 5.6 million euros to cover the losses caused by the period of mandatory closure due to the Omicron variant (19th December 2021 – 14th January 2022).⁷¹ On the contrary, the Spanish Government opted for individual aids to the country’s most important national museums, whilst Slovakia created grants of up to 50,000 euros per institution.⁷²

EU-Wide Museum Support Measures

As evidenced by the previous section, the diverging national restrictions and museum emergency funds have contributed to draw a geographically imbalanced map of museum recovery in Europe. The following paragraphs will summarise the extent to which there has been a shared European effort against the museum crisis, by enumerating examples of EU-wide advice, safeguarding procedures and support resources to aid museums globally.

In general lines, EU policies follow a principle of subsidiarity, meaning that global interventions only take place when measures cannot be taken better from a local or national level.⁷³ Nonetheless, several initiatives have claimed for a global intervention to save the cultural sector. For instance, in March 2021, a letter signed by 87 MEPs from six different political groups of the European Parliament urged the governments of the EU Member States and the European Commission to dedicate at least 2% of the national recovery and resilience plans (RRF) for the Cultural and Creative Sectors.⁷⁴

The proposal contemplated further measures, such as a VAT reduction for all cultural goods and services, the introduction of tax credits and tax motivation tools for cultural production, the inclusion of the cultural sector in all financial supporting tools, and the improvement of social protection

70 Stasinski, 2020.

71 Museum Vereniging, 2021.

72 Gobierno de España, 2021; Ministerstvo Kultúry Slovenskej Republiky, 2021.

73 Pavi, 2021.

74 Georgoulis, Melbárde, Šojdrová, Frankowski, Farreng et al., 2021.

systems and working conditions for the workers in the field, as well as measures to guarantee equal accessibility and inclusiveness for the distribution of cultural funding.

Whilst this document did not receive a straightforward response, in June 2021 the EU Commission emitted a series of guidelines for the safe reopening of the cultural sector, which acknowledged that “culture has helped people cope with the impacts of lockdown and social distancing, thanks to the engagement and creativity of CCSI reaching audiences in innovative virtual environments”.⁷⁵ These guidelines, based on the expertise of the European Centre for Disease Prevention and Control, recommended a EU common approach to two fundamental aspects: the safe reopening of the cultural sector, and its sustainable recovery. However, their advice was not binding for the Member States.

The demands had a further follow-up in October 2021, with the issue of a motion for a European Parliament resolution on the situation of artists and the cultural recovery in the EU.⁷⁶ The report once again insisted on the precarity of cultural workers, regretted the fact that cultural activity had so far been considered as non-essential, recalled culture’s crucial role for European society during the crisis, and called for EU-wide support and emergency measures to alleviate and relaunch the sector.

At the moment of writing this article (February 2022), the European Commission has not yet created any specific emergency recovery fund for arts, culture, museums and heritage.⁷⁷ Several of the 21 EU funding programmes currently available – though not designed explicitly with the current crisis in mind - have been used for museums and heritage sites to tackle their pandemic-related needs.⁷⁸ Besides Creative Europe - the only the programmes fully dedicated to the EU Cultural sector - , during the pandemic museums have made successful use of the EU Structural Funds, as well as of Horizon Europe – the EU research and innovation programme, which

⁷⁵ European Commission, 2021. Communication on EU guidelines for the safe resumption of activities in the cultural and creative sectors - COVID-19.

⁷⁶ European Parliament, 2021.

⁷⁷ More details on the specific ways in which the European Commission is supporting the EU cultural sector can be found on: European Commission, 2021. Culture and Creativity. Coronavirus Response.

⁷⁸ Details on the different programmes are available on: European Commission, 2021. CulturEU Funding Guide.

includes support for the innovation potential of cultural heritage. There have even been examples of museum projects funded through Erasmus +, a programme initially thought for European mobility: this is, for instance, the case of Open Museums, an initiative aimed at assisting small and medium institutions in their digital transformation, including the creation of virtual tours and events.⁷⁹

However, the complex application procedures required for most of these programmes have contributed to widen the inequalities in the sector, as bigger museums with specialised staff and previous experience with this kind of system have been more likely to succeed in their applications. As an example, in the 2020 round of the Creative Europe programme, 22 large projects received 33.5 million euros, whilst the 93 smaller projects taking part in the call received about half of that amount (17.4 million euros).⁸⁰

Conclusion

As this transnational comparative approach has aimed to evidence the museum survival strategies - like the virus itself - have not stayed within national borders but have instead been shared amongst the cultural institutions of the 27 EU countries, thus fostering and strengthening the cultural richness that is characteristic of the region, even at a time of crisis. Indeed, with 80% of EU citizens recognising cultural heritage as important for their country and for the Union as a whole, museums have certainly played a vital role in collective mental wellbeing, facilitating the emotional processing of the pandemic.⁸¹

Throughout these two years, museums have reinvented themselves in order to continue serving their communities. They have proven to be safe places, which have closely followed scientific advice and guidelines, and where no incidents of widespread infection have been reported. They have counteracted the period's inward-looking and national decision-making approaches, overcoming language barriers and closed borders via innovative resources, both onsite and digitally. In times of travel restrictions and social distancing, they have kept cultural life and social experiences alive amongst Europeans, whilst developing new connections between institutions and

79 Open Museums, 2021.

80 European Commission, 2021. Creative Europe 2020 Monitoring Report, p.34.

81 European Commission, 2019.

preparing the ground for Europe's post-covid cultural revival. For these and many other reasons, their resilience deserves recognition, in the form of specific, effective, and comprehensive EU-range protection.

©*Laia Anguix*

Trnava University, Slovakia
laianguix@gmail.com

References

- 1) Anguix, L. 2022, in press. Museums and the conquest of public space during the covid-19 pandemic. In: *Public space in the contexts of aesthetics, art theory and art practice*. University of Presov. Society for Aesthetics in Slovakia.
- 2) Anguix, L. 2021. Can the Blockbuster Exhibition Crisis Become an Opportunity for Women Artists? Six Lessons from the Prado Museum. In: *Novecento Transnazionale. Letterature, Arti E Culture*, 5 (1), 83–96. <https://doi.org/10.13133/2532-1994/17311>
- 3) Crooke, E. 2020. Communities, Change and the Covid-19 Crisis. In: *Museum and Society*, 18(03), 305-310. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://journals.le.ac.uk/ojs1/index.php/mas/article/view/3533/3165>
- 4) Dept Agency and Van Gogh Musuem. 2020. Unravel Van Gogh. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://unravel.vangogh.com/en>
- 5) European Commission. 2019. Report from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the implementation, results and overall assessment of the European Year of Cultural Heritage 2018. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2019:548:FIN>
- 6) European Commission. 2021. Communication on EU guidelines for the safe resumption of activities in the cultural and creative sectors - COVID-19. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://ec.europa.eu/culture/document/communication-on-eu-guidelines-for-the-safe-resumption-of-activities-in-the-cultural-and-creative-sectors-covid-19>
- 7) European Commission. 2021. Creative Europe 2020 Monitoring Report. Publications Office of the European Union. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://www.europacreativamedia.it/documenti/allegati/2021/monitoring-report-2020.pdf>
- 8) European Commission. 2021. Culture and Creativity – Coronavirus Response. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://ec.europa.eu/culture/resources/coronavirus-response>
- 9) European Commission. 2021. CulturEU Funding Guide. EU Funding Opportunities for the Cultural and Creative Sectors 2021-2027. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://ec.europa.eu/culture/funding/cultureu-funding-guide/booklet>
- 10) European Parliament. 2021. Motion for a European Parliament resolution on the situation of artists and the cultural recovery in the EU. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on:

https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2021-0283_EN.html#title4

- 11) Georgoulis, A., Melbärde, D., Šojdrová, M., Frankowski, T. Farreng, L., et al. 2021. Urgent Call to the European Commission to Support the National Plans dedicating at least 2% of the RRF for the Cultural and Creative Sectors. European Parliament. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: https://www.gracacarvalho.eu/xms/files/06_ATIVIDADE_PARLAMENTAR/03_Outras_Atividades/URGENT-CALL-Commission-European-Cultural-Recovery.pdf
- 12) Gobierno de España. 2021. El Gobierno destinará 1.589 millones de euros a políticas de Cultura y Deporte en 2022, casi un 40% más que este año. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/cultura/Paginas/2021/181021-pge-cultura.aspx>
- 13) Harris, G. 2022. Manicure at the Mauritshuis? Dutch museums turn into beauty parlours in protest over Covid restrictions. In: *The Art Newspaper*. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://www.theartnewspaper.com/2022/01/20/dutch-museums-turn-into-beauty-parlours-in-protest-over-covid-restrictions>
- 14) House of European History. 2021. Covid Makes History. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://historia-europa.ep.eu/en/covid-makes-history>
- 15) Ministerstvo Kultúry Slovenskej Republiky. 2021. Odstraňovanie následkov mimoriadnych udalostí na oblast' kultúry – COVID-19 – neziskové organizácie. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://www.culture.gov.sk/ministerstvo/dotacie-mk-sr/dotacie-2021/odstranovanie-nasledkov-mimoriadnych-udalosti-na-oblast-kultury-na-rok-2021/odstranovanie-nasledkov-mimoriadnych-udalosti-na-oblast-kultury-covid-19-neziskove-organizacie/>
- 16) Museum Vereniging. 2021. 5,6 miljoen euro voor musea tijdens verplichte sluiting. Nieuws. In: *Museum Vereniging*. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://www.museumvereniging.nl/5-6-miljoen-euro-voor-musea-tijdens-verplichte-sluiting>
- 17) Samaroudi, M., Rodriguez Echavarria, K. and Perry, L. 2020. Heritage in lockdown: digital provision of memory institutions in the UK and US of America during the COVID-19 pandemic, In: *Museum Management and Curatorship*, 35:4, 337-361, DOI: 10.1080/09647775.2020.1810483.
- 18) NEMO - Network of European Museum Organisations. 2021. Most museums in Europe remain open - but demand Covid-19 passports. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://www.ne>

- [mo.org/news/article/nemo/most-museums-in-europe-remain-open-but-demand-covid-19-passports.html](https://www.ne-mo.org/news/article/nemo/most-museums-in-europe-remain-open-but-demand-covid-19-passports.html)
- 19) NEMO - Network of European Museum Organisations. 2022. NEMO mapping of museums in Europe during Covid-19. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://www.google.com/maps/d/u/1/viewer?mid=17-4zW7VeebnCetu54fNo-wukxY6KcrgG&ll=48.54276656246845%2C24.889465602240865&z=4>
 - 20) NEMO - Network of European Museum Organisations. 2020. Survey on the Impact of the COVID-19 Situation on Museums in Europe Findings and Recommendations. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://www.ne-mo.org/news/article/nemo/nemo-report-on-the-impact-of-covid-19-on-museums-in-europe>
 - 21) Open Museums. 2021. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <http://openmuseums.org/>
 - 22) Orlandi, S. 2020. Museums Web Strategy at the Covid-19 Emergency Times. In: *DigitCult - Scientific Journal on Digital Cultures*, 5(1), 57-66. doi:10.4399/97888255361646
 - 23) Erizanu, P. 2021. Latvian museum uses a food delivery app to bring its exhibitions to the public. In: *The Calvert Journal*. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://www.calvertjournal.com/articles/show/12670/latvian-art-museum-host-latest-show-food-delivery-app>
 - 24) Pavi, E. 2021. The principle of subsidiarity. In: *Fact Sheets on the European Union*. European Parliament. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/7/the-principle-of-subsidiarity>
 - 25) Zollinger, R. 2021. Being for Somebody: Museum Inclusion During COVID-19. In: *Art Education*, 74:4, 10-12, DOI: 10.1080/00043125.2021.1905438
 - 26) Stasinski, R. 2020. Sweden Makes Historic Investment in Culture. In: *Kunstkritikk Nordic Art Review*. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://kunstkritikk.com/sweden-makes-historic-investment-in-culture/>
 - 27) Ryder, B., Zhang, T., & Hua, N. 2021. The Social Media “Magic”: Virtually Engaging Visitors during COVID-19 Temporary Closures. In: *Administrative Sciences*, 11(2), 53. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://doi.org/10.3390/admsci11020053>
 - 28) Sharpe, E. and Da Silva, J. 2021. Visitor Figures 2020: top 100 art museums revealed as attendance drops by 77% worldwide. In: *The Art Newspaper*. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on:

- <https://www.theartnewspaper.com/2021/03/30/visitor-figures-2020-top-100-art-museums-revealed-as-attendance-drops-by-77percent-worldwide>.
- 29) Slovenská Národná Galeria. 2021. Seven things about... In: *Medium*. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://medium.com/sng-online/sedem-veci-o/home>
- 30) Slovenská Národná Galeria. 2021. 7x7 s Dušanom Buranom. In: *Youtube*. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on: <https://www.youtube.com/watch?v=59vmE3KJcaI&t=126s>
- 31) Tiktok Newsroom. 2021. #MuseumMoment: TikTok hosts its first-ever global LIVE museum marathon. In: *Tiktok Newsroom*. [online]. [cit. 2022-21-02]. Available on:<https://newsroom.tiktok.com/en-gb/museummoment-tiktok-hosts-first-live-global-museum-moment>

SUSTAINABLE IMPACTS OF FASHION IN A MULTICULTURAL MARKET

*Magdalena Ciobanu Stoian, Angela Madan, Andreea Stratila Irimia,
David-Florin Ciocodeica, Mihai Mehedintu*

Abstract

In the last few years, fashion in a multicultural market has been moving in very short cycles. Compared with other sectors, in this pandemic context, the fashion industry finds itself in the midst of adversity due to the business model oriented to continuous consumption and global production with important environmental and social effects. The demand to minimize the negative effects is not only for fashion firms but also for consumers. The aim of this paper is to analyze if the fashion of Romanian customer behavior is influenced by the sustainability policies, projects, awareness campaigns developed by the fashion multinationals. Methods and results: the research is both empirical based on a survey and exploratory based on secondary data. The empirical data used in this research are acquired from quantitative data. This study is an important instrument for further research and for practitioners and researchers, offering a valuable response regarding the customer perception regarding a sustainable approach by the fashion multinationals. Conclusion: taking into account the findings from literature review with the results of the actual research on customer's perception, this paper presents recommendations that include real sustainability aspects in the day-by-day business by fashion multinationals. The consumer needs more effort from multinationals on their path to sustainability.

Keywords: sustainability, fashion, consumers, behaviour, CSR, marketing

Introduction

The impact of fashion on sustainability is important even though the sustainable effect in this industry⁸² is a modern topic. With a value of more than 3 trillion USD and employing over 75 million people worldwide, the fashion industry is one of the most relevant parts of national and global economies. In the context of a responsible multinational fashion market,

82 Caniato, Caridi, Crippa and Moretto, 2012; Karaosman et al., 2020.

ethical and sustainable practices should be required. Sustainability priorities would imply business survival, favorable consumer behavior⁸³, and a sustainable fashion supply chain that includes eco-material preparation, sustainable manufacturing, green distribution, green retailing, and ethical consumers⁸⁴. There are prior studies that suggest that consumers actually take sustainability concerns into account, like cost considerations, interest, availability, and (lack of) knowledge, when shopping for clothes⁸⁵.

The objective of this paper was to test the impact of sustainability campaigns of fashion multinationals on customer perceptions, as corporate social responsibility analyses. This research is based on empirical and exploratory research. The empirical data used in this study were derived from the quantitative data collected from 153 respondents, the majority of whom were from Romania. The results made it possible to answer the research question and indicate the importance of sustainable practices of fashion multinationals on long-term strategies in order to meet customer expectations.

The study hypothesis was confirmed. Thus, it can be concluded that the higher the implication of the company in sustainability, the greater is the perception of their awareness campaigns by the respondents. This article is one of the few that studied the impact of sustainability in fashion multinationals in regard to customer perception.

Literature Review

In the present economic reality of internationalization, multinational corporations are the key players. For the past several decades, multinational analysis dominated the theoretical and empirical literature of international marketing⁸⁶ as to their impact on sustainability⁸⁷, and the country of origin image⁸⁸. The sustainable effect in the fashion industry⁸⁹ is a modern topic that represents interest for practitioners, researchers, and academics. For example, the "Made in Italy label" is considered a guarantee of high-quality products as

83 Vatamanescu et al., 2021.

84 Shen, 2014.

85 Butler and Francis, 1997; Connell, 2011.

86 Brandenburg D. et al. 2016.

87 Ahola et al., 2020; Cowan and Guzman, 2020.

88 Bilkey and Nes, 1982; Lim, Darley and Summers, 1994; Koschate-Fischer, Diamantopoulos and Oldenotte, 2012; Pattnaik Singh and Gaur, 2021.

89 Caniato, Caridi, Crippa and Moretto, 2012; Karaosman et al., 2020.

is the luxury group Todd's. The Swiss are known for watches and the French for perfume⁹⁰.

Fashion is considered one of civilization's essential arts. Fashion is also known as a cyclical reflection of cultural, social, and environmental characteristics of a certain time and a particular geographical setting of an individual's self-image. Nevertheless, in the present globalization period, the fashion industry has diluted its intrinsic nature⁹¹. After analyzing information about consumer's preferences, some fashion multinationals began to produce "private labels" that are in line with the latest fashion trends, and as a result, fashion products are perceived as similar to customer self-concept⁹²

Textile and fashion marketing research has sparked a lot of interest in recent years⁹³, which is one of the reasons for this study.

Global Fashion

The global fashion market is represented by the fashion weeks in New York, London, Paris, and Milan. The fashion trend is largely represented by the multinationals with their fashion houses in these metropolises. The luxury fashion industry by 2009 was dominated by three groups, namely LVMH (Chaumet, Dior, Dior joaillerie, John Galliano, Givenchy, Guerlain, Kenzo, Vuitton – Paris, and Fendi - Rome), Richemont (Cartier, Chloé, Lancel, Nina Ricci and Van cleef & Arpels - Paris) and PPR - Gucci group (Balenciaga, Boucheron, - Paris, Bottega Veneta - Vicenza, and Gucci - Firenze)⁹⁴. The fashion industry represents an important part of national and global economies, with a value of more than 3 trillion USD and employing over 75 million people worldwide. The sector has seen spectacular growth over the past decades, as clothing production doubled between 2000 and 2014. While people bought 60% more garments in 2014 than in 2000, as they only kept the clothes for half as long⁹⁵

Twenty companies dominate the global fashion market, as is mentioned in the "Global Fashion Index"⁹⁶, and these companies account for 97% of

90 Koschate-Fischer, Diamantopoulos and Oldenkotte, 2012.

91 Azuma and Fernie, 2003.

92 Herstein, Gilboa, and Gamliel, 2013.

93 Caniato, Caridi, Crippa, and Moretto, 2012; Karaosman et al., 2020.

94 Dion and Arnould, 2011.

95 McKinsey & Company, 2016.

96 McKinsey, 2018.

global economic profit in the sector, with the top 10 multinationals as follows: Inditex owns Zara, Massimo Dutti, Pull & Bear; Nike; LVMH owns Louis Vuitton, Givenchy, Dior, Marc Jacobs; TJX Companies owns TJ Maxx, Marshalls; Hermès; H&M Group; Richemont owns Cartier, Chloé, Net-a-Porter ; Ross Stores; Adidas; and Kering owns Gucci, Alexander McQueen, and Balenciaga. Each season, Pantone publishes London and New York color trend forecasts for the fashion industry. London's fashion trends are more warm, while New York's colors are more vibrant, which fashion designers are incorporating into their collections.

It is considered that current practices of fashion Italian luxury supply chains are geared towards "reducing the negative impacts associated with current operations" but not embracing sustainability at large⁹⁷. The fashion sector is one of the industries that was most challenged by the pandemic, while Italy is ranked as one of the most affected countries in Europe⁹⁸.

Fashion in Europe

Analyzing fashion multinationals in Europe is a tough task as the market is frequently changing. The database of the Retail Index holds over 2,500 accounts of fashion companies. Inclusion of web shops in the companies' profiles is now showing the fastest growth. In the beginning, the internet-only dominated the market, but today it is more significant for traditional companies who are combining online and physical shops and who are developing alternative shopping concepts. Concerning fashion, the main online success factors appear to be fast logistics and flexible return policies when goods do not meet expectations.

According to the Retail Index, the rankings provided are broken down into four segments: the fashion specialists: H&M, C&A, Zara, etc. Zara releases 24 collections per year, while H&M releases between 12 and 16 (Morgan McFall-Johnsen, 2020, World Economic Forum) to department stores such as hypermarkets and others selling fashion, the internet and mail-order companies, or companies with a significant number of their own stores, such as Levi's and others. Based on the 2020 turnover in billions of euros of the top 10 fashion and clothing multinationals in Europe, it included the

97 Karaosman et al., 2020.

98 Vatamanescu et al., 2021.

following companies: Inditex (12.9), H&M (12.5), Zalando (7.98), Primark (7.5), C&A (6.0), LVMH (5.5), JD Sports (4.9), Marks & Spencer (4.6), Next (3.37) and PepCo (3.51).

Sustainability in Fashion

In corporate social responsibility, one of the most used definitions belongs to Caroll (1979, 1983, and 1991) and outlines the responsibility of any business actor in relation to four key dimensions of action: economic, legal, ethical, and discretionary (or philanthropic). One of the most vocal opponents of this idea and practice of corporate social responsibility, Friedman believes that “the only business of business is business”. But on the other hand, through the corporate social responsibility pyramid, having economic obligations as a base and topping up with philanthropic responsibilities, Caroll defines the responsible company as an organization that “strives to make a profit, obey the law, be ethical, and be a good corporate citizen”⁹⁹.

The second relevant concept for our paper is sustainability, the “21st century mantra”¹⁰⁰. The message of the book “The limit to Grow”¹⁰¹, commissioned by the Club of Rome, is still relevant without substantial changes in resource consumption. The probable result will be a sudden and uncontrollable decline in both the population and industrial capacity.

The World Commission on Environment and Development defines sustainability as “development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their needs.” The concept of sustainability is the “Triple Bottom Line,” which consists of social, environmental, and economic performance aspects¹⁰². Sustainable fashion includes eco-material preparation, sustainable manufacturing, green distribution, green retailing, and ethical consumers¹⁰³.

Sustainability priorities are critical to business survival and favorable consumer behavior¹⁰⁴. Sustainable fashion supply chains include eco-material preparation, sustainable manufacturing, green distribution, green retailing, and

99 Caroll, 1991, p. 43.

100 Dyllick and Hockerts, 2002.

101 Meadows et al., 1970.

102 Elkington, 2004.

103 Shen, 2014.

104 Vatamanescu et al., 2021.

ethical consumers¹⁰⁵. It is difficult to define what constitutes “sustainable fashion”. The sustainable fashion vocabulary contains many terms like environmental, ecological, green, sustainable, ethical, recycled, and organic that are often used interchangeably, generating confusion for researchers and consumers alike¹⁰⁶.

There are prior studies that suggest only a small group of consumers actually take sustainability concerns into account when shopping for clothes¹⁰⁷, an observation variously attributed to cost considerations, interest, availability, and (lack of) knowledge¹⁰⁸. Those findings reflect the confusing and conflicting aspects that complicate decisions regarding sustainable consumption¹⁰⁹. Connell (2011) suggests that some consumers attempt sustainability by purchasing items that can be worn for a long period of time. Fibre content is also a frequent consideration for those looking to behave pro-environmentally, with natural fibre content or recycled fibres being preferred over synthetic fibres. Nonetheless, life cycle assessments show that, depending on the resource and impact being measured, natural fibers such as wool and traditional cotton frequently have higher environmental impacts than synthetic alternatives¹¹⁰. According to the Environmental Impacts of the Textile and Fashion Industry report, the average lifespan of clothing is three years¹¹¹. The fashion industry is rife with environmental and social negative externalities, like many other industries competing in today’s landscape¹¹². Environmental degradation, hazardous chemicals, low wages, violations of workers’ rights, and child labor are all issues that plague the fashion industry¹¹³.

The demand to minimize environmental pollution comes not only from fashion firms but also from consumers¹¹⁴. From the fashion firms’ perspective, because the production process in fashion is particularly sensitive to the environment in terms of making intensive use of chemical products and large quantities of water and pesticides, it is significantly important for fashion

105 Shen, 2014.

106 Thomas, 2008.

107 Butler and Francis, 1997; Connell, 2011.

108 Butler and Francis, 1997.

109 Kozinets, 2011.

110 Fletcher, 2008.

111 Riya, 2021.

112 Bly et al., 2015.

113 Fletcher, 2008.

114 Shen, 2012.

products to be produced in a sustainable manner and follow the guidelines of sustainability such as ISO 14000¹¹⁵. The pandemic context influenced the entry economy, including the fashion industry, and consumer behaviors as well as the supply chain were disrupted due to lockdowns¹¹⁶.

While the fashion sector is booming, increasing attention has been brought to the impressive range of negative environmental impacts that the industry is responsible for. Fashion production makes up 10% of humanity's carbon emissions, dries up water sources and pollutes rivers and streams. Washing some types of clothes sends a significant amount of microplastics into the ocean. Fashion also has a human cost: textile workers, primarily women in developing countries, are often paid derisory wages and forced to work long hours in appalling conditions¹¹⁷. In many places, these conditions create infringements on human rights¹¹⁸. The use of chemicals in clothing production also raises health concerns, both for the workers in the industry and consumers. Additional impacts on health also arise from the pollution described previously.

The environmental and social cost of the fashion industry forces us to rethink fashion and stresses the need for more sustainable business models and practices. It is important to underline that two global major fashion companies are part of the European top 10 fashion companies. The impact of fashion on the environment and on sustainability is important, and for this reason, we analyzed the top 10 European countries' sustainability strategies and sustainability and annual reports. The main focus was to identify if there were sustainability objectives and mitigation measures.

Many fashion companies recognize the importance of sustainability in business and incorporate green practices into their supply chains. With Europe's carbon neutrality and increased focus on the environment, fashion companies can no longer focus solely on generating profit and maximizing shareholder return by acting fairly and adhering to legal frameworks. Beginning from the general topic of CSR discourse in multinationals, the authors propose to look at how the top 10 fashion multinationals mitigate and project their contribution to environmental sustainability. The authors will

115 Lo, 2012.

116 The State of Fashion 2021, mckinsey.com.

117 UNEP, 2018; WRI, 2019.

118 Human Rights Watch.

analyze the extent to which the targeted multinationals practice sustainability in their day-to-day work, in their strategies and ambitions.

In order to check this aspect, the authors analyzed the websites of the top 10 fashion multinationals. The ranking was generated by taking into account the turnover and the number of stores in Europe. Data collection was conducted at the end of December 2021 based on the latest information available on the website: strategies, sustainability, and annual reports. Climate change, the environment, biodiversity, water, and raw materials were among the data points considered. The company was the main unit of analysis.

The main conclusion of the research is that all targeted companies have sustainability on their websites, as a main message, and as part of their DNA. Their collections are more sustainable, including bio cotton, recycled and recyclable materials, or different certifications. 8 out of 10 have a sustainability strategy with objectives and/or targets for aspects related to the environment and materials for their business by 2025, by 2028, or by 2030 on their website. Some of the fashion multinationals want to contribute to the settled objectives under the Paris Agreement and have set an ambition to reduce their carbon footprint. In addition, aspects like animal welfare, transparency, sustainable materials, elimination of plastic pollution, packaging, and circular fashion are part of their sustainability approach. PepCo and Inditex were the most important clothing multinationals in Romania in 2020, each with a total revenue of 1.3 billion Romanian lei. H&M ranked third, with a revenue of 679.2 million Romanian lei. C&A and Peek & Cloppenburg are both valued at less than 500 million Romanian lei¹¹⁹.

Theoretical Hypothesis

In today's traditional fashion market, companies are focused on satisfying consumers' ethical and social needs, by providing "cultural promotion, environmental protection, and disaster relief activities"¹²⁰. It was demonstrated¹²¹ that business sustainability competence and capability enhance a company's performance in the global fashion industry. The importance of business sustainability is analyzed in the context of the five Rs, namely re-imagine, redesign, reuse, recycle, and reduce.

119 Statista, 2021.

120 Jung, Kim, and Kim, 2020.

121 Wong and Ngai, 2021.

To analyze fashion consumption from a sustainability perspective, we first must examine closely the concept, which has been subject to many definitions and interpretations (Schaefer and Crane, 2005). The concept of “sustainable consumption” was introduced for the first time in international policy and research on Agenda 21, the action plan for sustainable development adopted at the 1992 Rio Earth Summit¹²². It was conceived as a mixed concept having a core of more efficiently produced goods and a green and ethical consumer who, in making consumption choices, works as the driving force of market transformation that includes social and environmental concerns¹²³. Other discourses extended this structure to include consistency¹²⁴, the production of goods with ingredients that can be totally reused or recycled; and sufficiency, “living better with less”¹²⁵.

A fashion company’s products are distinct from its brand. Throughout the fashion supply chain, companies compete to achieve an equilibrium between maximizing profits and minimizing emissions¹²⁶. It was developed as a design tool to support design companies in developing sustainable fashion enterprises. The “reDesign canvas” concept is based on twelve building blocks, namely "concept; consumer; (de)branding; circular design and economies; business models, value proposition, and innovation; revenue streams and costs; sourcing; design and smart material selection; prototypes and product development; supply chain; data management; and stakeholders"¹²⁷.

Disposal is generally split into four possible behaviors: throwing items away; giving or selling them to another person or second-hand shop; donating clothing to charity; or lending it to another person¹²⁸. The consumption context refers to internal and external factors that influence consumer behavior. Internal factors like resources and specific knowledge are often cited as prerequisites for pro-environmental behavior¹²⁹, and many social campaigns have sought to induce behavioral change by creating consumer awareness.

¹²² Bly et al., 2015.

¹²³ Seyfang, 2011.

¹²⁴ McDonough and Braungart, 2002.

¹²⁵ Princen, 2005.

¹²⁶ Nagurney and Yu, 2012.

¹²⁷ Kozlowski et al., 2018.

¹²⁸ HaBrookshire and Hodges, 2009.

¹²⁹ Thøgersen, 2010.

Thus, we concluded the following hypothesis:

H1: *Consumers prefer to buy from multinationals that have sustainability policies and campaigns for responsible fashion product consumption.*

Research and Methodology

Fashion participation leads to unsustainable consumer behavior. To contribute to this matter, the present research aims to explore whether sustainable fashion consumption is characterized by an individual's fashion consciousness and his pro-environmental attitude or not, and the policies promoted by the companies. A survey questionnaire method was applied to collect the data.

The research is empirical, based on a survey, and exploratory, based on secondary data. The empirical data used in this study were obtained through quantitative data gathering. The analysis was performed on a sample of 153 respondents, mainly from Romania. For the aspects analyzed in this material, 97% valid answers and 3% invalid answers, 67% women and 32% men, with incomes distributed as follows: 45% (under 3000 Ron), 24% (between 3001-5000 Ron), and 31% (over 5001 Ron). All multiple item designs were ranked on a five-point Likert scale.

39.9% of respondents do not have an opinion about the fact that "Fashion multinationals can reverse the trend of consumer waste through CSR policies," while 49% agree that fashion companies can contribute and 8.7% do not agree. 36.6% of respondents do not have an opinion on "I prefer to buy from fashion companies who do everything possible to reduce the effects of their activity on the environment," while 51% prefer to buy from such fashion companies, and 9.8% do not agree. 45.8% of respondents agree that "you are interested in the actions that fashion companies from which you buy your fashion products take to combat the negative effects of waste consumption, 25.5% do not have an opinion and 26.1% do not agree and are not interested in such actions (see table 1).

Table 1. Frequency Table

	Disagree	Neither/ nor	Agree	Total	Missing
Through CSR policies, fashion companies can change the trend of consumer waste.	8.7	39.9	49.0	97.4	2.6
I prefer to buy from fashion companies that do their best to reduce the effects of their business on the environment.	9.8	36.6	51.0	97.4	2.6
To what extent are you interested in the actions that the fashion companies from which you buy your fashion products are taking to combat the negative effects of waste consumption?	26.1	25.5	45.8	97.4	2.6

We looked to see if there was a crosstabulation between buying behavior and policies to combat the waste of fashion practiced by multinationals. Respondents who consider that information campaigns on waste control are useful in that 81.8% are consumers of unique fashion products, 36.4% frequently renew their wardrobe, while 18.2% are consumers of products on offer or in trend. Respondents who prefer to buy from fashion companies that do everything possible to reduce their environmental impact include 80% of respondents who are consumers of fashion products, 46.7% of respondents who frequently renew their wardrobe, and 0% of consumers of trendy products. Respondents who are interested in the measures that fashion companies take to combat the negative effects of product waste are 78.9% consumers of unique products, 36.8% frequently renewing their wardrobe, and 7.9% consumers of trendy products (see table 2).

Table 2. Crosstabulation

Sustainability Produse Crosstabulation		Trend Fashion	Offers on Fashion Products	Unique Fashion Products	Renew Wardrobes Frequent	Renew Wardrobes as Needed	Total
Information campaigns of fashion companies about the transformation of the custom of waste into a noble cause	Count	2	2	9	4	3	11
	% within Sustainability	18.2%	18.2%	81.8%	36.4%	27.3%	
Information campaigns – Ecological Fashion	Count	0	7	12	7	4	15
	%	0.0%	46.7%	80.0%	46.7%	26.7%	
Information campaigns: Combating Waste Consumption	Count	3	9	30	14	14	38
	%	7.9%	23.7%	78.9%	36.8%	36.8%	
Total	Count	5	12	35	17	15	45
Percentages and totals are based on respondents.							
a. Dichotomy group tabulated at value 1.							

Hypothesis:

The design of our hypothesis allows fashion practitioners and academics to perceive the respondents of our questionnaires as a perception measurement of the impact of fashion on sustainability as a marketing tool. All items were ranked on five-point Likert scales (see table 3).

The reliability of item measurement scales of hypothesis was assumed by Cronobach's alpha statistics (see table 4). Reliability coefficient has corresponded to normative acceptability of Alpha statistics mainly 0.752.

Table 3. Descriptive Statistics

	N		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
	Valid	Missing				
I prefer to buy from fashion companies that do their best to reduce the effects of their business on the environment.	149	4	1.00	5.00	3.4832	0.96984
To what extent are you interested in the actions that the fashion companies from which you buy your fashion products are taking to combat the negative effects of waste consumption?	149	4	1.00	5.00	2.7919	1.20402

Table 4. Reliability Statistics

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.752	2

After Alpha Statistics items, the data by factor analysis was tested. The factors' composition was statistically confirmed. As a result, the factor loading is 0.899, which is suitable for factor analysis (see table 5).

Table 5. Factor analysis

Component Matrix ^a	
	Component
	1
Combating Waste Consumption	0.899
FashionEco	0.899
Extraction Method: Principal Component Analysis.	
a. 1 components extracted.	

The analysis statistically confirms that hypothesis: consumers prefer to buy from multinationals that have sustainability policies and programs. They are also interested in information campaigns regarding the responsible consumption of fashion products.

Results and Discussion

In their research, the authors¹³⁰ underlined one important conclusion: sustainability is a holistic endeavor, requiring both societal and environmental considerations, and not achievable only through a green product line. The authors¹³¹ assumed that consumers attach importance to the products' attributes and to sustainability practices applied by fashion companies, such as circular economy issues, organic production of raw materials, location of apparel production, pollution generated during production, use of recycled materials, and workers' rights and health respect, even in a pandemic. From a consumer perspective, fashion demands taste and also perceptual understanding of colors, appearance, shapes, forms, and the experience of wearing brands (clothing)¹³².

From the analyzed data, it is relevant to emphasize that the consumers of unique products are the most attentive to the policies that multinationals carry out to fight waste in order to reduce its negative impact on the environment, while consumers of products on offer or on trend are less interested in these measures. Respondents who stated that they frequently renew their wardrobe are also interested in the sustainability policies of the multinationals from which they buy fashion products, while those who have a lower frequency of purchase or are in need have very little interested in these measures. Fashion brands are considered proficient in illustrating their "own brand personality" through the high-street digital shopping experience¹³³. The emotional brand attachment is connected through the brand's personality with "the consumer's ideal self"¹³⁴. Luxury brands' possessions empower

¹³⁰ Bly et al. 2015.

¹³¹ Vatamanescu et al. 2021.

¹³² King and Vickery, 2013.

¹³³ Kim et al., 2001.

¹³⁴ Nash, 2019.

consumers to impress others, to be proud of their fashionable look, and to meet their vanity needs¹³⁵.

Hypothesis 1 investigated the relationship between customer perception of the multinationals' sustainability policies and their campaigns for responsible fashion product consumption. After Cronbach's alpha and factor analysis of these variables, a positive statistical significance was registered. Regarding the respondents' perception of this marketing policy of the multinationals regarding sustainability, this hypothesis was supported. A possible explanation is that the greater the company's involvement in sustainability, the greater the perception of their awareness campaigns by respondents. This confirms that consumers' awareness of sustainability, regarding environmental pollution, is increasing¹³⁶. As a way to promote sustainability, developing a sustainable supply chain is an important strategy for many fashion companies. These results were also confirmed by some researchers¹³⁷. The sustainable marketing activities of the traditional fashion market are considered to have a positive effect on customer satisfaction, trust, and brand image, and, moreover, on building brand loyalty¹³⁸.

Conclusion

In the last few years, fashion marketing research has attracted major interest¹³⁹. Like many other industries, fashion multinationals face environmental and social negative externalities¹⁴⁰. Global environmental and social costs force customers and businesses to reconsider fashion, emphasizing the importance of more sustainable business models and practices.

In conclusion, the consumer requests more effort from multinationals in their journey to sustainability. The research provided support for the established hypothesis. Many fashion companies have recognized the importance of sustainability and have already incorporated green practices into their business model due to the focus on carbon neutrality and significant attention on environmental protection.

135 Jin and Ryu, 2020.

136 Shen, 2014.

137 Shen 2014, Bly et al. 2015, and Jung, Kim and Kim 2020.

138 Jung, Kim and Kim, 2020.

139 Caniato et al. 2012; Karaosman et al. 2020.

140 Bly et al. 2015.

Future research should aim at providing the latest buzz-phrase in sustainability as “circular fashion”, as it is a part of the circular economy and contributes to customer information. Also, future research should aim at developing a customer’s knowledge regarding this concept and the required infrastructure for practicing circular fashion at on an individual level. In particular, our findings raise larger questions about the current state of sustainable fashion. While our research is not without limitations, we hope that our editorial provides insights for fashion practitioners and researchers.

©Magdalena Ciobanu Stoian, ©Angela Madan, © Andreea Stratila Irimia, ©David-Florin Ciocodeica, ©Mihai Mehedintu

*Bucharest University of Economic Studies, Romania
ciobanumagdalena19@stud.ase.ro, angela.madan@mk.ase.ro;
irimia_andreea_elena@yahoo.com; ciocodeicadavid14@stud.ase.ro;
mibai.mehedintu88@yahoo.com*

References

- 1) AHOLA, H.S., RINNE, J., SARANTOU, M. and MIETTINEN, S. 2020. ARCTA – Building a Design-and-Art-Driven Accelerator for Sustainable and Meaningful Business in the North. In: *The 22nd dmi: Academic Design Management Conference Proceedings*, p.1- 12.
- 2) ALBERINI, A., ROSATO, P., LONGO, A. and ZANATTA, V.2005. The effects of information on willingness to pay: A contingent valuation study of S. Erasmo in the lagoon of Venice. In: *Environment, Information and Consumer Behavior* (ed. by S. Krarup& C.S. Russell), p.215– 247.
- 3) AMED, I. et al. 2021. The State of Fashion accessed on January 3, 2022.
- 4) AZUMA, N. and FERNIE, Jh. 2003. Fashion in the Globalized World and the Role of Virtual Networks in Intrinsic Fashion Design. In: *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 7, No. 4, p.413-428.
- 5) BALEANU, T. E., CHELCEA, L. and STANCU, A. 2011. The Social Responsibility of the Top 100 Romanian Companies. An Analysis of Corporate Websites. In: *Amfiteatru Economic*, Vol. 8, NO. 29, p.237-250.
- 6) BILKEY, W. and NES, Er. 1982. Country-of-Origin Effects on Product Evaluations. In: *Journal of International Business Studies*, p.89-99.
- 7) BLY, S., GWOZDZ, W. and REISCH, L. A. 2015. Exit from the high street: an exploratory study of sustainable fashion consumption pioneers. In: *International journal of consumer studies*, Vol. 39, No. 2, p.125-135.
- 8) CANIATO, F., CARIDI, M., CRIPPA, L. and MORETTO, An. 2012. Environmental sustainability in fashion supply chains: An exploratory case based research. In: *International Journal of Production Economics*, Vol. 135, p.659-670
- 9) CARROLL, A.B. 1977. Managing corporate social responsibility. *Boston: Little, Brown*.
- 10) CARROLL, A.B. 1999. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. In: *Business and Society*, Vol. 38, No. 3, p.268-295.
- 11) CARROLL, A.B. 1979. A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, Vol. 4, No. 4, p.497-505.
- 12) CONNELL, K.Y.H. 2011. Exploring consumers' perceptions of eco-conscious apparel acquisition behaviors. In: *Social Responsibility Journal*, Vol. 7, No. 1, p.61–73.
- 13) CONNOLLY, J. and PROTHERO, A. 2008. Green consumption life-politics, risk and contradictions. In: *Journal of Consumer Culture*, Vol. 8, No. 1, p.117–145.

- 14) COWAN, K. and GUZMAN, Fr. 2020. How CSR reputation, sustainability signals, and country-of-origin sustainability reputation contribute to corporate brand performance: An exploratory study. In: *Journal of Business Research*, Vol. 117, p.683–693.
- 15) HOLM, D.B., DROGENDIJK, R., HOHENTHAL J., HOLM, U., JOHANSON, M. and ZANDER, Iv. 2009. The internationalization processes of the multinational corporation - A new research agenda. In: *Research on Knowledge, Innovation and Internationalization*, Vol. 4, p.3-20.
- 16) DION, D. and ARNOULD, Er. 2011. Retail Luxury Strategy: Assembling Charisma through Art and Magic. In: *Journal of Retailing*, Vol. 87, No. 4, p.502–520.
- 17) HERSTEIN, R., GILBOA, Sh. and GAMLIEL, E. 2013. Private and national brand consumers' images of fashion stores. In: *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 22, No. 5/6, p.331-341.
- 18) JIN, S. V. and RYU, Eh. 2020. Instagram fashionistas, luxury visual image strategies and vanity. In: *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 29, No. 3, p.355-368.
- 19) JUNG, J., KIM, S.J. and KIM, K.H. 2020. Sustainable marketing activities of the traditional fashion market and brand loyalty. In: *Journal of Business Research*, Vol. 120, p.294–301.
- 20) KARAOSMAN, H., PERRY, P., BRUNO, Al. and MORALES-ALONSO, G. 2020. Behind the runway: Extending sustainability in luxury fashion supply chains. In: *Journal of Business Research*, Vol. 117, p.652-663.
- 21) KIM, A. et al., n.d. Supply Chain Management and Cultural Differences in North America & Japan. In: *Proceedings of the Academy of Management Information and Decision Sciences*, Vol. 21, No. 1, p.16 – 20.
- 22) KING, I.W. and VICKERY, J. 2013. Do I look right? Defamiliarizing the organizational fashioning of the body. In: *Scandinavian Journal of Management*, Vol. 29, p.394—401.
- 23) KOZLOWSKI, An., SEARCY, C. and BARDECKI, M. 2018. The reDesign canvas: Fashion design as a tool for sustainability. In: *Journal of Cleaner Production*, Vol. 183, p.194-207.
- 24) KOSCHATE-FISCHER, N., DIAMANTOPOULOS, A. and OLDENKOTTE, K. 2012. More for a Favorable Country Image? A Study of Country-of-Origin Effects on Willingness to Pay. In: *Journal of International Marketing*, Vol. 20, No. 1, p.19–41.
- 25) LIM, J.S., DARLEY, W.K. and SUMMERS, J.O. 1994. An Assessment of Country of Origin Effects under Alternative Presentation Formats. In: *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 22, No. 3, p.274-282.

- 26) NAGURNEY, An. and YU, M. 2012. Sustainable fashion supply chain management under oligopolistic competition and brand differentiation. In: *International Journal Production Economics*, Vol. 135, p.532–540.
- 27) NASH, J. 2019. Exploring how social media platforms influence fashion consumer decisions in the UK retail sector. In: *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 3, No. 1, p.82-103.
- 28) McDONOUGH, W. and BRAUNGART, M. 2002. Cradle to cradle: Remaking the way we make things. *North Point Press, New York*.
- 29) MCFALL-JOHNSON, M. 2020. World Economic Forum, accessed on December 15, 2021.
- 30) SARKER, M. 2019. A Literature Review in the Textile and Fashion Marketing Research. In: *American Scientific Research Journal for Engineering, Technology, and Sciences*, Vol. 53, No. 1, p.105-111.
- 31) OSTBERG, J. 2012. Masculinity and fashion. In: *Gender, Culture, and Consumer Behavior*, p.255-283.
- 32) PATTNAIK, Ch., SINGH, D. and GAUR, A.S. 2021. Home country learning and international expansion of emerging market multinationals. In: *Journal of International Management*, Vol. 27, p.1-12.
- 33) PRINCEN, T. 2005. The logic of sufficiency. *MIT Press, Cambridge*.
- 34) RAZZAQ, A. et al. 2018. The Impact of Fashion Involvement and Pro-Environmental Attitude on Sustainable Clothing Consumption: The Moderating Role of Islamic Religiosity. In: *Sage Open*, p.1-17.
- 35) RIYA, T. 2021. Circular fashion: The future of fashion, accessed on December 15, 2021
- 36) SCHAEFER, A. and CRANE, A. 2005. Addressing sustainability and consumption. In: *Journal of Macromarketing*, Vol. 25, No. 1, p.76–92.
- 37) VATAMANESCU, El.M., DABJIA, C.D., GAZZOLA, P., CEGARRO-NAVARRO, J.G. and BUZZI, T. 2021. Before and after the outbreak of Covid-19: Linking fashion companies' corporate social responsibility approach to consumers' demand for sustainable products. In: *Journal of Cleaner Production*, Vol. 321, p.1-15.
- 38) WONG, D.T.W. and NGAI, E.W.T. 2021. Economic, organizational, and environmental capabilities for business sustainability competence: Findings from case studies in the fashion business. In: *Journal of Business Research*, Vol. 126, p.440–471.

Additional webpages connected with research:

- 39) www.businessinsider.com. Top List of Dominant Global Fashion Brands, accessed on December 27, 2021.
- 40) <https://www.c-and-a.com/uk/en/corporate/company/sustainability/>, accessed on January 5, 2022.
- 41) <https://corporate.marksandspencer.com/sustainability>, accessed on January 5, 2022.
- 42) <https://corporate.zalando.com/en/sustainability>, accessed on January 5, 2022.
- 43) <https://hmgroup.com/sustainability/standards-and-policies/sustainability-commitment/>, accessed on December 27, 2021.
- 44) <https://www.inditex.com/en/our-commitment-to-the-environment>, accessed on December 27, 2021.
- 45) <https://www.lvmh.com/news-documents/news/lvmh-releases-first-comprehensive-social-and-environmental-reporting-spotlighting-initiatives-to-support-sustainable-growth/>
- 46) <https://www.jdplc.com/environment/sustainability>, accessed on January 5, 2022.
- 47) <https://www.nextplc.co.uk/corporate-responsibility/environment>, accessed on January 5, 2022.
- 48) <https://www.pantone.com/>, accessed on December 27, 2021.
- 49) <https://pepco.eu/about-us/>, accessed on December 27, 2021,
- 50) <https://www.primark.com/en/sustainable-cotton-commitment>, accessed on January 4, 2022.
- 51) <https://www.statista.com/statistics/1249797/romania-clothing-retail-companies-by-revenue/>, (2021) published by Sava J., accessed on January 4, 2022.
- 52) <https://www.unep.org/news-and-stories/story/trend-sustainable-fashion-wake-covid-19>, (2021), accessed on December 27, 2021.

CONVERGENCE OF CULTURE SERVICE EXPENDITURE IN THE EUROPEAN UNION COUNTRIES

Daniela Mališová

Abstract

The European Union countries currently consists of 27 member states. Despite the efforts to unify the economic level conditioned by the adoption of convergence criteria upon accession to the European Union, there are differences in the financing of the ministries of the national economy. Disparities can be identified not only in the financing of the health or education sector, but also in the financing of cultural services. For this reason, the aim of the paper is to assess whether there is a convergence of expenditure on cultural services in the countries of the European Union. Expenditure on cultural services is defined according to the COFOG classification. In the paper we use panel data collected for the period 2011 - 2019. To verify the set research goal in the paper we use the method of absolute β -convergence, supplemented by σ -convergence. The results show that member countries spend a stable percentage of GDP on cultural services over time. We perceive this development critically because culture is an important area of shaping the values of the individual and it is necessary to pay increased not only social but also economic attention. Hungary, which has doubled spending on cultural services over time, is becoming a precursor to developments between member countries. Slovakia records a below-average result in the observations.

Keywords: culture, convergance, expenditures, European Union

Introduction

Culture¹⁴¹ is an irreplaceable means of transmitting information between generations. The development of culture and cultural environment has been present in society for a long time. The priority of cultural services is to bring cultural values closer together and spread, thus developing a level of social awareness. In the narrower sense, we identify the services of culture as a specific sphere of social life, which is characterized by rarity and added utility

141 Vavrek, Bečica, 2020.

value. The added value just reflects the individual and unmistakable experience, which varies depending on the consumer of the service and initiates his personal development and growth¹⁴². However, national economies¹⁴³ must not neglect these services and the resources spent on them in their efforts to embark on a path of sustainable development.

At present¹⁴⁴, in European society, there is a free transfer of culture and values to the same extent as there is a transfer of labor or capital. Nevertheless, the cultural sector is lagging because policy makers outside the cultural sector still consider the cultural sector to be a low-productivity sector of the economy that relies more on external subsidies than on autonomous economic value creation. As a result of this misconception, cultural activities are considered costly and insufficient to fund, despite the humanitarian development goal.

In a broader sense, the economic anchoring of cultural services is found in the public sector theory^{145,146}, the output of which is public services. As part of public services, we include cultural services in the block of human development, which again emphasizes the personal development of the individual within society. Cultural services also concentrate the public interest of society. Several authors^{147,148,149,150,151} in their works, based on the properties of divisibility and non-exclusion from consumption, classify cultural services among mixed collective services, which are characterized by marginal costs per additional consumer, material and technical limitations in their provision, but also the possibility to provide these services as in both the private, and public sector.

The concept of cultural services and their financing in the European Union's integration grouping opens opportunities for several comparisons. The aim of the paper is to assess whether there is a convergence of expenditures on cultural services in the countries of the European Union. The

142 Schwartz, 2006.

143 Axelrod, 1997.

144 Sacco, Ferilli, Blessi, 2018.

145 Musgrave, Peacock, 1958.

146 Tresch, 2021.

147 Matoušek, et al., 2007.

148 Nemec, 2008.

149 Stejskal, et al., 2017.

150 Varadzin, 2018.

151 Kotulák, 2020.

stated goal will help us to compare the funds spent on cultural services, or to reveal differences and inequalities. The aim of the paper is to build on several domestic and foreign works that have dealt with this issue in the past.

Options for Examining the Financing of Cultural Services through Convergence: Literature Review

The issue of expenditures on cultural services is discussed both at the national¹⁵² and international level¹⁵³. In terms of funding cultural services, the structure varies from country to country. European countries¹⁵⁴ are characterized by a predominance of public spending on the financing of cultural services. Over time, however, various subsidy structures and European funds have gained dominance, but they are still managed from a managerial point of view by the central administration - the Ministry of Culture. The private sector is represented by the support of individuals through donations or philanthropy.

According to a comparative study conducted on a set of OECD countries in 2007-2018¹⁵⁵ capital expenditures account for a smaller share of total cultural expenditures. At the same time, the cultural budgets of the countries are dominated by recurring activities divided into three main categories, namely radio, television, and media (on average 32.5 % of the budget); museums, libraries, archives and cultural heritage (average 37.7 % of the budget) and arts (average 29.7 % of the budget).

Several researches have been carried out within the European Union's integration grouping to monitor the issue of financing cultural services. The paper is based on the findings of a study in which the authors¹⁵⁶ examined the period 2004 - 2015. They find out whether there are disparities between member countries in monitoring expenditures on cultural services spent by households. The research method used was convergence and correlation analysis. The results show that despite the convergence of European countries' national incomes over time, there is no evidence of convergence in household expenditure on culture. Disparities arise mainly between the

152 Getzner, 2002.

153 Domazet, et al., 2012.

154 Šrákar, Čopič, Verbič, 2018.

155 Gillies, et al., 2019.

156 Nowak, Kochková, 2010.

original and new countries (countries that joined the integration grouping after 2004) of the European Union. The authors identify the cause of disparities in significant differences in the price of services, salary differentiation or the limited offer of cultural services.

We also select a study¹⁵⁷ on the convergence of total public expenditure in the 17 countries of the European Union in the period 1990-2012 attention given to approximate an overall expression. However, in the case of aggregate public expenditure, the empirical findings showed less convergence, which is characterized by convergence clubs.

Club convergence theory¹⁵⁸ states that economies that are similar in their structural characteristics converge in the long run if they have similar initial conditions. In the aggregated monitoring of public expenditure on cultural services, Slovakia recorded a result in the range <0.50 - 1.00> together with countries such as Slovenia, Portugal, and Malta.

From the above studies, we can conclude that convergence is a suitable method for pursuing the objective under study. From a general point of view, the concept of convergence expresses¹⁵⁹ the process of leveling out the differences in the observed economic indicators within a group of countries. Convergence addresses a key economic issue¹⁶⁰, namely whether countries with low baselines tend to grow faster than countries with average to above-average baselines. That is, whether there are automatic forces that lead over time to the convergence of the level of the monitored indicator.

Material and Research Methods

The aim of the paper is to assess whether there is a convergence of expenditures on cultural services in the countries of the European Union. Based on the formulated goal, we can determine the research question:

RQ: What is the position of Slovakia in spending on cultural services in the international context?

We verify the research question in the paper based on the results of the analysis of absolute β -convergence and σ -convergence. The subject of the

157 Aspergis, Christou, Hassapis, 2013.

158 Barrios, Flores, Martinez, 2019.

159 Barro, Sala-i-Martin, 1992.

160 Berančok, et al., 2006.

research are two indicators selected based on studies. The first indicator is general government expenditure on cultural services, expressed as a percentage of GDP¹⁶¹, which falls under the single European classification COFOG (GF 08). Statistics according to the COFOG¹⁶² classification represent the functional distribution of general government expenditure. The classification is part of the system of national accounts and is intended mainly for the needs of statistical surveys and international comparisons of statistical data. The second indicator is expenditure on household culture per capita¹⁶³, which falls into the classification of individual consumption according to the purpose of COICOP (09 - recreation and culture)¹⁶⁴. The subject of the research is 27 member countries of the integration group of the European Union. The research period is set at 2011-2019.

Convergence is considered a dynamic tool¹⁶⁵, based on the neoclassical theory of economic growth. Absolute β - convergence expresses the negative relationship between the initial value and the average growth rate coefficient. Statistical significance must be taken into account when interpreting the results of absolute β - convergence. The statistical significance of the paper is set at 95%. In the case of demonstrating absolute β - convergence, it is possible to perform a σ -convergence analysis¹⁶⁶.

Divergence is the opposite of convergence, i.e. the distance of the country and the emergence of disparities. To evaluate disparities, it is appropriate to apply multidimensional statistical methods¹⁶⁷, such as cluster analysis, in-depth data analysis, factor analysis, correlation analysis, etc. From the mentioned methods in the paper, we use the non-hierarchical method of K-means cluster analysis. This method is characterized¹⁶⁸ by the calculation of k-clusters so that the sum of squares within the group is minimal. Cluster analysis¹⁶⁹ can also be used to determine convergence clubs. We perform cluster analysis in the SPSS Statistics program.

161 Aspergis, Christou, Hassapis, 2013.

162 Eurostat, 2022a.

163 Nowak, Kochková, 2010.

164 Eurostat, 2022b.

165 Jenkins, 2001.

166 Simionescu, 2014.

167 Stankovičová, Vojtková, 2007.

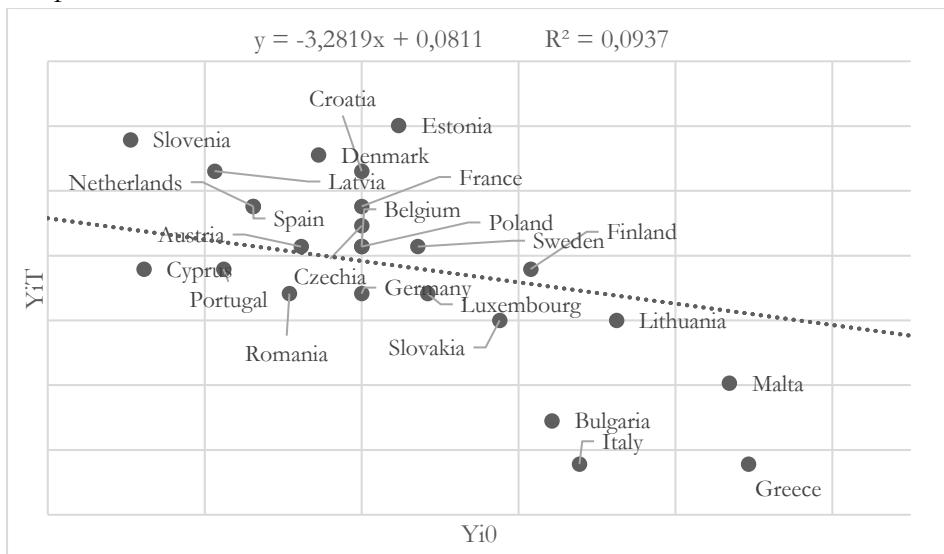
168 Kožiak, Suchý, Kaščáková, Nedelová, 2014.

169 Monfort, Cuestas, Ordóñez, 2013.

Assessment of the Convergence of Cultural Expenditure in the Countries of the European Union

To verify the research question, we monitor the development of two indicators. The first observation is focused on the indicator of general government expenditure on cultural services expressed as a percentage of GDP according to the COFOG classification. Based on this statement, we find out what percentage of gross domestic product countries spend on cultural services. Cultural services according to the classification include not only the management and support of cultural facilities, but also publishing and broadcasting services, applied and experimental research in the field, or expenditure on monitoring and preparation of strategic documents and plans in the field of culture. When performing the convergence analysis, we consider 2011 to be the initial year of the survey. We determine the annual change through the average growth rate. We determine β -convergences (Figure 1) by logarithmizing these values for each country studied.

Figure 1: Result of absolute β -convergence of general government expenditure on cultural services expressed as % of GDP in EU countries in the period 2011 – 2019



Source: own processing (2022)

The calculated linear regression function is as follows: $\log Y_{iT} = -3.2819x + 0.0811$ at the coefficient of determination $100R^2 = 9.37\%$, which reaches a very low value. Based on these results, we can conclude that there is no absolute β -convergence. The countries of the European Union diverge over time and disparities arise between them. The statistical verification of the result of absolute β -convergences is as follows: p-value = $0.120 > 0.05$. The result is not statistically significant, and it is not possible to perform a σ -convergence analysis. For this reason, it is necessary to perform a cluster analysis.

Table 1: Result of the cluster analysis: general government expenditure on cultural services expressed as % of GDP

<i>Clusters of European countries</i>				<i>No.</i>	<i>Country</i>	<i>Cluster</i>	<i>Distance</i>
<i>No.</i>	<i>Country</i>	<i>Cluster</i>	<i>Distance</i>				
1	Belgium	1	0,008	15	Latvia	2	0,037
2	Bulgaria	4	0,046	16	Luxembourg	2	0,006
3	Czechia	1	0,040	17	Hungary	3	0,040
4	Denmark	3	0,006	18	Malta	4	0,063
5	Germany	2	0,065	19	Netherlands	1	0,070
6	Estonia	3	0,047	20	Austria	1	0,007
7	Ireland	2	0,035	21	Poland	1	0,008
8	Greece	4	0,023	22	Portugal	2	0,030
9	Spain	1	0,071	23	Romania	2	0,065
10	France	1	0,070	24	Slovenia	3	0,029
11	Croatia	3	0,025	25	Slovakia	2	0,037
12	Italy	4	0,023	26	Finland	2	0,032
13	Cyprus	2	0,030	27	Sweden	1	0,008

Source: own processing in SPSS Statistics (2022)

We express the assumption that the basic determinant of the disparities in the examination of the first indicator is a stable and unchanged year-on-year level of expenditure on cultural services expressed as a percentage of GDP. Using cluster analysis (Table 1), we observe 4 clusters of countries that show similarities in the development of the indicator in relation to the initial value. The countries of Belgium, the Czech Republic, Spain, France, the Netherlands, Austria, Poland and Sweden were placed in the first cluster. These countries recorded an above-average value of the initial indicator (in

the range of 1.3 - 1.5 % of GDP), the level of which did not change over time. The decline in the indicator was recorded in Spain, where the value of the indicator decreased in 2019 to 1.1 % of GDP. This result also reflects the distance from the trend line (0.071). In this group of countries, we can consider the result of Austria, which shows the closest distance (0.007) from the trend line, as the reference value. In financial terms, France has the highest expenditure on general government (in 2011 it was 29,899 million EUR) and increased by 4,960 million EUR by 2019.

The second cluster included the countries of Germany, Ireland, Cyprus, Latvia, Luxembourg, Portugal, Romania, Slovakia and Finland. These countries recorded a below-average initial value of the indicator (in the range of 0.9 - 1.2 % of GDP) with below-average growth of the indicator over time. The reference value in the group is reported by Luxembourg (0.006), which is approaching the trend line. This country has also seen an increase in the indicator over time by 0.2 % Slovakia show a below-average starting value (1.0 % of GDP), but over time it increases to 1.2 % of GDP. In nominal terms, this is an increase of 402.4 mil. EUR The same development is recorded in Portugal, which in 2019 shows nominal general government expenditure on cultural services at the level of 1,860.7 mil. EUR.

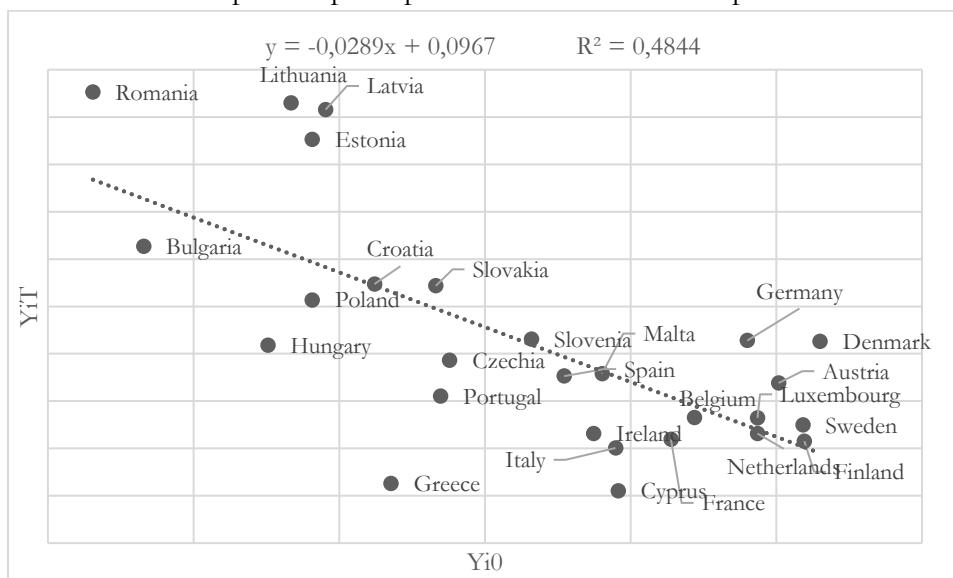
The third cluster included the countries of Denmark, Estonia, Croatia, Lithuania, Hungary and Slovenia, which record above-average initial values (in the range of 1.7 - 2.0 % of GDP) and a decrease in the indicator over time, which does not reduce the indicator below the average of the integration values. Countries spend a significant amount of money on cultural services, despite the fact that we can observe a decline in the value of the indicator in terms of share. An example is Lithuania, which reduced its share to 1.4 % of GDP in 2019, with a nominal double increase compared to the value of the indicator in 2011. The reason is the nominal growth of the overall level of GDP. Hungary shows a more dynamic development of financing. For this reason, we can consider it an outlier in terms of the monitored group. Hungary is showing an increase from 1.7 % of GDP to 3.1 % of GDP, while the average countries in the initial period are at 1.274 % of GDP. In nominal terms, Hungary has increased funding for cultural services by 2,475 million EUR since 2011.

The fourth cluster included the countries of Bulgaria, Greece, Italy and Malta. These countries show below-average initial values (in the range of 0.6

- 0.8 % of GDP) and below-average increase of the indicator over time. We can assume that the countries in the fourth cluster will be behind the other countries in the group. At the same time, the position to improve its position is demonstrated by Malta, which has increased the value of the indicator by 0.3 % since 2011, which represents a nominal increase of 91 mil. EUR.

In the following section, we move on to the monitoring of the second indicator, which is expenditure on household culture services expressed per capita in euros, which falls into the COICOP classification. Such an understanding of expenditures helps us to better understand how households in the countries of an integration group behave and what expenditures these households are willing to spend on cultural services each year.

Figure 2: Result of absolute β -convergence of expenditures on household culture services expressed per capita in EU countries in the period 2011 - 2019

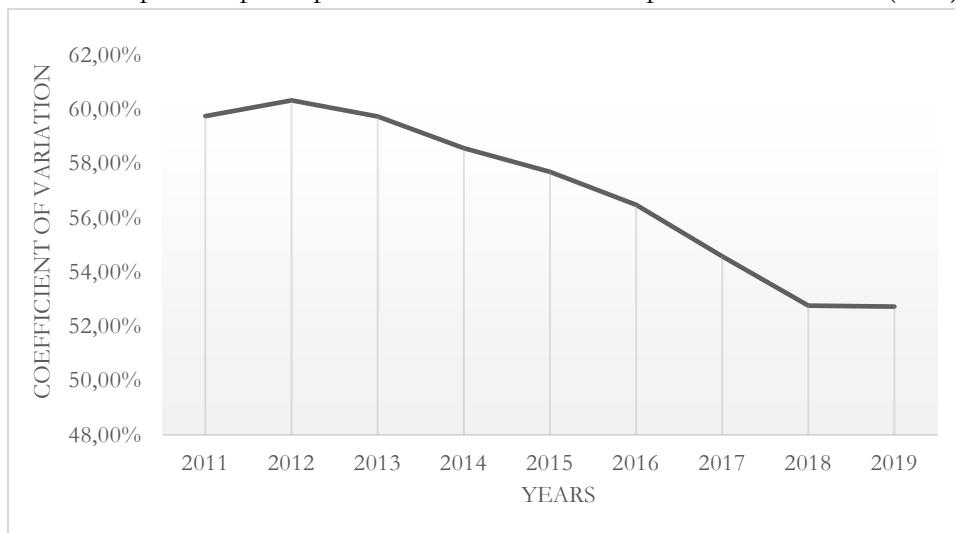


Source: own processing (2022)

The linear regression function is formulated as: $\log Y_t/T = -0.0289x + 0.0967$ at the coefficient of determination $100R^2 = 48.44\% < 50\%$. It can be stated again that there is no convergence of countries in the observed indicator. From a graphic expression (Figure 2) we can observe that the group of countries located in the third quadrant has convergence tendencies. Statistical verification of the result of absolute β -convergence is $p\text{-value} = 0.000 < 0.05$,

so the result is of statistical significance, and it is possible to proceed to the analysis of σ -convergence.

Figure 3: Result of σ -convergence of expenditures on household culture services expressed per capita in EU countries in the period 2011 - 2019 (in %)



Source: own processing (2022)

From the performed σ -convergence we state (Figure 3) that in the period 2012 - 2018 there is a convergence of the examined indicator. In the last monitored period, we can observe the effect of slight stagnation or future divergence. Using cluster analysis, we can state that it is appropriate to divide the countries into convergence clubs.

From the results of the cluster analysis, we find (Table 2) that the countries of the Czech Republic, Estonia, Greece, Croatia, Lithuania, Latvia, Hungary, Poland, Portugal, and Slovakia were placed in the first cluster. In this cluster, it is necessary to point out the high variance of values (the maximum distance in the cluster is shown by Hungary 0.127). For this reason, it is more appropriate to subdivide the group. The first subcluster (Estonia, Lithuania, Latvia, Hungary, Poland) is characterized by an initial value in the range of 400 - 480 EUR per capita, with an average growth rate of 6.27 % per year. The second subcluster (Czech Republic, Portugal, Slovakia, Greece, Croatia) is characterized by a higher initial value in the range of 560 - 800 EUR per capita, with an average growth rate of 2.14 % per year.

Table 2: Result of cluster analysis: expenditure on household culture services expressed in EUR per capita

<i>Clusters of European countries</i>				<i>No.</i>	<i>Country</i>	<i>Cluster</i>	<i>Distance</i>
<i>No.</i>	<i>Country</i>	<i>Cluster</i>	<i>Distance</i>				
1	Belgium	3	0,115	15	Latvia	1	0,097
2	Bulgaria	2	0,036	16	Luxembourg	4	0,033
3	Czechia	1	0,123	17	Hungary	1	0,127
4	Denmark	4	0,054	18	Malta	3	0,013
5	Germany	4	0,047	19	Netherlands	4	0,033
6	Estonia	1	0,067	20	Austria	4	0,004
7	Ireland	3	0,025	21	Poland	1	0,065
8	Greece	1	0,048	22	Portugal	1	0,111
9	Spain	3	0,065	23	Romania	2	0,036
10	France	3	0,082	24	Slovenia	3	0,110
11	Croatia	1	0,020	25	Slovakia	1	0,105
12	Italy	3	0,007	26	Finland	4	0,032
13	Cyprus	3	0,012	27	Sweden	4	0,030

Source: own processing in SPSS Statistics (2022)

We can state that despite the low initial value, the first subgroup grows faster over time and converges to the countries located in the second subgroup. However, expenditure on household culture per capita is below the average value of the integration group (average at 1,103 EUR per capita for 2011; 1,274 EUR per capita for 2019). We can therefore expect disparities between these countries to deepen.

The second cluster included two countries, namely Bulgaria and Romania. These countries recorded initial expenditures on household culture services well below average (in the range of 200-300 EUR per capita) with year-on-year growth of 2.3 % per year. These countries will lag and thus diverge from the other countries of the integration group.

The third cluster included the countries of Belgium, Ireland, Spain, France, Italy, Cyprus, Malta, and Slovenia. Households in these countries spend on average on cultural services (between 900 EUR per capita and 1,500 EUR per capita), with year-on-year growth of 2.8 % per year. Malta, which lies on the trend line, shows the reference value in the group. The indicator in this group of countries tends to converge.

The fourth cluster includes European countries with stronger economies such as Denmark, Germany, Luxembourg, the Netherlands, Austria, Finland and Sweden. In the initial period, households spend above-average expenditures on cultural services (in the range of 1,820 - 2,300 EUR per capita). Expenditures also have a faster annual growth rate (country average 2.65 % per year). The reference value in the group is shown by Finland, which is approaching the trend line. We can state that the indicator in this group of countries tends to diverge, to grow faster as a result of which the countries in the group will move away from other member countries.

Discussion and Conclusion

The aim of the paper is to assess whether there is a convergence of expenditures on cultural services in the countries of the European Union. To achieve the set goal, following the example of foreign authors, we use two indicators in the paper, which we examine using the method of absolute β -convergence, σ -convergence and cluster analysis. The results point to the fact that in the integration grouping of the European Union in the observed period 2011 - 2019 there is no convergence of expenditures on cultural services. For this reason, we analyze both indicators as convergence clubs when analyzing both indicators. In this context, we verify the research question, which is set out as follows: What is the position of Slovakia in spending on cultural services in the international context?

When examining public spending on cultural services, we find that Slovakia is in a convergence club with countries such as Germany, Ireland, Latvia, Portugal, and Finland. It is typical for this club that they show below-average initial value of the indicator and below-average growth of the indicator over time. The reference value is reached by Luxembourg, which, like Slovakia, has increased its share of expenditure in GDP over time by 0.2 percentage points. The rationale for this is found in foreign research, which shows that countries such as Ireland and Germany have significantly reduced public spending on cultural services as a result of the economic crisis, which has severely affected these countries. The argument of Slovakia's position is the fact that the cultural sector does not report relevant statistics at the national level on the redistribution of expenditures. For this reason, it is difficult to create an appropriate measure for the targeted improvement of the financing of cultural services, which would result from the economic

analysis. From data published in the uniform European classification COFOG, we find that the majority of expenditures in 2019 went to the services of libraries, theaters, museums, galleries and other cultural services (51.25 % of total expenditures on cultural services). The second largest share was spent on recreational and sports services (22.12 % of total expenditure on cultural services) and 19.47 % of total expenditure on cultural services went to broadcasting and publishing services. Other services according to the structure of the COFOG classification recorded a share of 10 % of the total expenditure on cultural services.

When examining the indicator, expenditure on household culture services expressed per capita in euros, which fall into the COICOP classification, we find that countries have the opportunity to converge in the future earlier than in the first surveyed indicator ($100R2 = 48,44\%$). This confirms the result of σ -convergence, which it expresses in years 2012 - 2018 declining trend line. In answering the research question, we find that Slovakia is included in the convergence club with countries such as Portugal, the Czech Republic, Greece, and Croatia. Estonia, Lithuania, Latvia, and Poland, which show a year-on-year growth rate of 6.27 % per year, will approach these countries over time.

An important factor influencing the consumption of cultural services by households is the prices for these services. An international comparison¹⁷⁰ shows that prices for cultural services are above average in Slovakia. Conversely, countries such as France, Malta and Italy have prices for cultural services set below the price average of the integration group. In line with the results of research focused on pay disparities in the countries of the European Union¹⁷¹ we can confirm that there is a wage differentiation depending on the country. For this reason, it is not surprising that households in economically stronger countries incur higher expenditures on cultural services at a relatively lower price, thus supporting the cultural sector. At the same time, it is important to pay attention to the fact that households, as consumers of cultural goods, must be interested in consuming cultural services. The basic economic starting point for monitoring expenditure on cultural services is therefore the demand for these goods. However, the

¹⁷⁰ Eurostat, 2018.

¹⁷¹ Alcidi, 2019.

increase in demand is associated not only with the socio-economic level of the country, but also with the value framework of each individual. Cultural transfer within an integration grouping can therefore be a suitable motivating element, which on the one hand will increase the cultural awareness of the country's inhabitants, on the other hand it can be a significant variable in the growth of demand for cultural services.

©Daniela Malíšová

Matej Bel University in Banská Bystrica, Slovakia
daniela.malisova@umb.sk

References

- 1) ALCIDI, C. 2019. Economic Integration and Income Convergence in the EU. In: *Intereconomics*, 54(1), 5 – 11. DOI:10.1007/s10272-019-0783-6
- 2) ASPERGIS, N., CHRISTOU, CH., HASSIPIS, CH. 2013. Convergence in Public Expanditures Across EU Countries: Evidence from Club Convergance. In: *Economics and Finance Research*, 1(1), 45 – 59. DOI: 10.1080/21649480.2013.862735
- 3) AXELROD, R. 1997. The Dissemination of Culture: A Model with Local Convergence and Global Polarization. In: *Journal of Conflict Resolution*, 42(1), 203 – 223. DOI: 10.1177/0022002797041002001
- 4) BACULÁKOVÁ, K. 2018. Support of CCI in Slovakia and EU. In: K. Dvoroková, (eds.) *Proceedings of the 4 th International Conference on European Integration 2018*. Ostrava: VSB Technical University, 2018. 90 – 97 p. ISBN 978-80-248-4169-4.
- 5) BARRIOS, C., FLORES, E., MARTINEZ, A. 2019. Club Convergence in Innovation Activity Across European Regions. In: *Papers in Regional Science*, 98(4), 1545- 1565. DOI: 10.1111/pirs.12429
- 6) BARRO, J. R., SALA-I-MARTIN, X. 1992. Convergance. In: *Journal of Political Economy*, 100(2), 223 – 251. ISSN 1537-534X.
- 7) BRITO, P., BARROS, C. 2005. Learning-by-Consuming and the Dynamics of the Demand and Prices of Cultural Goods. In: *Journal of Cultural Economics*, 29(1), 83–106. DOI: 10.1007/s10824-005-1748-0
- 8) DOMAZET, A., et al. 2012. Convergence analysis of household expenditures using the absolute β -convergence method. In: *Business Systems Research*, 3(1), 23 – 29.
- 9) EUROSTAT. 2018. Harmonised indices of consumer prices for selected cultural goods and services. In: Eurostat. [online]. [cit. 2022-02-22]. Dostupné na internete: <https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsCP2019>
- 10) EUROSTAT. 2022a. General government expenditure by function (COFOG). Dostupné na internete: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/GOV_10A_EXP__custom_2064653/default/table?lang=en
- 11) EUROSTAT. 2022b. Final consumption expenditure of households by consumption purpose (COICOP). Dostupné na internete: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/NAMA_10_CO3_P3/default/table?lang=en
- 12) GETZNER, M. 2002. Determinants of Public Cultural Expenditures: An Exploratory Time Series Analysis for Austria. In: *Journal of Cultural Economics*, 26 (2), 287 – 306. DOI: 10.1023/A:1019976717566

- 13) GILLIES, M. 2019. The Big Picture: Public Expenditure on Artistic, Cultural and Creative Activity. In: *Australian Academy of Humanities*. [online]. [cit. 2022-02-22]. Dostupné na internete: Australia_expenditure%20report.pdf
- 14) HALÁSEK, D. 2004. *Standardizace veřejných služeb*. Ostrava: VŠB Technická univerzita.
- 15) JENKINS, H. 2001. Convergence? I Diverge. In: *Technology Review*, 104(5), 88 – 93. ISSN 1099- 274X.
- 16) KOLTSOVA, A., ALPATOV, G., VOLKOVA, A. 2020. Culture in the global economy: features of cultural goods on the threshold of a knowledge economy and increasing the country's competitiveness. In: *Globalization and Socio-Economic Consequences*, 74 (01015), 2 – 9. DOI: 10.1051/shsconf/20207401015
- 17) KOTULÁK, J. 2002. Štandard verejnej služby v hodnotení kvality verejnej správy. In: *Finančné trhy*, 1/2020, 1 – 15. ISSN 1336-5711.
- 18) KOVÁČ, U., GERULOVÁ, K. L., BUČEK, M. 2011. Metodologické prístupy k meraniu konvergencie. In: *Prognostický ústav SAV*, 3(5), 395 - 407. ISSN 1338-3590.
- 19) KOŽIAK, R., SUCHÝ, M., KAŠČÁKOVÁ, A., NEDELOVÁ, G. 2014. Využitie zhlukovej analýzy pri skúmaní medziregionálnych rozdielov. In: Klímová, V., Žítek, V. (eds.) *17th International Colloquium on Regional Sciences. Conference Proceedings*. Brno: Masarykova univerzita. DOI: 10.5817/CZ.MUNI.P210-6840-2014-3
- 20) MATOUŠEK, O., et al. 2007. *Sociální služby: legislativa, ekonomika, plánování, hodnocení*. Praha: Portál.
- 21) MENDEZ-CARBAJO, D., STANZIOLA, J. 2008. Patterns of Inequality in Private Funding of Culture Across the UK. In: *Cultural Trends*, 17(3), 165 – 179. DOI: 10.1080/09548960802362009
- 22) MONFORT, M., CUESTAS, C. J., ORDÓÑEZ, J. 2013. Real Convergence in Europe: A Cluster Analysis. In: *Economic Modelling*, 33(1), 689 – 694. DOI: 10.1016/j.econmod.2013.05.015
- 23) MUSGRAVE, R. A., PEACOCK, A. T. 1958. *Classics in Theory of Public Finance*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- 24) NEMEC, J. 2008. The Third Sector in and the Provision of Public Services in Slovakia. In: Osborne, S. P. (eds.) *The Third Sector in Europe: Prospects and Challenges*. London: Routledge.
- 25) NOWAK, J., KOCHKOVÁ, O. 2011. Income, Culture, and Household Consumption Expenditure Patterns in the European Union: Convergence or Divergence? In: *Journal of International Consumer Marketing*, 23(3-4), 260 – 275.

- 26) SCHWARTZ, S. 2006. A Theory of Cultural Value Orientations: Explication and Applications. Comparative In: *Sociology*, 5(2-3), 137 – 182. DOI: 10.1163/156913306778667357.
- 27) SIMIONESCU, M. 2014. Testing Sigma Convergence Across EU-28. In: *Economics and Sociology*, 7(1), 48 – 60. ISSN 2071–789X.
- 28) STANKOVIČOVÁ, I., VOJTKOVÁ, M. 2007. *Viacrozmerné štatistické metódy s aplikáciami*. Bratislava: Wolters Kluwer.
- 29) STEJSKAL, J., et al. 2017. *Teorie a praxe veřejných služeb*. Praha: Wolters Kluwer.
- 30) ŠRAKÁR, A., ČOPIČ, V., VERBIČ, M. 2018. European Cultural Statistics in a Comparative Perspective: Index of Economic and Social Condition of Culture for the EU Countries. In: *Journal of Cultural Economics*, 42(3), 163 – 199. DOI: 10.1007/s10824-017-9312-2
- 31) TRESCH, R. W. 2021. *Public Sector Economics*. Pittsburgh: Bloomsbury Publishing.
- 32) TRUPIANO, G. 2005. Financing the Culture in Italy. In: *Journal of Cultural Heritage*, 6(4), 337 – 343. DOI: 10.1016/j.culher.2005.04.004
- 33) VARADZIN, F. 20218. Veřejné statky v kontextu veřejné správy. In: K. Boršeková, et al. (eds.) *Vybrané kapitoly z veřejné správy a regionálního rozvoje*. Karviná: Slezská univerzita.2018. 250 s. ISBN 978-80-88260-19-6.
- 34) VAVREK, R., BEČICA, J. 2020. Efficiency Evaluation of Cultural Services in the Czech Republic via Multi-Criteria Decision Analysis. In: *Sustainability* 12(8), 3409. DOI: 10.3390/su12083409

PART II.

***CULTURAL TRANSFER
IN COMICS,
LITERATURE
AND TRANSLATION CRITICISM***

FIRST WORLD WAR IN CONTEMPORARY RUSSIAN AND ITALIAN COMICS

Ruslan Saduov

Abstract

The present study is devoted to the comparative analysis of the theme of the First World War in the contemporary Russian comics "*Diptych*" and its Italian counterpart "*Unastoria*." This analysis demonstrated that domestic comics seeks to convey war's duality, a place for romanticism and disillusionment. In the Italian comics, the war is a generational trauma experienced by the descendant of a war participant. The two comics help to understand the cultural differences in the presentation of war.

Keywords: comics, graphic literature, World War I, trauma, military literature

Introduction

At any time in history, war literature played an essential role in the artistic legacy of writers. Brosman rightfully noted that war has often been a central theme in epic poetry since the appearance of the Greek, Roman, and Jewish chronicles.¹⁷² The Trojan War, indeed, had a significant impact on ancient literature. The European literature of the Middle Ages is permeated with the theme of chivalric campaigns and duels. Military actions remain a focal point for many writers and poets even today. Meanwhile, the depiction of war is not an easy task to accomplish due to the skills it requires and the ethical reasons under consideration: "War demands the writer's best skills at evocation, not least because of duties owed to the wounded and the dead."¹⁷³ Besides, writing about war cannot stop wars or convey their horror.¹⁷⁴

One of the most destructive wars in the history of humankind was the First World War (WWI). It was much more comprehensive than the previous ones in geographical terms and greater in terms of human casualties. This war is often described as the first industrial war, an industrial-scale war where

¹⁷² Brosman, 1992, p. 85.

¹⁷³ McLoughlin, 2009, p. 8.

¹⁷⁴ Krimmer, 2010, p. 1.

participants used industrial technologies.¹⁷⁵ However, the horrors of the Second World War (WWII) overshadowed the people's misery in WWI. The historical overviews of WWI are considered less frequent and less meaningful than the events that followed. For instance, in Russian historiography, WWI is generally a preamble to the more turbulent events of the 1917 revolution, which brought more changes and destruction than WWI.

Even at the time of WWI, society owed much of its understanding of this tragedy to fiction since "it was in literature that readers at the time could learn something of what was really happening."¹⁷⁶ When the war ended, it was remembered primarily through the writers about it rather than any other form of expression¹⁷⁷: Hemingway, Remarque, Aldington make an incomplete list of renowned authors who wrote about WWI.

According to Ian Isherwood, a contemporary of the 21st century has a clear idea about WWI: from books and textbooks, they formed images such as "trench desolation and destruction, broken bodies and minds, perpetual mourning by families and the tortured memories of survivors."¹⁷⁸ At least in part, modern literature remains in line with this understanding of war. In this sense, the subject of this study does not extend beyond the existing paradigm. However, this study analyzes the less-known genre of comics, a verbal and visual narrative, and compares the Russian and Italian perspectives on WWI. Therefore, the research questions of this study are as follows:

RQ1. How do the Russian and Italian comics artists view WWI?

RQ2. What are the possible implications of the Russian and Italian perspectives on WWI?

This study is limited to a comparison of two literary pieces. Obviously, the conclusions of this study cannot be objectively applied to other instances of WWI depiction. Such conclusions also cannot explain the cultural differences in the perception of war. Meanwhile, a wholistic study of such nature is hardly possible due to the scarcity of literary works devoted to WWI, not to mention the scarcity of comics. Therefore, the outcomes of this study are, nevertheless, meaningful for understanding the literary reflections on WWI.

¹⁷⁵ Tate, 2009, p. 163.

¹⁷⁶ Ibid, p. 160.

¹⁷⁷ Isherwood, 2017, p. 2.

¹⁷⁸ Ibid, p.1.

The material of this study is Russian comics "*Diptych*" (2017) by Alexei Troshin and the Italian "*Unastoria*" ("One Story") (2013) by Gian Alfonso Pacinotti (better known as Gipi).

Comics as a Literary and Cultural Phenomenon in Russia and Italy

A brief overview of the comics' sociocultural background in Russia and Italy is worth presenting because comics' reputations in Russia and Italy are different.

The first comics is believed to date back to the 12th-13th century. However, the first comic in today's meaning was authored by Swiss teacher and artist Rodolphe Töpffer who produced his famous comics series in the 1830s.¹⁷⁹ He laid some enormous stones in the foundation of one of the most striking traditions of European comics, a Franco-Belgian tradition, which is a popular trend in contemporary literature. Other well-known traditions, such as American superhero comics and Japanese manga, are money-making franchises to the film industry, thus, enjoying acceptance in their societies. Italian comics artists experienced different attitudes. Fumetti (Italian comics) became a propagandistic tool soon after it emerged in the early 20th century. In the post-WWII world, comics in Italy experienced heavy influence by the American tradition and saw several rises and falls in popularity. By the end of the 20th century, though, fumetti became a well-established art, and several renowned authors, including Umberto Eco, involved comics in their writing.¹⁸⁰

The history of Russian comics is, probably, as long as in Italy but more dramatic. In the early 20th century, the Bolshevik authorities characterized comics as primitive bourgeois art.¹⁸¹ However, realizing the propagandistic potential of comics, they used the genre for their purposes. As a result, a well-known propaganda tool OknaROSTA and children's magazines with stories in pictures, such as Murzilka, Tramvai, emerged. Well-known writers and poets Mayakovsky, Barto, and Chukovsky worked on the materials for these projects, ensuring their high quality. After the fall of the USSR, comics magazines that carried the past ideology lost state support and, thus, circulation.

¹⁷⁹ Rodolphe Töpffer, 2017.

¹⁸⁰ Somigli, 2007.

¹⁸¹ Alaniz, 2008, p. 145.

American franchises brought from abroad further undermined the comic books' reputation: local publishers did not have the means to publish expensive works, and low-quality comics assured the reader of its primitivism.

The comics fans and artists saw the revival of the genre when the Hollywood franchises appeared on cinema screens. Superhero movies inspired cinema-goers to address the primary sources,¹⁸² and major publishers saw a market for comics: the first high-quality edition of the North American comics "Watchmen" was translated and published by Amphora in 2011. Currently, the genre's readership is increasing: more publishing houses, stores, and festivals promote comics. Still, comics remains a part of the geek culture, and the general public cannot accept it.

Thus, the Russian and Italian WWI comics were produced in different settings, meaning that the Italian comics might be more representative of its cultural medium. In contrast, Russian comics is more likely to represent only a younger population, which accepts comics. We believe that a comparative analysis of the comics produced in two different cultures is impossible despite this limitation.

***"Diptych"* and *"Unastoria"*: Plot Vectors**

A summary of the comics' plots is needed to analyze war depictions better. These comic stories, despite the differences in plot, bear similarities. In particular, both of them talk about the events of WWI and are divided into two parts. However, the approach to depicting military operations, as well as the principle of division, differ.

One aspect the two comics share is the violation of the border between the combatants and civilians. Sarah Cole summarizes her perspective on war writing, suggesting that "to consider people in their relation to war is ... to think in categorical and binary terms – combatant and civilian, men and women, young and old, injured and healthy, prewar and postwar, enemy and friend."¹⁸³ Of all these distinctions, combatants and civilians are, probably, the two most readily available for comparison. However, in 20th-century literature, this distinction is challenged and superseded at times, primarily "because

¹⁸² Serebryansky, 2014.

¹⁸³ Cole, 2009, p. 25.

conscription has made the 'citizen soldier,' a temporary and often non-voluntary combatant, into the world's primary icon of war.”¹⁸⁴

Obeying the trend, the authors of the Russian comics "*Diptych*" and the Italian "*Unastoria*" constantly violate the border between a combatant and civilian. The Russian comic is divided into two parts according to the principle of opposing sides in war (hence, diptych): the first part is dedicated to an Englishman who, in a fit of patriotism, goes to war and performs a feat. In the second part, the narrator talks about an officer of the German army who, tired of the war, shows mercy to the enemy. The artist forces his heroes to cross the border between civilian and combatant: an English soldier, a philistine yesterday, risks his life to save another soldier today; in the same moment, a regular soldier of the German troops loses his grip, abandons his duty, allows the enemy to return unharmed to the trenches – thus, behaves like a civilian.

The combatant-civilian dichotomy in the Italian comics seems to be more complicated. The book tells the story of a successful middle-aged man who finds himself in a psychiatric clinic with a personality disorder after reading the letters of his great-grandfather, who took part in WWI. While staying at the asylum, he reflects on the letters, and the reader learns about the moral burden and guilts his great-grandfather experienced as a soldier. The artist reveals the continuity of events through the text and the visuals: both men have the same face – the face of a man who carried the pain and horror of war through generations, and both of them look at the same skies. The division "civilian-combatant" goes through the years: the civilian great-grandson empathizes with the combatant great-grandfather, which is why the boundary between the two statuses is violated.

A visible similarity between the two comics consists in the artists' techniques and tools of narration. Gipi and Troshin use watercolors to draw comic stories, making the stories look similar. In some way, Gipi's story is also a diptych – the comic is divided into narrations about the contemporary Italian man and his great-grandfather. These two narration lines unite by the end of the comic, making it an *unastoria* (one story). The way Gipi shifts between the narratives is noteworthy: the artist uses natural phenomena, the sky and a tree, which help the main character and the reader to travel between

¹⁸⁴ Ibid, p.31.

now and then. Troshin uses fantastical elements as well. In his right panel, the German officer gets injured and dreams that he is in a place between life and death, and a skeleton Death summons the fallen soldiers into its machine, which the main character manages to escape and wakes up.

A significant difference between the comic stories lies in the presentation of characters. Alexei Troshin, like Art Spiegelman in the famous "Maus," portrays his characters as animals. For instance, his Englishmen are dogs, while the Germans are different species such as pigs or foxes. Commenting on the reason for such a selection is hard. The rationale could be similar to that in "Maus", where Art Spiegelman tried to show that differentiating people according to nationalities is absurd. It could also be, though, that the artist detaches from the characters he depicts since a zoomorphic image tends to be a mask.

Gipi does not use zoomorphism to portray his character. On the contrary, he uses human faces to show the generational connection between the ancestor and the descendant. In this way, Gipi is, probably, closer to his character and allows the reader to associate them with the character more readily.

Another sign of Troshin's detachment from WWI is that "*Diptych*" depicts the war between the Germans and British. The artist does not mention the Russian troops, although they were active participants in this war. Moreover, Russia's participation in WWI is a sore point because the war was one of the drivers of the Russian revolution and civil unrest and because Russia sustained heavy losses in terms of casualties and economic consequences. Such a decision to avoid references to the Russian involvement in WWI could have many explanations. However, this decision makes the comics less relevant for the Russian audience. The artist, for whatever reasons, avoids connecting his work to any of these associations with WWI.

Gipi, to the contrary, uses every opportunity to tell the story of Italian people participating in WWI and those who live today. Along with the story of the generational tragedy in one family, the reader learns about Italy's cultural facts in the early 20th and 21st centuries.

Theme of War in "*Diptych*" and "*Unastoria*"

In the Russian comics "*Diptych*," war is portrayed in two somewhat different ways. On the one hand, war is a space for romanticized heroism, which the

artist depicts on the left panel of his diptych. An ordinary British soldier saves his friend and, wounded, gets to the hospital where one of the hospital patients falls in love with a nurse.

On the other hand, war causes fatigue and disillusionment. The central image of war in "Diptych" is visualized on the right panel, which tells about the underside of the front-line romance. A German officer, the protagonist of the right panel, injured on the battlefield, loses consciousness and falls into a timeless space, where he sees how the fallen soldiers line up to march into a terrifying metal structure. Death prowls the fields in search of those trying to escape this fate.

As a result, the reader is encouraged to remain ambivalent about the war as a space for heroism and death, love and despair, hatred and forgiveness – a true diptych. The theme of war in the comics is revealed through the image of a man in action. The reader sees the difference between someone who has just gone to war and someone who has been in the trenches for too long, having had time to get tired of endless battles.

Reading "*Unastoria*" requires more effort. Since the main character suffers from a personality disorder, the narrative is deficient, like a reflection in a broken mirror. Gipi distorts the picture, throws in separate episodes, mixes them up, and arranges them in a seemingly disconnected order. In addition, the comics is very symbolic, and the author's intention is revealed after the reader combines the fragments of the narrative into a single piece. Hence, seeing the image of war is more difficult.

The image of war in "*Unastoria*" is revealed somewhat differently from "Diptych." Instead of love and horror, Gipi depicts war as a deep psychological trauma. As mentioned earlier, the artist offers a story of two men – great-grandfather who took part in WWI and his great-grandson. It seems that too much time has passed between the main character of the comics and his great-grandfather for these characters to have anything in common. However, the main character suffers a psychological disorder after reading letters from the WWI battlefield that his great-grandfather wrote to his wife. The attending physicians of the character suffering from a personality disorder are surprised by the suddenness of the disorder and the absence of any apparent prerequisites for it. Gipi, though, makes it apparent that the illness was the main character's inability to cope with the burden of the past. The great-grandson's illness is a belated madness his great-grandfather never

experienced. Probably, Gipi suggests that it takes generations to comprehend the horror of war.

The continuity of the family story is emphasized by strong visual images – a huge dry tree and an endless gloomy sky. Both play a significant role in the narrative. Next to this tree, the great-grandfather of the protagonist accidentally killed his wounded friend. Even though the crime was dictated by fear for his life and was not intentional, the former soldier felt guilty for what he had done all his life, and the great-grandson eventually got to comprehend this doing. The panoramic sketches of the sky help Gipi to convey that, no matter how much time has passed since the beginning of the 20th century, the sky unites everyone who has ever walked under it, connects their stories, allowing them and their characters to continue to live in their children, again and again forcing them to feel guilty.

Elizabeth Krimmer rightfully notes that "texts about war are written to work through its trauma, to settle questions of guilt and responsibility, to promote pacifism, to celebrate the intensity of life under duress...."¹⁸⁵ In line with this statement, Gipi seems to be trying to comprehend the legacy of the war and the trauma that generations of Italian people were destined to live through.

Discussion and Conclusion

The main difference between the Russian and Italian comic stories is how their artists understand and portray WWI. The reason for such a discrepancy could arise from the different cultural backgrounds of the artists.

European discourse is permeated with the reflections on the traumatic experience in history. Many researchers have addressed war as a trauma – psychological^{186 187} and sociocultural.^{188 189} Scholars and society consider such

¹⁸⁵ Krimmer, 2010, p. 1.

¹⁸⁶ Hollifield, 2005.

¹⁸⁷ Hollifield et al., 2021.

¹⁸⁸ Budryte, 2013.

¹⁸⁹ David, 2015.

eflections important for national self-identification,^{190 191} and conferences and journals¹⁹² on trauma are not infrequent.

The Russian setting for the discussion of war is different. While some studies treat war as a traumatic experience,¹⁹³ the war discourse is more commonly associated with the clinical cases of psychological war trauma.¹⁹⁴ Russian studies on trauma and memory studies, an umbrella term for trauma and similar studies, have become more frequent only recently.¹⁹⁵ However, the past wars tend to be remembered in ways other than trauma. A recent study among Russian students aged 18-21 demonstrated that over 80% had meaningful associations with the most dreadful war in Russian history, WWII. For 55% of them, this war correlated with the heroic deed and selfless service to the country, while only 6.2% referred to wartime as irrelevant.¹⁹⁶ The study shows that half of the young Russian generation, thus, may see war in a way similar to what Troshin described in his comics.

Therefore, an important implication is that Italian and Russian backgrounds suggest a sincere attitude to the wars of the past. However, in Italy, such attitude may be associated with trauma and redemption, while in Russia, war is a selfless service and heroism. Such standpoints may affect people's attitude to the past wars and wars of the future, making military conflicts less or more likely to occur.

The importance of WWI comics is hard to overestimate, though, even if they cannot affect real-time conflicts: "such representation might not stop future wars, but it can at least keep the record straight."¹⁹⁷

¹⁹⁰ Population displacement in Lithuania in the twentieth century : experiences, identities and legacies, 2016.

¹⁹¹ Maps of Memory: Trauma, Identity and Exile in Deportation Memoirs from the Baltic States, 2012.

¹⁹² Beyond the Nation? In Search of Global Connections between Traumatic Memories, 2015.

¹⁹³ Baranova – Dontsov, 2019.

¹⁹⁴ Bindareva et al., 2020.

¹⁹⁵ Chernyshov, 2020.

¹⁹⁶ Lebedev et al., 2020.

¹⁹⁷ McLoughlin, 2009, p.1.

©Ruslan Saduov

Innopolis University, Russia
ru.saduov@innopolis.ru

References

- 1) ALANIZ, J. 2008. "I Want": Women in post-Soviet Russian Comics. In *Ulbandus Review*, 2008, No. 11, p. 142 – 179.
- 2) BARANOVA, V.A. – DONTSOV, A.I. 2019. Collective memories and cultural trauma of different generational groups. In *Sotsialnaya psichologiya i obshchestvo*, 2019, Vol 10, Issue 2, p. 29–46.
- 3) Beyond the Nation? In Search of Global Connections between Traumatic Memories. 2015. In *Special Issue of Ethnicity Studies*, 2015, Vol. 2., 152 p.
- 4) BINDAREVA, T.A. – KAKUNINA E.V. – KRESOVA, N.Yu. (2020). Trauma and war: recent approaches to the study of war trauma in the consciousness of modern man. In *Vestnik vostochno-sibirskoi otkrytoi akademii*, 2020, Vol. 37, p. 5.
- 5) BROSMAN, C.S. 1992. The Functions of War Literature. In *South Central Review*, 1992, Vol. 9, No. 1, p. 85 – 98.
- 6) BUDRYTE, D. 2014. Traveling trauma: Lithuanian transnational memory after World War II. In *Memory and Trauma in International Relations: Theories, Cases and Debates*. Eds. Erica Resende and Dovile Budryte, New York : Routledge, 2014. 296 p. ISBN 9781138289499.
- 7) CHERNYSHOV, Yu. G. (2020). Identities and national options of politics of memory (to the results of discussion). In *Politicheskaya nauka*, 2020, No. 4, p. 111-127.
- 8) COLE, S. 2009. People in War. In *Cambridge companion to war writing*. Ed. Kate McLoughlin. Cambridge : Cambridge University Press, 2009, p. 25 – 37.
- 9) DAVID, I. 2015. The ‘retornados’: trauma and displacement in post-revolution Portugal. In *Ethnicity Studies*, 2015, Vol. 2, p. 114–130.
- 10) HOLLIFIELD, M. (2005). Taking measure of war trauma. In *Lancet*, 2005, Vol. 365(9467), p. 1283-1284. doi:10.1016/S0140-6736(05)61003-3.
- 11) HOLLIFIELD, M. – TOOLSON, E.C. – VERBILLIS-KOLP, S. – FARMER, B. – YAMAZAKI, J. – WOLDEHAIMANOT, T. – HOLLAND, A. (2021). Distress and Resilience in Resettled Refugees of War: Implications for Screening. In *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2021, Vol. 18(3), p. 1238. <https://doi.org/10.3390/ijerph18031238>.

- 12) ISHERWOOD, I.A. 2017. Introduction. In *Remembering the Great War: Writing and Publishing the Experiences of World War I*. London, New York : I.B.Tauris & Co. Ltd, 2017, p. 1 – 11.
- 13) KRIMMER, E. 2010. Introduction. In *The representation of war in German literature: from 1800 to the present*. Ed. Elisabeth Krimmer. Cambridge : Cambridge University Press, 2010, p. 1 – 15.
- 14) LEBEDEV, S.D. – SHAPOVALOVA, I.S. – ROSHCHUPKINA, N.A. – SHKAPENKO, A.A. Social trauma and values of generations: the great patriotic war in the historical memory of students. In *Nauchnyi resultat. Sotsiologiya upravlenie*, 2020, Vol. 6, No. 2, p. 3-18.
- 15) Maps of Memory: Trauma, Identity and Exile in Deportation Memoirs from the Baltic States. (2012). Ed. Violeta Davoliute, Tomas Balkelis. Vilnius : Institute of Lithuanian Literature and Folklore, 2012. 246 p.
- 16) MCLOUGHLIN, K. Introduction. In *Cambridge companion to war writing*. Ed. Kate McLoughlin. Cambridge : Cambridge University Press, 2009, p. 1 – 3.
- 17) Population displacement in Lithuania in the twentieth century : experiences, identities and legacies. (2016). Ed. Tomas Balkelis, Violeta Davoliute. Leiden, Boston : Brill Rodopi, 263 p. ISBN 978-90-04-31410-8.
- 18) RODOLPHE TÖPFER. 2017. In *LAMBIEK Comiclopedia* [online]. [cit. 2022-03-01]. URL: <https://www.lambiek.net/artists/t/topffer.htm>.
- 19) TATE, T. 2009. The First World War: British writing. In *Cambridge companion to war writing*. Ed. Kate McLoughlin. Cambridge : Cambridge University Press, 2009, p. 160 – 174.
- 20) SEREBRYANSKY, S. 2014. Bum komiksov v Rossii. Chto govoryat izdatelu [The rise of comics in Russia. What the publishers say]. In: *Mir Fantastiki* [online]. [cit. 2022-03-01]. URL: <https://www.mirf.ru/book/comics/bum-komiksov-v-rossii-izdateli/3>.
- 21) SOMIGLI, L. 2007. Fumetti. In Encyclopedia of Italian literary studies. Gen. ed. Gaetana Marrone. New York : Routledge, 2007, p. 787-791.

On the relation between literature and ethics: transmission to and from A reader

Monika Zázrivcová

Abstract

In this paper we focus on literature and its possibility to transform readers. We open a question if, and how, literature can transfer messages that can cause a sort of “ethical turn” inside readers, or even can help them to live a better, or more meaningful lives. Literature is a sort of a “lighthouse” on the way to the moral and ethical attitudes in the current “liquid times”, symptomatic with its certainty of uncertainties, major focus on pragmatic and economic models of functionality (“survival”) of the institutions, various kindled existential fears among the members of human communities. From these reasons we seek the answers to the question, referring to the ideas of selected philosophers and literary scientists (Liessmann, Todorov), and using two selected works by Šimečka and Havel.

Keywords: semiotic reader, literature, transmission, literary scientists, ethics

Introduction

In the contemporary world typical with pragmatic orientation to a profit-generating performance, majority of universities, in an attempt to “survive”, renounce so called “universal education for life” and prefer narrow-focused education directly linked to practice. Thus, according to the prevailing opinion, they respond to the current market needs more effectively, although it is precisely this orientation which we find in sharp contradiction with the “idea of university” as viewed by e.g. Liessmann (2018).

In this paper we would like to contribute to the reflections directed at revealing of a certain relation between literature and its possible influence on life (decision-making, evaluating and actions) of those who still read it in the present utilitarianistic time, because of their belief in its considerable importance mainly in their own lives. We will offer a few answers to the questions like, Can a piece of literature read by a reader cause a sort of internal transformation or “ethical turn” (which has recently been much discussed in the field of literary science and criticism)?; Can the reading experience help us

live a better, more meaningful life?; Can books become a sort of a “lighthouse” on the way to the moral and ethical attitudes in the present “liquid times”, often characterized with the certainty of uncertainties, a focus on the individual interest, various (often intentionally) kindled existential fears, and retracting of the humanistic values and attitudes to a theoretical plane rather than a real life experience?

Resource

What has become of the resource for our research related to the questions above are the ideas of several philosophers, sociologists, writers and literary scientists who claim that reading literature – by which we do not mean only the works of literary canon and fiction in general – can help us not just to understand the world around us, as man as such (including both their light and dark aspects), but it can also transform us in a certain way, help us improve “reading” within ourselves, and find the answers to our own existential questions. An Austrian philosopher and literary scientist Liessmann (2018), though being aware that reading a literary text is justified by its shape, aesthetic quality and original language, in the introduction to his book *Education as provocation (Vzdělání jako provokace,*¹⁹⁸) refers to the reflection of Bieri, a Berlin philosopher, in which he emphasizes the fact that a scholar is a reader in the first place; a reader who does not attribute the highest value to the quantity of the books they have read.

According to Bieri, there also exist – no matter how paradoxically it may sound – uneducated scholars. The difference lies in the fact that a real scholar can read books in such a way that they will transform them. A reader of literature learns how to talk about human thinking, wanting and feeling. They learn the language of the soul. They learn that they can feel a certain thing in a different way than they used to before. Through reading they get to know new words and new metaphors that can express what is happening in a human soul.

A French-Bulgarian literary scientist, philosopher and anthropologist Todorov (2014) devoted the whole of his book called *Literature in danger (La littérature en péril)* to explaining what the reading experience means specifically to him, which specific powers and importance of literary texts of various

¹⁹⁸ Liessmann, 2018, p. 16.

genres he can recognize, and where the other readers could possibly recognize them as well. He has been mapping his own journey of a literary scientist which was marked with an initial strictly linguistic and formal view of literary texts (free from ideological demands of the totalitarian regime in Bulgaria), and later led to the approach where he first tries, through reading the texts of various genres, to understand man and their actions at the time when the text was written; after that he seeks universal validity and the answers to his own existential questions.

For instance, in order to develop and illustrate with examples his reflections on otherness and clashes of various civilizations and cultures at the beginning of the modern period, which are to be found in his book *The Conquest of America: The Question of the Other* (*Conquête de l'Amérique : la question de l'autre*, 1982), he thought it was inevitable to read many authentic texts (diaries, travel notes, letters) by the 16th century Spanish travellers, conquerors and missionaries, as well as legends and stories related to the Maya and Aztec civilizations. In the book *Facing The Extreme: Moral Life in the Concentration Camps* (*Face à l'extrême*, 1991) he contemplates morality of a modern 20th century man after the experience of different forms of totalitarian camps, referring mainly to the testimonies of former prisoners in German and Russian concentration, labour or prisoner camps. Todorov admits that all the texts he has ever read (not only fiction, but also those based on real life experience like memoirs, travel books, diaries, historic works, letters, testimonies, reflections, essays, etc.) have steered him towards discovery of the world and the dimensions of the human soul that up to that time were unknown to him, which have often shaken and forced him to think. He sees the meaning of “literature in a broad sense” mainly in its capacity to help him live a meaningful life, push the boundaries of the “universe (with)in himself” and thus fulfill his most important mission – *to be a (hu)man*. However, we should be aware that Liessmann and Todorov rather speak of the reading experience pertaining to a semiotic, critical reader who – unlike so called semantic, naive reader – does not principally seek entertainment and escape from reality into the attractive fictitious worlds by means of an absorbing story in a book¹⁹⁹. They have the feel of symbolic comprehension of the world, they want to, and are able to break away from the affective story

¹⁹⁹ Malinovska, 2010; Foster, 2018.

level in order to search for the archetypes, allusions, metaphors, parallels, universal patterns of behaviour and action with timeless validity.

At this stage we have arrived at the conclusion that reading books probably cannot “transform” every reader, only the ones with certain prerequisites. In our opinion, the fundamental general prerequisite could be the reader’s effort to get better understanding of the world and themselves, and their search for the answers to the elementary existential questions, e.g. How am I to live so I can acknowledge that my life has a meaning? Why am I in the world and how am I to live and act so as to acknowledge that I am really happy in my life? What does my feeling of happiness in life consist in and what does it depend on? What does it mean to live a good, meaningful life? Obviously, a reader who does not tend to escape from themselves (i.e. does not tend to escape from the moments of silence and solitude when a man typically thinks about their life), who frequently asks questions, who tries to take care of their soul and their authentic being (in a sense specified by Patočka and Hogenová, 2019), stands a better chance of the internal transformation.

This transformation should be harder for today’s *homo oeconomicus* (human – consumer), characterized by Kohák²⁰⁰ as a man without a soul, who totally ignores the question of their own, authentic being. They are more likely to imitate the others’ lifestyle, use various means of escape from silence and solitude, and regard unlimited consumption and multitude of material goods as the guarantee of the inner feeling of happiness. Another (not less important) prerequisite on the way to possible “reader transformation” is also the measure of their patience, their willingness to slow down in the present fast-paced time, and awareness of the fact that in a book of their choice there may be, but do not have to be the answers to his questions found. Contrarily, the number of the questions may even be increased as a result of what has been read.

According to Liessmann²⁰¹, it is essential to realize that reading books provides an entrance to the spiritual continent full of surprise, secrets, disappointment, conflict and experience, as well as hardship and suffering. Therefore, it attracts and lures on the one hand, but also disturbs and repels

²⁰⁰ Kohák, 2010, p. 14.

²⁰¹ Liessmann, 2018, p. 21.

on the other. The thing is, in this continent there is no guarantee of success or happiness. Moreover, nobody can be forced to enter this continent. Everyone who makes an ultimate choice to enter does so freely and voluntarily. Here we can see that anytime we are to discuss any aspect of the meaning of life, morality or ethics, we always come across the question of freedom (freedom of decision-making, of evaluation, of taking a stance, of choice from several alternatives).

Some people have freely been asking questions about the meaning of their own existence for a long time, others do not pose them at all (or they somehow try to displace them from within), and the others may start asking only after they went through an unexpected borderline situation, or so-called *spirit of the times* (*zeitgeist*). We understand the spirit of the times as a certain historical and social context in which we can observe both majoritarian and minoritarian thinking and action of individuals. Within this historical and social context there can appear milestones (events) in the life of a society that can shake it so greatly that even the people who had never asked existential questions will start posing them. Such milestones in the life of our society are e.g. so called “octenary years” (1918, 1938, 1948, 1968, 1988, 1998, 2018). The last one – 2018 – brought one important milestone to Slovak society: after the murder of an investigative journalist Ján Kuciak and his fiancée Martina Kušnírová, thousands of people went to the squares of the cities in Slovakia to denounce this horrible and, for a democratic society, unacceptable act. At the same time, they expressed their desire for change, for living in a decent society without corrupt government and politicians linked to the oligarchs and racketeers who rather care about preserving their own power and financial security than building and securing democratic principles and the rule of law.

Literary Texts with a Potential to Evoke the “Ethical Turn” in a Reader
In this context, literature teachers ask themselves questions about how literary texts can make young people consider who is a “decent, good, morally acting person” and what it actually means to live a meaningful life. Certainly, they can use fiction: either current novels, drama pieces or essays talking of the problems and feelings of a man living their life in the unstable and chaotic “liquid times”, or literary texts that are several centuries old but still talk about things that are universally valid, related to a human soul, behaviour and actions

(we mean, for instance, Greek tragedies or the works by the writers like Rabelais, Montaigne, Cervantes, Shakespeare, Komenský, etc.).

A literature teacher, however, also has a chance (in compliance with Todorov's broader view of what can be regarded as literature) to draw the attention to a “decent person”, a “real life hero” through a special kind of literary texts – diaries, letters, testimonies, essays, memoirs and autobiographies – that were inspired by someone's own painful experience with the spirit of the times, in borderline situations, critical times of the lack of freedom, totalitarian regimes, or wars. That is to say this type of literary texts with no “literary ambitions and constructs, just intensified emotions and an effort to keep the endangered relationships and common sense alive”²⁰² in the background are likely to resonate in people more intensively and potentially evoke their questions about the meaning of (even their own) lives.

The strong potential of these texts lies in the fact that they are not full of moralizing “pretty words”. There are the thoughts springing from within of a person who was really able to take moral stances in the hard times, when the majority of the society failed to do so. *‘What will persist in literature are not the ephemeral products of meeting the political or literary regulations, programs and fashions. They are rather the texts that do not have to pay the tax to the era because they originate from the intrinsic assignment’*²⁰³. These types of literary texts can describe “trivial fragments of everyday life and great events rolling through them. And some of them are full-featured philosophical reflections that only arise in borderline situations, when it is possible to experience – and this is a paradox – much deeper and more concentrated knowing of reality”²⁰⁴. The Czech and Slovak literary texts that could be included in this category were written by Patočka, Havel, Šimečka, Tatarka etc. *‘In different words each, yet in the same way they have named their own experience with dictatorship, today reduced by many people’s commemorative optimism to the cheap rolls and some hazy certainties, the era when there were no bright tomorrows on the horizon, just uncertainty and Kafka’s absolute obedience to authority, no abundance, just meager unified flats, no equality, no options, no freedom’*²⁰⁵. With our deep belief in the existence of books worth reading, regardless the era they come from because they still have a lot in common with our current lives and issues, we dare to present a short

²⁰² Kompaníková in Šimečka, 2018, p. 5.

²⁰³ Taranenková, 2013.

²⁰⁴ Kompaníková in Šimečka, 2018, p. 5.

²⁰⁵ Kompaníková in Šimečka, 2018, p. 6.

reflection on the texts by two authors mentioned above. These, in our opinion, have a potential to show the reader who really is a “decent, morally-acting person”, and to answer (in any era) the question “How to live a life so it is meaningful?”

The first book we would like to mention is *Světelná znamení* [Light Signs] written by Šimečka (2018). It gives the reader a chance to read the letters that were being sent from the communist prison by a philosopher, university teacher and dissident Milan Šimečka (1930 – 1990) to his wife, two sons and a daughter-in-law between 1981 – 1982 (with the additional short, laconic commentaries by his son Milan, dated two years later). Philosopher and a father of the family, deprived of outer freedom by the totalitarian regime, has found time and space for inner freedom and free thinking about things that really matter in human life in the moments of solitude and separation in a cold and almost empty prison cell; consequently, he shared his ideas with his close relatives through the letters.

To him, the essential values are love and a feeling of happiness springing from the living in the truth, in total concordance with his own soul and heart, without hypocrisy or pretence, even at the cost of certain sacrifice (loss of the post at the university, loss of outer freedom):

“Even now, after all I have thought and gone through here, I know all of that happened because I was simply “shaped” like that under the influence of experience and reading. I would have suffered in an ordinary, standardly double-faced life, I would have been sick of the lies and I would have had to somehow dull my mind so it did not rebel by itself if I was confronted with backwardness and stupidity. In short, I am not able to close my eyes once I have been blessed with sight. Or, perhaps I could do it, but I would be horribly ashamed of myself, and I would be good-for-nothing. This is so simple that I am always surprised how few people actually understand it” Šimečka²⁰⁶

Above all, it is important to use the existing elements of the world and create the reality that is our own and in accordance with our soul. It is absolutely substantial for the work to be solid and truthful, with regard to the essential qualities of our brain and heart. Only then everything begins and we can strive

²⁰⁶ Šimečka, 2018, p. 72.

for happiness, love, creation, anything we can fill a life with. The philosopher Šimečka talks about “nakedness” which had helped him touch the depth of his *being*, his soul, meaning of his own life. This is exactly what Schopenhauer discussed in his 1851 *Aphorismen zur Lebensweisheit* (*Aphorisms on the Wisdom of Life*):

“Because what one is all by oneself, what guards them in the moments of solitude and what nobody can neither give nor take from them is obviously more important to them than all they have or what they could be in the eyes of others²⁰⁷”.

Such a form of nakedness can be achieved, according to many philosophers (including the Czech phenomenologist Hogenová), only by *via negativa*, a certain form of painful life experience, by the loss of something essential (for example, outer freedom), when a human takes to the “quietness of their soul” and in the solitude and silence meets themselves, their own being in its naked substance. In the moments like this a man can suddenly see very clearly what is essential in life and what its real meaning is. Such knowing usually grants a man inner freedom and causes a total lack of fear (of death, of passing time, of job loss, etc.). In a certain borderline moment of “exposure”, liberation from everything insubstantial, a man meets themselves while knowing the moment will not last forever. As the ancient Greeks used to say, “it is just a flash”, a light sign, a sign – however – that can never be forgotten and that can outshine all of our life in such a way there will never be a way back. In this sense we perceive the title of the book by Šimečka *Světelná znamení* (*Light Signs*) as a beautiful and an eloquent metaphor.

The second book we pay attention to is on responsible handling of our own freedom and dignity, and our choices between “living in the truth” and “living in a lie”. This is what Václav Havel also discusses mainly in one of his best-known essays devoted to a philosopher Jan Patočka, *The Power of the Powerless* (*Moc bezmocných*, 1978). This Havel’s essay was recently appreciated by a very popular historian, a specialist in history of Central and Eastern Europe, Snyder, in his book *On Tyranny: Twenty Lessons from the Twentieth Century* (2017).

According to Snyder (2017), it is Havel who gave a clear and comprehensible explanation of how thousands of ordinary people maintain

²⁰⁷ Schopenhauer, 2018, p. 12.

the continuity of totalitarian regime by giving up their own reason, conscience and responsibility and, in order to live their lives in a relative tranquility, accept the rules of the game established by the ruling regime's ideology. In this regard, Havel used an example of a greengrocer who puts a poster with the communist slogan "Proletarians of all countries, unite!" into his shop window. This does not mean he believes and supports the content of this quotation from the *Communist Manifesto*. According to V. Havel, the greengrocer had put the poster in the shop window "*because these things must be done if one is to get along in life. It is one of the thousands of details that guarantee him a relatively tranquil life "in harmony with society", as they say*²⁰⁸".

Havel's greengrocer has become the symbol of the "majority of ordinary people" who also hang out the slogans, accept the "game rules" given by those in power:

*"Because the regime is captive to its own lies, it must falsify everything. It falsifies the past. It falsifies the present, and it falsifies the future. It falsifies statistics. (...) It pretends to respect human rights. It pretends to persecute no one. It pretends to fear nothing. It pretends to pretend nothing. Individuals need not believe all these mystifications, but they must behave as though they did, or they must at least tolerate them in silence, or get along well with those who work with them. For this reason, however, they must live within a lie. They need not accept the lie. It is enough for them to have accepted their life with it and in it. For by this very fact, individuals confirm the system, fulfill the system, make the system, are the system"*²⁰⁹.

They live how they are expected to for the sake of maintaining their own placidity, in order not to disrupt their own comfort zone. In this case Havel also mentions the connection between dictatorship and consumer society where a consumerist is not willing to give up any of their material goods for the sake of their spiritual and moral integrity, and face to face with the external attractions of modern civilization they are able to resign to a "higher sense".

People with this orientation prefer "living in a lie" to "living in the truth" so as to avoid isolation, persecution, punishment, or expulsion to the edge of society. They are not brave enough to overcome their fear. However,

²⁰⁸ Havel, 1979, p. 6.

²⁰⁹ Ibid, p. 9.

Havel does not reproach the fear that leads most people in (not only) totalitarian regimes towards obedience; as a genuine philosopher, he tries to understand it (or he tries to understand what has been moving within a man in any era):

“The essential aims of life are present naturally in every person. In everyone there is some longing for humanity, rightful dignity, for moral integrity, for free expression of being and a sense of transcendence over the world of existence. Yet, at the same time, each person is capable, to a greater or lesser degree, of coming to terms with living within the lie. Each person somehow succumbs to a profane trivialization of his inherent humanity, and to utilitarianism. In everyone, there is some willingness to merge with the anonymous crowd and to flow comfortably along with it down the river of pseudolife²¹⁰”.

As a counterpart to all of those society members who (mostly out of fear) have decided for “living in a lie”, Havel points to another group of people, so called “disidents”²¹¹. With this attitude, a courageous and free minority in the society showed the obedient and loyal majority an important moral gesture with certain political weight: *“It was impossible to go on waiting any longer, and that the truth had to be spoken loudly and collectively, regardless of the virtual certainty of sanctions and the uncertainty of any tangible results in the immediate future²¹²”*. And it was precisely this gesture in which the above mentioned “power of the powerless” lied. The power of the people who showed the others that even in the totalitarian regime it is possible to decide for living in the truth, *“to say aloud what they think, to express their solidarity with their fellow citizens, to create as they want and simply to live in harmony with their better self²¹³”*, because otherwise it is impossible to achieve real happiness and satisfaction, otherwise it is impossible to live a meaningful life.

Yet the point is not just that we need to have a chance to live a free, meaningful and full-valued life at the individual level, or at the level of so

²¹⁰ Havel, 1979, p. 17.

²¹¹ In his essay, Havel put this term in the inverted commas because, in his opinion, it did not include the representatives of the political opposition to the ruling communist regime in the true sense of the word. It rather represented people from different fields of the society who shared strong solidarity springing from their common desire for “living in the truth”, i.e. to live a free, honest and worthy life.

²¹² Havel, 1979, p. 29.

²¹³ Ibid., p. 37.

called “parallel structures” (“parallel polis” in contrast to the official structures) isolated from the whole, from the rest of the world. The concept of solidarity, non-indifference and responsibility for “wider community” resonates in Havel very strongly. In his opinion, real and meaningful life basis for a man is the one which contains an element of universality, which can be a basis for anyone at any moment in time. And since freedom is, according to many philosophers, a “matter of relationship” (a man can only be free in relation to the other people, to the surrounding world), Havel believes the basis for life should not have the form of just ingrown responsibility of oneself to oneself and for oneself. Contrarily, it should better have the form of wider responsibility to the world and for the world, the one of solidarity, caring for the others.

The last significant timeless message of Havel’s essay we would like to mention is his reflection over the existence of the law. In his opinion, it is (even in the most ideal case) always just one of the imperfect external ways to protect the better things in life against the worse ones. However, it never creates the better things out of itself:

“Its purpose is to render a service and its meaning does not lie in the law itself. Establishing respect for the law does not automatically ensure a better life for that, after all, is a job for people and not for laws and institutions. (...) Conversely, one can imagine life being quite bearable even where the laws are imperfect and imperfectly applied. The most important thing is always the quality of that life and whether or not the laws enhance life or repress it, not merely whether they are upheld or not. (Often strict observance of the law could have a disastrous impact on human dignity.) The key to a humane, dignified, rich, and happy life does not lie either in the constitution or in the Criminal Code. These merely establish what may or may not be done and, thus, they can make life easier or more difficult. They limit or permit, they punish, tolerate, or defend, but they can never give life substance or meaning²¹⁴.”

The most important aspect is remembering the fact that democracy is based on freedom; the responsible freedom lived in the relationship to the other people. Full-valued human life is always the one with purpose, the one devoted to a cause. A man never acts just because something is, or is not

²¹⁴ Havel, 1979, pp. 59-60.

allowed. The difference between “I can” and “I may” – that is the space of human freedom. Freedom is meaningful only when the distinction between can and may is clearly defined. We believe freedom is not just an illusion, if perceived as one of the fundamental conditions of a meaningful life. We always have a choice; the choice that may but need not bring the feelings of contentment and happiness. We always have a chance to revolt against “living in a lie”. Any lie. We can always strive for “living in the truth”, in compliance with the whisperings of the law of nature deep inside us (which can sometimes be in conflict with the law or social practices).

Even in the democratic system, we often appear at the crossroads:

“In the place from which we can follow many different roads. Either we stand up for the humanistic ideals, for liberty, equality, fraternity, or we hand the power over to the people for whom the others’ lives are just numbers in the statistics (...) We can be smart. We can learn from the history. We can stand up to lawlessness as one. We can learn how to respect each other (...) We can let ourselves be led by reason, as well as by heart, and accomplish unbelievable things. We can change everything for better. We can stop trusting individuals and believing in cults of personality, come to terms with own history and stop twisting it. We can step forward and live better lives, but first we have to change ourselves, no matter if we are Christians, atheists, Muslims or Jews²¹⁵”

In everyday oscillation between courage and fear we can make a bet on courage which, however, leads us farther from the “comfort zone”. It is seldom an easier way because the harder one is usually the way of truth and humanity. When setting out to follow it, we need to face inevitable losses and sacrifices. To be truly content and happy, we need to be able to abandon or give up on something. *“There are some things worth suffering for”, Jan Patočka wrote shortly before his death”* (Havel, 1979, p. 29). If a man wants to live a meaningful life, they must have the courage to be free.

Conclusion

Literature *can* show us, its readers, our choices of treating our own freedom (developing or suppressing it inside), our choices in decision-making, evaluating, acting, that objectives and means of reaching them can be set in

²¹⁵ Pohle in Gál et al., 2019, p. 206.

such a way so that we can really be content, fulfilled and happy in life. Even if it does not “make us better”, it certainly *can* make us more thoughtful, more open, more attentive, think critically (it can teach us to read “between the lines”, understand the connotations, disclose other meanings, references to the texts by other authors, myths, archetypes, irony, etc.). It *can* help us understand ourselves and the world, and find constantly valid parallels between the past and the present. It *can* cause us to have better recognition of anything that is human inside us (indeed, including the bad traits). Reading literature *can* but *need not* bring us to all of this. It depends on each individual which odds and limits for potential “transformation” through reading they have set up deep inside themselves. Not all of us are ready for it. *“The world in which each person lives mainly depends on the way they view it, and it acts up to the variety of human characters; according to this view, the world is poor, plain and empty, or it is rich, interesting and full of meaning” (...) For a man’s well-being, even for whole of their lifestyle it is probably most important what is there, or what is happening inside themselves. This is what their inner content or discontent is based on, being the result of their impressions, will and thinking, while anything lying outside them only has an indirect effect²¹⁶”.*

However, together with V. Havel we believe that all of those who “live in a lie” can anytime be hit with the power of truth (and why not through reading literary texts?). It happened to us while reading Šimečka’s letters collected in the book *Světelná znamení / Light Signs* (2018), and Havel’s essay *Moc bezmocných / The Power of the Powerless* (1978). And if it did happen to us, we dare to presume it could happen to some other readers too, although we do not dare to estimate their number. What we need to say in conclusion, the best thing that could happen is to be “hit with the truth” from a work of literature by at least one reader, and this impact would be deep enough so as to have a substantial and long-term effect on one’s life.

©Monika Zázrívcová

Matej Bel University in Banská Bystrica, Slovakia

monika.zazrivcova@umb.sk

Translated by: Petra Strnádová

²¹⁶ Schopenhauer, 2018, pp. 9–10.

References

- 1) ALTES, L. 1999. Le tournant éthique dans la théorie littéraire: impasse ou ouverture? In: *Études littéraires*, 31(3), pp. 39–56.
- 2) BAUMAN, Z. & DONSKIS, L. 2018. *Tekuté zlo* [Liquid Evil], ed. and trans. V. Hanišová Praha: Pulchra.
- 3) COMPAGNON, A. 2012. Littérature française moderne et contemporaine: histoire, critique, théorie. In: *L'annuaire du Collège de France*. [online] [Retrieved February 22, 2019] Available at: <http://journals.openedition.org/annuaire-cdf/1569>
- 4) FOSTER, T. C. 2018. *Čítaj literatúru ako profesor: Dynamická a zábavná príručka o čítaní medzi riadkami* [How to read literature like a profesor: A Lively and Entertaining Guide to Reading Between the Lines], ed. and trans. M. Bachledová. Bratislava: Tatran.
- 5) GÁL, F. et al. 2019. *Mojich tridsať rokov* [My thirty years]. Bratislava: Artforum.
- 6) HAVEL, V. 1978. *Moc bezmocných* [The Power of the Powerless]. [online] [Retrieved January 7, 2019] Available at: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/1928255-havlova-proslula-esej-zivotem-v-pravde-se-bezmocni-mohou-zbavit-sve-bezmoci>
- 7) HAVEL, V. 1979. *The Power of the Powerless*. In: International Journal of Politics. [online] [Retrieved March 1, 2019] Available at: <https://www.nonviolent-conflict.org/resource/the-power-of-the-powerless/>
- 8) HOGENOVÁ, A. 2018. *Pořád si na něco hrajeme, žijeme odpojení od sebe, to plodí deprese, úzkost* [We pretend all the time, we live disconnected from ourselves, that produces depression and anxiety]. [online] [Retrieved February 18, 2019] Available at: https://video.aktualne.cz/dvtv/porad-si-na-neco-hrajeme-hledani-sebe-sama-je-prace-na-cely/r~69b27410051011e9b474ac1f6b220ee8/?fbclid=IwAR3Gpc3OnS1-CVcNTPx5UMpR05hnR2eDtX3zVsOP56EgSEEC47syFcT0R7s&redirect_ed=1549134940
- 9) KOHÁK, E. 2010. *Kopí Dona Quijota*. Vybrané přednášky, studie a publicistické články [Don Quijote's lance. Selected lectures, studies and publicist articles]. Rychnov nad Kněžnou: JEŽEK.
- 10) LIESSMANN, K. P. 2018. *Vzdělání jako provokace* [Bildung als provokation], ed. and trans. M. Váňa. Praha: Academia.
- 11) MALINOVSKÁ, Z. 2010. *Puissances du romanesque. Regard extérieur sur quelques romans contemporains d'expression française*. Clermont-Ferrand: Presses Universitaires Blaise Pascal.
- 12) SCHOPENHAUER, A. 2018. *Životná múdrost'* [Aphorismen zur Lebensweisheit], ed. and trans. M. Krankus. Bratislava: Európa.

- 13) SOKOL, J. 2018. *Mrav, morálka a etika* [Manner, morality and ethics]. [online] [Retrieved February 23, 2019] Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=kAHJi-vXEA8>
- 14) SNYDER, T. 2017. *O tyranii: Dvadsať ponaučení z 20. storočia* [On Tyranny: Twenty Lessons from the Twentieth Century], ed. and trans. I. Otčenáš. Bratislava: Premedia.
- 15) ŠIMEČKA, M. M. 2018. *Svetelná znamení* [Light signs]. Bratislava: SALON)
- 16) TARANENKOVÁ, I. 2013. *O kultúre: rukopisy nehoria* [On culture: manuscripts are not on fire]. [online] [Retrieved March 4, 2019] Available at: <https://zurnal.pravda.sk/z-notesa/clanok/299337-o-kulture-rukopisy-nehoria>
- 17) TODOROV, T. 2014. *La littérature en péril*. Paris: Flammarion.
- 18) VÁCHA, M. 2014. *Hodnoty v našich srdcích* [Values in our hearts] [online] [Retrieved February 24, 2019] Available at: https://www.youtube.com/watch?v=2bP546O6-_s
- 19) ZÁZRIVCOVÁ, M. 2017. Défense et illustration des études littéraires. In: D. Vojtek (ed.) *La culture française a-t-elle encore une influence dans le monde d'aujourd'hui?* Prešov: Prešovská univerzita v Prešove, pp. 204–222.

LITERARY TRANSLATION CRITICISM IN EUROPE: DIFFERENT THEORETICAL APPROACHES TOWARDS THE ANALYSIS OF LITERARY TRANSLATION ACROSS WESTERN CULTURES

Natália Dúbravská

Abstract

The paper will explore the different theoretical approaches to literary translation criticism from selected European countries. It will attempt to analyze the main ideas behind each theory and to compare multiple theories across cultures. The concept of literary translation will be approached as a means of interlingual and intercultural communication with its own source and target culture determinants that play a crucial role throughout the literary translation criticism process. The aim of the paper is to give an overview and a comparison of various Western contemporary literary translation criticism theories.

Keywords: literary translation, criticism, theory, comparative analysis, Europe

Translation criticism is a relatively new field of study that has especially been subjected to a thorough analysis over the past century. Its origins, however, date back to the ancient Roman Empire and the manuscripts of *Noctes Atticae* – the first attempt at a comparative analysis of the Greek-Latin translations from Virgil – written by the Roman author Aulus Gellius in the 2nd century AD.²¹⁷ The works dedicated to translation analysis throughout the history – from Aulus Gellius, Hieronymus, Leonardo Bruni, Étienne Dolet, George Chapman, Abraham Cowley, John Dryden and Alexander Fraser Tytler to the works of contemporary scholars, such as C. Koster, L. Hewson, K. Reiß, H. Vermeer, A. Berman and others – all aimed at the same target – to define the optimal way of assessing the quality of translation.

Over time, the focus of translation criticism theories has gradually shifted from the “*form/content dichotomy*,”²¹⁸ which emphasizes the formal and semantic equivalence of the translation towards a more “*reader-response orientated*

²¹⁷ Ochman, 2013.

²¹⁸ Dodds, 1985, p. 178.

approach,²¹⁹ stressing the position of the target reader and their cultural background as an important factor in the translation decision-making process. Translation criticism nonetheless has “*a fundamental role to play, namely establishing the criteria for translation quality control*”²²⁰. Its function is generally twofold: firstly “*as a structural teaching methodology*”²²¹ and secondly “*as a developed form of style-study*”²²². A more detailed analysis of different approaches towards translation criticism and a quality assessment of translation in a selected number of current Western theories will be the subject of the following pages.

The first selected translation criticism theory to be observed is the theory of the Dutch translatalogist **Cees Koster**. His study revolves around the concept of “*armamentarium*”²²³ – a model that acts as a platform for the critical comparison of the source language text and the target language text (i.e., translation), both of which are referred to as “*text worlds*”²²⁴. It provides the critic with the means “*to describe the consequences of the differences (shifts) between translation and original on the textual level*”²²⁵. According to Koster, the translation itself is “*a cross- or intercultural event*”²²⁶ that stems from the confrontation of two cultures. Translation can therefore be a reconstruction and a recontextualization of the original text and the main focus of translation criticism in the source text – the target text dichotomy should therefore be oriented towards the translation and its cultural context.

Koster's framework of literary translation criticism takes the form of a “*hermeneutic circle*”²²⁷. The circular nature of the analysis is achieved by “*moving in both directions: from the macrostructural level to the microstructural level*”²²⁸ and then once again back to the macrostructural level. Along the translation criticism process, the armamentarium allows for the analysis to take place on semantic and pragmatic levels by means of setting up a “*pragmatic-semantic skeleton*”²²⁹. The skeleton is then checked and compared with the original text and used as

²¹⁹ Ibid.

²²⁰ Dodds, 1985, p. 176.

²²¹ Ibid., p. 172.

²²² Ibid.

²²³ Koster, 2000, p. 167.

²²⁴ Ibid., p. 169.

²²⁵ Ibid., p. 78.

²²⁶ Ibid., p. 32.

²²⁷ Hewson, 2011, p. 8.

²²⁸ Koster, 2000, p. 169.

²²⁹ Ibid.

a platform for a comparative analysis with the use of “*traditional tools such as lexis, syntax, prosody, rhetoric and intertextuality*”²³⁰. In terms of their relation to the micro and macrostructure, the categories of lexis and syntax only operate on the micro-level, while the remaining three categories are exclusive to the macrostructure.²³¹

According to Koster, both the original text and the translation should be broken down into “*the constituent parts of noun phrase, verb phrase, adjective phrase, adverb phrase and prepositional phrase*”²³² and each phrase should be marked based on its syntactic or lexical function. The list of corresponding units should be made by the translation critic in order to achieve the comparative effort. The critic should then pinpoint the differences and similarities between the corresponding units and “*to establish the extent to which any possible shift has its bearing on the target text world*”²³³.

In order to illustrate Koster's concept of armamentarium, i.e., an instrument of source – target text comparison, we might look at an example taken from the Russian to Slovak translations of Leonid Andreyev's novella *The Red Laugh* (*Красный смех*). In the table below, we can see that the verb in an imperfective transgressive form “холодея” (highlighted in the first column), which is in an imperfective transgressive form, has been translated by Bohdan Pavlú (the second column) using the corresponding Slovak imperfective transgressive verb “chladnúc”. However, Viera Mikulášová decided to translate the transgressive by using the adjective “s mrazivou” (the third column). The translation choice made by Mikulášová is therefore what Koster considers a shift on a lexical level.

²³⁰ Hewson, 2011, p. 9.

²³¹ Koster, 2000.

²³² Ibid., p. 183.

²³³ Ibid.

Table 1: An example of the armamentarium using an excerpt taken from the Russian to Slovak translations of Leonid Andreyev's novella *The Red Laugh*

Transgressive	Transgressive	Adjective
И что-то ужасное, нестерпимое, похожее на падение тысячи зданий, мелькнуло в моей голове, и, холодея от ужаса, я прошептал...	Dačo úžasného, neznesiteľného, ako čoby sa rúcalo tisíc stavísk, mihlo sa v mojej hlave, a chladnúc od úžasu, zašeptal som...	A mysl'ou mi preblesklo čosi príšerné, neznesiteľné, ako ked' sa zosunú tísice budov, a s mrazivou hrôzou som zašepkal...
L. Andreyev's original text (Source: Andreyev, 1990, p. 41)	B. Pavlú's translation (Source: Andreyev, 1905, p. 6)	V. Mikulášová's translation (Source: Andreyev, 1971, p. 178)

The microstructural – macrostructural dichotomy of Koster's critical methodology can also be observed in the theory of the Geneva-based professor **Lance Hewson**. In his study, *An Approach to Translation Criticism* (2011), L. Hewson distinguishes the term translation criticism from the often interchangeable terms translation analysis and translation evaluation in order to avoid confusion. When talking about translation criticism, he refers to criticism proper – i.e., a conscious, evaluative, “*interpretative act*”²³⁴ that surpasses the statement of the “*appropriateness of a translation, which naturally also implies a value judgement*”²³⁵ that is “*explicitly spelled out*”²³⁶. According to Hewson, the aim of translation criticism is to establish “*the interpretative framework*”²³⁷ originating in the source language text. Instead of determining the weaknesses of the translation, it should strive to analyze the “*translation's interpretative potential*”²³⁸ and to explore the “*degrees of similarity to or divergence from the source text's perceived interpretative potential*”²³⁹. The translation critic is therefore supposed to investigate the decisions made by the translator including the “*alternatives considered and rejected*”²⁴⁰ and to analyze “*the interpretational consequences of those choices*”²⁴¹.

²³⁴ Hewson, 2011, p. 6.

²³⁵ McAlester, 1999, p. 169.

²³⁶ Hewson, 2011, p. 6.

²³⁷ Ibid.

²³⁸ Ibid.

²³⁹ Ibid., p. 7.

²⁴⁰ Hermans, 1999, p. 73.

²⁴¹ Hewson, 2011, p. 7.

Literary translation criticism should comprise both microstructural and macrostructural elements, i.e. it should be performed on the micro-level and macro-level, both of which should be interconnected with the so-called “*meso-level*”²⁴² (it should be noted that none of these levels are automatically correlated to the other ones). Just like Koster, Hewson suggests that the optimal progression of the act of translation criticism ought to be from general to more specific, therefore the translation critic should begin the analysis at the macro-level, then proceed to the micro-level and conclude by returning back to the macro-level in order to construct the final critical hypothesis. This “*macro-micro-macro framework*”²⁴³ is meant to enable the critic to understand the possible “*interpretative issues*”²⁴⁴ and “*the outcome of translational decisions*”²⁴⁵.

Hewson recommends initiating the process of literary translation criticism by assembling preliminary data about the literary work (the source language text information about the author, his works and the editions of the work available; the paratextual and peritextual information about the source text and the translation – i.e. the introduction, the footnotes, the endnotes, the bibliography, the publisher's note, the translator's notes, the appendix, the translator's linguistic and cultural background)²⁴⁶. The next steps should involve the establishment of the critical framework, the identification of the passages that are appropriate for the micro-level analysis and the progression from the micro-level to the macro-level analysis. Depending on the nature of the translation, the criticism is to be concluded with the hypothesis.²⁴⁷ Only then can the critic establish whether the translation choice falls under the “*divergent similarity, the relative divergence, the radical divergence or the adaptation*”²⁴⁸ category.

The aim of the micro- and macro-level analysis of the translation is to explore the different structural, translational, grammatical, stylistic and syntactic choices made by the translator. For the purpose of demonstrating Hewson's methodology, we shall look into some examples of micro-level semantic shifts (i.e., addition and elimination) in the Russian to Slovak

²⁴² Ibid., p. 16.

²⁴³ Ibid., p. 24.

²⁴⁴ Ibid., p. 24.

²⁴⁵ Ibid.

²⁴⁶ Hewson, 2011.

²⁴⁷ Ibid.

²⁴⁸ Ibid., p. 27.

translation of excerpts from the short story *The Abyss* (Бездна) by Leonid Andreyev. In table 2 below, the syntagma “Уже кончался день...”²⁴⁹ (highlighted in the first column) from the original text is translated by corresponding syntagmas “Deň sa už chýlil ku koncu...”²⁵⁰ and “Deň sa už nachýlil...”²⁵¹ (the third and the fourth columns) in the translations by Juraj Klaučo and Viera Mikulášová, whereas in the text translated by Jozef Prí davok, the translator decided to explicate the original text with the sentence “Zmráka sa, deň sa chýli ku koncu...”²⁵² (the second column) – he introduced “a material that has no source, as it is not present in the source text,”²⁵³ i.e., he used an addition, and therefore he distanced the translation from the original text.

Table 2: An example of addition in an excerpt taken from the Russian to Slovak translations of Leonid Andreyev's short story *The Abyss*

Уже кончался день, а они авое все шли, все говорили и не замечали ни времени, ни дороги.	Zmráka sa, deň sa chýli ku koncu a oni dvaja stále šli, stále hovorili a nezáležalo im ani na hodinách, ani na ceste.
L. Andreyev's original text (Source: Andreyev, 1990, p. 355)	J. Prí davok's translation (Source: Andreyev, 1933, p. 73)
Deň sa už chýlil ku koncu, ale oni dvaja ustavične šli, ustavične sa zhovárali a nevšímali si ani čas, ani cestu.	Deň sa už nachýlil, a dvojica ešte stále kráčala, stále sa zhovárala a nevšímala si ani čas, ani cestu.
J. Klaučo's translation (Source: Andreyev, 1967, p. 8)	V. Mikulášová's translation (Source: Andreyev, 2006, p.175)

On the other hand, in table 3, we can see an example of the opposite approach. While the perfective transgressive “поднимавшееся” and the adjective “смутное” (the first column) from the source text have been preserved in the translations by J. Prí davok and J. Klaučo (the second and the third columns), they are clearly absent in the translation of the corresponding sentence by V. Mikulášová: “Nemoveckij potlačil t'aživý pocit nepokoja a povedal...”²⁵⁴ – “elements

249 Andreyev, 1990, p. 355.

250 Andreyev, 1967, p. 8.

251 Andreyev, 2006, p. 175.

252 Andreyev, 1933, p. 73.

253 Hewson, 2011, p. 81.

254 Andreyev, 2006, p. 179.

*that are present in the source text are not carried over into the target text”*²⁵⁵. This is an example of the shift on the micro-level that Hewson refers to as elimination.

Table 3: An example of elimination in an excerpt taken from the Russian to Slovak translations of Leonid Andreyev's short story *The Abyss*

Немовецкий подавил поднимавшееся в нем тяжелое и смутное чувство тревоги и сказал...	Nemoveckij udusil v sebe vzmáhajúci sa smutný pocit vzrušenia a povedal...
L. Andreyev's original text (Source: Andreyev, 1990, p. 358)	J. Prídavok's translation (Source: Andreyev, 1933, p. 78)
Nemoveckij potlačil t'aživý a smutný pocit nepokoja, ktorý v ňom nastal , a povedal...	Nemoveckij potlačil t'aživý pocit nepokoja a povedal...
J. Klaučo's translation (Source: Andreyev, 1967, p. 8)	V. Mikulášová's translation (Source: Andreyev, 2006, p. 179)

While the previously mentioned translation criticism theories are more source text-oriented, the theory established by the German linguists **Hans J. Vermeer** and **Katharina Reiß** puts its focus on translation proper and its position within the target culture.

The theory emphasizes the functional nature of translation as it claims that any “*translational action is governed by its purpose*”²⁵⁶ or function. The notion of function superiority is also reflected in the name of the theory – the Skopos theory (Gr. *Skopostheorie*), where the Greek word “*skopós*”²⁵⁷ stands for the “aim”, “purpose” or “function” of a translation.

Vermeer and Reiß believed that translation is an intercultural transfer and therefore needs to adhere to the expectations set by the target audience²⁵⁸ since it is ultimately the intended recipient of the translation. The original text should therefore always be translated with regard to the intended audience and the function it fulfils within the target culture. The function (i.e., the skopos) should be adapted to the needs of the target audience even if it “*may be different from that of the source text*”²⁵⁹. Since the function determines the nature of the translation, the intention of the author of the original text comes

²⁵⁵ Hewson, 2011, p. 81.

²⁵⁶ Reiß – Vermeer, 2014, p. 85.

²⁵⁷ Ibid., p. 86.

²⁵⁸ Rakšányiová, 2010.

²⁵⁹ Reiß – Vermeer, 2014, p. 92.

secondary, and any necessary modifications to the text are legitimate as long as the function of the translation serves its purpose within the target culture.

According to Reiß and Vermeer, the translation critic should therefore judge a translation based on its functionality – i.e., its compliance with the expectations of the target text audience. Depending on the degree of translation's adherence or non-adherence to the cultural context of the audience, we can talk about naturalization/adaptation and exoticization of the translation.

Examples of naturalization and exoticization can be observed in the table below. In the first column are the selected expressions from the original work *The Red Laugh*. The third column lists the translation choices of V. Mikulášová, who opted for natural sounding equivalent variants in the Slovak language. P. Pavlú (the second column), on the other hand, replaced the original expressions with Russian loan words (calques), and therefore, unlike Mikulášová, exoticized the translation.

Table 4: Examples of exoticization/naturalization in the Russian to Slovak translations of Andreyev's novella *The Red Laugh*

L. Andreyev	B. Pavlú's translation	V. Mikulášová's translation
борьба	borba	boj
внзг	vizgot	hvížďanie
прислуга	prísluha	mužstvo
ничего	ničovo	nič
(Source: Andreyev, 1990)	(Source: Andreyev, 1905)	(Source: Andreyev, 1971)

The final translation criticism theory addressed in this paper is that of the French translatologist **Antoine Berman**. In his work *Pour une critique des traductions: John Donne*, Berman explains his approach to translation criticism, which he believes is structurally related to the translation²⁶⁰. According to Berman, translation criticism shouldn't be solely focused on nitpicking the weaknesses of the translation and emphasizing its defectivity²⁶¹ when compared to the original. It also shouldn't be looked down upon and treated as a secondary work. Instead, Berman promotes a “positive” approach to

²⁶⁰ Berman, 2011.

²⁶¹ Ibid., p. 6.

translation criticism which reinforces the translation as a “*work of literature*”²⁶² in its own right.

Similar to Reiß and Vermeer, in his theory, Berman is more inclined to the target reader/culture-orientated approach, meaning that he analyzes “*the way a translation is received within the target culture*”²⁶³. Therefore, at the beginning of every critical analysis, he suggests reading the translation prior to reading the original text. This is meant to prevent the translation critic from “*falling into the trap of compulsive comparison*”²⁶⁴ with the original. Another purpose of such an approach is to check the translation against the “*target language norms*” and to see if it sounds natural in the target culture.

Conclusion

Ever since its beginning, literary translation criticism sought to establish different approaches towards translation quality assessment and attempted to morph its knowledge into various methodologies focused on different levels of literary translation. It emphasized different criteria based on which the quality of literary translation should be judged, such as formal/semantic equivalence and functionality of translation. As a result, we can distinguish between the source text and target text-oriented translation criticism theories. Both types represent useful approaches to the translation quality control and to the structural teaching methodology.

©Natália Dúbravská

Matej Bel University in Banská Bystrica, Slovakia
natalia.dubravskova@student.umb.sk

²⁶² Hewson, 2011, p. 13.

²⁶³ Ibid., p. 13.

²⁶⁴ Ibid., p. 12.

References

- 1) ANDREYEV, L. 1905. Červený smiech. In: *Slovenský týždenník*. 1905, Vol. 3, No. 30, p. 2 – 3.
- 2) ANDREYEV, L. 1905. Červený smiech. In: *Slovenský týždenník*. 1905, Vol. 3, No. 31, p. 5 – 6.
- 3) ANDREYEV, L. 1933. *Nočný rozhovor a iné novely*. Myjava : D. Pažický , 1933. 228 p.
- 4) ANDREYEV, L. 1967. Priepast'. In: *Predvoj : týždenník pre politiku, kultúru a hospodárstvo*. 1967, Vol. 3, No. 29, p. 8 – 9.
- 5) ANDREYEV, L. 1971. *Rozhovor uprostred noci*. Bratislava : Slovenský spisovateľ, 1971. 283 p.
- 6) ANDREYEV, L. 1990. *Sobranie soчинений в шести томах. Том первый*. Moscow : Chudozhestvennaya literatura, 1990. 638 p. ISBN 5-280-00977-6.
- 7) ANDREYEV, L. 1990. *Sobranie сочинений в шести томах. Том второй*. Moscow : Chudozhestvennaya literatura, 1990. 558 p. ISBN 5-280-00979-2.
- 8) ANDREYEV, L. 2006. *Balada o siedmich obesených*. Bratislava : Ikar , 2006. 301 p. ISBN 80-551-1147-2.
- 9) BERMAN, A. 2011. Toward a Translation Criticism: John Donne. In: *Translation Studies*. 2011, Vol. 4, No. 2, p. 254 – 257. DOI: 10.1080/14781700.2011.560024.
- 10) DODDS, J. M. 1985. *The Theory and Practice of Text Analysis and Translation Criticism: Literary prose*. Vol. 1. Udine : Campanotto Editore Via Michellini, 1985. 405 p.
- 11) HERMANS, T. 1999. *Translation in Systems. Descriptive and System-oriented Approaches*
- 12) Explained. Manchester: St Jerome Publishing, 1999. 195 p. ISBN 978-1-900650-11-3.
- 13) HEWSON, L. 2011. *An Approach to Translation Criticism. Emma and Madame Bovary in translation*. Amsterdam : John Benjamins Publishing, 2011. 282 p. ISBN 978-90-272-2443-9.
- 14) KOSTER, C. 2000. *From World to World. An Armamentarium for the study of poetic discourse in translation*. Amsterdam : Rodopi, 2000. 276 p. ISBN 978-90-420-1392-6.
- 15) MCALESTER, G. 1999. The Source Text in Translation Assessment. In: *Word, Text, Translation. Liber Amicorum for Peter Newmark*, Gunilla Anderman & Margaret Rogers (eds), *Multilingual Matters*, Cleveden, Buffalo, Toronto, Sydney. ISSN 0835-8443, 1999, Vol. 13, No. 2, p. 169 – 175.
- 16) OCHMAN, K. 2013. Translation Criticism In Ancient Rome. Aulus Gellius, Attic Nights Przekładaniec. In: *A Journal of Literary Translation. Special Issue*

- (2013). 2013, p. 71 – 86.
- 17) RAKŠÁNYIOVÁ, J. 2010. Interdisciplinárnost' a funkcionálita. In: *Vybrané kapitoly z translatológie I*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, 2010. p. 142 – 160. ISBN 978-80-8083-949-9.
 - 18) REIß, K. – VERMEER, H. 2014. *Towards a General Theory of Translational Action: Skopos Theory Explained*. London : Routledge, 2014. 240 p. ISBN 978-1-905763-95-5.

PART III.

***CULTURE AS TRANSFER
IN LITERATURE AND TRANSLATION***

***KULTÚRA AKO TRANSFER
V LITERATÚRE A PREKLADE***

TALIANSKA LITERATÚRA PO ROKU 1989 V SLOVENSKOM RECEPČNOM PROSTREDÍ (FORMY KULTÚRNEHO TRANSFERU)²⁶⁵

ITALIAN LITERATURE AFTER 1989 IN THE SLOVAK RECEPTION (FORMS OF CULTURAL TRANSFER)

Ivan Šuša

Abstract

The aim of this paper is to describe and analyse the Slovak reception of Italian Literature, targeting the period from the year 1989 up to present day. This article is focused on selected Italian authors whose works could not be published for several, predominantly ideological, reasons. The author of the article explores this topic in the light of inter-literary Slovak-Italian relations.

Keywords: Italian Literature, Slovak reception, cultural transfer, interliterary relations, translation, literary comparatics

Medziliterárne vzťahy a kultúrno-recepčný kontext

Medziliterárne vzťahy sú svojou podstatou súčasťou minimálne dvoch kultúrnych priestorov (východiskový kultúra – cieľová kultúra), no v kontexte d'urišinovskej koncepcie ich môžeme vnímať v širšom kontexte. Pri ich výskume je podľa Dionýza Ďurišina potrebné postupovať od najnižších literárno-historických jednotiek cez medziliterárne spoločenstvá a centrizmy až po najvyššiu jednotku, teda po svetovú literatúru. Navyše, d'urišinovsko-gnisciovská²⁶⁶ koncepcia posúva hranice textu do sfér, ktoré búrajú jeho tradičné chápanie (napr. mediteránny kontext slovenskej literatúry z kultúrno-civilizačného aspektu). Čisto literárno-vedné (ergo filologické) chápanie textu vstupuje pri týchto výskumoch aj do ďalších vedných areálov a konštituuje širší komunikát s presahmi uvedených (najmä spoločenských) vied. Práve

²⁶⁵ Príspevok je výstupom projektov *Jean Monnet 611357-EPP-1-2019-SK-EPPJMO Cultural Transfer in the united Europe: differences, challenges and perspectives* a VEGA 1/0214/20 *Slovensko-talianske vzťahy po roku 1989 v kontexte prekonávania recepčnej tradície a vzniku nových recepčných modelov*.

²⁶⁶ Porov. Gnisci, 1994, Šuša, 2008, s. 112-119 a Šuša, 2011, s. 9-26.

ďurišinovské chápanie medziliterárnych vzťahov dokazuje, že „štúdium individuálneho textu nepostačuje, že artefakt je nutné vidieť ako priesecník a produkt medziliterárnych síl a dosredívych kultúrnych súvislostí“.²⁶⁷ Ďurišin zdôrazňuje potrebu analýzy medziliterárnych vzťahov „v rámci vyšej umeleckej zložky, postupne až v rámci diela, vývinového smerovania autora, školy, smeru, národnej literatúry, čiže v zmysle poznávania vývinového procesu vyšších celkov než je národná literatúra“.²⁶⁸

Pre medziliterárne vzťahy je nosným javom recepčný aspekt – kedy a za akých okolností (kultúrno-spoločenských, literárnych, ideologických) bola daná literatúra vydávaná v domácom prostredí, teda v slovenskom (resp. v českom) preklade a ako (resp. či) svojím charakterom (z hľadiska identity)²⁶⁹ pôsobila na domáce literárne dianie a na vzájomné, v našom prípade slovensko-talianske medziliterárne vzťahy.

Rok 1989 a nový pohľad na taliansku literatúru v slovenskom recepčno-kultúrnom prostredí

Do roku 1989 bola u nás nosnou publikáciou refelektujúcou taliansku literatúru 20. storočia kniha českého talianistu Ivana Seidla *La letteratura italiana del Novecento* z roku 1985. Publikáciou, ktorá po novembrových spoločensko-politickej zmenách zaplnila aspoň na nevyhnutný čas biele miesta talianskej literatúry v slovenskom recepčnom kontexte, je monografia profesora Pavla Koprdu *Talianska literatúra v slovenskej kultúre v rokoch 1890-1980* z roku 1994 (vyšla v rámci edície *Stručné dejiny uměleckého prekladu na Slovensku*). Autor jednotlivé texty (originálu i prekladu) usúvzažnil ako kultúrnohistorický a kultúrotvorný jav (v zmysle úlohy čitateľa v literatúre originálu, miesta a úlohy kultúry prekladu a ich možných posunov a podobne, uvažuje o interpretačnej slobode, interpretačnej pasivite – teda poukazuje na modelovanie rôznych kultúrnych postojov). Práca má aj dôležitý recepčný a kontextuálny aspekt – autor totiž svoje názory podkladá minucióznymi analýzami a v bohatom poznámkovom aparáte z talianskych i slovenských zdrojov čitateľa orientuje, resp. ponúka mu detailnejšie informácie (či odkazy na ne) z viacerých časopiseckých zdrojov, najmä z recenzíí diel talianskych autorov v slovenčine, vedeckých štúdií či odborných článkov. Tému súčasnej

²⁶⁷ Pospíšil – Zelenka, 2002, s. 83.

²⁶⁸ Ďurišin, 1975, s. 232.

²⁶⁹ Porov. Bohušová, 2016, s. 8 – 17.

taliankej literatúry analyzoval Pavol Koprda aj v spoločnej monografii pod autorským vedením Ivana Cvrkala *Z dejín európskych literatúr 20. storočia*, v ktorom zhodnotil vývojové línie talianskej literatúry minulého storočia. Relevantný význam pre súčasnú talianistiku má aj Koprdovo súborné monografické literárno-historické dielo *Talianka literatúra*, ktoré postupne vyšlo v ôsmich zväzkoch (od roku 2013).

Na Koprdovu prácu časovo-tematicky nadviazal autor tohto príspevku vo vedeckej monografii *Talianka literatúra v slovenskom prekladovo-recepčnom kontexte po roku 1989* (v roku 2017 a v doplnenom vydaní v roku 2018) a v kapitole *Talianka literatúra 20. storočia* v prešovskej učebnici *Vývinové problémy svetovej literatúry 20. storočia* (2014), ktorú editorsky pripravila Ivana Hostová.

Po roku 1989 považujeme za relevantné aj štúdie talianistky Dagmar Sabolovej: *Recepcia talianskej literatúry na Slovensku v 80. a 90. rokoch 20. storočia*, ktorá vyšla v roku 1996 v časopise *ToP (Tlumoční a překlad)*, a Čo nám chýba z talianskej literatúry v slovenskom preklade? publikovanú v treťom čísle *Revue svetovej literatúry* v roku 1998.

Rok 1989 ako medzník v slovensko-talianskych medziliterárnych a interkultúrnych vzťahoch

Dôležitým medzníkom v recepcii inonárodných literatúr je pre nás nepochybne rok 1989 – rok spoločensko-politickej zmien, ktoré o. i. ovplyvnili kultúru a literatúru u nás a v širšom kontexte i okolitých krajin, otvoriac cestu slobodnému výberu autorov a diel na preklad. Tento medzník je zároveň predelom v (dovtedy) dominantnej ideologizácii literatúry.

Pokiaľ ide o situáciu v slovenskom prekladovom a recepčnom kontexte, pád totalitného režimu v Československu v roku 1989 (a v dôsledku toho i odstránenie dominantnej tvorivej metódy, koniec uprednostňovania vybraných autorov a tém na základe ideologických princípov štátnej politiky v oblasti kultúry) síce na jednej strane umožnili slobodné možnosti publikovania a prekladania, no na druhej strane spôsobili značne nesystematické prekladanie talianskych autorov a ich diel do slovenčiny. Obdobie od roku 1989 až po súčasnosť je príliš krátke na určenie vnútormej periodizácie, môžeme v ňom však badať určité tendencie. Najmä v prvých porevolučných rokoch vychádzali v prekladoch autori, ktorých diela postupne dopĺňali už existujúci knižný fond. Nepotvrdilo sa, že do slovenčiny sa budú ihneď vo veľkom prekladat' diela s ideologicky obchádzanými tématami

(napríklad náboženská tematika) či autori, ktorí skončili z viacerých ideologických dôvodov na „indexe“. Aj na väčšinu známych talianskych bestsellerových diel si slovenskí čitatelia museli počkať až do obdobia po začatí nového milénia. Oproti relatívne nízkemu počtu vydaných knižných prekladov zo slovenčiny do taliančiny (aj keď trend je celkovo určite pozitívny) môžeme v opačnom prípade – teda v prípade prekladov z talianskej umeleckej tvorby do slovenčiny – badať silnejšie kontúry komerčnej vydavateľskej politiky, autorské a tematické preferencie (čitateľstva, prekladateľov a vydavateľov), ale aj rôzne literárne a neliterárne aspekty súvisiace s politikou štátu, dotáciami na kultúru, z čoho vyplývajú aj sociologické aspekty prekladu a podobne.

Celkovo by sme tieto tendencie mohli zobraziť nasledovne²⁷⁰:

1. Rok 1989 a posledná dekáda (deväťdesiate roky) 20. storočia
 - hned po roku 1989 – vydávanie (resp. vydanie) autorov a diel preložených a pripravených tesne pred rokom 1989 (Vincenzo Cerami – *Malý malomeštia*, Giuseppe Pontiggia – *Tienistý lúč*, Andrea De Carlo – *Vtáky z klietky a voliéry*, Matilde Seraová – *Zaslužená krajina*);
 - kontinuálne vydávanie autorov tzv. populárnych žánrov – detektívne romány, krimiromány, romány pre ženy;
 - významné počiny: vydanie prekladu románu Umberta Eco *Meno ruže*, Ginsburgovej *Drahého Michala*, prvé preklady bestsellerových autorov a diel („objavenie“ Tabucchiho);
2. Obdobie po roku 2000
 - výrazná prekladová produkcia diel Itala Calvina (obdobie 2000-2010 by sme mohli nazvať „dekadou prekladov Itala Calvina“);
 - začínajú sa profilovať dominantní autori – Umberto Eco (prekladaný už v deväťdesiatych rokoch, no prekladateľský boom dosiahol až po roku 2000) a dovtedy menej známy Alessandro Baricco;
 - kontinuálne vydávanie autorov populárnych žánrov – detektívne romány, krimiromány, noir, romány pre ženy, ale aj fantasy, reportážne a esejistické

²⁷⁰ Vychádzame z klasifikácie v monografii Šuša, 2018, ktorú sme časovo aktualizovali.

knihy (tematicky traktujúce nové spoločensko-politicke usporiadanie sveta – od mafie k terorizmu);

3. Obdobie po roku 2010 až po súčasnosť

– dochádza k výraznej časovej a tematickej synchronizácii na osi východisková kultúra – cieľová kultúra.

Kvantitatívne zvýšený počet diel v rámci prekladovej produkcie z taliančiny do slovenčiny po roku 1989 nastáva v oblasti prózy. V porovnaní s ďalšími západnými (najmä po anglicky písucimi autormi prekladanými do slovenčiny) sice nejde o jej výrazný rozmach, oproti obdobiu pred rokom 1989 však ide o veký nárast. Môže za to nielen slobodná možnosť tvoriť, slobodný výber autorov na preklad, ale aj pád hegemonie štátnych vydavateľstiev a jednotnej politiky v oblasti kultúry (a z toho vyplývajúca liberalizácia trhu).

Na základe vybraných kritérií môžeme vygenerovať tendencie, ktoré charakterizujú a definujú prekladovú situáciu v období po roku 1989 až dodnes:

- dodatočné včleňovanie ideologicky obchádzaných autorov, tém a diel do kontextu prekladovej literatúry po roku 1989;
- pokračovanie vydávania prekladov literárnej klasiky a detskej literatúry;
- preklady osvedčených mien talianskej literatúry;
- preklady menej známych autorov (prioritou nie je zisk vydavateľstiev, ale často ide o špecifického autora, ktorý doteraz neboli preložený, u nás menej známa téma, originálny spôsob spracovania diela, osobný záujem prekladateľa o autora, resp. dielo a podobne);
- komerčný úspech „ženskej literatúry“ (a jej pranie na osi feministické tendencie a tzv. ženská oddychová literatúra steelovského typu);
- preklady bestsellerových diel a autorov.

Podpora prekladov talianskej literatúry sa dostala aj do najnovších cieľov Fondu na podporu umenia. Ten v spolupráci s Talianskym kultúrnym inštitútom stanovil ako priority podpornej činnosti na rok 2022 (pre podprogram na tvorbu prekladov umeleckej literatúry a vydávanie prekladov umeleckej literatúry z talianskeho jazyka) preklad diel nasledujúcich talianskych autorov a autoriek (uvádzame v abecednom poradí): Andrea

Bajani, Edith Brucková, Daniela Gambarová, Paolo Malaguti, Gabriela Mencarelliová, Paolo Nori, Carmen Pellegrinová a Emmanuele Trevi. V tomto prípade hovoríme súce o riadenom (v zmysle inštitucionálnom, teda podpornom, a nie ideologickom), no o prirodzenom včleňovaní autorov (a ich diel) do slovenského kultúrneho kontextu, teda v zmysle prirodzeného kultúrneho transferu. Ide o autorov, ktorých je podľa literárnych vedcov a prijímajúceho kultúrneho prostredia potrebné (žiaduce) preložiť do slovenčiny, napríklad z dôvodu, že zaznamenali v Taliansku komerčný úspech, stali sa nosnými piliermi silného morálneho a demokratického odkazu proti antisemitizmu (Edith Brucková), vyhrali významné literárne súťaže, prípadne autorov, ktorí sa už etablovali na slovenskom knižnom trhu, lebo ich diela už boli preložené (Emmanuele Trevi)²⁷¹. Na našom trhu sa už výrazne udomácnila Elena Ferrante, ktorá sa momentálne stala jednou z nosných osobností talianskej literatúry prekladanou do inonárodných jazykov vrátane slovenčiny²⁷².

Dodatočné včleňovanie diel talianskej literatúry do slovenského recepčno-kultúrneho prostredia

Termín Franka Wollmana, ktorý prijal do svojho terminologického inštrumentária aj Dionýz Ďurišin – dodatočné včleňovanie (ako kategória, ktorá súvisí s vytváraním kontextu svetovej literatúry) môžeme aplikovať v zmysle dodatočného, t. j. neskoršieho včleňovania vybraných javov (diel, autorov) do medziliterárneho kontextu. Bez uplatňovania tejto kategórie by bol historický výskum amorfny a vznikali by rôzne deformácie. Dodatočné včleňovanie sa realizuje aj prostredníctvom uměleckého prekladu, a to jednak v zmysle motivovaného úsilia obohatiť prijímajúcu literatúru o nové umělecké hodnoty a včleniť ich do dynamiky literárneho vývinu, ako aj v zmysle aktualizačného úsilia, postupného zdomácnenia podnetov, ktoré prináša do literatúry a podobne.²⁷³ V prípade dodatočného včleňovania literárnych javov do nášho kultúrneho procesu ide súce o pozitívny čin

²⁷¹ Dielu a literárno-kultúrnemu odkazu Treviho sa venujeme bližšie v štúdii *Umelecká transpozícia textov na osi minulosť – súčasnosť* v Novej filologickej revue (Šuša, 2018, s. 3 – 13).

²⁷² O literárnej tvorbe Eleny Ferrante zo socio-kultúrneho kontextu a o jej odkaze z hľadiska areálových presahov porov. štúdiu slovenskej translatologičky Anity Hut'kovej a talianskej politologičky Patrizie Prando v Novej filologickej revue č. 2/2021.

²⁷³ Porov. Ďurišin, 1995, s. 184.

z hľadiska dopĺňania knižného fondu o preklady, ktoré z rôznych dôvodov pred rokom 1989 nemohli vyjsť, na druhej strane však narúša prirodzený recepčný vývin (z hľadiska fungovania recepčných modelov), nemá už aktuálny, ale iba aktualizačný efekt.

Aj keď Wollman mal v súvislosti s dodatočným včleňovaním na mysli najmä výrazný časový odstup publikovania určitého diela od jeho vzniku, straty a iných okolností, aspekt dodatočného včleňovania jednotlivých literárno-historických jednotiek do kontextu národnej i prekladovej literatúry je badateľný aj pri relatívne kratšom časovom odstupe na osi vznik diela/preklad diela. Tento časový odstup väčšinou kopíruje obdobie pôsobenia určitej ideológie, ktorá isté témy a autorov zámerne selektovala či používala iné (niekedy sofistikované, inokedy represívne) metódy, aby sa daný jav nestal súčasťou recepčnej tradície. O obchádzaní môžeme uvažovať na viacerých úrovniach, najmä však na úrovni motivicko-tematickej a na autorskom pláne umeleckého diela. V niektorých prípadoch dochádzalo len k obchádzaniu tém a motívov, v niektorých prípadoch aj k (ideologicky podmienenému) vyrádovaniu diela daného autora z kontextu dejín literatúry. Neraz išlo aj o kombináciu uvedených aspektov.

Je sice evidentné, že po roku 1989 dochádza k vzájomnej časovo-tematickej synchronizácii vydávania diela v origináli v Taliansku a na Slovensku, stále však nie sú dosahované žiaduce počty. Dagmar Sabolová sa v štúdii *Čo nám chýba z talianskej literatúry v slovenskom preklade?* v tretom čísle *Revue svetovej literatúry* v roku 1998 (porov. Sabolová, 1998) pokúsila určiť (na základe vybraných kritérií ako sú chronologický a „smerový“ prístup, žánrový aspekt reprezentovaný najmä historickými románmi a dielami rolandovského cyklu, všimajúc si hľadisko klasickosti a podobne) nosné diela, ktoré doteraz neboli z rôznych dôvodov preložené z talianskej literatúry do slovenčiny. Do štúdie a celkového záverečného zoznamu sa však nedostali napríklad takí autori, ako svetoznámy Primo Levi (jeho nosné memoárové diela vyšli až po roku 2000, takže v čase písania jej štúdie ešte neboli k dispozícii v slovenskom preklade), z diel Umberta Eca navrhla doplniť len *Ostrov včerajšieho dňa*, nespomína Alessandra Baricca (v roku 1991 už publikoval v taliančine slávne *Hrady hnevú*, v roku 1993 *Oceán more*) a podobne. Uvedené diela či autori však slúžia len ako naše príklady, doplňanie tohto zoznamu by mohlo byť v takejto forme taktiež považované za subjektívne.

Sabolová v štúdiu ponúka objektívne fakty a podkladá ich doterajšími literárno-historickými a translatologickými výskumami, stanoviť si však ako cieľ jednej štúdie zmapovanie chýbajúcich diel v rámci všetkých období talianskej literatúry (a zároveň aj chcieť tento cieľ naplniť) je aj napriek erudícii a vedeckým, translatologickým a literárny kvalitám autorky, ktoré oceňujeme, prakticky nemožné. Pozitívne však treba hodnotiť priložený zoznam vybraných diel, ktorý môže slúžiť potenciálnym prekladateľom a vydavateľom ako námet či ako rada odborníka na ich preklad.²⁷⁴

Po roku 1989 sa do nášho recepčno-kultúrneho kontextu dostávajú diela, ktoré sa v minulosti priečili hlavnej umelecko-tvorivej metóde, a to aj z produkcie známych autorov. Ide najmä o diela, ktoré traktujú vybrané spoločenské problémy, búrajú stereotypné mravnostné zobrazovanie skutočnosti (téma sexu), náboženské aspekty (téma Boha) či diela s tematikou holokaustu (zo žánrového hľadiska ide najmä o memoáre). Limitovaný priestor tohto príspevku nedokáže poňať túto tému komplexne, preto vyselektujeme niektoré príklady, ktoré môžu slúžiť ako relevantné.

Stereotypné zobrazovanie skutočnosti v rámci vybraných kontúr jednotnej tvorivej metódy a z nej vyplývajúci motivicko-tematický plán vyselektoval autorov a diela, ktoré nie vždy objektívne zodpovedali umeleckému profilu daného autora. Neraz tak došlo k pnutiu na osi východisková kultúra – prijímajúce prostredie, nevnímajúc daného autora vo svojej (kultúrnej) komplexnosti, ale vo vyselektovanej podobe. Jedným za príkladov je tvorba svetoznámeho talianskeho autora Alberta Moraviu, ktorý vo svojej tvorbe zobrazoval o. i. nahotu, sex a drsné expresívne dialógy. Pre zideologizovaný slovenský literárno-kultúrny priestor bol však príliš relevantnou osobnosťou, ktorú si nemohol dovoliť ignorovať či obchádzať. Je logické, že Alberto Moravia v takejto výrazovo-umeleckej podobe (pudovosť, sexuálnosť, telesnosť – v našej dobovej

²⁷⁴ Dodajme, že mnohé z diel, ktoré Sabolová (neraz naozaj funkčne) uvádzajú, už bolo od vydania jej (vyššie citovanej) štúdie v *Révue svetovej literatúre*, knižne preložených (napríklad Italo Calvino – *Barón na strome*, *Rozpoltený ríkom*, *Neexistujúci rytier*, *Ak jednej zimnej noci jeden cestovateľ*, ďalej román Umberta Eca *Ostrov v rájach dňa a podobne*), čím sa nepochybne obohatil a doplnil knižný fond talianskej literatúry v slovenskom preklade po roku 1989. Autorkinu štúdiu *Čo nám chýba z talianskej literatúry v slovenskom preklade* celkovo môžeme hodnotiť sice ako fragmentárny, no žiaduci príspevok do diskusie o recepcii talianskej literatúry v slovenskom kultúrnom kontexte.

literárnej kritike často odmietaná napríklad v prípade Dominika Tatarku) nemohol pred rokom 1989 reprezentovať vtedajšiu taliansku literatúru vo svojej tematickej a výrazovej komplexnosti, a preto si na vydanie tieto diela museli slovenskí čitatelia počkať až po zmene spoločensko-politickeho režimu. Typickým príkladom je román *Ja+On (Io e lui)*, ktorý vyšiel v Taliansku v roku 1971 a v češtine v roku 1992. V čase normalizácie u nás bol na preklad ideologicky a mravnostne nevhodný. Jednotlivé postavy sú karikované miestami až do absurdných situácií, dielo je plné komických scén, sarkazmu, sebairónie na osi chciet'-môct' – znova s dôkladnou znalosťou psychoanalýzy. Český psychológ Pavel Hartl, ktorý je autorom komentára k spomínanému dielu, resp. k prekladu Aleny Hartmanovej, vníma Moraviovu knihu v kontexte personifikácie, teda ako abstraktný a dosť t'ažko predstaviteľný sexuálny pud personifikoval v konkrétnom a dobre predstaviteľnom mužskom orgáne – penise.

Veľmi špecifický, miestami až rezervovaný postoj malo slovenské recepčno-kultúrne prostredie k ďalšej významnej talianskej osobnosti svetového mena – básnikovi, spisovateľovi, filmovému režisérovi a intelektuáloví Pierovi Paolovi Pasolinimu. Práve v marci 2022 sme si pripomenuli sté výročie jeho narodenia (zomrel za tragickejch okolností v roku 1975). Tento autor je v Taliansku nepochybne považovaný za jednu z najdôležitejších osobností 20. storočia v oblasti kultúry, spoločnosti a literatúry. Spolu s Albertom Moraviom a Elsou Moranteovou reprezentoval a ideoovo formoval vtedajšiu rímsku a taliansku intelektuálnu societu. Literárny kritik Alberto Casadei v publikácii Andreu Battistiniho *La letteratura italiana* (v kapitole *Secolo attuale*)²⁷⁵ vníma Pasoliniho v širokom kultúrnom kontexte (ako prozaika, básnika, režiséra a scenáristu) a zo spoločenského hľadiska ako bojovníka proti moci bohatej aristokracie, proti svojvôli bohatých študentov v roku 1968, proti silnejúcej moci priemyslu a deštrukcii tradičnej rurálnej kultúry, a ako silného podporovateľa práv gejov²⁷⁶. Jeho osobnosť však u nás nebola nikdy vnímaná komplexne, vyberali či zdôrazňovali sa len niektoré aspekty z jeho aktivít, napríklad jeho zásluhy v oblasti kinematografie a sociálny rozmer umelcejkej tvorby. Z toho vyplývali aj vyselektované diela,

²⁷⁵ Jeho intelektuálnu a literárno-kultúrnu dôležitosť autor zdôrazňuje aj tým, že Pasoliniho fotografiu dal aj na titulnú stranu jeho diela *La Letteratura italiana*. Dielo je aktuálnym a objektívnym literárno-historickým ponorom do vývinu novodobej talianskej literatúry.

²⁷⁶ Porov. Casadei, 2021, s. 487.

ktoré boli do slovenčiny (resp. češtiny) preložené, no výberom jeho diel, tém a postojov sa vytvorilo pomerne klišéovité a stereotypné vnímanie jeho osobnosti. Napríklad Pasoliniho *Nečisté skutky. Amado mio* (*Atti impuri. Amado mio*) vyšli u nás až v roku 2010. Autor ich síce písal v povojnovom období (v rozmedzí rokov 1946-1948), no aj v Taliansku vyšli (vzhľadom na ich obsah a celkový charakter) oveľa neskôr – až po autorovej smrti (v roku 1982). Hlavným motívom oboch textov, lokalizovaných do Friuli, je homosexuálne vzplanutie hlavného hrdinu k miestnemu chlapcovi (Nisiuti), resp. chlapcom. Zobrazovať významného autora Pasoliniho cez prizmu jeho homosexuality (hoci aj v literárno-umeleckom spracovaní) bolo pre prijímajúce prostredie jednoznačne nežiaduce.

Publikačne nevhodní z mravnostného hľadiska boli pre slovenský recepčný kontext Sandro Penna či Dario Belezza. Rovnako ľažko sa v predposlednej dekáde 20. storočia náš prekladový priestor obohacoval o súdobých autorov, ktorí získali enormnú čitateľskú priazeň a záujem (pozitívny, ale i negatívny) talianskej kritiky. Najmä na začiatku osemdesiatych rokov 20. storočia totiž začínajú viacerí oveľa otvorennejšie a jednoznačnejšie vyjadrovať svoju dezilúziu a nespokojnosť so stavom spoločnosti (Enrico Palandri, Pier Vittorio Tondelli, Andrea De Carlo, Claudio Piersanti, Aldo Busi a ī.) a svojím kritickým šľahom sa stávajú hlasnou tribúnou nespokojnej mladej generácie. Tondelliho dielo *Altri libertini* z roku 1980 vyvolalo zdesenie aj v talianskej literárnej kritike pre svoju obscénnosť, jeho osobnosť a odkaz boli však kultúrne rehabilitované a dnes je tento autor nosnou súčasťou dejín talianskej literatúry.

Svoje miesto našla v našom recepčnom prostredí obchádzaná tematika holokaustu vo výraznejšej miere taktiež až po roku 1989. Je prirodzené, že z časového hľadiska bolo potrebné, aby sa diela s uvedenou tematikou dostali k čitateľovi v reálnom čase (t. j. po napísaní a následnom vydaní ihneď po skončení vojny) – spomienky väzňov na koncentračné tábory mali pre čitateľskú verejnosť pôsobiť aj ako autentický (v tej dobe aktuálny a v niektorých prípadoch i verifikačný) materiál. Nestalo sa tak a práve memoáre talianskych židovských autorov, najmä svetoznámeho Prima Leviho, sú jednoznačným príkladom dodatočného včleňovania, o ktorom hovoríme v našom príspevku. Časovú asynchrónnosť medzi vydaním textu originálu (v Taliansku) a prekladu (na Slovensku), vynútenú ideologickými

dôvodmi u nás, si môžeme demonštrovať nasledovne (prvý údaj je vydanie Leviho diela v taliančine, druhý údaj preklad v slovenčine): *Je to človek?* – 1958/2001, Prímerie – 1963/2002, Potopení a zachránení – 1986/2003.

Po roku 1989 sa k nám dostalo prostredníctvom slovenského prekladu viacero diel autorov katolíckej proveniencie. Často však nejde o „veľké mená“ talianskej literatúry, veľakrát boli vyžiadanými na preklad zo strany slovenskej katolíckej komunity, rôznych náboženských spolkov, združení, sú výsledkami vzájomných kontaktov v katolíckej societe a následne distribuované a predávané prostredníctvom obchodov s náboženskou literatúrou. Výraznú úlohu po roku 1989 zohráva najmä vydavateľstvo Spolku sv. Vojtecha.

Do roku 1989 bol slovenskému čitateľovi absolútne neznámou osobnosťou Igino Giordani. Giordaniho aktivity sa viažu najmä k hnutiu *Focolare* a pracovným aktivitám vo vatikánskej apoštolskej knižnici. Autor sa venoval aj politickej a novinárskej činnosti. V čase fašizmu rázne odmietol Mussoliniho politiku, neskôr začal intenzívne spolupracovať s Chiarou Lubichovou, ktorá následne založila *Centro Igino Giordani* s cieľom sprístupniť autorovo dielo (najmä dosiaľ nevydané texty, korešpondenciu a články) širokej verejnosti. Niet divu, že v česko-slovenskom porevolučnom čase bola spoločenská objednávka sprístupniť ich myšlienky a osudy aj v prekladovej tvorbe – učinil tak Blahoslav Hečko prekladom Giordaniho diela *Obnivý denník* (*Diario di fuoco*) v roku 1996. Originál vyšiel v taliančine v roku 1980, z horeuvedených príčin ho nebolo u nás možné publikovať v preklade hneď, a to aj napriek tomu, že po roku 1989 sa k nám dostali i knihy Roberta Brunelliho – knaza, spisovateľa, kritika umenia a autora viacerých kníh s náboženskou tematikou. Publikovať začal v osemdesiatych rokoch 20. storočia a vďaka osobnému zanieteniu a pútavému štýlu písania mu diela vychádzajú pravidelne až doteraz (nateraz poslednou knihou sú *Parole dipinte* z roku 2014).

Záver

Niektoré z diel sa už nepodarilo dodatočne včleniť do nášho recepčno-kultúrneho prostredia a aj ich prípadný preklad by už v súčasnosti nemal aktuálny charakter, bol by čisto mechanickým včlenením. Narušil by prirodzenú lineárnosť recepčného vývinu a pluralitný recepčný model, ktorý nahradil dovtedy pertraktovaný angažovaný model. Ide napríklad o diela s tematikou talianskej industriálnej literatúry či neoavantgardné a

experimentálne formy v oblasti poézie, ktoré boli v kontrapozícii s vtedajšou umeleckou tvorivou metódou aplikovanou u nás.

©Ivan Šuša

Alma Mater Studiorum Università di Bologna, Taliansko

Univerzita Komenského v Bratislave, Slovensko

ivan.susa@unibo.it, ivan.susa@uniba.sk

Literatúra

- 1) BOHUŠOVÁ, Z. 2016. Autenticita a identita v jazyku, kultúre a pri tlmočení. In: Jazyky krajín V4 v súčasnej Európe. Ed. Anita Huťková – Ivan Šuša, 2016. Banská Bystrica : Belianum, s. 8 – 17. ISBN 80-557-1165-2.
- 2) CASADEI, A. Secolo attuale. In: Letteratura italiana. Dal Settecento ai nostri giorni. (edit. A. Battistini). Bologna : Il Mulino, 2021. 593 s. ISBN 88-15-25253-1.
- 3) ĎURIŠIN, D. 1995. Teória literárneho procesu I. Bratislava : Ústav svetovej literatúry SAV, 1995. 210 s. ISBN 80-88815-01-0.
- 4) ĎURIŠIN, D. 1975 Teória literárnej komparatistiky. Bratislava : Slovenský spisovateľ, 1975. 313 s.
- 5) GNISCI, A. 1994. Porovnávacia literatúra ako disciplína vzájomnosti. In: Slovak Review. ISSN 1335-0544, roč. 3, č. 3, s. 24-29.
- 6) HUŤKOVÁ, A. – PRANDO, P. Kultúrna identita Neapola v románoch Eleny Ferranteovej s dôrazom na prekladateľské aspekty. In: Nová filologická revue. ISSN 1338-0583, 2021, roč. 13, č. 2, s. 39 – 53.
- 7) KOPRDA, P. 2002. Vývinové línie talianskej literatúry v 20. storočí. In: Z dejín európskych literatúr 20. storočia. Bratislava : Ústav svetovej literatúry SAV, 2002. s. 52-98. ISBN 80-88815-12-6.
- 8) POSPÍŠIL, I. – ZELENKA, M. 2002. Metodologické korene a súvislosti koncepcie Ďurišinovho tímu. In: Dobrodružstvo bádania. O živote a diele Dionýza Ďurišina. Ed. Ján Koška. Bratislava : Ústav svetovej literatúry SAV, 2002. s. 75 – 89. ISBN 80-88815-13-4.
- 9) SABOLOVÁ, D. 1998. Čo nám chýba z talianskej literatúry v slovenskom preklade. In: Revue svetovej literatúry. ISSN 0231/6269, 1998, roč. 34, č. 3, s. 149-159.
- 10) ŠUŠA, I. 2021. Ideológia a/versus kultúrny transfer (na podklade prekladov z talianskej literatúry do slovenčiny). In: Nová filologická revue. ISSN 1338-0583, 2021, roč. 13, č. 2, s. 54-65.
- 11) ŠUŠA, I. 2011. Komparatistické a prekladové aspekty v slovensko-talianskych medziliterárnych vztahoch. Banská Bystrica : FHV UMB, 2011. 145 s. ISBN 80-557-0122-6.
- 12) ŠUŠA, I. 2018. Talianska literatúra v slovenskom prekladovo-recepčnom kontexte po roku 1989. Druhé doplnené vydanie. Banská Bystrica : Belianum, 2018. 266 s. ISBN 80-557-1430-1.

EXOTIZÁCIA VERZUS NATURALIZÁCIA V PREKLADE ŠVAJČIARSKEHO POLICAJNÉHO ROMÁNU Z FRANCÚZSKEHO DO SLOVENSKÉHO JAZYKA

EXOTIZATION VERSUS NATURALIZATION IN SWISS POLICE NOVEL TRANSLATED FROM FRENCH TO THE SLOVAK LANGUAGE

Lucia Ráčková

Abstract

In the black detective novel by J. Incardona *Derrière les panneaux, il y a des hommes* we can find many expressions referring to culture; the Francophone culture, but also the culture of the Western world in general. These culture specific items are for example names of meals and beverages such as *steak-fries* or *alcopop*. Moreover, we can also find swearwords such as *fille de conne*, *grosse pute*, *merde*. In this paper, we focus on the possible translation solutions of these items, since this book has not been translated into Slovak yet. We identify and analyse culture specific items in the novel and then in the translation and subsequently, we are looking for appropriate exoticising versus assimilative procedures. We presume that for the names of meals and beverages exoticising procedure will be the best solution, whereas the swearwords will be apparently more assimilative in the Slovak text of the novel.

Keywords: Joseph Incardona, *Derrière les panneaux il y a des hommes*, culture specific items, exoticising procedure, assimilative procedure

Úvod

Policajný román *Derrière les panneaux il y a des hommes (Za značkami sú ľudia)*²⁷⁷ od autora švajčiarsko-sicílskeho pôvodu Josepha Incardonu vyšiel vo vydavateľstve Finitude v roku 2015. V kategórii románov vo francúzskom

²⁷⁷ Názov do slovenčiny preložila M. Zázrivcová (2022, s. 49).

jazyku získal významné ocenenie, a to najlepší policajný román.²⁷⁸ Žánrovo patrí do podkategórie čierneho románu. „Dans ce type de roman, c'est le contexte social, économique, politique ou bien historique qui déterminent le crime ou le comportement néfaste des personnages, ce qui permet un rapprochement entre le roman noir et le roman social.“²⁷⁹ Veľkosť čierneho románu ďalej spočíva v správnom výbere slovnej zásoby a jej následnej štylizácii do umeleckého textu.

V čase písania tohto článku ani tento text, ani žiadne iné dielo od J. Incardonu ešte nie sú preložené do slovenského jazyka. Budúci prekladateľ románu sa jednoznačne stretne s príznakmi cudzieho prostredia, ktoré nemusia byť pre slovenského čitateľa v novom kontexte cieľového textu úplne zrozumiteľné. „One of the greatest challenges for the translator is the rendering of culture-specific items — traditionally regarded as a potential source of untranslatability.“²⁸⁰ Prekladateľ musí pri kultúrne motivovaných slovách a slovných spojeniach nájsť spôsob, ako sa s nimi vyrovnať a preniesť ich z východiskového do cieľového jazyka čo najvernejšie. Jeho úloha je ešte ďalšia, ak sa v texte, ako je tomu aj u J. Incardonu, vyskytuje čierny humor, irónia, idiómy či rôzne iné prekvapujúce expresívne štruktúry a slovné spojenia. Navyše stupeň percepcie vulgárnosti niektorých lexikálnych jednotiek, či už slov alebo ustálených slovných spojení (frazém), nie je vždy rovnaký v jazykoch, ktoré porovnávame.²⁸¹ Ako vidíme, kultúra je širokým pojmom, „la culture est un concept totalisant, recouvrant et synthétisant tous les aspects de la vie humaine.“²⁸²

Exotizácia verzus naturalizácia

Kolorit prostredia diaľnic, prebúdzajúca sa sexualita mladých dievčat či postava devianta Pascala hovoria o tom, že v napínavom príbehu nájdeme množstvo výrazov, ktoré odkazujú nielen na frankofónnu kultúru, ale aj na angloamerickú kultúru a civilizáciu západného sveta ako takú. Navyše sa tu

²⁷⁸ Grand prix de littérature policière française, 2015.

²⁷⁹ „V tomto type románu zločin a nekalé správanie literárnych postáv ovplyvňuje sociálny, ekonomický, politický, prípadne historický kontext, čo umožňuje zblíženie čierneho a sociálneho románu“ (Zázrivcová, 2021, s. 209).

²⁸⁰ Cómítre Narváez — Valverde Zambrana, 2014, s. 71.

²⁸¹ Mešková, 2016, s. 266.

²⁸² „kultúra je zhŕňajúcim pojmom, pokryva a syntetizuje všetky aspekty ľudského života“ (Schmitt, 2012, s. 212).

spomínajú aj akútne problémy obyvateľstva Latinskej Ameriky ako drogová závislosť, prostitúcia či nezákonná migrácia.

V predkladanom príspevku je naším cieľom predstavenie možností prekladateľských riešení zmienených kultúrne príznakových výrazov do slovenského jazyka na osi exotizácia verus naturalizácia. Konkrétnie pôjde o príznaky cudzej kultúry v prvých dvoch kapitolách knihy, ktoré považujeme za reprezentatívne pre celé literárne dielo. Okrem už uvedeného Jána Vilikovského sa vo výskume ďalej opierame o práce Antona Popoviča: „Kontext kultúry, v ktorej text vznikol, sa demonštruje predovšetkým v téme ako prírodné a spoločenské reálne, historický a krajinový kolorit, kultúrne návyky a tradície, spoločenské vzťahy a kultúrne archetypy.“²⁸³. Vychádzame tiež z myšlienok Dušana Tellingera: „Prekladateľ ako jazykový a kultúrny mediátor je vlastne spoluautorom, v rukách ktorého je úspech či neúspech autorovho diela v cudzom prijímajúcom prostredí práve i z hľadiska výberu ekvivalentov pre cudzie reálne, čo má byť v tesnej súčinnosti so zachovaním štylistických hodnôt tejto dôležitej vrstvy lexiky.“²⁸⁴

Ak cudzie prvky prevládajú nad domácimi, reč je o exotizácii v preklade. Takýto text je zrozumiteľný takmer výlučne pre odborníka na kultúru jazyka príslušnej krajiny. Druhým prípadom je situácia, keď domáce prvky prevládajú nad cudzími. Vtedy ide o naturalizáciu. V preklade sa väčšinou realizuje pomocou metatextu. „Odlišnosť kultúrnych systémov dvoch pracovných jazykov v procese prekladu vyvoláva napätie, ktoré sa prekladateľ snaží zmierniť maximálnym priblížením kultúrnych hodnôt originálu cielovému príjemcovi, a to najčastejšie práve naturalizačnými postupmi.“²⁸⁵ Tretím prekladateľským riešením je udržiavanie domáčich a cudzích prvkov v rovnováhe. Je kompromisom medzi hodnotami východiskovej a cielovej kultúry, inými slovami kreolizáciou dvoch kultúr. Pri tvorbe prekladateľských riešení sa opierame aj o E. Gromovú: „Pri metóde ponechávania, prenášania cudzích prvkov, teda pri exotizácii, sa využívajú transferenčné postupy, pri metóde nahradzania cudzích prvkov prvkami domácimi sa využívajú substitučné postupy. Pri konečnom prekladateľskom riešení prekladateľ by mal dbať na to, aby nahradzajúci prvak z domácej kultúry mal približne

²⁸³ Popovič, 1975, s. 186.

²⁸⁴ Tellinger, 2016, s. 56.

²⁸⁵ Tellinger, 2016, s. 54.

rovnakú funkciu a bol štýlisticky bezpríznakový.²⁸⁶ V kontexte nášho textu to znamená, že pri translačnom procese budeme mať stále na zreteli frankofónne prostredie, v ktorom sa dej románu odohráva. Pracujeme metódou identifikácie kultúrne špecifických výrazov vo vybranom teste, ktoré následne analyzujeme a navrhujeme ich prekladateľské riešenia. Podľa náročnosti slova, slovného spojenia ho predstavujeme buď samostatne, väčšinou však v spojení s inými slovami alebo vo vete, aby sme aspoň minimálne naznačili kontext. Ďalej postupujeme pomocou možnej kategorizácie týchto prvkov budúceho translátu na osi exotizácia a naturalizácia, prípadne ich generalizácie v rámci vyvodenia záverov. Predpokladáme, že expresívne slová sa v koncovom teste vyjadria ich vhodnými naturalizovanými ekvivalentmi v slovenskom jazyku, pričom nie vždy pôjde o štýlisticky bezpríznakové prvky, keďže, ako sme už naznačili, J. Incardona používa vo veľkej miere subštandardnú varietu jazyka.

Na druhej strane názvy jedál, nápojov či vlastné mená postáv ostatnú v slovenskom teste značne exotizované, aj keď vo východiskovom teste sú bežné a pre francúzskeho čitateľa bezpríznakové. Aké postupy budú nakoniec prevažovať v ponúknutých prekladateľských riešeniach? Exotizácia, naturalizácia, alebo sa nám podarí vytvoriť kreolizovaný preklad? Predtým, ako sa pozrieme na konkrétnie výrazy súvisiace s kultúrnymi špecifíkami a ich sklon k exotizácii alebo naturalizácii, je nanajvýš potrebné bližšie predstaviť už načrtnuté rozdelenie príznakov cudzieho prostredia od J. Vilikovského, o ktoré sa pri identifikácii prvkov v teste opierame. Ide, po prvej, o materiálnu špecifiku, ktorá zahŕňa výrazy označujúce javy spoločenskej skutočnosti a materiálneho bytia krajiny vzniku ako reálne, koloritové prvky či označenie inštitúcií. Po druhé, ide o jazykovú špecifiku, kde patria vlastné mená, oslovenia a zdvorilostné frázy, frazeológia vrátane prísloví a porekadiel, otázka využívania slangu, nárečí a subštandardných prvkov jazyka vôbec. A do tretice hovoríme o kultúrno-kontextovej špecifikе, kde sa zaraďujú vlastnosti textu podmienené príslušnosťou k istej kultúre a literárnej tradícii, výstavba textu, spôsob vnútrotextového nadväzovania, vetylá a nadvetná štýlistika.²⁸⁷

²⁸⁶ Gromová, 2003, s. 56.

²⁸⁷ Vilikovský, 1984, s. 130.

Prvky, ktoré identifikujeme ako cudzorodé pre slovenskú čitateľskú verejnosť, zvlášť pre jej časť, ktorá neovláda francúzsky jazyk a francúzsku kultúru pozná len sporadicky, patria do materiálnej alebo do jazykovej špecifiky. Kultúrno-kontextovú špecifiku odporúčame zachovať v podobe čo najbližšej originálnej próze. Prvky materiálnej a jazykovej špecifiky sme sa rozhodli pre väčšiu prehľadnosť ďalej rozdeliť na príznaky cudzieho prostredia frankofónnej proveniencie, anglofónnej proveniencie a povahy všeobecnej kultúry, kde patria predovšetkým výrazy a slová pochádzajúce z latinčiny.

K materiálnej špecifikе cudzieho prostredia frankofónnej proveniencie tak zaraďujeme, okrem iného, mená osôb a názvy inštitúcií. Slovo flic sa v texte opakuje 27-krát. Ide o bežné hovorové slovo flick pochádzajúce z nemeckého argotu, ktoré znamená *mladý muž*.²⁸⁸ V kolorite prostredia policajného románu za najvhodnejší slovenský ekvivalent považujeme slovo *fízel*, prípadne *poliš*. Odporúčame alternáciu týchto termínov pri prekladateľských riešeniacach. V závislosti od kontextu je možné použiť aj bezpríznakový ekvivalent *policajt*. „Najkompetentnejší prekladatelia sa stali veľmi senzitívnymi na fakt, že význam slov závisí omnoho viac od kontextu, vrátane iných slov vo vete alebo v odseku, od historického rámca, v ktorom text vznikol (od času, miesta, adresátov a okolnosti), a od kultúry.“²⁸⁹ A výber správneho ekvivalentu je determinovaný práve jeho významom.

Ďalšou záležitosťou materiálnej špecifiky je preklad názvov inštitúcií typických pre frankofónne prostredie a ich skratiek. Ako by sme preložili názov *Direction départementale de l'action sanitaire et sociale*, známy pod skratkou *DDASS*? Navyše ide o ustanovizeň, ktorá existovala len do polovice 80. rokov minulého storočia. My volíme naturalizované prekladateľské riešenie všeobecného charakteru obsahovo zodpovedajúce tomuto termínu, a to *detský domov/decák*. *Enfant de la DDASS* (s. 20)²⁹⁰ tak preložíme ako *dieťa z detského domova/dieťa z decáku*. Slovo *decák* veľmi dobre zapadá do tvrdej reality odľudštejnej spoločnosti, ktorá sa reflektuje aj vo výbere jazykových prostriedkov. Voľba prekladu názvov rôznych zariadení, reštaurácií, automobilov a podobne tiež môže byť pre prekladateľa náročnou

²⁸⁸ <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/flic#1> [cit. 2022-01-17].

²⁸⁹ Nida, 1996, s. 110 in Tellinger, 2016.

²⁹⁰ Ak nie je uvedený autor, rok, ide o román *Derrière les panneaux, il y a des hommes* (2015) od Josepha Incardonu.

záležitost'ou. Ako preložíme vo vybranom texte *l'aire des Campanules* (s. 44)? Doslovny preklad *Oblast' Zvončekov* by bol pre slovenského čitateľa pravdepodobne nič nehovoriaci. Preto sa prikláňame k exotizovanému *Aire des Campanules* bez určitého člena, ktoré by podčiarklo atmosféru príbehu. *Il faut remplacer un cuistot à l'Aire des Campanules.* tak najvernejšie preložíme ako *Musíme nájsť náhradu za pupkáča z Aire des Campanules.* Pre slovenského čitateľa tiež nie je úplne zrozumiteľné vyjadrenie *Vel Satis* (s. 36). Navrhujeme v prekladateľskom riešení pred názov automobilu doplniť značku *Renault.* *Pousse la portière sans la refermer, contourne la Vel Satis et se dirige vers les buissons, silencieux.* tak priblížime slovenskému čitateľovi prekladom *Potlačí dvierka bez toho, aby ich zavrel, prechádza sa okolo Renaultu Vel Satis a potichu zamieri ku kriviu.* Prekladateľ by mal poznat' aj reálne jazyka, z ktorého vytvára metatext. Výnimkou nie je ani vzdelávací systém. *Sa femme est Bac+4 et il la soupçonne de préférer ses abdos à son point de vue sur la politique intérieure du pays.* (s. 51) prevedieme do slovenského jazyka nasledovne: *Jeho žena má za sebou štyri roky vysokej školy a on ju podozrieva, že má na ňom radšej svaly ako názory na štátnu politiku.* Vyjadrenie *Bac+4* sme naturalizovali do takej miery, aby bolo plne zrozumiteľné pre príjemcu textu. Od belgicko-francúzskeho plemena psa *bichon* – *bisón* je odvodené sloveso *bichonner.* Pri jeho translácií vznikne zaujímavý naturalizovaný preklad pomerne vzdialený originálu, a to *dôkladne sa starat'*, prípadne *chrániť* (ako pes) *a starat' sa.* *Il le bichonne, intérieur/extérieur.* (s. 57) – **Dôkladne sa oň stará/ Chráni ho a stará sa oň, zvnútra aj zvonka.**

Nakoľko francúzska aj slovenská kultúra vychádzajú a priori z rímsko-katolíckej cirkevnej tradície, preklad náboženských záležitostí bude pomerne jednoduchý. *Assomption* (s. 65) preložíme slovenským naturalizovaným výrazom ako *Nanebovzatie Panny Márie.* V kontexte literárneho diela to bude vyzerat' nasledovne: *Leurs vacances de merde*²⁹¹. *Leur quinze août de merde.* **Assomption.** – *Ich posraté prázdniny. Ich posratý 15. august. Nanebovzatie Panny Márie.* Ide o symboliku nanebovzatia Panny Márie s únosom a následným usmrtením 12-ročného dievčaťa Marie Mercier s rovnakým krstným menom.

Čo sa týka materiálnej špecifity frankofónnej proveniencie, významnú skupinu kultúrne motivovaných jazykových prostriedkov tvoria kulinárske výrazy. Ako preložiť napríklad *les steaks hachés* (s. 16) alebo *le steak-frites-salade*

²⁹¹ Analýze expresívneho výrazu *merde* sa venujeme ďalej.

(s. 20)? Preložíme *le steak* ako *režeň* a výraz tým udomácnime alebo ostaneme pri jemne zmenenom slovenskom prepise *stejk*? V tomto prípade sa prikláňame k exotizácii, nakoľko výraz *mletý stejk* môže čitateľovi dotvárať zahraničnú atmosféru a je slovenskej čitateľskej verejnosti dostatočne známe. Okrem toho, *režeň* sa v slovenskej kultúre asociouje primárne s kuracím alebo bravčovým mäsom, nie s hovädzím mäsom, z ktorého sa pripravujú *stejky*. *Le steak-frites-salade* tak analogicky v slovenskom texte bude figurovať ako *šalát so stejkom a branolkami*. Ďalším hlavolamom z kulinárskej oblasti pre slovenského prekladateľa francúzskeho textu je výraz *le soda* (s. 47). Najvernejší preklad odrážajúci povahu originálu je *limonáda* alebo *perlivé nealko*. Preklad *sóda*, *sódovka* ktorý uvádzajú slovník²⁹² je dosť nepresný, nebudeme sa k nemu prikláňať. S použitím slova *sódovka* by navyše text pôsobil trochu starším dojmom, čo nie je naším cieľom, keďže ide o súčasný román. Nápoj charakterizuje jemná perlivosť. Väčšinou pritom ide o farebný nápoj typu *fanta* alebo *kola*. V texte nastáva enumerácia nápojov *une boisson* (**soda**, *eau ou jus de fruits*), a preto by sme zvolili výraz *limonáda*. Navrhujeme nasledujúce prekladateľské riešenie: *nápoj* (**limonáda**, *minerálna voda* alebo *ovocný džús*). K naturalizovanému prekladateľskému riešeniu sa prikláňame aj pri slovnej jednotke *biscuit* (s. 49). *Elle n'a qu'à manger un biscuit en attendant, intervient le père*. V slovenčine použijeme slovo *sušienka*, nie *biskvit*, ktoré pre slovenského čitateľa považujeme za oveľa vhodnejšie. Aj slovo *restoroute* (p. 49) má v slovenskom jazyku zaužívaný preklad *motorest* v zmysle miesta, kde klienti okrem občerstvenia majú zabezpečené aj vyhradené parkovanie a servisné služby pre automobily. V tomto prípade ide o kreolizáciu, nakoľko prekladom nie je typické slovenské slovo, ale ani francúzska podoba kultúrne motivovaného prvku. Zaujímavý výraz, ktorý sa môže slovenskému prekladateľovi javiť ako nezrozumiteľný, je *trombinoscope* (s. 45). Zvlášť ak sa s ním stretáva po prvý raz. Pre lepšiu zrozumiteľnosť preto uvádzame aj kontext a preložili sme ho nasledovne: *Il ignore que Pascal a mémorisé le **trombinoscope** de chaque restaurant.* – *Zapamätať si **fotogalériu/ksichty** z každej reštaurácie. La trombine totiž znamená *ksichtík, tvárička*.* Z tohto dôvodu sa v tomto kontexte prikloníme k prekladu *ksichty*, aj keď vo všeobecnosti výrazu *trombinoscope* lepšie zodpovedá *fotogaléria*.

²⁹² LINGEA, 2009, s. 588.

Kulinárské výrazy sú často, aj v priestore detektívneho románu napísaného vo francúzskom jazyku, cudzie prvky anglofónnej provenience. Väčšinou sú slovenskej čitateľskej verejnosti známejšie ako francúzske kultúrne špecifiká a z tohto dôvodu dostatočne zrozumiteľné aj pri ponechaní v pôvodnom znení. *Trois hamburgers de boeuf haché* (s. 16) budú teda v slovenskom texte figurovať ako *tri hovädzie hamburgery*. Podobná tendencia k exotizácii je badateľná aj pri názvoch alkoholických nápojov. *Ingrid lâche son verre de bloody mary qui tombe sans bruit sur la moquette*“ (s. 61) – *Ingrid pustí svoj pohár Bloody Mary, ktorý potichu spadne na koberec; a bu du Malibu-jus d'ananas* (s. 49) – *pila rum Malibu s ananásovým džúsom*. V druhom prípade sme na upresnenie metatextu pridali slovo *rum*. Keďže ide o konkrétné názvy kokteilov, v slovenčine ich budeme písat' s veľkým začiatočným písmenom, na rozdiel od slova *alkopop*, ktoré má všeobecnejší charakter. *Parmi les touristes, elle cherche ses semblables, des adolescentes qui s'ennuient, qui voudraient juste danser toute la vie sur une plage en buvant des alcopops et sentir sur elles le désir des garçons qui les convoitent.* (s. 52-53) – *Medzi turistami bľadá spriaznené duše, znudené pubertiačky, ktoré by chceli celý život pretancovať na pláži a zároveň popýjať alkopopy, popri tom cítiť na sebe pohľad rozstúpených dospiavajúcich chlapcov.* Pri tvorbe translátu je samozrejme možné pridať vysvetlivky alebo poznámky pod čiarou. Určite to považujeme za potrebné pre pomerne neznámy exoticky pôsobiaci výraz *alkopop*²⁹³ so sexuálnym podtónom. Ide o značkový alkoholický nápoj s vlastnosťami nealkoholických nápojov. Ďalším pojmom súvisiacim s gastronómiou je pojem *self-service* (s. 50), udomácnený vo francúzštine. Aj keď tomuto pojmu rozumejú aj slovenskí používatelia jazyka, preložíme ho radšej ako *samoobsluha*, nakoľko slovenčina vo svojej slovnej zásobe disponuje vhodným ekvivalentom tohto slova.

Kultúrne špecifické výrazy súvisiace s vedomosťami čitateľov v oblasti všeobecnej kultúry by mali byť zrozumiteľnejšie ako cudzorodé prvky z frankofónnej či angloamerickej kultúry. To však neznamená, že ich nie je

²⁹³ A. Stachurska ho v širšom kontexte definuje nasledovne: „Dalzell and Victor's CNPDSUE (2008) draw our attention to the fact that the element of immoral sexuality is also linked to the compound *tart fuel* first recorded at the beginning of the 21st century which is used with reference to bottled alcopop (branded alcoholic beverage with the characteristics of a soft drink), or other alcoholic drinks deemed to be for feminine consumption. Apparently, a fashionable drink amongst young women who will, when inebriated, it is suggested/hoped by the coiner of this term, relax their moral standards and behave promiscuously“ (2018, s. 321).

potrebné starostlivo preložiť. Ako by v slovenskom texte vyznel výraz *Nike Air* (s. 17)? Aby bolo každému zrejmé, o čo ide, anteponujeme slovo tenisky, a teda *Tenisky Nike Air* alebo, čo lepšie zapadá do kontextu, *S teniskami Nike Air*.

So všeobecnou kultúrou tiež súvisia výrazy spojené s cvičením jogy. *Il ne bouge pas, le dos droit, en position du lotus* (s. 57) preložíme ako *Nehýbe sa, má rovný chrbát v polohe lotosového kvetu*. Tiež pre slovenského príjemcu doplníme slovo *kvet*, pričom *lotus* bude mať fonetický podobný ekvivalent *lotos*.

Ďalšou problematikou pri preklade vybraného diela je problematika prekladu názvov liekov. Jeden liek s rovnakou účinnou látkou sa môže predávať pod rôznymi názvami, a tak niečo známe pre frankofónneho používateľa jazyka môže byť nepoznané pre slovenského používateľa jazyka. Tak je to práve aj v prípade prekladu lieku *Flunitrazépam* (s. 65), ktorý je na Slovensku známejší pod názvom *Rohypnol*. Len dodáme, že je vhodné pridať k tomuto pojmu v transláte vysvetlenie. Ide o benzodiazepínový derivát, ktorý uvádza do hlbokého spánku a je známy aj svojim hypnotickým účinkom. Pri podobnom lieku, *Xanaxe*,²⁹⁴ takéto prispôsobenie domácemu prostrediu nie je potrebné, preto *comprimé de Xanax* (s. 30) preložíme ako *tabletka Xanaxu*. Do vysvetlivky k exotizovanému prekladateľskému riešeniu môžeme doplniť, že ide o liek na liečbu úzkostných stavov a depresie.

V ďalších riadkoch sa budeme venovať cudzorodým prvkom patriacim do jazykovej špecifity. Na úvod si dovolíme poznamenať, že ich je, čo do kvantity, oveľa vyšší počet ako prvkov patriacich do materiálnej špecifity textu. Výraznú prevahu majú výrazy frankofónnej proveniencie. Pravdupovediac, kultúrne špecifický prvok, ktorý patrí do všeobecnej kultúry, je v nami vybraných kapitolách textu len slovo *sternum* (s. 14). Ide o pojem z anatómie, ktorý označuje *hrudnú kost*. Preto ho aj preložíme týmto spôsobom, nakoľko slovenčina disponuje ekvivalentom tohto výrazu.

K jazykovej špecifikke zaraďujeme aj vlastné mená, ktoré v preklade do slovenského jazyka odporúčame ponechať v pôvodnom francúzskom znení. Bude to pôsobiť autenticky. Tento mierne exotizujúci prvok vtiahne čitateľa do prostredia a atmosféry príbehu. Bezpochyby k jazykovej špecifikke patria aj frazémy a frazeologizmy. Tie môžu byť vo východiskovom a cieľovom jazyku

²⁹⁴ ADC.sk, 2022.

totožné, ale aj rozdielne. V Incardonovom románe nachádzame napr. *chair de poule* (s. 63), ktoré samozrejme neprekladáme doslovne ako *slepacia koža*, ale ako *husia koža*: ***Chair de poule sur tout le corps. – Husia koža po celom tele.*** V literárnom diele sa nachádza veľmi veľké množstvo prvkov subštandardnej variety jazyka vrátane nadávok a pejoratív. Časté je napríklad slovo *merde*. V texte sa nachádza až 58-krát. Jeho preklady je potrebné varírovať, neprekladat' automaticky ako *horvna/sračka, dočerta/dofrasa/dokelu* a mat' vždy na zreteli kontext. Ako teda prebehne procese translácie spojenia *les mouches à merde* (s. 15)? Prítomnosť tohto hmyzu sa v teste vyskytuje aj pod technickým latinským názvom *Lucilia caesar*. Podľa nášho názoru ide o príliš odborný výraz zrozumiteľný najmä zoológom. Na týchto miestach odporúčame použiť slovenský odborný výraz *bzyčivka zlatá*. Ide však o príliš jemný výraz na preklad *mouche à merde*. Zvolili by sme naturalizovaný preklad perifrastického charakteru, a to s obmieňaním v transláte slovných spojení *muchá, čo sadá na sračky/horná/rýkaly* alebo dokonca *muchá, čo sadá na mŕtvoly*. Vieme, že stupeň expresívnosti je nižší ako v slovenčine, avšak slová *mŕtvoly* alebo *sračky/horná/rýkaly* poukazujú na negatívne konotácie spojené s týmto druhom hmyzu. Na vysvetlenie častej frekvencie výrazu v čiernom románe doplníme len toľko, že ide o prvého svedka na mieste činu, pretože má oveľa lepší čuch na mŕtvoly ako psy.

U J. Incardonu sa výraz *merde* používa dokonca aj v spojení s nezdravým jedlom: *Avec des conserves, des saucisses sèches, des paquets de chips, des friandises, toute cette merde qu'elle a toujours refusé d'acheter à sa fille.* (s. 24) – *S konzervami, suchými párkami, balíčkami čipsov, maškrtami, všetkými tými sračkami*, ktoré vždy odmietala kúpiť dcére.; *Du filet, pas de la merde.* (s. 45) – *Filé, žiadnen hnus/sračka.* *Merde* v určitom kontexte môže byť preložené aj ako nesklonné prídavné meno *naprd*: *Marie sent bien que ces vacances, ça va être la merde.* (s. 48) – *Marie je už jasné, že tieto prázdniny budú naprd.* Od slova *merde* je odvodné aj podstatné meno *merdier* s významom *svinčik, bordel, srab*. Vo vybranom diele J. Incardonu sa objavuje len raz: *J'ai besoin de vous pour me sortir de ce merdier.* (s. 44). – *Potrebujem vás, aby ste ma dostali z tohto srabu.* V Najkratšom slovníku slovenského jazyka sa nachádza aj výraz *sranina*.²⁹⁵ Autori uvádzajú, že ide o novotvar, ktorý vznikol prekladom francúzskeho *merde* V. Marenčinom v diele A. Jarryho do slovenčiny. Záležitosť expresívnej lexiky v uměleckých textoch teda nie je len

²⁹⁵ Zelený a kol., 1991, s. 55.

otázkou súčasnej literárnej tvorby. My sa v rámci prekladateľských riešení k *sranine* neprikláňame, nakoľko ani po tridsiatich rokoch od vydania uvedeného slovníka toto slovo nie je udomácnené v slovnej zásobe slovenčiny. A nazdávame sa, že nie je ani blízke slovenskému čitateľovi.

Ďalším substandardným výrazom, ktorý sa objavuje vo vybranom texte, je *cul*, doslova *rit'*, *žadok*. *Mon cul.* (s. 16) nemôžeme preložiť doslovne. Vo všeobecnosti navrhujeme naturalizovaný preklad *To je čo za somarinu/volovinu?* alebo *Čistá volovina*. Do kontextu sa však nehodí, nakoľko v románe sa nachádza práve na mieste, kde je reč o hovädzom mäse, preto sa prikláňame k nasledujúcemu prekladateľskému riešeniu: *Trois hamburgers de boeuf bâché certifiés aux normes en vigueur. Mon cul.* – *Tri hamburgery z mletého hovädzieho mäsa, overeného podľa platných noriem. Čisté drísty.* V ďalšej vete ho prekladáme inou časťou tela: – *La moindre entourloupe et c'est direct à la maison avec une poursuite pénale au cul.* (s. 45) – *Najmenší prešlap a možeš ísiť rovno domov s trestným stíhaním na krku.* Originálnym výrazom je ***ras le cul***. Odporúčame naturalizované prekladateľské riešenie: *Ras le cul des maîtresses d'école, ras le cul de son engagement auprès du père Machin, des soirées de soutien aux sans-abri provoquant dans ses yeux ces flammèches d'excitation.* (s. 49) – ***Chce sa mu vracat'*** zo žávázkov k ***nemenovanému otcovi***, aj zo večierkov pre bezdomovcov, zo ktorých oči jeho ženy žiaria šťastím. Taktiež sa vo vete nachádza výraz *Machin*, ktorý označuje osobu alebo vec, ktorú nechceme pomenovať. Je to zaujímavý príklad jazykovej špecifity francúzskeho jazyka, odvodený od slova *machine* (*stroj*).

Substandardný výraz *cul* (*histoire de cul – chlípny vzťah*) (s. 51) sa v texte vybraného románu nachádza aj v jednej zloženej vete s frazémou *partir en couille* (s. 51), ktorému v slovenčine zodpovedajú expresívna *posrat' sa, podrbať sa*. Konkrétnie ich nájdeme v tomto kontexte: *Il pense que trop de choses sont parties en couille ces derniers temps : son boulot au fitness, ses cours du soir qui finissent en histoire de cul.* – *Myslí si, že sa veľa vecí v poslednom čase podrbalo:* práca vo fitness centre či večerné hodiny, ktoré skončili ***chlípnym vzťahom***. Podobný význam, ale menej expresívny, má hovorový výraz *bousiller* – *zbabrat'* (s. 51). Nájdeme ho vo vete *Il faut ralentir pour ne pas risquer de perdre le contrôle et de tout bousiller.* – *Treba spomalit', aby nestratil kontrolu a všetko nezbabral.* Toto sloveso nie je použité náhodne, naznačuje sujet prózy, nakoľko v iných kontextoch znamená aj *žabít', skántrit'*.

Trojica subštandardných výrazov *con/conne/connerie* má v slovenčine rôznorodé ekvivalenty. Ako prídavné meno figuruje v nasledujúcej vete: *Ses parents sont au bord de la rupture, elle n'est pas **conne**.* (s. 48) – *Vidí, že jej rodičia sú na pokraji rozhodu, nie je **sprostá**.* V ďalšom prehovore nájdeme dva výrazy z tejto trojice, raz figuruje vo funkcií prídavného mena a raz podstatného mena: *Maintenant, il regrette, c'était **con**, vraiment une **connerie** d'adolescent.* – *Teraz to ľutuje, bolo to **hlúpe**, ozajstná **obmedzenosť** pubertáka.* Uvedomujeme si, že preklad je až príliš doslovný, ale nevieme túto vetu preložiť inak a zachovať pritom význam. Primárny preklad *connerie* však nie je *obmedzenosť*, ale *hlúpost*, *sprostosť*: *Elle observe les gens, les trouve ridicules pour la plupart, songe à sa copine Solange, aux **conneries** qu'elles ont faites la semaine précédente.* (s. 52) – *Pozoruje ľudí, ktorí jej väčšinou prídu smiešni, predstavuje si kamošku Solange a všetky tie **sprostosti**, čo podnikli minulý týždeň.* *Con* ako podstatné meno môžeme preložiť ako *idiot*: *Il voit tellement de **cons**.* – *Viaára toľko **idiotov**.* Ženský pendant *conne* nám ponúka mnoho ekvivalentov: *kočka, kost', pipka*. Pozrime sa na ne vo vetách: *Il pense aussi qu'il ne veut plus que leur fille fréquente cette Solange ni toutes ces petites **connes** en train de bousiller des années d'éducation patiente.* (s. 51) – *Okrem toho sa nazdáva, že ich dcéra by sa už nemala stretávať so Solange a ani s inými **kočkami/kost'ami**, ktoré flákajú roky, kedy by sa malí vytrvalo venovali štúdiu.*; *Il a peur que Marie ne soit déjà devenue une petite **conne** s'habillant chez Héz'M.* (s. 51) – *Bojí sa, aby sa z Marie nestala **pipka** obliekajúca sa v Héz'M-ku.*

Aj francúzske slovo *bordeI* je polysémantické, a to je dôvodom otvárania bohatej škály prekladateľských riešení. Od tých vulgárnejších slov až po štandardnú slovnú zásobu: *Bordel, Sylvie, où es-tu passée ?* (s. 49) – *Do riti, Sylvie, kam si išla ?; Ce danger l'effraie et l'attire en même temps, cette idée sous-tend tout le reste, le grand **bordeI** du devenir femme.* (s. 53) – *Takéhoto nebezpečenstva sa bojí, no zároveň ju príťahuje, táto myšlienka je v pozadí všetkého ostatného, celého **zmätku/chaosu** z toho, že sa stávate ženou.*

V knihe je taktiež vysoká frekvencia výrazov ako *pute*, ktoré sa v texte nachádza až 29-krát a *putain*, ktoré detekujeme až 42-krát. Ide o zaujímavé výrazy subštandardnej variety jazyka s mnohorakým významom. *À trois cents kilomètres de là, le texto envoyé à Solange vient de lui parvenir : « grosse **pute** ».* (s. 55) – *Tristo kilometrov odtiaľ pride Solange esemeska: „**kurva**“.* Ide o prvotný význam slova. Jednou z nuáns *putain* je aj *prekliaty*, alebo dokonca *prekliate stelesnenie*: *Leurs erreurs te retombent dessus, alors que tu as fait attention, que tu es **la putain** de perfection sur cette planète.* (s. 64) – *Aj ked' si dával pozor, chyby iných padajú na Teba,*

aj keď si prekliatým stelesnením perfekcionizmu na tejto planéte. Nižší stupeň expresivity predstavuje výraz *salope*, ktorý sa bežne do slovenského jazyka prekladá ako *štetka*. Možné sú aj prekladateľské varianty *flandra* či *potvora*. Pozrime sa na stupňujúcu expresivitu hanlivých označení dievčaťa, ktorá nás vráti k už analyzovanému výrazu *conne*: *La salope. Solange salope. Grosse vache. Fille de conne.* (s. 54) – **Štetka Solange.** Riadna **krava.** **Sukina dcéra.** V knihe sa na viacerých miestach nachádzajú aj slovesá so sexuálnym podtónom, budť ich prekladáme priamo, doslovne alebo nepriamo, kde hľadáme iný ekvivalent, pričom zanechávame význam francúzskeho textu. *La plupart du temps, elle les suce ou elle se fait baiser.* – *Väčšinou im vyfajčí alebo sa nechá pretiahnut'*; *Le pire, c'est de se faire baiser à cause de la connerie d'autrui.* (s. 64) – Najhoršie je **nechat' sa dolapit'** kvôli **hlúposti** druhých. Viaceré expresívne prvky sa tak sústredia v jednej vete.

V rôznych spojeniach sa v literárnom diele vyskytuje aj sloveso *foutre*. Jeho ekvivalentmi sú vo všeobecnosti napr. slovesá *buchnúť*, *napchat'*, *udriet'*. U J. Incardonu ho nachádzame v nasledujúcich vetách: *Le monde peut aller se faire foutre.* (s. 25) – *Svet sa môže ísť dat' vypchat'.*; *Marc s'en fout.* (s. 49) – *Marc na to serie.*; *Tôt ou tard, la communication, ça vous fout dedans.* – *Skôr či neskôr ráis tie vaše reči dorazia.*, kde najde o priamy doslovny preklad. Hovorových slov je v texte vysoký počet, aj substantívnej – *bite*, *clope*, *Ritals* aj adjektívnej povahy *super cool*, *futé*. *Bite* znamená *vták* v zmysle mužského pohlavného údu: *La plupart du temps, il n'en a pas envie, mais c'est comme si sa bite était incluse dans le prix du fantasme d'un cours de body-sculpt.* (s. 51) – *Väčšinou na to nemá chut'*, ale je to akoby jeho **vták** bol súčasťou ilúzie o cene kurzu *body-sculpt*. *Clope* odporúčame preložiť jednoducho hovorovým výrazom *ciga*: *Il a envie d'une clope.* (s. 50) – *Má chut' na cigu.*

Pre slovenského prekladateľa je náročné, priam nemožné preložiť sémantický odtienok výrazu *Ritals*, ktorým sa v slangovej francúzštine²⁹⁶ označujú Taliani. Z tohto dôvodu sme výraz preložili len ako Taliani: *Je compte sur vous pour faire passer le message aux Ritals qui bossent en cuisine.* (s. 45) – *Počítam s vami, aby ste odovzdali správu Talianom*, ktorí makajú v kuchyni. Hovorový výraz *futé* znamená *ten, komu to páli*. V kontexte literárneho textu čierneho románu sme ho preložili trochu inak: *Marc n'est pas très futé.* *Pas complètement con non plus.* (s. 51) – *Marc nie je veľmi inteligentný.* *Ale ani úplný idiot.* Pri príkladoch

²⁹⁶ argot populaire, fr.

jazykovej špecifíky francúzskeho jazyka súčasného kriminálneho románu je možné pozorovať vysokú mieru naturalizácie. Je evidentná aj pri porovnaní s materiálnou špecifikou, kde sme sa veľakrát priklonili k exotizácii prekladu. Napriek tomu existuje v Incardonovom teste jeden výraz, kde sme sa priklonili k exotizácii prekladu, a to je ***super cool***. Preložili sme ho nasledovne: *La mère de Solange est super cool, jamais là pour tout dire.* (s. 49) – *Solangina mama je riadne cool, pravdopovediac, nikdy tu nie je.* V slovenskom teste kultúrne špecifické *cool* anglofónnej proveniencie pekne podčiarkuje slovník pubertiačky, ktorá je autorkou uvedeného prehovoru.

Záver

V priestore tejto štúdie sa nám podarilo identifikovať, zanalyzovať a navrhnuť prekladateľské riešenia kultúrne motivovaných výrazov vybraného čierneho románu švajčiarskeho pôvodu. Pri cudzorodých prvkoch materiálnej špecifíky z francúzskeho kultúrneho prostredia v dvoch tretinách prekladateľských riešení prevažuje metóda naturalizácie. Exotizujúcim prvkom je názov jedla *stejk* či názov oblasti *Aire des Campanules*. Čo sa týka cudzokrajných prvkov z angloamerického prostredia, nakoľko pre ne často absentujú ekvivalenty v slovenskom jazyku, ich prekladateľské riešenia (*hamburger, Bloody Mary, alkopop*) sú blízke originálu a prispievajú tak k tomu exotickému v cieľovom teste. Pri preklade cudzokrajných výrazov zo všeobecnej kultúry prevažuje metóda kreolizácie (*s teniskami Nike Air, Röhypnol*).

Výrazy jazykovej špecifíky pri takých odlišných jazykoch ako francúzština a slovenčina je nutné naturalizovať. Exotizáciu sme využili najmä pri zachovaní pôvodných mien literárnych postáv a pri anglicizme *cool*. Či už išlo o frazeologické spojenie alebo výrazy zo subštandardnej variety francúzskeho jazyka, ako napr. nadávky, argotický názov obyvateľov Talianska (*Ritals*), hovorové slovesá či prídavné mená, vždy sme sa priklonili k postupu naturalizácie.

Preklad, ktorý ponúkame, je tzv. naturalizujúci preklad. V nadväznosti na J. Vilikovského konštatujeme, že sa stáva nielen jazykovou, ale aj kultúrnou naturalizáciou.²⁹⁷ Domáce prvky v ňom prevládajú nad exotickými prvkami. Naturalizácia však nie je úplná a kde je to na mieste, odporúčame exotizáciu

²⁹⁷ Vilikovský, 1984, s. 153.

prekladateľských riešení. Veríme, že tento príspevok bude inšpiráciou pre budúceho slovenského prekladateľa J. Incardonu.

Problematika, ktorú sme načrtli, otvára aj ďalšie zaujímavé otázky, a to úskalia faux-amis, ktoré na prekladateľa číhajú vo východiskovom texte (napr. *soda*), či otázku prekladu subštandardných prvkov jazyka v texte umeleckej prózy.

©Lucia Ráčková

Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Slovensko

lucia.rackova@umb.sk

Literatúra

- 1) CÓMITRE NARVÁEZ, I. - VALVERDE ZAMBRANA, J.-M. 2014. How to translate culture-specific items: a case study of tourist promotion campaign by Turespaña. In: *The Journal of Specialised Translation*, 2014, č. 21, s. 71-112.
- 2) DALZELL, T. – VICTOR, T. 2008. *The Concise New Partridge Dictionary of Slang and Unconventional English*. New York: Routledge (CNPDSUE), 2008. 744 s. ISBN 978-0415212595.
- 3) Flic. In: *La langue française*. [online]. [cit. 2022-01-17]. Dostupné na:
- 4) <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/flic#1>
- 5) GROMOVÁ, E. 2003. *Teória a didaktika prekladu*. Nitra : UKF, 2003. 178 s. ISBN BO-8050-587-X.
- 6) INCARDONA, J. 2015. *Derrière les panneaux, il y a des hommes*. Le Bouscat: Finitude, 2015. 288 s. ISBN 978-2363390547.
- 7) LINGEA. 2009. *Francúzsko-slovenský slovensko-francúzsky veľký slovník nielen pre prekladateľov*. Bratislava: Lingea, 2009. 1355 s. ISBN 978-80-89323-25-8.
- 8) MEŠKOVÁ, I. 2016. Kultúra prekladu v médiach – vulgarizmy v televíznych filmoch a seriáloch. In: *Cudzie jazyky a kultúry v teórii a praxi = Foreign languages and cultures in theory and practice : zborník z medzinárodnej vedeckej konferencie Cudzie jazyky a kultúry v teórii a praxi (21. – 22. apríl 2016)*, Banská Bystrica. Eds. Eva Höhn – Peter Poliak ; rec. Genovaité Kačiuškiené, Anna Butašová, Ľudmila Mešková. Banská Bystrica : Filozofická fakulta UMB, 2016, s. 266-278. ISBN 978-80-557-1188-1.
- 9) NIDA, Eugene Albert. 1996. *The Sociolinguistics of Interlingual Communication*. Brusel: Éditions du Hazard, 1996. 118 s. ISBN 2-930154-00-4.
- 10) POPOVIČ, A. 1975. *Teória uměleckého prekladu. Aspekty textu a literárnej metakomunikácie*. Bratislava: Tatran, 1975. 293 s.
- 11) SCHMITT, F. 2012. La culture: un concept totalisant. In: *Expressions culturelles et Identités européennes*. Bruxelles: De Boeck, 2012, s. 211-224. ISBN 978-2-827-3563-2.
- 12) STACHURSKA, A. 2018. Cultural portrayal of tart as emerging from English Lexicography./ K vybraným lexikografickým otázkam pojmu tart. In : *Skúsenosť inakosti/Experience of Otherness. Osobná a politická identita v kultúre, literatúre, preklade a humanitných vedách. Personal and Political Identity and its Reflection in Culture, Literature, Translation and Humanities*. Eds. Jana Javorčíková – Eva Höhn. Bratislava : Z-F Lingua, 2018, s. 314-323. ISBN 978-80-8177-050-0.

- 13) TELLINGER, D. 2016. Čas a kultúrny priestor v preklade (na počest Branislava Hochela 1951 - 2015). In: *World Literature Studies*, 2016, vol. 8, s. 49-60.
- 14) VILIKOVSKÝ, Ján. 1984. *Preklad ako tvorba*. Bratislava: Slovenský spisovateľ, 1984. 234 s.
- 15) Xanax. In: *ADC.sk* [online]. [cit. 2022-02-07]. Dostupné na:
- 16) <https://www.adc.sk/databazy/produkty/detail/xanax-0-5-mg-705699.html>
- 17) ZÁZRIVCOVÁ, M. 2021. Quand la force du roman noir repose sur sa langue. In: *Aktuálne spoločenské problémy v súčasnom kriminálnom románe na príklade textov z nemeckej, francúzskej a slovenskej jazykovej oblasti*. Prešov: Filozofická fakulta, 2021, s. 209-229. ISBN 978-80-555-2787-1.
- 18) ZÁZRIVCOVÁ, M. *Obraz rodiny v čiernom románe Josepha Incardonu Derrière les panneaux il y a des hommes*. In: Rodina ako spoločenský problém v súčasnom švajčiarskom a slovenskom kriminálnom románe. Prešov: Prešovská univerzita, 2022, s. 49-83. ISBN 978-80-555-2886-1.
- 19) ZELENÝ, A. a kol. 1991. *Najkratší slovník slovenského jazyka*. Bratislava: Archa, 1991. 78 s. ISBN 80-7115-020-7.

PREKLAD AKO TRANSKULTÚRNA KATEGÓRIA²⁹⁸

TRANSLATION AS A TRANSCULTURAL CATEGORY

Anita Hut'ková

Abstract

The paper is based on the perception of transculturalism as a current phase of cultural turn and, against the background of the concepts of transnationalism, identity, globalization and hybridization, reveals interferences and penetrations in the humanities, resp. social sciences, pointing in particular to functional complementarity in translation and cultural theories and research. Translation (transdisciplinary use) is becoming a key transcultural category. The article also draws attention to the "shifts" in the content of the term translation and refers to the need to recontextualize this new concept (perception of translation as a transcultural category).

Keywords: translation, transculturality, cultural turn, hybridity, globalization

Úvod

Už niekoľko desaťročí sa v spoločenských i humanitných vedách operuje pojami transkultúrnych perspektív, ktoré prekonali idey multikultúrneho „miešania“ a interkultúrnych stretov. Jedným z termínov, ktorý sa vďaka svojej metaforickej podstate (a výbornej adaptabilite) zaradil medzi oporné kategórie transkultúrneho uvažovania, sa stal preklad. Napriek tomu, že ide primárne o translatologický termín odkazujúci na jednu z dvoch základných foriem translačnej komunikácie, a to konkrétnie na písomnú podobu translácie (oproti ústnej forme: tlmočeniu), pojem sa bezproblémovo zahniezdil i vo sfére kulturológie. Pracujú však obe výskumné oblasti skutočne s tou istou kategóriou? Na tomto mieste treba objektívne konštatovať, že – vzhľadom na aktuálnosť skúmaného javu a absenciu časového odstupu, ktorý je potrebný pri generalizácii, systematizácii a hierarchizácii získaných údajov

²⁹⁸ Štúdia je výstupom z projektu Vega č. 1/0214/20 *Slovensko-talianiske medziliterárne vzťahy po roku 1989 v kontexte prekonávania recepčnej tradície a vzniku nových recepčných modelov a Jean Monnet Module: Cultural transfer in the United Europe: differences, challenges and perspectives*, 611357-EPP-1-2019-1-SK-EPPJMO-MODULE.

a relevantných postojov – nemožno v štúdii ponúknut' konečné stanovisko, pertraktovaná téma je stále predmetom diskusií. Translatológia, podobne ako mnohé iné disciplíny (kulturológia, sociológia, filozofia, literárna veda atď.), sa nachádza v stave diskurzu, deskripcie a evalvácie konkrétnych existenčných foriem transkulturnality, resp. transkulturnalizmu²⁹⁹. Týka sa to aj terminologického presahu kategórie prekladu do iných vedeckých oblastí.

Translatologické výskumy a teórie spojené s fenoménom transkulturnality sa odvíjajú od tzv. *cultural turn* (kultúrneho obratu), rozvinutia postkoloniálnych úvah a aplikovania transnacionálnych javov. Nanovo definujú pojmové koncepcie a vzájomné vzťahy kultúry, identity, hybridity, moci, interferencie, mediácie a prenosu/transferu. Spoločným menovateľom je globalizácia a zvýšená migrácia.

Prekonané tradície

Pri uvažovaní o preklade sa v translatológii môžeme opriest' o viaceré rámce. Tie prvotné odzrkadľujú snahu o systematické uchopenie, deskripciu, preskripciu a normatívne vymedzenia. Spomeňme napr. Jakobsonovo členenie na interlingválny, intralingválny a intersemiotický typ prekladu, resp. dobovo podmienené vnímanie jednotlivých funkcií prekladu, napr. ako prostriedku reprodukcie či nástroja na budovanie národného programu, resp. posilňovanie národného povedomia a pod. Konkrétne funkcie prekladu sa zvyčajne opierali o normy – normatívne koncepcie jazyka, národa, autorstva, literárneho kánonu, ale aj mocenskej ideológie atď. Túto normatívnu tradíciu spomína už Humboldt (1816), ktorý preklad vníma ako nástroj na kultivovanie, rozvoj či pestovanie vlastnej reči, literatúry a umenia (*translation*

²⁹⁹ Pojmy transkulturnalita a transkulturnalizmus sa v odbornej literatúre používajú zväčša v rovnocennom zastúpení. Transkulturnalita reprezentuje dominantnú podobu súčasnej kultúry, širší jav, ktorý zasahuje napr. aj do literatúry (*transcultural literature*, porov. napr. Welsch, 1999, Dagnino, 2013). Vzhľadom na skutočnosť, že ide o nový literárny a filozofický smer, evidujeme v odborných prácach aj pojem so systémovou koncovkou –izmus (spolu s globalizmom, multikulturalizmom a pod., Lewis, 2002). Zaujímavý príspevok k téme predstavuje štúdia Lennarta Branda (2016), ktorý upozorňuje, že väčšina vedeckých prístupov sa pokúša vymedziť relácie medzi transkulturnalitou a transnacionalitou na pozadí marxizmom inšpirovanej egalitárskej idey (z polovice 20. storočia). Brand upozorňuje, že je ľahké aplikovať staršie interpretácie transkulturnality v ideologickej neutrálnych kontextoch; a tiež na skutočnosť, že starší význam transkulturnality je príliš úzky na to, aby pojel taký široký fenomén, akým je nedávny proces globalizácie. Prikláname sa k autorovi v tvrdení, že aktuálnosť a aplikovateľnosť prístupu z polovice minulého storočia na čosi, čo sa zrodilo v posledných dekádach, je nevyhnutne limitované.

as cultivation)³⁰⁰. V podobnom *modus vivendi* sa k prekladaniu pristupovalo aj v slovenských reláciách, a to najmä v období romantizmu a realizmu.

Preskriptívne, deskriptívne, primárne lingvistické, resp. binárne štrukturalistické funkčné prístupy v translatologických koncepciách mali svoje dejinné opodstatnenie. Aspekt kultúry bol však v preklade vždy prítomný. Zväčša išlo o jednotlivosti – cudzie prvky, ale aj kultúrne podmienené štylistické osobitosti, jedinečnosť žánrovej identity a pod., ktoré prekladateľ vysvetľoval, ponechával, nahradzal či inak prispôsoboval cieľovému publiku. Kultúrny zreteľ postupne vytláčil dominanciu jazykových a textových otázok v procese translácie a zaujal koncepčne strategickú pozíciu. Je však zrejmé, že neexistuje ostrý rez medzi kultúrnym a „obyčajným“ prekladom, pretože ešte aj lingvistické kategórie slúžiace na definovanie prekladu sú viac než (iba) jazykové.

Od kultúrneho obratu k transkultúrnym horizontom

Tzv. kultúrny obrat v translatológií evidujeme od 80. rokov 20. storočia, pričom sa preklad orientovaný „na text“ presunul na preklad „kultúry“³⁰¹. Prízvukovanie daného javu možno badať aj v marginalizácii translatologických termínov originál, ekvivalencia, vernosť a pod., ktoré boli nahradené novými kategóriami ako „kultúrna reprezentácia, transformácia, premiestnenie, diskontinuita, kultúrne rozdiely, moc.“³⁰² V prebiehajúcej diskusii o koncepte kultúrneho prekladu sa opäťovne otvárajú otázky o relevantnosti, koherencii, primeranosti a uplatniteľnosti takéhoto konceptu, ako aj stanoviská, ktoré sa zaoberajú jeho obhajobou alebo úplným zamietnutím.

Korene „kultúrneho prekladu“, ako na to upozorňujú Buden – Nowotny (2009), možno nájsť už v eseji W. Benjamina (1923/1992) *The task of translator*, ktorá medzi prvými spochybnila myšlienku binarizmu v translatológií. Benjamin na ilustrovanie vzťahu medzi originálom a prekladom využíva metaforu dotyčnice, ktorá sa dotýka kruhu (originálu) v jedinom bode, a potom si už sleduje vlastnú cestu. Ani originál, ani preklad, ani jazyk originálu, dokonca ani jazyk prekladu nie sú fixnými, stabilnými kategóriami, neustále sa menia v čase a priestore. Táto zásadná Benjaminova

³⁰⁰ Humboldt, 2016 in Buden – Nowotny, 2009.

³⁰¹ Používajú sa aj pojmy textovo-orientovaný a kultúrne-orientovaný preklad.

³⁰² Bachmann-Medick, 2009, s. 5.

myšlienka, spochybňujúca obsah pojmu originál, sa stala podstatou teórie dekonštruktívizmu. Z rovnakého princípu dekonštrukcie vychádza aj koncept kultúrneho prekladu, zastúpený postkoloniálnou teóriou H. Bhabhu (1990, 1994), ktorej pôvodnou motiváciou bola kritika ideológie multikulturalizmu ako homogénnych spoločenstiev. Multikulturalizmus si vytvoril vlastný koncept kultúrneho prekladu, tzv. interkultúrny preklad. Bhabha (1994) navrhuje koncept tretieho, akéhosi hybridného priestoru, v ktorom klasické binárne koncepty nemožno uplatniť³⁰³. Pohyby a strety v tomto priestore sú viacúrovňové, mnohotvárne a bránia sa zjednodušeným nazeraniam či zovšeobecňujúcim zaradeniam. Bhabha zároveň formuluje relevantnú ideu negociácie, ktorá vedie ku kultúrnemu prekladu reprezentujúcemu jediný spôsob ako zmeniť svet. O danú ideu sa opiera napr. S. Bassnett (2002) zdôrazňujúc, že „preklad [...] je negociačným procesom medzi textami a kultúrami, v ktorom sú všetky typy vykonaných transakcií sprostredkovane cez postavu prekladateľa“³⁰⁴. Zároveň navrhuje používať translačnú teóriu (translatológiu) ako všeobecnú teóriu translácie, v závislosti od špecifických translačných úkonov a negociácií kultúrnych sprostredkovateľov. Cez Bhabhov koncept kultúry ako prekladu (1994) sa *preklad* zaradil medzi kľúčové transnacionálne kategórie kozmopolitizmu. Tvorba, resp. konštituovanie svetovej kultúry sa tak stáva „nikdy nekončiacim procesom transkultúrnej translácie“³⁰⁵.

Transkulturalizmus a translatológia: východiská

Transkultúrne hnutie sa vyvíja v napäti medzi dvoma komplementárnymi aspektmi postmoderného myslenia: multikulturalizmom a dekonštrukciou.³⁰⁶ Epstein vidí éru transkulturalizmu v pozitívnej, konštruktívnej dekonštrukcii a v multikulturalizme bez determinizmu. Transkultúra tak reprezentuje ďalší vývinový stupeň v pokračujúcom hľadaní slobody zbavenej akejkoľvek determinácie (prirodzenej i kultúrnej).³⁰⁷

Filozofický a kulturologický pôdodorys pojmu nachádzame v koncepte transkultúry ako modelu kultúrneho vývinu predstavujúceho alternatívu pre

³⁰³ K hybridite porov. Bohušová – Hučková, 2016.

³⁰⁴ Bassnett, 2002, s. 6 in Doris Bachmann-Medick, 2009, s. 5.

³⁰⁵ Butler, 2002, s. 49 – 50 in Bachmann-Medick, 2009, s. 7.

³⁰⁶ Epstein, 2009.

³⁰⁷ Epstein, 2009.

globalizmus a izolovaný pluralizmus (porov. Epstein 2009, Welsch 1999 a i.).

Ide o novú podobu kultúrneho vývoja, ktorá presahuje hranice tradičných kultúr (etnické, národné, rasové, náboženské, rodové, profesionálne a i.) a je budovaná na princípe interferencie. Transkultúru možno vnímať ako spôsob expandovania „cez hranice našej etnickej, profesionálnej, lingvistickej a iných identít na novú úroveň neurčitosti a virtuality. Hybridizácia je skôr iba elementárnu formou transkultúrnej existencie“³⁰⁸, v ktorej dve kultúrne identity splynú v jednu.

Transkulturalizmus teda preberá pochodeň od multikulturalizmu a dominanciu jedného kánonu opúšťa v prospech diverzity kultúr, postupuje však ešte ďalej, až k diverzite jedincov, prekročiac ich rigidné kultúrne identity³⁰⁹. Transkultúrny model vysvetľuje Epstein cez pojmy opozície a identity, ktoré vníma ako „komplementárne podoby sociálnej existencie“.³¹⁰ Nepodporuje sa tu separácia, ale výmena a interakcia. „Nie sú identity ani opozície (protiklady) - iba konkrétnie a viacnásobné diferencie (odlišnosti)“³¹¹, ktoré sú výsledkom transkultúrnych networkov.³¹² Welsch (1999) považuje koncept transkulturality za najadekvátnejší pre súčasnú kultúru, pretože nové transkultúrne identity obsahujú kozmopolitné i lokálne komponentny zároveň.

Transkulturalita je dôsledkom hlbšej (skrytej) diferenciácie a komplexnosti moderných kultúr, podporená externým networkingom (sietou vzťahov medzi kultúrami na najrôznejších úrovniach) posilňujúcim globalizáciu. Napr. globálne zosietovanie komunikačných technológií robí dostupnými akékoľvek informácie, a to z ktoréhokoľvek miesta v priestore. Vo filme Luca Bessona *Lucy* (2014), hlavná hrdinka vyslovuje zaujímavú myšlienku: *priestor už nie je veličina, jediná relevantná veličina je čas!* V rovnakej chvíli môžeme byť na tisícach miest na svete. Odteraz už nič nie je ďaleko a odteraz už nič nie je absolútne cudzie.

Pre naše kultúrne formácie sa stala rozhodujúcou rozmanitosť a mnohoúrovňovosť kultúrnych vzťahov, pričom kultúry sú vo všeobecnosti charakterizované cez hybridizáciu. Samotné kultúrne determinanty sa stali

³⁰⁸ Epstein, 2009, s. 343.

³⁰⁹ K téme porov. napr. Pecníková – Slatinská, 2014.

³¹⁰ Epstein, 2009, s. 347.

³¹¹ Epstein, 2009, s. 350.

³¹² Welsch, 1999.

transkultúrnymi. Na fakt, že dnes je v interných reláciách kultúr viac cudzostí než v externých vzťahoch s inými kultúrami, poukazuje aj Cronin (2006) cez pojem *mikrokozmopolitizmu*.

Teoretici (napr. Welsch 1999, Cronin 2003 a i.) sa stotožňujú s tvrdením, že koncepcie kultúry nie sú iba deskriptívnymi konceptmi, ale aktívne participujú na formovaní kultúrneho života, sú teda operatívnymi konceptmi³¹³. Welsch (1999) považuje koncept transkulturnality za najadekvátnejší pre súčasnú kultúru, pretože nové transkultúrne identity obsahujú kozmopolitné i lokálne komponentny zároveň.

Globalizácia a/ako preklad

Globalizácia sveta apeluje na potrebu zvýšenej pozornosti v procesoch mediácie a v otázkach transferu. Preklad sa totiž na jednej strane stáva predpokladom pre globálne výmenné vzťahy³¹⁴, na druhej strane je to médium osobitne zodpovedné za odkrytie kultúrnych rozdielov a mocenskej nerovnováhy.³¹⁵

O decentralizácii globálneho procesu a agensovo-orientovanom pohľade na globalizáciu pojednáva Cronin (2003) vo svojej monografii *Globalizácia a preklad*. Globalizáciu nepocitujú ľudia v rôznych častiach planéty v rovnakom čase alebo rovnakým spôsobom. Ovplyvňuje ju kontext viacnásobnej modernity, preto je podľa autora správnejšie hovoriť *o globalizácii ako preklade* (než globalizácií a preklade). „Neexistuje iba jeden model globalizácie. [...] Preklad nie je iba vedľajším produkтом globalizácie“³¹⁶. Je integrálnym a aktívnym participantom tvorby daného fenoménu. Preklad umožňuje obyvateľom globálneho spoločenstva dosiahnuť „bottom-up localization“³¹⁷ a prostredníctvom nej napredovať v aktívnom formovaní vzťahov a sietí.

³¹³ Podobne ako spomínaný networking, ktorý je na jednej strane dôsledkom globalizačných tendencií, a na strane druhej sa na samotnom formovaní globalizácie veľmi aktívne podieľa.

³¹⁴ Cronin (2003) používa pojem „global translatability“, ktorý zahŕňa akúkoľvek globálnu „prekladovosť“ či preložiteľnosť.

³¹⁵ O vzťahu globalizácie, resp. globalizačných tendencií a cudzích jazykov (v užšom zmysle k prekladu) porov. štúdiu Ivana Šušu (Šuša 2011, s. 235), v ktorej rieši vzájomný vzťah uvedenej dichotómie.

³¹⁶ Cronin, 2003, s. 34.

³¹⁷ Cronin, 2006.

Klúčová transkategória: preklad

Čo sa týka prekladu ako translatologickej kategórie, treba zdôrazniť fakt, že preklad mal (až donedávna) akýsi univerzálny štatút, ktorého podstatou bol najmä jednosmerný prenos údajov, bezproblémový proces transkódovania³¹⁸, teda transfer (pri umeleckých textoch sa operuje pojmom reprodukcia). Kultúrny obrat pripomienul potrebu dialógu a obojstranneho obohacovania. „Kultúrny preklad (ak existuje) je vždy, potenciálne, obojsmerný proces.“³¹⁹ Paralelne sa objavuje aj vnímanie prekladu ako konfliktu, ktoré súvisí s viacrozmernosťou textov, jazykov, kultúr, a pramení v paradigmách kultúrnej hegemonie. Mocenské vzťahy, ktoré stoja v pozadí každého kultúrneho stretu spôsobujú, že procesy akulturácie, transkulturácie alebo kultúrneho prekladu „sú všeličím, len nie obojsmerným pohybom.“³²⁰

Ukazuje sa, že vymedzenie transkategórie prekladu vychádza z vnímania metaforickej podstavy tohto pojmu. Ako však dokazuje J. C. Young (2010), preklad nikdy neznamenal iba prekladovú „správnosť“ a neobmedzoval sa na hľadanie ekvivalentu či transfer medzi jazykmi. Vo svojej štúdiu uvádza, že preklad/prekladanie³²¹, vyjadrujúce výsledný produkt i proces translácie, sa v slovníkoch nachádza už od r. 1300. Sémantický rozsah danej lexikálnej jednotky sa v priebehu storočí rozširoval, obohacoval a menil. Napr. preklad ako transfer z jedného média alebo formy do iného média (napr. maľby) zachytáva slovník z r. 1588. Preklad v interligálnom (jakobsonovskom význame), teda ako prenos významu bol prvýkrát evidovaný v r. 1538³²². Hoci termín kultúrny preklad nie je zachytený v slovníku ako samostatný termín, možno ho vnímať ako rozšírenie významu sledovaného pojmu preklad. Young (2010) vo svojich úvahách ústi k tomu, že preklad nikdy neboli definovaný jediným unitárnym významom. Pokus o jeho obmedzenie v definitívnom „správnom“ výklade (ako sa o to usiluje translatológia), je teda spojené s predpokladom, že preklad existuje ako nejaká všeobecná, univerzálna vec, že existuje preklad v univerzálnom význame slova. Upozorňuje tiež na skutočnosť, že translatológovia sú zväčša europocentrickí a pracujú s doslovným významom pojmu (pohybovat' sa

³¹⁸ Cronin, 2009.

³¹⁹ J. C. Young, 2010, s. 358.

³²⁰ Carbonel i Cortés, 2010, s. 102.

³²¹ V angličtine *translation*.

³²² Young, 2010, s. 358 – 359.

„cez“), ktorý nekoreluje s ekvivalentmi tohto pojmu v iných jazykoch. Tie prízvukujú napr. mediáciu alebo odlišnosť. Uvedený europocentrický predpoklad, že *translation*, *traduction*, *Übersetzung*, *fordítás* etc. sú ekvivalenty, že sa prekrývajú v obsahu, a preto ich môžeme prediskutovať pod anglickým *translation*, vedie k nesprávnym záverom. Autor sa preto prikláňa k názoru, že „preklad sám osebe je nepreložiteľný termín.“³²³

Faktom zostáva, že „multilingválne kontexty a multilingválne formy komunikácie volajú po nových spôsoboch myslenia o transfere a nových spôsoboch, v rámci ktorých sú jazykové vzťahy limitované proximitou diferentnosti.“³²⁴

Translational turn³²⁵

Aktuálny „obrat“ (tzv. translational turn) sa odohráva na troch úrovniach.

1. Preklad ako kontextualizácia. Prvá úroveň zachytáva posun od prekladu textu k prekladu kultúry, resp. od prekladu z jazyka k pragmatickým činiteľom prekladového transferu. Kultúrna kontextualizácia v preklade podporuje „spájanie menších častí textu (symboly, naratívne modely, komunikačné situácie a ī.) do širších, kultúrne špecifických a historických vzorcov myслenia a signifikácie.“³²⁶ Zároveň sa však kultúrna kontextualizácia stále opiera o postupy a pozície textového prekladu, pretože nikdy sa neprekladá celá kultúra.
2. Druhá rovina uchopuje obrat cez epistemologické impulzy. Na pozadí skresleného europocentrického vnímania univerzálnosti (transkategórie) prekladu pripomína, že aktuálne transkultúrne prístupy nemôžu prežiť bez rekonceptualizácie prekladu prichádzajúcej zvonka (mimo Európy). Práve „nezápadné“ koncepcie prekladu jasne odkazujú na „*translational turn*“ – obrat v preklade.
3. Tretia úroveň zachytáva vývoj privlastňovania a transformácie v prekladateľsky orientovaných prístupoch, ktoré sú v súčasnosti prítomné takmer vo všetkých humanitných a spoločenských vedách a

³²³ Young, 2010, s. 359.

³²⁴ Simon, 2009, s. 209.

³²⁵ Pojem vo význame obratu „k prekladu“ použila a následnú stratifikáciu načrtla D. Bachmann-Medick (2009).

³²⁶ Bachmann-Medick, 2009, s. 5.

vyústujú do kritickej predstavy „humanitných vied ako translatológie.“³²⁷ Viacerí autori (Chesterman, 2010, Cronin, 2003, Young, 2010, Tymoczko, 2010, Bachman-Medick, 2009 a ī.) zdôrazňujú, že štúdium globálnych translačných procesov si nárokuje reflexiu v historickej dimenzií.

Záver

Preklad je otvorený transnacionálnej kultúrnej praxi, čo sa však v žiadnom prípade neobmedzuje na binárne vzťahy medzi národnými jazykmi, literatúrami či národnými kultúrami.³²⁸ Uvedené rozšírenie horizontu prekladu predstavuje výzvu pre translatologické disciplíny i pre iné humanitné a spoločenské vedy, obzvlášť pre kultúrne štúdiá.

Translatológia v kontexte transkulturnalizmu, resp. v reflektovaní aktuálneho obratu v preklade (translational turn), poukazuje na potrebu identifikácie zmeny v koncepte kultúrneho prekladu (vo všetkých vedeckých oblastiach). Aj keď je stupeň zhody u hlavných iniciátorov konceptu kultúrneho prekladu zjavne vysoký, vždy išlo o dočasné, provizórne a nekomplexné dohody³²⁹. Navrhuje sa začať analýzou vágnych pojmov (transfer, mediácia, metafora a pod.) a najdôležitejšími sférami výskumu – napr. reinterpretáciou globálnych kultúrnych stretov, prepracovaním akademických prístupov a uplatňovaných výskumných praktík³³⁰. To by mohlo byť zároveň konštruktívne pri uvažovaní o interdisciplinarite a transdisciplinarite v kontexte prekladu. Porovnajme napr. lexičkálny výraz „kultúrny preklad“ a príbuzné (rozšírenejšie) spojenia „cross-cultural translation alebo cross-cultural transfer.“³³¹ Pri hľadaní sémantických prienikov transkulturnej a translatologickej oblasti sa ako pomôcka natíska predpona „trans“. Predpona skutočne naznačuje isté sémantické korelácie sledovaných pojmov, napr. prekračovanie hraníc, jazykov, prestupovanie kultúr, prekonávanie bariér, premiestňovanie sa v doslovnom i obraznom význame a pod. Avšak, ako upozorňuje M. Tymoczko³³², extenzia

³²⁷ Bachmann-Medick, 2009, s. 5.

³²⁸ Bachmann-Medick, 2009, Welsch, 1999, Epstein, 2009.

³²⁹ D'halst, 2010.

³³⁰ Porov. Bachmann-Medick, 2009; Simon, 2009; D'halst, 2010.

³³¹ D'halst, 2010, s. 354.

³³² 2010, s. 108.

konkrétneho významu prekladu spojenia „carrying across“ čiže preniesť cez (trans-), pribudla pri pojme prekladu ako medzijazyková textová transpozícia na konci stredoveku, pravdepodobne s cieľom odlišiť štandardný preklad od prekladania do dialektov. Vymedzenie prienikov cez uvedenú podobnosť sa tak ukazuje ako zjednodušené a povrchné.

Nebezpečenstvo daného prístupu predstavujú aj terminologické kolízie obsahového naplnenia sémantiky predpony *trans-* v termínoch jednotlivých odborov, pretože sú často nesúrodé a nekompatibilné. Napriek tomu, že sledovanie pojmov si nárokuje interdisciplinárny prístup, preberanie pojmov a ich aplikácia, resp. prispôsobenie inej vednej oblasti si vyžaduje dôslednú analýzu a argumentáciu. Navyše, v translatologickej práciach písaných v anglickom jazyku sa uprednostňuje predpona *cross-*.

Prihliadať treba i na napätie obsiahnuté v translačných vzťahoch privlastňovania, transformácie a konfliktu. I tieto javy možno užitočne vysvetliť a aplikovať v rámci iných vedných disciplín (preniesť ich z metaforického konceptu, resp. čisto translatologickejho priestoru).

Problématickým sa javí aj fakt, že koncept kultúrneho prekladu sa používa viac než v jednom kontexte. Príkladom by mohla byť fyzická verus diskurzívna alebo textová migrácia. Dané kontexty potenciálne vstupujú do zložitého transferu, pri ktorom ich miešanie môže viest k ambigue a neadekvátnym riešeniam.³³³ Stáva sa to napr. pri textovom znázornení migrácie, ktoré sa stane metaforickým alebo metonymickým manifestom v literárnej alebo inej umeleckej produkcií druhej a tretej generácie migrantov³³⁴. Interpretácia sa viaže aj na model prekladu ako spoločenskej udalosti (*translation as a social action*) odvájajúcej sa od skúseností, prežitých udalostí a obmedzení subjektu alebo objektu pri preklade a vlastnom preklade (*self-translation*).³³⁵

Diskurz sa týka aj metodiky, resp. postupov, ktorými budú získané informácie (historické štruktúry a analýzy) spracovávané a prenášané z rôznych vedeckých oblastí do spoločného konceptu. Pôjde o diskurzívnu, tematickú, kontextovú analýzu; zdroje informácií budú homogénne, alebo sa

³³³ D'hust, 2010, Chesterman, 2010, Young, 2010 a i.

³³⁴ Porov. D'hulst, 2010, s. 355; Bariaková – Kubealaková (eds.), 2019; Németh – Roguska (eds.), 2018 a i.

³³⁵ Bachmann-Medick, 2009.

k nim pridajú iné typy – napr. diskusie, rozhovory s vedcami, prekladateľmi a inými aktérmi transkultúrnej komunikácie a pod.³³⁶

Paralelne s metodológiou sa aktivuje aj potreba vytvorenia vedeckého metajazyka formovaného v interakcií praxe (jednotlivých disciplín) a interdisciplinárnych výpožičiek. Spoločný metajazyk by mal reflektovať historické významy termínov ako originál, preklad, kultúrny, inovatívny, revolučný, sekundárny, prekonaný, zastaraný a pod. Funkčná komplementarita pojmov by zároveň napomohla zachyteniu dejinného rozmeru koncepcie kultúrneho prekladu. Medzi teoretikmi však prevláda skepsa o jednotnom postupe či ochote formovať jednotnú (a jedinú) koncepciu, keďže mnohé zo zainteresovaných vedeckých disciplín vnímajú problematické aspekty z väčšej vzdialenosťi – napr. antropológia, etnografia a pod.³³⁷

Tieto otázky ostávajú otvorené voči ďalším diskusiám a perspektívam. Transkulturnalita je súčasnosťou a kategória prekladu reprezentuje jej relevantnú podstatu, t. j. je substanciou transkulturnality – je ňou tvorená a sama ju tvorí i definuje. Faktom tiež ostáva, že napriek obsahovým divergenciám a dejinnému či vývinovému rozširovaniu vlastnej sémantiky preklad stále patrí primárne do pojmoslovia translatológie. Iba v spoločnom diskurze s humanitnými a spoločenskovednými disciplínami, reflektujúc nové paradigmy myslenia, reality a kultúry v širokom význame slova, sa môže preklad oprávnene povýsiť na kľúčovú kategóriu transkultúrnej koncepcie.

©Anita Hrušková

*Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Slovensko
anita.hutkova@umb.sk*

³³⁶ D'huist, 2010.

³³⁷ Lieven D'huist, 2010 Tymoczko, 2010.

Literatúra

- 1) BACHMANN-MEDICK, D. 2009. Introduction: The translational turn. In: *Translation Studies*. ISSN 1478-1700, 2009, roč. 2, č. 1, s. 2-16.
- 2) BARIAKOVÁ, Z. – KUBEALAKOVÁ, M. (eds.) 2019. *Literárne podoby migrácie*. Bratislava : ARThur, s. r. o. 2019. 386 s. ISBN 978-80-8207-049-4.
- 3) BENJAMIN, W. 1923/1992. The task of the translator. In: *Theories of translation. An anthology of essays from Dryden to Derrida*. Chicago : University of Chicago Press, 1992. s. 71-82. ISBN 978-0226048710.
- 4) BHABHA, H. K. 1990. Introduction: Narrating the nation. In: *Nation and narration*. London: Routledge, 1990. s. 1-8. ISBN 9780415861885.
- 5) BHABHA, H. K. 1994. *The location of culture*. London : Routledge. 1994. s. 444. ISBN 9780415016353
- 6) BRAND, L. 2016. Interrelated? Transculturality and Transnationality. In: *Transcultural Caravan*. [online]. [cit. 2021-05-12]. Dostupné na: <https://transcultural-caravan.org/all-posts/interrelated-transculturality-and-transnationality/>
- 7) BUDEN, B. – NOWOTNY, S. 2009. Cultural translation: An introduction to the problem. In: *Translation Studies*. ISSN 1475-1700, 2009, roč. 2, č. 2, s. 196-208.
- 8) CARBONELL I CORTÉS, O. 2010. Translation Stude Forum: Cultural translation. Response. In: *Translation Studies*. ISSN 1478-1700, 2010, roč. 3, č. 1, s. 99 – 103.
- 9) CRONIN, M. 2003. *Translation and globalization*. London and New York : Routledge, 2003. 208 s. ISBN 0-415-27064-2
- 10) CRONIN, M. 2006. *Translation and Identity*. London and New York : Routledge, 2006. 166 s. ISBN 0-415-36465-5
- 11) CRONIN, M. 2009. Translation Studies Forum: Cultural translation. Response. In: *Translation Studies*. ISSN 1478-1700, 2009, roč. 2, č. 2, s. 216 – 219.
- 12) DAGNINO, A. 2013. Global Mobility, Transcultural Literature, and Multiple Modes of Modernity. In: *The Journal of Transcultural Studies*. eISSN 2191-6411, 2013, roč. 4, č. 2, s. 130 – 160.
- 13) D'HULST, L. 2010. Translation Studies Forum: Cultural translation. Response. In: *Translation Studies*. ISSN 1478-1700, 2010, roč. 3, č. 3, s. 353 - 356.
- 14) EPSTEIN, M. 2009. Transculture. A broad way Between Globalism and Multiculturalism. In: *American Journal of Economics*. ISSN 0002-9246, 2009, roč. 68, č. 1, s. 327 – 351.
- 15) HUŤKOVÁ, A. – BOHUŠOVÁ, Z. 2016. Fenomén hybridity. In: *Preklad a tlmočenie 12 : hybridita a kreolizácia v preklade a translatológií*. Banská Bystrica :

- Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela - Belianum, 2016. s. 10 - 19. ISBN 978-80-557-1204-8.
- 16) HUĽKOVÁ, A. – DJOVČOŠ, M. (eds). 2016. *Preklad a tlmočenie 12 : hybridita a kreolizácia v preklade a translatológii*. Banská Bystrica : Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela - Belianum, 2016. 312 s. ISBN 978-80-557-1204-8.
 - 17) CHESTERMAN, A. 2010. Translation Studies Forum: Cultural translation. Response. In: *Translation Studies*. ISSN 1478-1700, 2010, roč. 3, č. 1, s. 103 – 106.
 - 18) JAKOBSON, R. 1971. On linguistic aspects of translation. In: *Word and language*. [online]. [cit. 2021-05-12]. Dostupné na: <https://web.stanford.edu/~eckert/PDF/jakobson.pdf>
 - 19) LEWIS, J. 2002. From Culturalism to Transculturalism. In: *Iowa Journal of Cultural Studies*.
 - 20) [online]. [cit. 2021-05-12]. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/266055799_From_Culturalism_to_Transculturalism
 - 21) NÉMETH, Z. – ROGUSKA, M. (eds.). 2018. *Transszkulturalizmus és bilingvizmus a közép-európai irodalmakban*. Nitra : Fakulta stredoeurópskych štúdií UKF, 2018. 128 s. ISBN 978-80-558-1338-7
 - 22) PEKNÍKOVÁ, J. – SLATINSKÁ, A. 2014. European identity formation in the context of new social movements. In: *European Journal of Social and Human Sciences*. ISSN 1339-6773, 2014, roč. 2, č. 2, s. 90 - 95.
 - 23) SIMON, S. 2009. Translation Studies Forum: Cultural translation. Response. In: *Translation Studies*. ISSN 1478-1700, 2009, vol.2, no.2, s. 208 – 213.
 - 24) ŠUŠA, I. 2011. Cudzie jazyky a preklad ako prostriedky interkultúrnej komunikácie. In: *Usta ad Albitum Bohemica*. ISSN 1802-825X, 2010., vol. 11, no. 1, s.234-243.
 - 25) TYMOCZKO, M. 2010. Translation Studies Forum: Cultural translation. Response. In: *Translation Studies*. ISSN 1478-1700, 2010, roč. 3, č. 1, s. 106 – 110.
 - 26) WELSCH, W. 1999. Transculturality – the Puzzling Form of Cultures Today. In: *Spaces of Culture: City, Nation, World*. London : Sage, 1999. s. 194 – 213. ISBN 978-0761961222
 - 27) YOUNG, R. J. C. 2010. Translation Studies Forum: Cultural translation. Response. In *Translation Studies*. ISSN 1478-1700, 2010, roč. 3, č. 3, s. 357 – 360.

KOMPARÁCIA VLASTNÝCH MIEN VO VYDAVATEĽSTVÁCH MARVEL COMICS A DC COMICS

COMPARISON OF PROPER NAMES FROM MARVEL AND DC COMIC PUBLISHERS

Veronika Gondeková

Abstract

The aim of the article is a comparative analysis of the proper names of characters from comics published by Marvel Comics and DC Comics and their translation into the Slovak language. The text also compares the components of proper names. The research basis of the paper consists of the books: *Marvel Avengers: Kompletný sprievodca postavami*³³⁸ and *Veľký sprievodca svetom postáv DC Comics*³³⁹. The text works with proper names of superheroes, supervillains and other characters from the both comic book universes.

Keywords: proper names, translation, comic books, Marvel, DC

Úvod

Žijeme v globálnom svete a globálnosť sa nevyhla ani svetu zábavy. Čakanie na nový diel seriálu, filmu či knižnej ságy spája ľudí na rôznych kontinentoch už dávno a tento fenomén sa v čase streamingových platforiem nevytráca, práve naopak. V príspevku sa venujeme porovnaniu vlastných miest superhrdinov, superzloduchov a iných postáv z dvoch najslávnejších komiksových svetov.

Cieľom príspevku je komparácia vlastných miest v komiksových vydavateľstvách Marvel Comics a DC Comics na základe celkového prístupu prekladateľa k materiálu, použitiu/nepoužitiu prípony *-ová* v ženských priezviskách, farebných a zvieracích komponentov v menách.

³³⁸ Fragment, 2021.

³³⁹ Slovart, 2020.

Čo je Marvel Comics a DC Comics?

Komiks je v *Sloríku súčasného slovenského jazyka* (2011) definovaný ako „príbeh tvorený sériou kreslených obrázkov s krátkym textom, väčšinou priamou rečou v bublinách, uverejňovaný v periodickej tlači (často na pokračovanie); synkretický žáner spájajúci výtvarné, literárne, dramatické a filmové prvky a postupy“³⁴⁰. Komiksy nie sú len príbehy o superhrdinoch, v našich končinách je populárny napr. český komiks *Čtyřlístek* Jaroslava Němečeka, ktorý vychádza od roku 1969.

Grafický román je komiks, ktorý je vydávaný ako kniha. Primárne je určený pre dospelé publikum a príbehy, ktoré spracúva, sú často temnejšie ako komiksy. Grafické romány majú prepracované grafické spracovanie a aj po literárnej stránke sú vysoko cené, napr. *Maus* (1980 – 86) Arta Spiegelmana, *Watchmen* (1986 – 87) Alana Moora, *Persepolis* (2000 – 01) Marjane Satrapi³⁴¹.

Marvel Comics a DC Comics sú tzv. veľká dvojic superhrdinských komiksov. Obe vydavateľstvá sú súčasťou väčších zábavných konglomerácií, ktoré okrem komiksov produkujú filmy, seriály, knihy, merch-e³⁴² či počítačové hry s postavami zo svojich rozsiahlych katalógov.

Marvel Comics je americká mediálna spoločnosť, ktorá je spolu s DC Comics jedným z dvoch najväčších komiksových vydavateľstiev na svete. Marvel Comics je súčasťou Marvel Entertainment. Spoločnosť sídli v štáte New York. bola založená v roku 1939 vydavateľom Martinom Goodmanom ako vydavateľstvo Timely Comics. Prvým komiksom vydavateľstva bol *Marvel Comics no. 1* z októbra 1939. Objavili sa v ňom hrdinovia Human Torch a The Sub-Mariner. V 40. rokoch vydavateľstvo predstavilo veľké množstvo postáv, z ktorých najznámejším je Kapitán America. Prvýkrát sa v komikse objavil v marci 1941.

Marvel Universe (Marvel univerzum) je známy spoločnými príbehmi, kde sa postavy objavujú v príbehoch iných postáv, príp. sa stávajú inými hrdinami, a prvýkrát bol predstavený v roku 1961. V tomto roku Goodman poveril autora Stana Leeho a umelca Jacka Kirbyho vytvorením Fantastickej

³⁴⁰ <https://slovnik.juls.savba.sk/?w=komiks&cc=X480> (cit. 2022-02-26.)

³⁴¹ <https://www.britannica.com/summary/graphic-novel> (cit. 2022-02-26.)

³⁴² Slangový tvar od slova merchandise (tovar). Medzi fanúšikmi je takto označovaný tovar, ktorý má/obsahuje meno alebo podobu komiksovej postavy, napr. hračky, oblečenie, nálepky, veci dennej potreby a pod. Často je vyrobený obmedzený počet produktov, ktoré sa potom stávajú zberateľskými artiklami.

štvorky. Prvý komiks vyšiel v novembri 1961. Čitatelia v ňom objavili komiks zasadený do reálneho sveta, čím chceli Lee a Kirby svojich hrdinov zatraktívniť oproti konkurencii. V 60. rokoch bolo predstavených veľa nových hrdinov, napr. Spider-man, Neuveriteľný Hulk či X-Men. V súčasnosti sú marvelovskí superhrdinovia veľmi populárni po celom svete³⁴³.

DC Comics je americká mediálna spoločnosť, ktorá má vo svojom katalógu niektoré z najznámejších komiksových postáv v popkultúre 20. a 21. storočia. Je dcérskou spoločnosťou DC Entertainment. Sídlo spoločnosti je v kalifornskom Burbanku.

Malcolm Wheeler-Nicholson založil v roku 1934 National Allied Publications. V nasledujúcom roku spoločnosť vydala svoj prvý komiks, ktorý obsahoval nový materiál, a nie znova vydané komiksy z novín. Wheeler-Nicholson spolu s Harrym Donenfeldom a Jackom Liebowitzom založili Detective Comics, Inc. v roku 1937. Kvôli finančným problémom musel Wheeler-Nicholson svoj podiel v spoločnosti predať. Nasledovala séria spájaní spoločností, kym ju v roku 1969 nekúpila spoločnosť Warner Brothers–Seven Arts. Od roku 1977 je oficiálnym názvom vydavateľstva DC Comics.

Vydavateľstvo DC Comics má v katalógu postavy ako Superman, Batman, Joker či Wonder Woman. Prvý komiks o Supermanovi vyšiel v roku 1938 pod názvom *Action Comics no. 1*. Úspech postáv bol ešte navýšený licencovaním ich podobizne či mena a výrobou rôznych produktov.

Dnes sú postavy DC univerza známe nielen z komiksov či produktov dennej spotreby, ale aj filmov či seriálov. DC filmové univerzum je známe ako oveľa temnejšie ako to od Marvelu³⁴⁴.

Kto je superhrdina a kto je superzlosyn?

Kompozitum superhrdina môžeme na základe lexikálneho významu adjektívneho komponentu super a substantíva hrdina charakterizovať ako individuum (nie vždy je to človek alebo osoba), ktorého pôvod je známy alebo neznámy, pozemský alebo mimozemský, ktoré má neobyčajné schopnosti a používa ich v službách dobra. Tieto schopnosti môžu byť získané alebo vrodené, alebo môže mať neobmedzené finančné fondy či nadpriemerný

³⁴³ <https://www.britannica.com/topic/Marvel-Comics> (cit. 2022-02-18.)

³⁴⁴ <https://www.britannica.com/topic/DC-Comics> (cit. 2022-02-18.)

intelekt, či všetky tri alternatívy. Ide o kladnú postavu. Adjektívny komponent super je podľa *Krátkeho slovníka slovenského jazyka* (2003)³⁴⁵ hovorové nesklonné adjektívum, ktoré má význam výborný, vynikajúci. Substantívum hrdina, má podľa KSSJ význam „ten, kto vyniká ušľachtilou odvahou, kto koná veľké činy“³⁴⁶. Pri spojení oboch slov výsledné kompositum superhrdina označuje kladnú postavu s istým druhom výhody oproti obyčajným ľuďom.

Naopak superzlosyn je záporná postava, ktorá má často rovnaké schopnosti ako superhrdina. Superzlosyn však tieto schopnosti používa v službách zla. Ide o zápornú postavu. Významom substantíva zlosyn podľa KSSJ je: „ten, kto pácha zlo, zločinec“³⁴⁷.

Superhrdina a superzlosyn často vytvárajú antagonické dvojice, nepriateľov na život a na smrt'. Známymi príkladmi sú Batman a Joker, Avengeri a Thanos, Spider-man a Green Goblin. Komiksové príbehy superhrdinov a superzlosynov sú obývané aj postavami obyčajných ľudí: Komisár Gordon, Jane Fosterová, Loius Lane, Steve Trevor, Mary Jane Watson. Aj obyčajní ľudia patria do sveta superhrdinov. Zasadenie príbehov do reálneho sveta bolo jedným z dôvodov, prečo boli komiksy dvojice Lee – Kirby také populárne.

Niekoľko poznámok k prekladu vlastných mien

Pri komparácii prekladu vlastných mien vychádzame z monografie českej onomastičky Žanety Dvořákové *Literární onomastika. Antroponyma* (2017), ktorá nahliada na problematiku cez prizmu onomastiky. Na preklad mena vplývajú viaceré faktory ako literárny žánrer, známost' diela, čas a miesto diela, vek a okruh predpokladaných čitateľov, ale napríklad aj dobu podmienené konvencie, osobné nastavenie, skúsenosti prekladateľa a pod.

Vlastné meno je onymický jazykový znak a primárny jazykový útvar, ktorý existuje iba v jazyku a prostredníctvom jazyka. V súvislosti s vlastným menom sa často spomína aj termín *proprium*. Proprium je slovo alebo slovné spojenie, ktoré na rozdiel od všeobecného substantíva hlavne pomenúva, a tým identifikuje jednotlivé objekty, nenesie zovšeobecňovací význam³⁴⁸.

³⁴⁵ [Slovenské slovníky \(savba.sk\)](#) (cit. 2022-02-25.)

³⁴⁶ [Slovenské slovníky \(savba.sk\)](#) (cit. 2022-02-25.)

³⁴⁷ [Slovenské slovníky \(savba.sk\)](#) (cit. 2022-02-25.)

³⁴⁸ Dvořáková, s. 49, 2017.

Ž. Dvořáková uvádza 3 základné prekladateľské prístupy, ktoré vychádzajú z diela a jeho onymickej štruktúry:

1. Adaptácia (domestifikácia, naturalizácia), hovoríme o nej vtedy, keď text pri adaptácii cudzích prvkov stráca svoj pôvodný kolorit a prichádza o jedinečnosť. Tento spôsob prekladu vo výskumnej vzorke nenachádzame.

2. Zachovanie príznačného cudzieho koloritu (scudzovanie, exotizácia) a následné začleňovanie do dekлинаčného systému. S týmto prístupom sa v oboch publikáciách stretávame vtedy, keď sa nepreložené vlastné meno skloňuje v texte podľa slovenského dekлинаčného systému.

3. Zmiešaný postup, pri ktorom treba dávať pozor na rušivý kontakt medzi menami príznakovo viazanými na jazykové prostredie originálu s menami, ktoré majú ekvivalent v jazyku prekladu³⁴⁹. Vo výskumnej vzorke môžeme nájsť príklady aj tohto prekladateľského prístupu, a to vtedy, keď sa časť vlastného mena prekladá do slovenčiny, resp. využíva slovenskú grafickú sústavu na svoj zápis, napr. Kapitán America, Kapitánka Britain, Generál Zod.

Spôsoby prevodu literárnych proprií sa v prekladateľskej praxi prelínajú a kombinujú³⁵⁰.

1. Kalkovanie, alebo doslovny preklad, a to najmä tam, kde je súčasťou vlastného mena generické pomenovanie, napr. Detektív Šimpanz, Gorila Grodd. Obe postavy sú primátky, a toto je zastúpené aj v ich vlastnom mene.

2. Transkripcia a transliterácia, t. j. prepis z jedného jazykového alebo hláskového systému do druhého. Prepis mien hrdinov, ktorí majú pôvod v mytológii: Hercules – Herkules, Gilgamesh – Gilgameš, Ares – Áres, Circe – Kirké.

3. Substitúcia, alebo nahradenie pôvodného mena iným. Ide o rôzne varianty toho istého osobného mena, náhrada kultúrnym ekvivalentom alebo celkom iným menom. Substitúcia je pomerne veľký zásah, ktorý si vyžaduje citlivý a systémový postup s ohľadom na celok literárneho diela. Jej podstatou je snaha o zachovanie autorom zamýšľanej funkcie literárneho *propria*. V materiáli nemáme príklad na substitúciu, keďže vlastné mená komiksových postáv podliehajú ochrane autorských práv a nemôžu byť nahradené. V prípade komiksov je vlastné meno, t. j. kódové meno alebo tajná identita, kľúčovou nielen pre identifikáciu osoby, ale aj jej schopnosti, spojencov a nepriateľov.

³⁴⁹ Dvořáková, 2017.

³⁵⁰ tamtiež

4. Explicita, alebo doplnenie propria, napr. o informáciu kultúrneho charakteru. Nemáme príklad ani k tomuto prístupu, ale myslíme si, že poznámka pod čiarkou by bola vhodná pri vlastnom mene Medusa. Svojím tvarom pripomína meno monštra z gréckej mytológie a všetky iné mená pochádzajúce z mytológie sú zapísané v slovenskom pravopise. Ako sme však zistili, Medusa nemá pôvod v mytológií, a preto jej meno nie je zapísané ako Medúza. Pri tomto vlastnom mene by bolo doplnenie informácie o pôvode na mieste.
5. Generalizácia alebo náhrada vlastného mena apelatívom, napr. začleňovanie cudzojazyčných názvov ulíc. Krajným riešením je vypustenie nielen mena, ale aj celej postavy. Vo výskumnom materiáli sme nenašli príklad, ktorý by sme mohli označiť³⁵¹ za generalizáciu.³⁵¹

Charakteristika výskumnej vzorky

Výskumnú bázu príspevku tvoria dve publikácie encyklopedického charakteru³⁵², a to knihy *Marvel Avengers: Kompletný sprievodca postavami* (Fragment, 2021) a *Veľký sprievodca svetom postáv DC Comics* (Slovart, 2020)³⁵³. Kvantitatívne vyjadrené, vo výskume pracujeme so 418 vlastnými menami, z toho 206 je z vydavateľstva Marvel a 212 z vydavateľstva DC. Nejde len o mená hrdinov a zlosynov, ale aj iných postáv, ktorými sú jednotlivé príbehy a svety osídlené. Inými postavami sú napr. životní partneri a partnerky, spolupracovníci či zamestnanci.

Pri skúmaní výskumnej vzorky sme našli niekoľko neuralgických bodov, ktoré sme sa rozhodli e-mailovo konzultovať s prekladateľom oboch publikácií, Marekom Baranyim³⁵⁴, ktorý sa prekladu komiksov venuje už od roku 2009. Okrem prekladov do slovenčiny sa venuje aj prekladom do českého jazyka. M. Baranyi je zásadne proti prekladu kódových označení a identít komiksových postáv a sám sa riadi pravidlom: Bud' prekladá všetky kódové označenia, alebo ani jedno³⁵⁵. Na základe odpovedí prekladateľa sme si urobili lepší prehľad o tom, ako sa prekladajú, resp. neprekladajú mená

³⁵¹ Dvořáková, 2017.

³⁵² Obe publikácie sú preložené z anglického jazyka.

³⁵³ Na príprave tejto publikácie som sa podieľala ako zodpovedná redaktorka.

³⁵⁴ Prekladateľ Marek Barayni nám dal v rámci spomínamej e-mailovej komunikácie súhlas na citovanie jeho vyjadrení (Baranyi, 2022).

³⁵⁵ Baranyi, 2022.

postáv vo vydavateľstvách Marvel a DC³⁵⁶, keďže sme predpokladali, že do procesu prekladu môžu zasahovať aj autorské práva.

V našej e-mailovej korešpondencii sme mu položili tri otázky:

1. Dostali ste nejaký pokyn k prekladu mien od vydavateľstiev? Na niektorých miestach som si všimla prekladanie profesíí, resp. hodností (Komisár Gordon, Kapitán America), niekde to nie je.
2. Ako je to s príponou *-ová* v priezviskách ženských postáv? V publikácii o DC superhrdinoch prípona prítomná nie je. Pokyn technickej redaktorky? Niektoré hrdinky od Marvelu túto príponu majú, iné nie (Pepper Pottsová, Sharon Carterová, ale Monica Chang, Morgana Le Fay).
3. Pri niektorých hrdinoch, ktorých meno má pôvod v mytológii, ste ponechali anglický pravopis (Medusa), pri niektorých nie (Gilgameš, Herkules). Dostali ste pokyn k postupu, vychádzali ste z toho, čo je etablované vo filmovom univerze, alebo ste si vytvorili vlastný postup pri preklade³⁵⁷?

Odpoved'ou na prvú otázkou bolo, že preklad a forma vlastného mena komiksovej postavy závisí od stanoviska vydavateľstva a faktu, či už sa postava objavila v inom preloženom komikse či filme. Vydavateľstvá majú podľa Baranyho pravidlo – nemeniť znenie mena známeho z filmov alebo oficiálne preložených komiksov. Preto bude Batman vždy Batman, a nie Netopierí muž, podobne Black Panther, Spider-man, Wonder Woman. Na druhej strane, Kapitán America je hodnost'ou kapitán v armáde, preto sa prvá časť vlastného mena prekladá. Iným prípadom je postava Kapitánky Marvel. Aj ona je kapitánka hodnost'ou. Ide o ženskú postavu z Marvel univerza, kde majú všetky ženské priezviská príponu *-ová*. Vlastné meno Kapitánka Marvel je bez tejto prípony, a to preto, lebo ide o poctu inému hrdinovi, Mar-Vellovi, a nie jej priezvisko. Zaujímavým v prípade tejto hrdinky je aj fakt, že jej film, a následne aj DVD nosiče a iný merch, boli distribuované pod menom Captain Marvel. Podľa Baranyho však prekladanie mien (najmä menej známych postáv) a forma mien (priezviská ženských postáv) záleží od technického redaktora, a v niektorých otázkach aj od jeho vokusu. Zaujímavým

³⁵⁶ V rámci publikácií, ktoré tvoria výskumnú bázu príspevku.

³⁵⁷ Otázky z e-mailové korešpondencie zo dňa 14. 1. 2022 s prekladateľom oboch analyzovaných publikácií Marekom Baranyim (Baranyi, 2022).

bolo aj zistenie, že nie všetky komiksy sa prekladajú z anglického jazyka, niekedy sa komiks do slovenčiny prekladá z češtiny. Vtedy sa môže stať, že komiks v slovenskom preklade obsahuje čechizmy, a to najmä pri názvoch zbraní či schopnosti³⁵⁸.

O tom, či priezviská ženských postáv budú mať príponu *-ová* alebo nie, rozhoduje podľa prekladateľa redaktor, ale znova aj fakt, či sa daná ženská postava objavila ešte v inom médiu alebo v oficiálnom (českom) preklade. V publikácii o DC komiksových postavách priezviská všetkých ženských postáv príponu *-ová* nemajú, napr. Adrianna Topaz, Amanda Waller, Iris West, Lena Luthor. Išlo o pokyn editorky publikácie. Naopak, v publikácii o Marvel komisoch majú všetky ženské hrdinky priezvisko s príponou *-ová*, a to až na dve, Morganu Le Fay a Monicu Chang. V korešpondencii nám prekladateľ napísal, že Le Fay znamená v preklade víla a je to postava z príbehu o Artušovi, ktorá je všade známa pod týmto menom. K Monice Chang sa prekladateľ nevyjadril, tak môžeme len usudzovať, prečo je jej priezvisko bez prípony *-ová*. Jedným z dôvodov môže byť ázijský pôvod priezviska, ale aj fakt, že sa táto postava neobjavila v žiadnom médiu.

V odpovedi na tretiu otázkou nás prekladateľ upozornil, že Medusa je z mimozemskej rasy Inhuman, ktorá obýva Mesiac, a nie je v ničom podobná Medúze z gréckej mytológie. Preto je jej meno ponechané v pôvodnom tvare Medusa. Stan Lee sa často inšpiroval mýtickými príbehmi³⁵⁹. Bohovia z rôznych mytologických panteónov žijú vo svete Marvel komiksov v paralelných dimenziách (multiverse) a môžu ovplyvňovať dianie na Zemi. Jeden z Avengerov, Thor, je z Asgardu, sídla bohov v nórskej mytológii. V Marvel svete sa objavujú bohovia z gréckeho, nórskeho, ale aj afrického panteónu. Bohovia z Marvelu majú aj svoj príbeh pôvodu. V ňom Lee spája postavu Gaie s Odinom a pravekými Avengermi³⁶⁰. Ako sme už spomínali vyššie, Stan Lee sa rád nechal inšpirovať³⁶¹.

³⁵⁸ Vo fanúšikovských základniach rôznych fenoménov popkultúry je rozšírené tvrdenie, že český preklad je lepší. Komiksy, ako každá popkultúrna entita s veľkou základňou fanúšikov, sú citlivé na preklad. Fanúšikovia často kritizujú v ich očiach nesprávny preklad, majú radi konzistenciu. Z tohto pohľadu je zaujímavý postoj fanúšikov k prekladu diel Tolkiena a pod.

³⁵⁹ Ako napísal v e-mailovej korešpondencii prekladateľ, Stan Lee rád vykráda mytologické príbehy a prispôsobuje si zdrojový materiál svojim potrebám (Baranyi, 2022).

³⁶⁰ Hill, 2021.

³⁶¹ Baranyi, 2022.

V oboch bázových publikáciách sme sa stretli s viacerými postavami, ktorých meno bolo prepísané do slovenskej grafickej sústavy, t. j. bolo napísané slovenským pravopisom. Ide o postavy Herkula, Gilgameša, Kirké a Arésa. Ich vlastné mená sú prepísané do slovenskej grafickej sústavy, pretože sa postavy už objavili v inom médiu (film, oficiálne preložený komiks³⁶²).

Preklad komponentu vlastného mena

Pod komponentom vlastného mena rozumieme jednu časť vlastného mena. Vlastné mená komiksových postáv v analyzovaných publikáciách sa väčšinou skladajú z dvoch častí: komponentu, ktorý označuje napr. hodnosť alebo profesiu, a priezviska. Prvým komponentom je niekedy krstné meno. K prekladu dochádza vtedy, ak je prvý komponent označením hodnosti, profesie alebo šľachtickým titulom. No aj v tomto prípade záleží na vydavateľstve. Kým v publikácii o DC komiksových postavách vidíme väčšiu nepravidelnosť v prekladaní, resp. neprekladaní hodností či titulov (Captain Atom, Captain Boomerang, Doctor Hugo Strange), v Marvel publikácii sú hodnosti často preložené, resp. profesie sú zapísané slovenskou grafickou sústavou a pravopisom (Kapitán America, Gróf Nefaria). Podľa životopisov postáv s komponentom Captain (kapitán) v DC univerze ide o postavy, ktoré nie sú hodnosťou kapitáni, ale komponent Captain plní iba dekoračnú funkciu. Na druhej strane, postavy s komponentom Kapitán (captain) v Marvel univerze sú kapitánmi aj vojenskou hodnosťou, preto sa v ich prípade tento komponent prekladá. Zaujímavý je v prípade postáv Kapitán America a Kapitánka Britain fakt, že druhý komponent je nepreložený a má anglickú podobu. Je to tak z toho dôvodu, že ide o súčasť ich kódového mena, a preto sa prekladateľ rozhodol to nepreložiť. Rozhodujúcim faktorom pri preklade je, či sa už postava niekde objavila a v akej podobe sa objavilo jej meno.

V publikácii o DC hrdinoch sme si všimli väčšie množstvo tímov, či už hrdinov alebo zlosynov, ktorých názvy sú takmer všetky preložené, napr. Zločinecký syndikát, Liga spravodlivosti, Samovražedný oddiel. Nepreložené sú len tri názvy tímov: Doom Patrol, Hawk a Dove, Thunder a Lightning. Znova môžeme usudzovať, že prekladateľ sa riadil svojou zásadou

³⁶² Pri komparácii a interpretácii vlastných mien postáv vo vydavateľstvách Marvel Comics a DC Comics vychádzame z e-mailovej korešpondencie s prekladateľom oboch publikácií Marekom Baranyim (Baranyi, 2022).

vychádzajúcou z faktu, či a v akej jazykovej podobe sa meno postavy/tímu objavilo v inom médiu. V publikácii o postavách vydavateľstva Marvel sa nachádzajú len dva tímy: Avengers a Najvyššia inteligencia. Názov Avengers figuruje v anglickej podobe v každom filme, seriáli, knihe či komikse, a preto je nepreložený.

Prípona *-ová* v priezviskach ženských postáv

V rámci priezvisiek ženských postáv je v DC knihe konsenzus – ani jedno priezvisko ženskej postavy nemá príponu *-ová*. Toto bol pokyn editorky. Príponu *-ová* nemá v priezvisku ani autorka knihy Melanie Scott. V Marvel publikácii majú všetky vlastné mená ženských postáv, ktorých druhým komponentom je priezvisko, toto priezvisko s prechyľovacou príponou, až na dve výnimky: Morganu La Fay, ktorá je takto známa zo zdrojovej legendy o Artušovi, a Monicu Chang, ktorej priezvisko má ázijský pôvod. Pri ostatných postavách ide o mená, ktoré boli už predtým spomenuté v nejakom filme či komikse.

Komponent farby vo vlastnom mene

Komponent farby vo vlastnom mene superhrdinu alebo superzlosyna nie je preložený ani v jednej publikácii, čo je v súlade s vyjadrením prekladateľa, že kódové a tajné identity komiksových postáv neprekladá: Black Canary, Blue Beetle, Crimson Dynamo.

Populárnymi farbami sú čierna a červená. V DC svete je populárnu aj zelená farba. Zelená farba je špecifickou pre Zbor Green Lantern, ktorý tvorí niekoľko hrdinov s kódovým menom Green Lantern. Zelenú v mene má aj Green Goblin, zlosyn z komiksov o Spidermanovi. V rámci Marvel univerza je čierna farbou superhrdinov (Black Panther) a záporných postáv, ktoré sa stali superhrdinami (Black Widow). V DC Comics majú čiernu farbu v kódovom mene hrdinovia (Black Lightning), ale prevláda u zlosynov (Black Manta, Black Adam). Tak isto je to v DC aj s červenou farbou: Red Robin, Red Hood sú hrdinovia, Red Arrow a Red Tornado naopak zlosynovia.

V rámci Marvelu je červená farbou zloduchov: Red Skull. V menách však nachádzame nielen červenú (red), ale aj šarlátovú (scarlet) a karmínovú (crimson). Podľa analýzy osudu Scarlet Witch³⁶³ môže tento špecifický odtieň

³⁶³ Cowsill, Tomlinson, 2021.

červenej farby signalizovať prechod postavy zo strany zla (film *Avengers: Age of Ultron*) k dobru (séria *Avengers*), alebo naznačovať jej prerod na zápornú postavu (seriál *Wandavision*).

Komponent zvierat' a vo vlastnom mene

Zaujímavým je zvierací komponent v menách. Ide o tajnú identitu, preto sa neprekladá a vlastné meno je ponechané v angličtine. Zvierací komponent často odkazuje na schopnosti postavy a odráža sa aj v hrdinovom obleku a jeho farebnosti. Postava má meno so zvieracím komponentom, lebo jej schopnosti pripomínajú schopnosti zvierat' a, alebo ich získala priamo od zvierat', napr. uštipnutím ako Spider-man.

Na základe tohto konštatovania môžeme zvieracie komponenty vo vlastných menách komiksových postáv označiť ako onomastické metafore, keďže „meno zvierat' a sa spája s celým radom typických vlastností, charakteristík, spôsobov správania, ktoré sú príznačné pre nositeľa tohto mena“³⁶⁴. Napr. Spider-man má schopnosti ako pavúk, vie liezť po stenách, produkovať pavučinu. Svoje schopnosti získal od pavúka. Batman sice nemá superschopnosti, ale je bohatý a dokáže si vyrobiť také zariadenia a oblek, ktoré sa podobajú na netopiera. Catwoman má typické vlastnosti mačky, dokáže s nimi komunikovať a svoje schopnosti získala od mačiek, ktoré ju oživili po smrteľnom páde.

Záver

Pri analýze a komparácii vlastných mien v rámci dvoch komiksových vydavateľstiev a ich preklade do slovenčiny sme prišli k záveru, že preklad vlastných mien v rámci DC univerza je voľnejší, nepodlieha až v takej miere slovenskému pravopisu a prepisu do slovenskej grafickej sústavy, ale skôr osobnému vekusu prekladateľa a editorky. V tejto časti výskumnej vzorky sme našli viac anglických, t. j. kompletne nepreložených vlastných mien, ktoré sú v súlade s tvrdením prekladateľa o neprekladaní kódových mien a tajných identít.

Pri vlastných menách v Marvel svete sme našli väčšiu pravidelnosť. Takmer všetky priezviská ženských postáv majú príponu *-ová*; všetky hodnosti, tituly a pod. boli tiež jednotne preložené do slovenčiny.

³⁶⁴ Kazharnovich, s. 22, 2021.

Pri analýze a komparácii výskumnej vzorky sme zistili, že DC a Marvel majú dve postavy s rovnakým menom a schopnosťami: Áres a Enchantress. Tvorcovia oboch komiksových svetov sa vo výraznej miere inšpirovali mytológiou a rišou zvierat.

Pri použití farieb je tiež zrejmé zovšeobecnenie. Červenú farbu majú v mene zloduchovia, pričom v prírode ide o farbu, ktorá signalizuje niečo, čoho sa máme báť a slúži na odstrašenie. Vo vydavateľstve Marvel ide o niekoľko rôznych odtieňov červenej, ktoré evokujú vnútornú zmenu alebo prerod v charaktere postavy.

Zvieracie komponenty sú zaujímavým spôsobom, ako už na prvý pohľad čitateľovi povedať o schopnostiach postavey, ako ich získala a pod. Oblek postavy alebo jeho farebnosť môže odkazovať na samotné zviera, ktoré je súčasťou vlastného mena: Spider-man má červeno-modrý oblek, Batman používa štylizovaný symbol netopiera.

©Veronika Gondeková

*Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Slovensko
veronika.gondekova2@umb.sk*

Literatúra

- 1) BARANYI, M. 14. 1. 2022. Preklad Marvel a DC. [E-mailová komunikácia s adresátkou Veronikou Gondekovou].
- 2) COWSILL, A., TOMLINSON, J. 2021. *Marvel Avengers: Kompletný sprievodca postavami*. Bratislava : FRAGMENT, 2021. 207 s. ISBN 976-80-566-2294-0.
- 3) *DC Comics*. [online]. 2022. Dostupné na: <<https://www.britannica.com/topic/DC-Comics>> [Online]. (cit. 2022-02-18.)
- 4) DVORÁKOVÁ, Ž. 2017. *Literárni onomastika. Antroponyma*. Praha : Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, 2017. 289 s. ISBN 978-80-73-08-732-6.
- 5) *Graphic Novel*. [online]. 2022. Dostupné na: <<https://www.britannica.com/summary/graphic-novel>> [Online]. (cit. 2022-02-26.)
- 6) HILL, J. 2021. *Marvel: Myty a legendy*. Bratislava : FRAGMENT, 2021. 215 s. ISBN 978-80-566-2059-5.
- 7) *Hrdina*. [online]. 2022. Dostupné na: <[Slovenské slovníky \(savba.sk\)](#)> [Online]. (cit. 2022-02-25.)
- 8) KAZHARNOVICH, M. 2021. Onomastická metafora ako lingvokultúrny fenomén. In: Slavica Slovaca. ISSN 1336-2364, 2021, vol. 56, no. 1, s. 17 – 25.
- 9) *Komiks*. [online]. 2022. Dostupné na: <<https://slovnik.juls.savba.sk/?w=komiks&c=X480>> [Online]. (cit. 2022-02-26.)
- 10) *Marvel Comics*. [online]. 2022. Dostupné na: <<https://www.britannica.com/topic/Marvel-Comics>> [Online]. (cit. 2022-02-18.)
- 11) SCOTT, M. 2020. *Veľký sprievodca svetom postáv DC Comics*. Bratislava : Slovart, 2020. 215 s. ISBN 978-80-556-4295-6.
- 12) *Super*. [online]. 2022. Dostupné na: <[Slovenské slovníky \(savba.sk\)](#)> [Online]. (cit. 2022-02-25.)
- 13) *Zlosyn*. [online]. 2022. Dostupné na: <[Slovenské slovníky \(savba.sk\)](#)> [Online]. (cit. 2022-02-25.)

PART IV.

***CULTURE AS TRANSFER
IN LANGUAGE
AND COMMUNICATION***

***KULTÚRA AKO TRANSFER
V JAZYKU
A KOMUNIKÁCII***

JAZYK – KULTÚRA – POLITIKA: SPOLOČENSKO-HISTORICKÝ TRANSFER ZO SOCIALIZMU DO DEMOKRACIE³⁶⁵

LANGUAGE - CULTURE - POLICY: SOCIAL-HISTORICAL TRANSFER FROM SOCIALISM TO DEMOCRACY

Patrícia Molnárová

Abstract

The paper presents the comparative probe into political culture of the authoritarian and democratic establishment in Slovakia through the optics of media language. The aim of the study is to evaluate models and societal values resulting from the denomination and characterization of political entities. The starting point of the research is the linguistic analysis of political subjects in the party periodical (1948 –1956)³⁶⁶. The second sample was excerpted from the online periodicals *Pravda*, *Sme* and *Postoj* (from January to July 2021). Presented results do not only emphasize the development and transformation of models in different socio-cultural and political contexts, but also offer starting points for further research with the intention of confirming or refuting indicated trends.

Keywords: cultural transfer, media language, conceptual metaphor, contextual expressiveness, political values, socialism, democracy

Úvod

Kultúra je širokým pojmom, ktorý možno rôzne vymedziť, avšak na potreby výskumu rozvíjaného v príspevku vychádzame z jej definície ako „súboru zdieľaných postojov, hodnôt, cieľov a praktík, ktoré charakterizujú inštitúciu alebo organizáciu“.³⁶⁷ Užšie špecifikovaná politická kultúra je späťa

³⁶⁵ Príspevok vznikol v rámci riešenia projektu VEGA 1/0662/22 *Hodnotový potenciál kontextovej expresivity v onlinorých novinách a časopisoch*.

³⁶⁶ Molnárová, 2021a, 2021b.

³⁶⁷ *Culture*. Podľa: Meriam-webster, online.

s vnímaním, hodnotením a postojom verejnosti voči politickému systému ako celku, jeho legitimité a presadzovaným ideám, v rámci čoho sa pozornosť môže, ale nemusí nutne orientovať na politický subjekt ako jednotlivca. Lucian Pye definoval politickú kultúru ako kombináciu hodnôt, pocitov a poznatkov tvoriacich základ politického procesu, v dôsledku čoho sú tzv. stavebnými kameňmi presvedčenie, názory, ale súčasne aj emócie občanov voči ich forme vlády.³⁶⁸ Na kultúru, resp. politickú kultúru nazeráme prostredníctvom jazyka a jeho kognitívnej interpretácie vo vzťahu k používateľovi, spoločenskej, politickej a mediálnej sfére, zaznamenávajúc v ňom vzorce správania a spoločensko-politickej, kultúrnej, ideologickej a kontextovo determinované modely, ktoré sa podieľajú na formovaní identity a reprezentujú alebo reflektujú hodnoty, názory a postoje považované za spoločenskú normu. Jazyk ako komunikačný nástroj je súčasťou kultúry, je formantom, a zároveň je formovaný historickým vývinom a hodnotovým systémom society, v dôsledku čoho spolupracuje na utváraní jej identity.³⁶⁹ Hodnotu v jej sociologickom náhľade možno charakterizovať ako niečo cenné a žiadané, ako konštitutívny element v budovaní individuálnej aj kolektívnej identity, vystupujúci jednotiaco i konfliktnie zároveň. Hodnota však nie je statickým, ale, v závislosti od vonkajších aj vnútorných determinantov, premenlivým prvkom.³⁷⁰ K základným hodnotám, na ktorých je vybudovaná súčasná spoločnosť v európskom aj globálnom meradle, patria dôstojnosť, sloboda, rovnosť, solidarita, občianstvo, spravodlivosť, slušnosť, rešpekt, tolerancia, úcta, empatia, vzájomná dôvera a mier.

Cieľ príspevku je štruktúrovaný na dvoch úrovniach. Na jednej strane je to komparatívna sonda do obdobia socializmu a demokracie, v ktorej prostredníctvom analýzy jazyka v médiách reflektujeme spôsob pomenovania, charakteristiky a hodnotenia politickej sféry, resp. politických subjektov vystupujúcich ako elity s dosahom na formovanie hodnôt a názorov v spoločnosti a v rámci politickej kultúry. Politická kultúra ako celok, ktorého konceptualizácia predstavuje určitý spôsob skúmania politiky, je vo výsledku determinovaná hodnotovou orientáciou, straníckymi preferenciami, ale aj intelektuálnou, morálnej a mravnou úrovňou v nej zastúpených subjektov, ktoré sú reflektované v mediálnom prostredí. V dôsledku toho sa možno

³⁶⁸ Winkler, *Political Science*, online.

³⁶⁹ Slatinská – Pecníková, 2017, s. 59 – 63.

³⁷⁰ Thome, 2015, s. 47 – 48.

stretnúť s tvrdeniami o nízkej, prípadne žiadnej úrovni politickej kultúry.³⁷¹ Predpokladaným výsledkom vyplývajúcim z uvedeného cieľa je interpretácia spoločensko-historického transferu v oblasti politickej kultúry z autoritatívneho do demokratického obdobia. Sekundárnym cieľom je analyzovať kognitívne aspekty a spôsob konceptualizácie politickej sféry v súčasnom elektronicky podmienenom mediálnom diskurze so zámerom vymedziť tendencie denominácie, charakteristiky a hodnotenia politickej sféry ako predstupeň k ďalším výskumom expresivity a hodnotového potenciálu v elektronických médiách.³⁷²

Výsledky výskumu sústredené na interpretáciu modelov, resp. vzorcov očakávaného správania v politickej sfére získané analýzou mediálnych komunikátov pochádzajú z dvoch výskumných vzoriek:

a) 128 textov publicistiky racionálneho typu (žáner úvodníka) z oficiálneho straníckeho diskurzu rokov 1948 – 1956 bolo excerptovaných z denníka *Pravda*, ústredného orgánu Komunistickej strany Slovenska,

b) 75 textov publicistiky racionálneho typu (žánre komentáru a analýzy) sme excerptovali z elektronických periodík *Pravda*, *SME* a *Postoj* v časovom ohraničení od januára do júla 2021.

V obidvoch vzorkách sme sa sústredili na spôsob konceptualizácie³⁷³ politickej sféry a jej subjektov prostredníctvom jazyka a využitie kontextovo expresívnej lexiky pri denominácii, charakteristike a hodnotení politických subjektov. Politickým subjektom rozumieme akterov (jednotlivcov, skupiny, politické systémy) ne/priamo zúčastnených na tvorbe a realizácii verejnej politiky, s kľúčovým postavením pri definovaní individuálnej a spoločenskej genézy verejných záujmov.³⁷⁴

³⁷¹ K tomu Skovajsa, 2006, s. 22.

³⁷² Ide o vstup do výskumnej problematiky v nadváznosti na projekt VEGA 1/0662/22 Hodnotový potenciál kontextovej expresivity v onlinových novinách a časopisoch.

³⁷³ Vychádzame z teoretického chápania konceptuálnej metafory v kontexte kognitívnej lingvistiky podľa Lakoff – Johnson, 2002; Lakoff, 2006; Kováčová, 2015; Geeraerts, 2020, s. 209.

³⁷⁴ Kováčová – Králik, 2017, s. 98 – 99.

Reflexia politickej sféry a jej subjektov v jazyku médií v autoritatívnom období

Počiatočné obdobie socialistického režimu v Československu v rokoch 1948 – 1956 možno označiť prílastkom budovateľské, čomu zodpovedá aj spôsob konceptualizácie politicko-ideologických metafor vyskytujúcich sa v modeloch CESTA, BOJ a BUDOVA.³⁷⁵ Metafory ako celok sa podieľajú na vytváraní jazykového obrazu ideológie a ideológiou podmienenej politickej sféry ako cesty so začiatkom i cieľom smerujúcim k dosiahnutiu komunizmu a rozvíjaniu spoločenského zriadenia (*veľké úlohy na ceste k socializmu; naša cesta je správna [...] vedie ku krajšej budúcnosti bez útlaku a vojny*) ako objektu s pevnými základmi, na ktorých je potrebné nadstavovať, dalej ich budovať a upevňovať (*obnovenie republiky na ľudovodemokratických základoch; základný predpoklad výstavby socializmu*), a súčasne ako spoločenský fenomén, za ktorý je nutné bojovať, bojom ho rozširovať a bojom jeho hodnoty ochraňovať (*mohutný svetový front mieru vedený Sovietskym sväzom; potreba aktívnejšieho boja za mier*). Charakteristickým aspektom spájajúcim konceptualizáciu politickej sféry v socializme je všeobecnosť a kolektívnosť predkladaných cieľov, ktorým chýba konkretizácia či zameranie na špecifickú osobnosť, v dôsledku čoho ich možno aplikovať opakovane v dlhšom časovom horizonte. Práve tento aspekt prispel k posunu spočiatku inovatívnych obrazných vyjadrení o politickej scéne a ideologickej pôsobení v nej do roviny schematických stereotypov, ktoré súčasne v 50. rokoch prispievali k budovateľskému nadšeniu, ale postupne sa významovo vyprázdnili a stali sa ideologickými frázami.³⁷⁶

Podobné tendencie sú zastúpené aj vo výskume denominácie politickejho subjektu s využitím inherentnej či adherentnej (kontextovej) expresivity rozpracovávanej v rámci komplexného politicko-ideologického stereotypu *Východ – Západ alebo priateľ/sojenec – nepriateľ*, ktoré podporujú princíp kontrastnosti v teste.³⁷⁷ V denominácii, charakteristike a hodnotení nepriateľského politickeho subjektu rozlišujeme na základe analyzovaných príkladov z tlače tematické motívy zrada (*špióni, vyvrheli, rozhratná reakcia*), agresia (*štvráči, žoldnieri, vrahovia*), cudzost' (*kapitalisti, imperialisti, angloamerickí*,

³⁷⁵ Bližšie ku konceptuálnym metaforám v období socializmu pozri Molnárová, 2019, 2021a.

³⁷⁶ O sémantickom vyprázdnovaní politicko-ideologických metafor od roku 1948 do konca 70. rokov viac Molnárová, 2021a.

³⁷⁷ O štylisticko-pragmatickom využití kontrastu v denominácii politickeho subjektu v období socializmu Molnárová, 2021b.

západní), úpadok (*bankrot reakcie, umierajúci kapitalizmus, otrokári*) a fašizmus (*essesáci, fašisti na Západe*). Tieto pomenovania odkazujú najmä na zahraničných nepriateľov prezentovaných kolektívne a usúvzťažnených s kapitalistickými krajinami. Vyčlenenie jednotlivca nie je neexistujúcim, ale skôr výnimcočným javom, ktorý vystúpil do popredia napríklad v kontexte politických procesov s R. Slánským či M. Horákovou v 50. rokoch. Prejavy kolektivizmu sa dodržiavajú aj v denominácii spojeneckého politického subjektu a jeho súčasťí, napr. Sovietsky zväz, sovietska armáda, sovietsky ľud či sovietska mládež. V ich pomenovaní na stránkach slovenského straníckeho periodika vystupujú do popredia motívy ako priateľstvo (*drahí sovietski priatelia, mocný tábor priateľov mieru*), bratskost' (*bratský Sovietsky sväz*), mier (*zástavník mieru, najmocnejší obrancovia mieru*), inteligencia (*najmúdrejší človek mieru, geniálny učiteľ*) a hrdinstvo (*hrdinskí protiimperialistickí bojovníci, hrdinská sovietska armáda, záchrana Republiky*).

Výsledky získané analytiko-interpretačným prístupom v rámci politicko-ideologicky determinovaného mediálneho prostredia umožňujú vytvoriť si východiskovú predstavu o podobe a úrovni politickej kultúry v autoritatívnom štátnom usporiadani. Je nevyhnutné pristupovať knej s prihliadnutím na existenciu kontrolných politických orgánov, cenzúry, autocenzúry, stereotypizácie, ako aj faktoru oficiálnej straníckej platformy, ktorá z pochopiteľných príčin neumožňovala zaznamenať prostredníctvom jazyka objektívny, neskreslený a neovplyvnený obraz o politickej sfére a jej ústredných predstaviteľoch. Z tohto dôvodu je na mieste komparácia s výskumnou vzorkou z obdobia demokratického štátneho usporiadania po roku 1989, v ktorom boli dané aspekty nahradené slobodou prejavu, odbúraním cenzúry aj ideológie v jej primárne negatívnom, politickom vnímaní.³⁷⁸

³⁷⁸ Je nevyhnutné si uvedomiť, že aj v období demokracie je v mediálnej sfére prítomný aspekt ideológie, ktorú možno v najširšom slova zmysle definovať ako súbor názorov, predstáv a ideí, napr. environmentálna ideológia, genderová ideológia, ideológia kapitalizmu na súčasných ekonomických trhoch, multikulturalizmus atď. Demokracia ako systém hodnôt a presvedčení je rovnako formou ideológie.

Reflexia politickej sféry a jej subjektov v jazyku médií demokratického obdobia

Druhá časť výskumu je založená na analýze výskumnej vzorky, ktorá bola vytvorená ako sonda do súčasného demokratického obdobia a elektronicky podmienenej komunikácie, a tvorí ju 75 textov názorovej publicistiky (komentáre, analýzy) excerptovaných z denníkov *Pravda*, *SME* a *Postoj*. Vzhľadom na sondážne zameranie ide o komunikáty v období od januára do júla 2021, v dôsledku čoho sa v nich prejavuje tematická orientácia vo vzťahu ku koaličnej kríze na Slovensku prebiehajúcej paralelne s dlhodobou a globálnou koronakrízou. Zozbierané komunikáty reflektujú politické, ale rovnako aj osobné konflikty vyskytujúce sa na politickej scéne, vrátane personálnej výmeny na poste premiéra republiky. V rámci analýzy sme sa opäť sústredili na dve oblasti – konceptualizáciu politickej sféry prostredníctvom metafory a denomináciu politických subjektov zachytených zvyčajne s využitím expresívnej lexiky.

V rovine konceptuálnej metafory sú v súčasných mienkovorných elektronických denníkoch rozpracované tri pravidelne sa opakujúce modely – HRA, BOJ a DIVADLO. Metaforu hry možno na základe uplatnenej lexiky a sémantiky vyplývajúcej z kontextu bližšie klasifikovať vo význame:

1. hra ako dobrovoľná príjemná činnosť s primárnym cieľom zábavy (*SaS sa donedávna hrala na kritický hlas vo vláde; hra na „OL'ANO bez Matoviča“; ked' sa chcete hrať na vodcov vzbury*),
2. hra ako sút'až, resp. športová aktivita (*koalícia nutne potrebuje reštart s novými mantinelmi a tvrdými pravidlami; oddychový čas, ktorý si vybral Boris Kolár; proti advokátori Lipšicovi v ringu nestál ani Trnka ani Kováčik*)
3. hra ako neuvážená hazardná činnosť spojená s neprimeraným rizikom (*teraz rozohral nebezpečnú hru; nemajú v rukách žiadne tromfy; nie je v banku nič menšie než ľudské životy*).

Ako naznačujú menované príklady, konceptualizácia politickej sféry a činnosti politických subjektov je v tomto modeli sústredená vo výrazových prostriedkoch *hra*, *hrať*, *zahrať sa*, *hral sa na*, *šach-mat*, *karty*, *talón*, *hazardovať*, *tromfy v rukách*, *majstri sveta*, *súperenie*, *ring*, *reštart*, *pravidlá*, *mantinely*, *publikum* či *oddychový čas*. Vo všetkých troch kategóriách je spoločným znakom istá simplifikácia, v súvislosti s ktorou absentuje očakávaná vážnosť a zodpovednosť vyplývajúca zo sféry, funkcie a spoločenskej pozície s dosahom na široké domáce i medzinárodné prostredie.

Metafora BOJ sa ako model zachovala v nezmenenej podobe, avšak v porovnaní s predchádzajúcim obdobím autoritatívneho režimu vnímame niekoľko rozdielov v jej obsahu. V súčasnom mediálnom diskurze (na pozadí excerptovanej výskumnej vzorky) nezaznamenávame existenciu jednotného cieľa boja na politickej scéne, ako tomu bolo v minulosti (boj za mier, boj za dosiahnutie komunizmu), a rovnako tak sa predmetom boja či útoku stal jednotlivec v komparácii s kolektívnym zameraním politického boja v čase socializmu. Môžeme to vidieť v príkladoch *Sulík bude na odstrel; palba Nicholsonovej na Remišovú; Sulík žiada hlavu ministra zdravotníctva; ofenzíva Borisa Kollára a „jeho“ SIS* a ďalšie. Zvýšené prejavy explicitnosti sa odzrkadľujú aj v charakteristickej lexike spájanej s metaforou, kde okrem štandardných výrazov *boj, útok, atak, zrážka, vojna, ofenzíva, front*, evidujeme pestrú škálu lexém orientovaných okolo palby, napr. *odstrel, strieľať, ostreľovať, prestrelka, delo, delostrelecká kampaň, rozbuška, pušný prach*, ale menovite sa uvádzajú aj zbrane s väčším dosahom alebo ničivejšími dôsledkami ako *bombardéry, atómovka, gilotína, neradená strela*. To poukazuje na narastajúcu militantnosť v interpretácii politickej sféry ako celku, ale i vzájomných vzťahov politických subjektov v nej.

V metafore DIVADLO možno identifikovať niekoľko jeho aspektov. Na jednej strane sa na obrazné pomenovanie politickej scény využívajú súčasti divadla ako budovy, napr. *javisko* a, ako opozícia k nemu, *publikum*, ktorému je adresované predstavenie. Typy predstavenia, do ktorých metafora konceptualizuje činnosť politických subjektov, však nenaznačuje vyššiu formu umenia, ale poukazuje na expresívny význam pretvárky, falošnosti či nevšedného vystúpenia. S tým sa usúvzažňujú výrazové prostriedky *fraška* alebo *stand-up komédia*, ale aj ďalšie „ľahké“ žánre ako sú *telenovela* či *komiks*³⁷⁹. Metaforické vyjadrenia predstavujú súčasnú politickú scénu ako *fikciu* a *circus*, kde vystupujú *bandroví panáci* (bábky), *ansámbel* aj *superstar*. Za všetky uvádzame niekoľko príkladov z mediálnych textov – *šašom som, šašom ostanem* (samohodnotenie I. Matoviča); *hádky v koalícii a následné trucovanie začínajú pripomínať mierne žackylenú telenovelu; politické divadlo; teatrálna rozlúčka s ministrom zdravotníctva; zúfalo nekompetentný ansámbel* a ďalšie.

³⁷⁹ S metaforou DIVADLO ho prepájame v rámci vzťahu k umeniu a kultúre, hoci nejde primárne o dramatický žáner.

Výsledky výskumu denominácie politických subjektov založené na prevažne kontextovo expresívnej lexike ukazujú možnosti kategorizácie do troch tematických skupín, v okruhu ktorých sa pohybujú jednotlivé pomenovania, charakteristiky a hodnotenie politicky činných jednotlivcov alebo skupín. Sú to infantilnosť, nekompetentnosť alebo regresívnosť a zdravotná nespôsobilosť. Na základe príkladov excerptovaných z mediálneho prostredia môžeme prvú vlastnosť – infantilnosť – konkretizovať a rozčleniť do menších celkov. Lexikálny význam výrazovej jednotky určuje, že ide o ustrnutie, spomalenie individuálneho vývinu, resp. detinskost' či nezrelosť, čo sa vo verejnej mienke verbalizuje prostredníctvom trucovitosti (*naťahovať sa na sociálnej sieti o lopatku; Matovič sa žatne; Danko s Blahom sa hádzali o zem*), správania založeného na napodobňovaní (*otrocky sa opičia po Západe či po Rusku*), naivite (*náš insitný financmajster*), emočnej nestabilité (*potom len vyplakával, že je v podstate bezmocný*) a vo veku neprimeranom konaní (*Matovičove výstrelky; celoplošné testovanie mu obijajú o hlavu; môže mu to pomôcť vpratať sa do kože; ak chcel Pellegrini z koalície strhnúť trenky*).

Druhý okruh vlastností politických subjektov summarizuje kategória regresívneho, nekompetentného a na politickú činnosť nespôsobilého správania. Mediálny diskurz celoštátnych mienkotvorných periodík sa nebráni vyjadrovaniu otvorených kritických názorov a postojov, v ktorých sa odzrkadľuje neschopnosť napredovať, konat' rozhodne a aktívne (*zacyklený Matovič*), alebo aj zvažovať následky svojich činov a hľadiť do budúcnosti, čo vyjadruje expresívne hovorové spojenie „*terazky*“ Matovič. Pochybnosť o spôsobilosti a kompetentnosti politického subjektu v danej oblasti je obsiahnutá v jeho hodnení výrazom *politický eskamotér*. Vzhľadom na zosúkromňovanie komunikačného prostredia vo vzťahu k jednotlivcovi, ktoré zároveň umožňuje transfer hodnôt i „*hodnôt*“ prostredníctvom jazyka a odbúravanie tabu³⁸⁰, nie je netypické využiť na nepriame opisné pomenovanie vysokého politického činiteľa konštrukciu *podivuhodná postavička, ktorej úspech bol postavený na úsmere populárneho multiotecka*. Hodnotenie vo vzťahu k politickej činnosti a politickým subjektom je ďalej obsiahnuté v ich negatívnom prístupe k zodpovednosti (*podvádza, útočí, zvaľuje vinu na iných*), opise charakteru s dôrazom na uplatnenie expresívnych a hovorových výrazov (*zabrblú si popod nos; veľkohubo hádže chyby na všetkých naokolo*) aj

³⁸⁰ Patráš, 2009, s. 25.

obrazných a metaforických pomenovaniach ich charakteru (*erózia Matovičovej autority; maslo na hlave, žiadna chrbotová kost', podrezaný jazyk*).

V poslednej kategórii tematizujúcej zdravotnú nespôsobilosť na vykonávanie politickej činnosti, ktorá je daná tak fyzickou, ako aj psychickou nestabilnosťou jednotlivcov, sa verbalizuje primárne chaotikosť, egocentrizmus a megalománia, reflektované v príkladoch *populistickí pomätenec; potrebujú postupnú odvyskašku* (od politickej moci)³⁸¹; *politický paranoik*; (konanie) *v rozpore s predvolebným blúžnením*. Z excerptovaných príkladov je zrejmé aj uplatnenie slovnej hry a modifikácie vlastných mien politických subjektov v kontexte ich politickej činnosti, napr. „*zmätkovič*“ (Igor Matovič) či *predseda strany Obyčajní dobrodruhovia radikálneho blúžnenia* (OLaNO – Obyčajní Ľudia a nezávislé osobnosti). Špecifickým prípadom v tejto kategórii sú biblické alúzie s odkazom na duševnú nevyrovnanosť podmieňujúcu politickú nespôsobilosť a vyššie menované charakterové aspekty – *šef OĽaNO zjavne trpí spasiteľským komplexom alebo popletal sa bez signálu po Getsemanskej záhrade*.

Záver

K interpretácii a zovšeobecneniu výsledkov analýzy pristupujeme v dvoch rovinách, reflekujúc historicko-spoločenský, kultúrno-politický i hodnotový transfer na pozadí kognitívno-lingvistického nazerania na jazyk mediálnej sféry v autoritatívnom a demokratickom štátoprávnom usporiadani. Z hľadiska komparatívneho prístupu k ideologickej podmienenému a súčasnému elektronickému prostrediu, prihliadajúc na odbúranie ideologizujúcich tendencií po roku 1989, ale aj stereotypizáciu, schematizmus a cenzúru v období socializmu, možno paradoxne konštatovať, že verejný obraz politickej sféry konceptualizovaný v jazyku sa v socialistickej ére javí pozitívnejšie, resp. Seriáznejšie, a z hľadiska spôsobu vyjadrovania o domácoch politických subjektoch kultúrnejšie, ako je to v súčasnosti.

Faktor cenzúry a prísnej kontroly publikovaného obsahu pred rokom 1989 zohráva svoju úlohu a neumožňuje objektívne nazeranie na politické subjekty a ich hodnotenie, v dôsledku čoho je pochopiteľné, že sa neprejavuje kritika voči domácomu zriadeniu a ideológii marxizmu-leninizmu. To však nevylučuje ostrý a často stereotypizovaný postoj voči zahraničným politickým

³⁸¹ Ide o odkaz na postupné odstupovanie z funkcie ministra zdravotníctva M. Krajčího v dôsledku nezvládnutia pandemickej situácie.

činiteľom a ideologicko-ekonomickému zriadeniu. Jazyková politická kultúra sa vyznačuje kolektivistickým princípom tak v rámci denominácie, charakteristiky aj hodnotenia socialistického i kapitalistického usporiadania. V pluráli sú zobrazené politické subjekty a ciele presadzované v politickej sfére. Opäť je na mieste poznámka, že v závislosti od tematickej špecifikácie (napr. v kontexte monsterprocesov v 50. rokoch) nie je vylúčená ani orientácia na individuality. V tematicky nečlenenom diskurze sa však daný príklad viditeľne neprejavil. K základným konceptuálnym modelom metafor zastúpeným v období totality patria CESTA, BOJ a BUDOVA. V členení motivických kategórií založených na uplatnení expresívnej lexiky pri pomenovaní politických subjektov sa tiež odzrkadľuje ideologická stereotypizácia sumarizovaná v modeli *Východ* (pozitívum) ↔ *Západ* (negatívum) a rozvíjaná na osi *spojenec – vzor – priateľ – brat ↔ nepriateľ*.

V elektronicky podmienenom diskurze sa jazykový obraz politickej scény a politická kultúra ako súčasť society manifestuje a konceptualizuje prostredníctvom zvýšenej militantnosti v spojení s poklesom zodpovednosti, racionalizácie a reprezentatívnosti na strane politických subjektov. Základné funkcie mienkotvornej publicistiky, či už v straníckom alebo súčasnom online prostredí, zdôrazňujú subjektívnosť, persuazívnosť, axiologickosť, expresívnosť a obraznosť v komunikátoch. Jednotlivé texty odzrkadľujú spoločenské, politické a kultúrne hodnoty danej doby, ale aj samé vystupujú ako hodnota, resp. prejav jazykovej a komunikačnej kultúry v publicistickom štýle.

Prinavrátiac sa k východiskám výskumu a sekundárному cieľu orientovanému na sondážny vstup do sféry hodnôt, hodnotenia a hodnotového potenciálu, ktorý sa odzrkadľuje v súčasnom prostredí elektronických médií i v kontexte politickej kultúry, je na mieste zamyslenie nad ústupom niektorých globálnych hodnôt ako dôstojnosť, rešpekt, tolerancia, úcta či vzájomná solidarita. Výsledky analýzy súčasnej vzorky textov elektronických periodík považujeme v tejto etape výskumu za náčrt vstupných tendencií, ktoré možno po rozšírení materiálovej základne a hlbšom vstupe do problematiky interpretovať buď ako dlhodobejší prejav politickej, mediálnej a komunikačnej kultúry, alebo ako momentálne jazykovo-komunikačné prejavy a politicko-kultúrne tendencie vystúpivšie do popredia v kontexte globálnej pandémie a krízovej situácie.

Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Slovensko
patricia.molnarova@umb.sk

Literatúra

- 1) *Culture*. Podľa: Meriam-webster [cit. dňa 11. 2. 2022]. Dostupné online: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/culture>
- 2) GEERAERTS, D. 2020. *Teorie lexikální sémantiky*. Praha : Karolinum, 2020. 339 s. ISBN 978-80-246-4199-7.
- 3) KOVÁČOVÁ, Z. 2015. *Jazyk a (po)rozumenie z aspektu kognitívnej lingvistiky*. Nitra : Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta, 2015. 264 s. ISBN 978-80-558-0965-6.
- 4) KOVÁČOVÁ, Natália – KRÁLIK, Ján. 2017. *Úvod do štúdia verejnej politiky*. Sládkovičovo : Vysoká škola Danubius, Fakulta verejnej politiky a verejnej správy, 2017. 166 s. ISBN 978-80-8167-061-9.
- 5) LAKOFF, G. 2006. *Ženy, obeň a nebezpečné veci. Co kategorie vyplývají o naší myсли*. Praha : Triáda, 2006. 655 s. ISBN 80-86138-78-X.
- 6) LAKOFF, G. – JOHNSON, M. 2002. *Metafory, kterými žijeme*. Brno: Host, 2002. 282 s. ISBN 80-7297-071-6.
- 7) MOLNÁROVÁ, P. 2019. Kognitívno-sémantická interpretácia metafory v kontexte politicko-ideologického vývinu v rokoch 1965 – 1970. In: *Slovenská reč*, 2019, roč. 84, č. 2, s. 185 – 204.
- 8) MOLNÁROVÁ, P. 2021a. Vývin obrazu ideológie socializmu v tematickom diskurze: na príklade politicko-ideologickej konceptuálnej metafory. In: *Nová filologická revue*, 2021, roč. XII, č. 1, s. 147 – 165.
- 9) MOLNÁROVÁ, P. 2021b. Kontrast a jeho funkcia v expresívnej ideologicky motivovanej denominácii politického subjektu. In: *Lingua et Vita*, 2021, roč. 10, č. 20, s. 33 – 42.
- 10) SKOVAJSA, M. 2006. *Politická kultura. Přístupy, kritiky, uplatnění ve zkoumání politiky*. Praha : Univerzita Karlova, 2006. 207 s. ISBN 80-246-1136-8.
- 11) PATRÁŠ, V. 2009. *Sociolingvistické aspekty elektronicky podmienenej komunikácie*. Karviná : Slezská univerzita v Opavě, Obchodně podnikatelská fakulta, 2009. 147 s. ISBN 978-80-7248-522-2.
- 12) SLATINSKÁ, A. – PEKNÍKOVÁ, J. 2017. *Jazyk – kultúra – identita. Vybrané aspekty interkultúrnej identity*. Banská Bystrica : Belianum, 2017. 123 s. ISBN 978-80-557-1284-0.
- 13) THOME, H. 2015. Values, Sociology of. In: *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Science*. Ed. J. Wright. Amsterdam: Elsevier, 2015. s. 47 – 53.
- 14) WINKLER, J. R. Political Science. Podľa: Britannica [cit. dňa 23. 2. 2022]. Dostupné online: <https://www.britannica.com/topic/political-culture>

ROZPRÁVANIE PRÍBEHOV – STORYTELLING – AKO PROSTRIEDOK INTERKULTÚRNEJ KOMUNIKÁCIE V OBLASTI CESTOVNÉHO RUCHU

STORYTELLING - AS A TOOL OF INTERCULTURAL COMMUNICATION IN TOURISM

Zuzana Slobodová

Abstract

The new situation in which the whole world finds itself has brought with it new challenges. Tourism had to deal with this situation and include it into its concept. One way to improve the position in the domestic market and increase your ability to compete economically with others is to introduce new methods of selling your products. We can also increase the attractiveness of the services and products offered in the tourism application through storytelling, which we will address in our article. The aim of our paper is to bring a view of the storytelling method as the means of intercultural communication in the branch of tourism.

Keywords: storytelling, tourism, culture, intercultural communication, tour guide, stereotypes

Úvod

Situácia, v ktorej sa momentálne nachádza celý svet, nie je jednoduchá. Pandémia má dosah na všetky odvetvia priemyslu, aj na oblast' cestovného ruchu. Zmenený stav priniesol so sebou nové výzvy, s ktorými sa cestovný ruch musel vysporiadat' a zaradit' ich do svojej koncepcie, aby si jeho jednotlivé odvetvia udržali svoje miesto a konkurencieschopnosť. Jednou z možností, ako zlepšovať svoje postavenie na domácom trhu i zahraničnom a zvýšiť si svoju schopnosť ekonomicky konkurovať ostatným, je aj zavádzanie nových metód do predaja svojich produktov. Zvýšiť atraktivitu ponúkaných služieb a produktov v aplikácii na cestovný ruch môžeme aj prostredníctvom metódy storytelling – rozprávanie príbehov. V našom príspevku sa budeme venovať interkultúrnej komunikácii, kultúre, kultúrnej

krajine, cestovnému ruchu, marketingovej komunikácii, turistickému sprievodcovi a storytellingu v cestovnom ruchu.

Interkultúrna komunikácia a kultúra

Pojem „interkultúrny“ definuje Slovník súčasného slovenského jazyka H – L ako: „súvisiaci so vzájomným vzťahom medzi dvoma al. viacerými kultúrami; súvisiaci s rozdielmi medzi príslušníkmi rozdielnych kultúr; vyskytujúci sa medzi dvomi al. viacerými kultúrami, medzikultúrny,³⁸² komunikáciu charakterizuje vyššie spomenutý slovník ako: „lingv. dorozumievanie pomocou gest, mimiky, tónu a zafarbenia hlasu, postoja, držania tela.“³⁸³

Interkultúrnu komunikáciu teda zjednodušene môžeme definovať ako komunikáciu dvoch, resp. viacerých kultúr. Dôležitým v tomto kontexte je nielen ovládanie cudzích jazykov,³⁸⁴ ale aj poznanie osobitosti tej-ktorej kultúry. Na základe tohto poznania je potom dôležité vedieť vhodne aplikovať svoje správanie a konanie v súvislosti so špecifikami danej kultúry.³⁸⁵ Špecifikami v tomto kontexte sú napr. odlišné vnímanie času, fyzickej vzdialenosťi, rôzny stupeň formálnosti, rozdielny prejav emócií a pod.³⁸⁶

V dnešnej dobe globalizácie prichádza množstvo podnetov zo zahraničia – moderné technológie, internet, multikultúrne pracovné tímy, rozšírené možnosti podnikania (nielen v oblasti cestovného ruchu) atď Toto všetko vyvoláva potrebu efektívnej komunikácie s príslušníkmi iných kultúr a subkultúr.³⁸⁷

Interkultúrna komunikácia v sebe spája tri zložky:

1. kultúra,
2. jazyk,
3. spôsob komunikácie.

³⁸² <https://slovnik.juls.savba.sk/?w=interkult%C3%BArny&c=N86d>

³⁸³

<https://slovnik.juls.savba.sk/?w=komunik%C3%A1cia&s=exact&c=ha79&cs=&d=kssj4&d=psp&d=ogs&d=sss&d=orter&d=scs&d=sss&d=peciar&d=ssn&d=hssj&d=bernlak&d=noundb&d=orient&d=locutio&d=obce&d=priezviska&d=un&d=pskfr&d=pskcs&d=psken#>

³⁸⁴ Napr. Ali Taha, 2015, 2016, Horňáková 2010, 2011, Průcha, 2010, Slivková, 2015, Slobodová, 2020, 2021.

³⁸⁵ Slivková, 2015, s. 55.

³⁸⁶ Ali Taha, 2015, s. 5.

³⁸⁷ Neuliep, 2015 In Ali Taha 2015, s. 5.

„Kultúra preniká do všetkých spoločenských oblastí a cez jazyk, ktorý je jej súčasťou, profiluje aj komunikáciu.“³⁸⁸

Klúčové postavenie v rámci interkultúrnej komunikácie má nepochybne **kultúra**.

Veľký sociologický slovník (1996) sa na kultúru pozera v úzkej spojitosti s ľudským spoločenstvom. Kultúra podnecuje spolupatričnosť členov spoločenstva, čím sa vytvára kultúrna i národná identita.³⁸⁹ Z pohľadu psychológie predstavuje kultúra usmernenie pre jej nositeľov – sú to akési pravidlá pre ľudí tej istej kultúry. Typológiou národných kultúr sa okrem iných zaoberal aj holandský psychológ manažmentu G. Hofstede. Vedec sa na kultúru pozera ako na akési mentálne naprogramovanie myslenia a správania sa, ktoré jedinec nadobudne z prostredia, v ktorom vyrastá.³⁹⁰

Do jednej oblasti kultúry môžeme zaradiť jej charakteristiky, ktoré hovoria, že do kultúry patrí všetko, čo svojou tvorivou činnosťou vytvorila ľudská civilizácia – obydlia, odevy, umenie, náboženstvo atď. Do druhého okruhu sa zaraďuje špecifické správanie ľudí – tradície, zvyky, systém hodnôt.³⁹¹

Známou je aj definícia kultúry, ktorú uvádza UNESCO: „Komplex špecifických, duchovných, materiálnych, intelektuálnych a emocionálnych črt spoločnosti alebo sociálnej skupiny, ktorý zahŕňa spolu s umením a literatúrou aj spoločný spôsob života, životný štýl, hodnotový systém, tradície a vieri.“³⁹² „Kultúra je v moderných teóriach definovaná ako proces zahŕňajúci každodenný spôsob života a rozličné predstavy ľadoveka vo vnímaní a zobrazovaní života.“³⁹³

Nositelia jednotlivých kultúr žijú na určitom území či krajinе; v ďalšej časti teda budeme venovať pozornosť kultúrnej krajinе.

Kultúrna krajină

Označenie **kultúrna krajină** je novým pojmom. Doposiaľ nebola samostatne vyčlenená, charakterizovaná bola v rámci viacerých disciplín, napr. architektúry, antropológie a pod. Súčasní autori definujú kultúrnu krajinu ako ideový koncept, ktorý je reprezentatívnym vzorcom pre danú spoločnosť.

³⁸⁸ Pondelíková, 2020, s. 56.

³⁸⁹ Pecníková 2020, s. 6.

³⁹⁰ Slivková, 2015, s. 58.

³⁹¹ Pecníková, 2020, s. 7.

³⁹² dokument UNESCO, 2002 In Ali Taha 2015, s. 13.

³⁹³ Bohušová a kol. 2020, s. 9.

Koncept v sebe zahŕňa materiálnu i nemateriálnu zložku (myšlienky a pocity ľudí, ich identita); kultúrna krajina obsahuje aj tie skutočnosti, materiálne veci, ktoré chce či nechce daná spoločnosť zachovať pre budúce generácie.³⁹⁴

Pecníková³⁹⁵ rozlišuje tri typy kultúrnej krajiny:

1. skutočná krajina – označuje konkrétné miesto, územie,
2. ideálna krajina – približuje sa „ideálu“ v danom momente, prejavuje sa napr. v architektúre,
3. fantastická krajina – zobrazuje krajinu, ktorá je nositeľkou kultúrneho odkazu prostredníctvom **mýtov, legiend a symbolov**.

Každá krajina sa môže stať cieľom pre návštevníkov, ktorí si dané územie vybrali za účelom oddychu, spoznávania či iným zážitkom, a teda sú účastníkmi cestovného ruchu.

Cestovný ruch, cieľové miesto v cestovnom ruchu

Cestovný ruch je „súbor činností zamieraných na uspokojovanie potrieb súvisiacich s cestovaním a pobytom osôb mimo miesta trvalého bydliska a zvyčajne vo voľnom čase.“ Osoby cestujú za účelom oddýchnutia si, spoznávania nových miest, kultúr, krajín, cestujú za zábavou, športovým zážitkom a pod.³⁹⁶

Cieľové miesto cestovného ruchu sa nazýva **destinácia**. Gúčik³⁹⁷ charakterizuje destináciu ako produkt, ktorý ponúka súbor služieb, ktoré navzájom súvisia a majú aj určitú kvalitu. Vybraná destinácia neponúka všetky služby, ale len tie, o ktoré má cieľová skupina spotrebiteľov záujem. Jednotlivé destinácie si navzájom konkurovajú a je teda na každej oblasti, akým spôsobom priláka turistov. Destinácie sú podľa Palatkovej časťami celku, ktoré si navzájom konkurovajú; spoločný majú cieľ – predaj.³⁹⁸ Podľa Daleho môže byť turistickou destináciou:

- mesto,
- veľkomesto,
- prímorská oblasť,
- celý región.³⁹⁹

³⁹⁴ Pecníková, 2020, s. 45.

³⁹⁵ Pecníková, 2020, s. 47.

³⁹⁶ Gúčik, 2006, s. 22.

³⁹⁷ Gúčik, 2010.

³⁹⁸ Palatková, 2011.

³⁹⁹ Dale a kol., 2005.

Atraktívnosť cieľového miesta je „*prítážlivosť, schopnosť vzbudit' záujem, podnecovať emotívne zážitky*,“⁴⁰⁰ pričom platí, že cieľové miesto je tým atraktívnejšie, čím viac má odlišných znakov od ostatných cieľových miest. Kultúrne atraktivity patria do primárnej ponuky cestovného ruchu. V tomto kontexte predstavuje kultúrna atraktivita antropogénnu ponuku cestovného ruchu; patria sem: sakrálne pamiatky, umelecko-výtvarné diela, architektonické svetské pamiatky, technické diela, folklór, archeologické náleziská, historické miesta, muzeálne zbierky, miesta národných a svetových dejín, rodiská a pôsobiská národných dejateľov a kultúrno-osvetové zariadenia.⁴⁰¹

Modica a Dale⁴⁰² uvádzajú, že turisticky atraktívna destinácia v sebe zahŕňa prírodné, kultúrne i umelecké faktory hmotnej i nehmotnej povahy, napr. prostredie mora, počasie, múzeá, **mýty** a **legendy** a pod. Uvedené faktory sú hlavným dôvodom návštevy daného územia.

Nielen na základe výšie uvedeného delenia možno konštatovať, že kultúrne atraktivity tvoria objekt záujmu cestovného ruchu a podmienkou ich rozvoja je aj ich prezentácia (tiež stav a sprístupnenie). Prezentáciou destinácií sa zaoberá marketingová komunikácia.

Marketingová komunikácia

Marketingovú komunikáciu definujú Přikrylová a kol. ako komunikáciu, ktorej podstatou je prenos informácií medzi predávajúcim a kupujúcim.⁴⁰³ Podstatou marketingovej komunikácie je podľa Přikrylovej a kol. „*produktová politika, tvorba cien, distribučné cesty a komunikácia*.“⁴⁰⁴ Súčasťou marketingovej komunikácie sú nástroje komunikačného mixu – sú to komunikačné metódy a prostriedky, ktoré slúžia na propagáciu a prezentáciu podnikov, cieľového miesta (v cestovnom ruchu) a pod. Za najvýznamnejší nástroj marketingovej komunikácie pokladajú autori **priamy marketing**, Charakteristickým znakom priameho marketingu je osobný prístup a nízke náklady. Je založený na

⁴⁰⁰ Gúčik, 2006, s. 10.

⁴⁰¹ Gúčik, 2010.

⁴⁰² Modica, 2015, Dale a kol., 2005.

⁴⁰³ Přikrylová a kol., 2019.

⁴⁰⁴ Přikrylová a kol., 2019, s. 45.

nadväzovaní kontaktu s potenciálnymi návštevníkmi prostredníctvom zasielania informácií o vybranej destinácii a zaujímavých cenových ponúk.⁴⁰⁵

Do komunikačného mixu patria osobné a neosobné formy komunikácie. Osobnou formou komunikácie je osobný predaj; k neosobným formám patrí **reklama, podpora predaja, priamy marketing, PR a sponsoring**. **Veľtrhy a výstavy** tvoria kombináciu osobných a neosobných foriem komunikácie.

Přikrylová a kol. vo svojej publikácii zdôrazňujú potrebu **zavádzat nové spôsoby do marketingovej komunikácie**. Autori konštatujú, že sa marketingová komunikácia v súčasnosti snaží personalizovať, automatizovať, a tým sa priblížiť konkrétnym potrebám jednotlivcov, resp. firiem. Za veľkú tému považujú autori emócie: tie sa stávajú hlavným nástrojom na upútanie pozornosti zákazníkov, pretože je známe, že informácie, ktoré vyvolajú emócie, sa lepšie zapamätajú.⁴⁰⁶

Dôležité postavenie v tejto súvislosti má turistický sprievodca. Práve prostredníctvom jeho osobnosti je možné lepšie spropagovať destináciu a zvýšiť jej návštevnosť.

Turistický sprievodca

Sprievodcovská činnosť je súčasťou cestovného ruchu a jej hlavným predstaviteľom je sprievodca. Podľa toho, aký jazyk sprievodca používa, hovoríme o sprievodcovi domáceho, resp. zahraničného cestovného ruchu. Zamestnanie sprievodcu môže vykonávať len človek, ktorý má príslušnú kvalifikáciu, spolupracuje s cestovnými kanceláriami a dostáva dohodnutú mzdu.⁴⁰⁷ Sprievodca cestovného ruchu je človek, ktorý sa snaží spoznávať iné národy a ich zvyky, zaujíma sa o krajinu a nadobudnuté informácie vie vhodným spôsobom sprostredkovovať.⁴⁰⁸ Je jednou z kľúčových postáv v odvetví turizmu. Vďaka nemu a **prerozprávaniu príbehov (storytelling)** dokáže účastníkom cestovného ruchu sprostredkovovať edukatívny a zábavný zážitok.⁴⁰⁹

⁴⁰⁵ Gúčik a kol., 2018.

⁴⁰⁶ Přikrylová a kol., 2019.

⁴⁰⁷ Orieška, 2011.

⁴⁰⁸ Zelenka, 2007, s. 9.

⁴⁰⁹ Daňková, 2019.

Rozprávanie príbehov – storytelling

Jedným z najstarších spôsobov komunikácie je rozprávanie príbehu – storytelling. Táto metóda je lingvistickou a vzdelávacou aktivitou. Storytelling umožňuje zdieľať zážitky a emócie s inými.⁴¹⁰ Z iného uhla pohľadu rozprávanie príbehu môžeme vnímať ako virtuálny zážitok, ktorý umožňuje poslucháčom predstavovať si daný sled udalostí a následne zdieľať emócie, ktoré v nás príbeh vyvolá.⁴¹¹ Práve rôzne príbehy, či už **mýty, legendy, rozprávania o bohoch, hrdinoch a pod.**, tvoria súčasť každej kultúry a sú pridanou hodnotou cestovného ruchu.⁴¹²

Metóda storytellingu predstavuje interaktívnu formu odovzdania príbehu. Interakcia prebieha väčšinou prostredníctvom verbálneho prejavu zo strany rozprávača smerom k divákom. K hlavným prvkom storytellingu patria postavy, dej a myšlienka daného príbehu. Metódu nemožno uplatniť bez rozprávača a publiku.⁴¹³

Iní autori považujú storytelling za zaujímavý a osvedčený spôsob komunikácie. Podľa autorov plní metóda nasledovné **funkcie**: zachytenie pozornosti, sprostredkovanie nezabudnuteľnej informácie, vzbudenie dôveryhodnosti.⁴¹⁴

Využitie storytellingu v cestovnom ruchu

Podstatou storytellingu v cestovnom ruchu je zatraktívniť cieľovú destináciu, resp. miesto, a to aj prostredníctvom emócií, ktoré rozprávanie príbehov v poslucháčoch vyvolá. Vysekalová taktiež vyzdvihuje dôležitosť emócií, ktoré sú podľa nej významným zdrojom motivácie. V súvislosti s marketingom je motivácia rozhodujúca pri zákazníkoch – podnietiť ich k záujmu o daný produkt, službu. Storytelling v cestovnom ruchu slúži aj na zvýšenie záujmu návštevníkov objavovať ďalšie kultúrne atraktivity.⁴¹⁵

Gaille píše, že ústny storytelling by mal vyvolať u návštevníkov aj zvedavosť a potrebu dozvedieť sa viac informácií o danom mieste. Rozprávanie príbehov je podľa autora najlepšou cestou, ako priblížiť kultúru

⁴¹⁰ Mat'ková, 2010a.

⁴¹¹ Mládková, 2012.

⁴¹² Boniface a kol. 2012.

⁴¹³ Terpitková, 2012.

⁴¹⁴ Hurt a Metzger, 2003.

⁴¹⁵ Vysekalová, 2007.

návštevníkom.⁴¹⁶ Brooks je toho názoru, že kultúrne atraktivity by mali vždy ponúkať príbehy, nie len ukazovať umelecké diela, pretože príbehy motivujú návštevníkov k ďalšej návštive.⁴¹⁷

Z pohľadu marketingu reprezentuje storytelling aktivitu, ktorá sprostredkúva zákazníkom informácie o danej značke, mieste, destinácii. Je to jedinečný spôsob, ako zapôsobiť na zákazníka, presvedčiť ho, motivovať a inšpirovať.⁴¹⁸

Výskumy, o ktorých vo svojom diele píše Nevolová, ukázali, že pri rozhodovaní o kúpe nejakého produktu sa väčšina zákazníkov riadi viac emóciami a omnoho menej vyhodnocujú informácie. Podľa autorky na to, aby bol príbeh dobrý, musí splňať nasledujúce požiadavky:

Štruktúra – príbeh by mal mať začiatok i koniec, niekam smerovať a mal by dávať zmysel.

Dynamika – príbeh by mal obsahovať prekvapenia, malo by sa striedať tempo, intonácia, a taktiež by v ňom malo byť dostatok detailov. Nositel'om dynamiky v príbehu sú výrazové prostriedky, štýl a technika rozprávania.

Autenticita rozprávača – rozprávač by mal vedieť nadviazať kontakt s publikom, mal by byť prirodzený a viero hodný.

Zapojenie publika – príbeh by mal vzbudit záujem a pozornosť publika.⁴¹⁹

Súčasná autorka Pavlovská rozlišuje storytelling v ústnej a digitálnej forme. **Ústna forma** je podľa autorky improvizáčnou technikou v umení – rozprávajúci sprostredkováva príbeh a poslucháči si ho predstavujú vo svojej fantázii. V prípade, že do rozprávania zapojíme aj digitálne technológie (video, obrázky, zvuky, hudba...), hovoríme o **digitálnej forme**. Podľa autorky ide o moderný druh rozprávania príbehov a v súčasnosti je uprednostňovaný pred ústnym podaním.⁴²⁰

V neposlednom rade je prostredníctvom rozprávania príbehov možné „zbúrať“ niektoré **stereotypy**. Stereotyp definuje Slovník cudzích slov (akademický) ako: „psych. komplex predstáv, ktoré majú príslušníci spoločenských skupín o sebe al. o iných (najmä etnický al. rasovo)“⁴²¹ Je to zjednodušené vnímanie

⁴¹⁶ Gaille, 2019.

⁴¹⁷ Brooks, 2004.

⁴¹⁸ Kučerová, 2017.

⁴¹⁹ Nevolová, 2019, s. 28.

⁴²⁰ Pavlovská, 2011.

⁴²¹ <https://slovnik.juls.savba.sk/?w=stereotyp&s=exact&c=kce1&cs=&d=scs#>

iných národov, ktoré však býva do značnej miery skreslené či zdeformované. Postoj k inej kultúre býva často negatívny, diskriminačný. Takéto prvky sú zväčša trvalé a prenášajú sa z generácie na generáciu. Stereotypy používajú ľudia v (pre nich) nových situáciach, keď sa stretnú s neznámymi ľuďmi, resp. majú nedostatočné informácie o danej skupine.⁴²²

V oblasti cestovného ruchu majú stereotypy negatívny sociálny dôsledok. Pri stretnutí s osobou, ktorá patrí do skupiny vnímanej ako „agresívna“, sa v našej myсли „aktivuje“ skupinový stereotyp a ovplyvňuje naše správanie. V prípade, že je naše správanie agresívne, vyvolá obdobnú reakciu a tým sa len utvrdzujeme v presvedčení, že stereotypný obraz o danej skupine je správny.⁴²³

Záver

Vplyv globalizácie i pandémie spôsobili zmeny vo všetkých oblastiach verejného i súkromného života. Pre firmy znamenala zmenená situácia nutnosť „poobzerať sa“ po nových spôsoboch, ako zvýšiť svoju konkurencieschopnosť na domácom i zahraničnom trhu. Riešením sú nové metódy.

Už spomínamej globalizácii vdľačíme za stretávanie rôznych kultúr. Pri komunikácii dvoch alebo viacerých kultúr môžeme hovoriť o interkultúrnej komunikácii. Dôležité postavenie v tomto kontexte má kultúra, ktorá predstavuje súhrn pravidiel, ktorými by sa mali riadiť jej nositelia. Do kultúry zahŕňame všetko, čo vytvorili ľudia – materiálne i nemateriálne bohatstvo, ktoré daná spoločnosť chce, resp. nechce zachovať pre ďalšie generácie. Jednotlivé kultúrne spoločenstvá žijú na určitom území – v krajinе. Kultúrnemu krajinu doterajšie vedy nevyčleňovali osobitne, ale definovali ju v rámci iných disciplín.

Každé územie má určitý potenciál stat' sa atraktívnym pre návštevníkov za účelom oddýchnutia si, túžby spoznávať nové miesta či kultúry. Uspokojovanie týchto potrieb patrí do oblasti cestovného ruchu. Je na každej cieľovej krajinе – destinácii, aký spôsob svojej propagácie zvolí, aby zvýšila svoju atraktívnosť.

⁴²² Průcha, 2010 a Reisinger 2012 In Ali Taha, 2015.

⁴²³ Albu 2015 In Ali Taha 2015.

Komunikáciou medzi predávajúcim (destináciou) a kupujúcim (návštevníkom) sa zaoberá marketingová komunikácia. Dôležitou osobnosťou v tomto kontexte je turistický sprievodca, ktorý disponuje informáciami o krajinе, jeho národe, zvykoch a tieto údaje vie náležitým spôsobom posunúť smerom k návštevníkom. Jedným zo spôsobov, ktoré môže v sprievodcovskej činnosti použiť, je metóda rozprávania príbehov – storytelling.

Prostredníctvom príbehov – povestí, mýtov, legiend, ktoré sú súčasťou každej kultúry – vie turistický sprievodca sprostredkovat' informácie, dokáže zábavným spôsobom aj vzdelávať, ponúknut' zážitok a tým zvýšiť atraktívnosť cieľovej destinácie. Príbehy „majú moc“ zvýšiť u návštevníkov záujem o konkrétné miesto či pamiatku a podnieť ich k ďalšej návšteve.

Domnievame sa, že práve rozprávanie príbehov by mohlo byť nápomocné pri odbúravaní zaužívaných (a často nesprávnych) stereotypov o danej kultúre. Prostredníctvom príbehov, ktoré sa skutočne stali, je možné priblížiť kultúru jedného národa kultúre iného národa, ukázať „hrdinov“/predstaviteľov v dobrom svetle a vyvrátiť mylné predstavy.

©Zuzana Slobodová

Prešovská univerzita v Prešove, Slovensko
zuzana.slobodova@uniupo.sk

Literatúra

- 1) ALI TAHÁ, V. 2016. *Manažment a kultúrne kontexty. Úvod do štúdia interkultúrálneho manažmentu a podnikovej kultúry*. Prešov: Bookman, 2016, 171 s. ISBN 978-80-9165-168-7.
- 2) ALI TAHÁ, V. 2015. *Interkultúrna komunikácia*. Prešov: Bookman, 2015, 89 s. ISBN 978-80-8165-113-7.
- 3) BOHUŠOVÁ, Z. – JAVORČÍKOVÁ, J. – HÖHN, E. a kol. 2020. *Mestá a ich príbehy. Európska učebnica o kultúrnych tradíciiach*. Banská Bystrica: DALIB-BB, s. r. o., 2020, 262 s. ISBN 978-80-8141-249-3.
- 4) BROOKS, R. 2004. *Rules for Successful Tourism Marketing*. [online] [Cit. 2022-01-31] Dostupné na: <https://fyi.extension.wisc.edu/downtowneconomics/files/2012/08/rules-for-successful-tourism-marketing.pdf>
- 5) BONIFACE, B. 2012. *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism*. New York: Routledge, 2012, 740 s. ISBN 978-1138901810.
- 6) DAŇKOVÁ, Z. (2019). Turistický sprievodca a budovanie si vlastnej značky spojené s prerozprávaním príbehov turizmu. In: *Cestovný ruch v dvadsaťročníci od prelomu milénii – výkony, výzvy, trendy. Recenzovaný nekonferenčný zborník medzinárodných vedeckých štúdií*. [online]. [cit. 2022-02-03]. Dostupné na: <http://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Svedova3>
- 7) GAILLE, B. 2019. 16 Pros and Cons of Digital Storytelling. In: *Braidingaille*. [online] [Cit. 2022-02-01] Dostupné na internete: <https://brandongaille.com/16-pros-and-cons-of-digital-storytelling/>
- 8) GÚČIK, M. a kol. 2018. *Marketing podnikov cestovného ruchu*. Banská Bystrica: DALIB-BB, s. r. o., 2018, 248 s. ISBN 978-809168-812-6.
- 9) GÚČIK, M. 2010. *Cestovný ruch*. Banská Bystrica: DALIB-BB, s. r. o., 2010. ISBN 978-80-890-9080-8.
- 10) GÚČIK, M. a kol. 2006. *Cestovný ruch, hotelierstvo, pohostinstvo: výkladový slovník: 1000 besiel – tri cudzie jazyky*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo – Mladé letá, 2006, 216 s. ISBN 80-10-00360-3.
- 11) HORŇÁKOVÁ, A. 2011a. Ako komunikovať v cudzích jazykoch úspešne a efektívne. Prešov: Vydavateľstvo Prešovskej univerzity v Prešove, 2011, 146 s. ISBN 978-80-555-0377-6.
- 12) HORŇÁKOVÁ, A. 2011b. Odborná komunikácia v cudzom jazyku a jej potreba v praxi. In: *Kľúčové kompetencie pre celoživotné vzdelávanie II. Ročenka Centra celoživotného a kompetenčného vzdelávania Prešovskej univerzity v Prešove*. Prešov: Vydavateľstvo Prešovskej univerzity v Prešove, 2011, s. 175 – 180. ISSN 1338-3388.

- 13) HORŇÁKOVÁ, A. 2010. Interkultúrna komunikácia ako jedna z kľúčových priorít vzdelávania v cudzom jazyku. In: *Cudzie jazyky, odborná komunikácia a interkultúrne fenomény II*. Eds. Zuzana Karabinošová, Martina Kášová. Prešov: VŠMP ISM, 2010, s. 111 – 117. ISBN 978-80-89372-193-5.
- 14) HURT, K. B. – METZGER, D. 2003. *Storytelling*. Alexandria, USA: ASTD, 2003.
- 15) KUČEROVÁ, H. 2017. *Organizace znalostí: klíčová téma*. Praha: Karolinum: Univerzita Karlova, 2017, 360 s. ISBN 978-80-2463-587-3
- 16) MATĚJKOVÁ, S. 2010a. Rozprávanie príbehu ako dobrý úvod do vyučovania anglického jazyka. In: *Učiteľ cudzieho jazyka v kontexte primárneho vzdelávania*. Prešov: Vydavateľstvo Prešovskej univerzity, 2010, s. 122 – 144. ISBN 978-80-555-0232-8.
- 17) MATĚJKOVÁ, S. 2010b. Storytelling in the process of giving presentation. In: *Kľúčové kompetencie pre celoživotné vzdelávanie. Ročenka Centra celoživotního a kompetenčného vzdelávania Prešovskej univerzity v Prešove*. Prešov: Vydavateľstvo Prešovskej univerzity, 2010, s. 175 – 177. ISBN 978-80-555-0121-5.
- 18) MLÁDKOVÁ, L. 2012. Sharing Tacit Knowledge within Organizations: Evidence from the Czech Republic. In: *Global Journal of Business Research*. Vol. 6, Number 2, 2012, s. 105 – 115. <https://www.theibfr.com/download/gjbr/2012-gjbr/gjbr-v6n2-2012/GJBR-V6N2-2012-10.pdf>
- 19) MODICA, P. 2015. *Sustainable tourism management and monitoring*. Milano: Franco Angeli, s. r. l., 2015, 162 s.
- 20) NEVOLOVÁ, M. 2017. *Přestaň prezentovat, začni vyprávět. Storytelling – odliš se od ostatních*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2017, 184 s. ISBN 978-80-2475-664-6.
- 21) PALATKOVÁ, M. 2011. *Marketingový Management Destinací*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2011, 207 s. ISBN 978-80-2473-749-2.
- 22) PAVLOVSKÁ, M. 2011. Storytelling, klíčová kompetence pedagoga. [online] [Cit. 2022-31-01] Dostupné na: https://wiki.rvp.cz/Knihovna/1.Pedagogický_lexikon/S/Storytelling%2C_klíčová_kompetence_pedagoga
- 23) PEKNÍKOVÁ, J. 2020. *Úvod do štúdia kultúry*. Banská Bystrica: DALI-BB, s. r. o., 2020. 79 s. ISBN 978-808141-241-7.
- 24) PONDELÍKOVÁ, I. 2020. *Úvod do medzinárodných kultúrnych vzťahov a interkultúrnej komunikácie*. Banská Bystrica: DALI-BB, s. r. o., 2020. 95 s. ISBN 978-80-8141-243-1.
- 25) PRŮCHA, J. 2010. *Interkulturní komunikace*. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, a. s., 2010, 199 s. ISBN 978-80-247-3069-1.

- 26) PŘIKRYLOVÁ, J. a kol. 2019. *Moderní marketingová komunikace*. 2., zcela přepracované vydání. Praha: Grada Publishing, 2019, 303 s. ISBN 9788024736228.
- 27) SLIVKOVÁ, I. 2015. *Úvod do interkultúrnej komunikácie*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove. 2015. 118 s. ISBN 978-80-555-2451-1. Dostupné na internete:
<https://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Slivkova5>
- 28) SLOBODOVÁ, Z. 2021. Význam cudzích jazykov v oblasti turizmu a manažmentu. In: *Jazyk a manažment*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove, 2021, s. 77 – 82. ISBN 978-80-555-2569-7. [online]. [cit. 2022-02-04]. Dostupné na: <https://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Dancisinova4>
- 29) SLOBODOVÁ, Z. 2020. Cudzie jazyky a ich miesto vo vyučovaní na Fakulte manažmentu Prešovskej univerzity v Prešove. In: *Jazyk a manažment*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove, 2020, s. 77 – 82. ISBN 978-80-555-2560-0. [online]. [cit. 2022-02-04]. Dostupné na: <http://www.pulib.sk/web/pdf/web/viewer.html?file=/web/kniznica/elpub/dokument/Dancisinova2/subor/zbornik.pdf>. ISBN 978-80-555-2361-3.
- 30) *Slovník cudzích slov (akademický)*. 2., doplnené a prepracované vyd. 2005. Ed. Balážová, L. – Bosák, J. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo – Mladé letá, 2005, 1054 s. ISBN 80-10-00381-6. Dostupné na: <https://slovnik.juls.savba.sk/>
- 31) *Slovník súčasného slovenského jazyka. H – L*. 2011. Ved. Red. Jarošová, A. – Buzássyová, K. Bratislava: Veda, vydavateľstvo Slovenskej akadémie vied, 2011, 1087 s. ISBN 978-80-224-1172-1. Dostupné na: <https://slovnik.juls.savba.sk/>
- 32) TERPITKOVÁ, M. 2012. *Využitie metódy Storytelling na 1. stupni ZŠ. Osvedčená pedagogická skúsenosť edukačnej praxe*. Prešov: Metodicko-pedagogické centrum, 2012, 27 s. Dostupné na: https://mpc-edu.sk/sites/default/files/projekty/vystup/3_ops_terpitkova_marianna_-_vyuzitie_metody_storytelling_na_1._stupni_zs.pdf
- 33) *Velký sociologický slovník*. 1996. Red. Petrousek, M. et al. Praha: Univerzita Karlova Vydavatelství Karolinum. 1996. ISBN 80-7184-311-3. Dostupné na: <https://doku.pub/download/petrusek-a-kol-velky-sociologicky-slovnik-i-a-o-cela-kniha-g0rw4zo3peqk>
- 34) VYSEKALOVÁ, J. a kol. 2007. *Psychologie reklamy*. Praha: GRADA Publishing, a. s., 2007, 328 s. ISBN 978-80-2474-005-8.

- 35) ZELENKA, J. – PITROVÁ, M. 2007. *Průvodce cestovního ruchu*. 3. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2007, 115 s. ISBN 978-80-7041-189-6.
- 36) Slovník JULS , Dostupný na :
<https://slovnik.juls.savba.sk/?w=interkult%C3%BArny&c=N86d>

TRANSFER AFGANSKEJ KULTÚRY DO EURÓPY⁴²⁴

TRANSFER OF AFGHAN CULTURE TO EUROPE

Ivana Ponedlíková

Abstract

Cultural transfer is an area that analyzes the transfer of cultural phenomena, products and inspirations from one culture to another. The transfer of a literary work into another language and another cultural space does not only mean a translation from one language to another, but also the transfer of literary traditions, the way people think in a particular culture or the whole cultural context. In this paper, we focus on the transfer of Afghan culture through the literary work *A Thousand Splendid Suns* (2007) by the Afghan-American writer Khaled Hosseini. This novel tells the story of two women, from different generation and social classes, whose lives are united by marriage to one man and the war that forced millions to flee abroad. Violence, fear, the unjust treatment of women, and identity issues, as well as faith, hope, the protection of the family and lasting values, are made concrete in the struggle for survival. *A Thousand Splendid Suns* is a chronicle of Afghanistan since the 1960s and ends just after the millennium. At the same time, it is a touching story about family, friendship and the power of love and sacrifice. Regarding the events of late August 2021, it is important to pay attention to the Afghan people and their culture, as the Western world faces a new refugee crisis. The author does not question the Western view of Afghanistan but enriches it. It brings new knowledge to readers and turns ordinary Afghans into loving people who long for a dignified life.

Keywords: cultural transfer, Afghan culture, Khaled Hosseini, translation, culture-motivated expressions, interculture

⁴²⁴ Príspevok je súčasťou projektu VEGA s názvom *Kultúrna pamäť európskych veľkomiest č. 1/0538/21*, ktorý je realizovaný na Katedre anglistiky a amerikistiky Filozofickej fakulty Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici v spolupráci s Katedrou britských a amerických štúdií Filozofickej fakulty Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave na Slovensku.

Úvod

Spoločnosť 21. storočia sa transformuje na interkultúrnu spoločnosť, ktorej cieľom je podporovať a rozvíjať medzikultúrny dialóg. Kultúra a národ sa vyvíjajú a obohacujú iba vtedy, keď sa konfrontujú s okolitou kultúrou, iným národom a inojazyčnou literatúrou.⁴²⁵ Ako uvádzajú A. Slatinská a J. Pecníková, aj jazyk má svoj vlastný život. Je stále sa meniacim a dynamickým elementom ľudského života.⁴²⁶ Ak sa uzavrie do seba a zabráni akémukoľvek vonkajšiemu vplyvu, stagnuje a vlastne sa dobrovoľne odsúdi na zánik. Osud kultúr i národov, ktoré nereagujú na komunikačné výzvy, je podobne smutný.⁴²⁷ K objasneniu a pochopeniu kultúrnych odlišností prispievajú aj literárne diela a ich preklady. Kultúrny transfer je oblasť, ktorá analyzuje prenos kultúrnych javov, produktov a inšpirácií z jednej kultúry do druhej. Prenos literárneho diela do iného jazyka a iného kultúrneho priestoru neznamená iba preklad z jedného jazyka do iného, ale týka sa aj prenosu literárnych tradícii, spôsobu myslenia ľudí v konkrétnej kultúre, či celého kultúrneho kontextu, a zároveň znamená aj zasadenie preloženého diela do nového kontextu.

V predkladanom príspevku sa sústredíme na transfer afganskej kultúry prostredníctvom literárneho diela *Tisíc žiarivých slnk* (2007) od afgansko-amerického spisovateľa Khaleda Hosseiniho. Tento román vypovedá príbeh dvoch žien, odlišných tak generačne, ako aj sociálne, ktorých životy spojí manželstvo s jedným mužom a vojna, ktorá prinutila milióny ľudí utiecť do cudziny. Násilie, strach a nespravodlivé postavenie žien, ale aj viera, nádej, ochrana rodiny a trvalé hodnoty sa konkretizujú v zápase o prežitie. *Tisíc žiarivých slnk* je kronikou histórie Afganistanu približne od obdobia 60. rokov 20. storočia a končí tesne po miléniu. Zároveň je dojímavým príbehom o rodine, priateľstve a sile lásky a obety. Vzhľadom na udalosti z konca augusta 2021 považujem za dôležité venovať pozornosť afganskému ľudu a ich kultúre, pretože západný svet čelí novej utečeneckej kríze. Autor nespochybňuje západný pohľad na Afganistan, ale obohacuje ho. Čitateľom prináša nové vedomosti a bežných Afgancov vykresluje ako milujúcich ľudí, ktorí túžia po dôstojnom živote.

⁴²⁵ Huťková, 2009, s. 45.

⁴²⁶ Slatinská – Pecníková, 2017, s. 32.

⁴²⁷ Huťková, 2009, s. 45.

S výberom diela priamo súvisí aj otázka jeho prekladu do slovenského jazyka. Prekladať texty z exotického prostredia východných kultúr môže byť veľmi náročné. Medzi kľúčové úlohy každého prekladateľa patrí nielen jazyková zručnosť, ale taktiež schopnosť identifikovať a vhodne preložiť spoločensko-kultúrne prvky literárneho diela. Ďalšou dôležitou úlohou prekladateľa je prostredníctvom jazyka interpretovať spôsob myslenia ľudí v konkrétnnej kultúre. Z prekladateľa sa v procese prekladu stáva všeestranne erudovaný odborník. Tým, že prekladá do iného národného jazyka, obohacuje literatúru, kultúru a dáva priestor čitateľovi, aby pochopil „inakosť“ kultúr. V súčasnom slovenskom myslení o preklade (Gromová, 2009; Müglová, 2009; Bohušová, 2009; Welnitzová, 2007; Petrášová, 2015) sa prekladateľ vníma nielen ako sprostredkovateľ medzi dvomi jazykmi, ale hlavne ako sprostredkovateľ medzi dvomi kultúrami, tzv. kultúrny alebo interkultúrny mediátor. Ak skúmame preklad ako produkt alebo proces, prípadne sa zameriavame na preklad literárnych alebo odborných textov, narážame na problematiku kultúry v preklade, na interkultúrny fenomén, na stret dvoch alebo viacerých kultúr, teda na medzikultúrny faktor, ktorý má v rozhodovacom procese prekladateľa dôležitú úlohu. V súčasnosti sa pri styku s cudzincami kladie veľký dôraz na poznanie kultúrnych rozdielov, čo neznamená, že jazyková príprava je menej dôležitá. Jazyk je most, ktorým sa bezpečne dostaneme z jedného miesta na druhé a pomocou neho získavame informácie o iných kultúrach.⁴²⁸ Kultúra sa prejavuje v jazyku, pričom jazyk možno považovať za nositeľa kultúry, ktorá sa šíri aj prekladom literárnych diel.

Metodológia výskumu a teoretické východiská skúmania lingvokulturém

Najväčšie rozdiely medzi východnou a západnou kultúrou sú z jazykového hľadiska v pomenovaniach špecifických kultúrnych javov. Skúmaný román je bohatý na kultúrne motivované výrazy (ďalej len „lingvokultúremy“). Lingvokulturéma je pojem, ktorý zaviedol ruský lingvista V. V. Vorobjov (1997) a rozumieme ním „*jednotu jazykového a mimojazykového, je to jednota formy jazykového znaku, jeho obsahu a etnokultúrneho zmyslu, prostredníctvom ktorého odhalujeme hlboký význam, konkrétnie etnokultúrne súvislosti a konotácie skúmaných*

⁴²⁸ Kučmová, 2006, s. 325.

*jazykových jednotiek.*⁴²⁹ Práve nadštandardný výskyt lingvokulturém v predmetnom románe je dôvodom výberu tohto textu, ktorému predchádzala analýza príbehov z afganského prostredia. Hlavnými kritériami výberu románu boli:

1. pôvodný text napísaný v anglickom jazyku a preložený do slovenského jazyka, čím sa cieľovými recipientmi stali aj slovenskí čitateľia; a
2. osobná skúsenosť autora so životom v Afganistane.

Položili sme si výskumnú otázku, ako zachovať autenticitu a kolorit originálu tak, aby mali čitateľia prekladu rovnaký čitateľský zážitok ako čitateľia originálu. Tá slúžila na formulovanie hypotézy (H1): Exotizácia pri preklade lingvokulturém s vnútrotextovou explikáciou je vhodným prekladateľským riešením pri preklade románov z exotického prostredia. Cieľom výskumu je na základe analýzy prekladu vybraných lingvokulturém motivovaných inakostou východných kultúr vytvorenie terminologickej základne pre súbor týchto výrazov, pričom sa zameriame na medzikultúrny faktor v preklade. Spomedzi metód kvalitatívneho výskumu sme v zmysle formulovaného výskumného problému a cieľa použili metódu obsahovej analýzy textových dokumentov, ktorá sa uplatňuje vo všetkých výskumných postupoch, ktoré sa zaoberajú slovom.

V súčasnosti sa preklad vníma ako interkultúrny transfer, a preto prekladateľ musí disponovať interkultúrnou kompetenciou. Inak nedokáže správne interpretovať kultúru a pri preklade lingvokulturém nájsť vhodný ekvivalent. Ekvivalencia je jedným z kľúčových pojmov v translatológií a určuje vzťah medzi východiskovým a cieľovým jazykom. Transfer afganskej kultúry skúmame z jazykového hľadiska na úrovni translácie lingvokulturém. Detailne sa zameriame na dve oblasti, v ktorých vidíme najväčšie rozdiely, a to oblasť odievania a gastronómie. Výskum sme zámerne postavili na skúmaní kultúrneho transferu prostredníctvom analýzy prekladu literárneho diela, nakoľko sme presvedčení, že jeho výsledky je možné aplikovať vo viacerých vedných disciplínach, ako napríklad v kultúrnych štúdiách, literatúre, cudzích jazykoch a translatológií.

⁴²⁹ Sipko, 2011, s. 16.

Ekvivalencia v preklade

V úvode sme naznačili, že výskum kultúrneho transferu je zameraný na otázky súvisiace s prekladom jednotlivých pojmov. Hoci je dimenzia interkulturality v procese translácie veľmi obsiahla, predkladaný výskum sa obmedzuje iba na návrh translácie lingvokultúrem z oblasti odievania a gastronómie, ktorému predchádza komplexná kulturologická analýza. Vo všeobecnosti platí, že nemožno prekladať slovo za slovo, ale zachovať význam, preto sa pri transfere lingvokultúrem pokúšame nájsť adekvátny ekvivalent. Ekvivalenciou rozumieme „*prostriedok (alebo súbor prostriedkov) jedného jazyka, ktorý je nositeľom tej istej informácie ako prostriedok (alebo súbor prostriedkov) iného jazyka.*“⁴³⁰ Chápanie pojmu ekvivalencie v translatológii ani dnes nie je jednotné. Ján Vilikovský chápe ekvivalenciu funkčne, a to tak, že „*zhodnosť funkcie je spoločným menovateľom pre všetky roviny oznamenia, bez ohľadu na konkrétné jazykové vyjadrenie. Úlohou prekladu nie je reprodukovať samotné jazykové prostriedky, ale funkciu, ktorá im prípadá v rámci vyššieho celku.*“⁴³¹ Prekladový ekvivalent definuje ako „*prostriedok alebo súbor prostriedkov, ktoré v inom jazyku funkčne reprodukuje kontextovo relevantnú informáciu, obsiahnutú v pôvodnom teste, pričom zachováva jej invariantnosť.*“⁴³² Funkčnosť v ekvivalencii zdôrazňoval aj Anton Popovič, ktorý ekvivalenciu chápal ako zhodu výrazových vlastností. Rozlišoval jazykovú, textovú, štýlistickú a paradigmatickú ekvivalenciu. Niektorí teoretici chápali prekladovú ekvivalenciu čisto z lingvistického hľadiska. John C. Catford (1965) ju chápal jednoducho ako výmenu jazyka, čo preklad redukuje iba na jazykovú úroveň a nezohľadňuje kultúrne alebo situačné faktory, ktoré zohrávajú dôležitú úlohu. Eugen Nida (1964) rozlišuje medzi formálnou a dynamickou ekvivalenciou. Prvá sa orientuje na východiskový text a druhá na prirodzenosť a funkciu textu v cieľovej kultúre.

V nadväznosti na ekvivalenciu sa v literárnych textoch z odlišných kultúr veľmi často rieši otázka exotizácie a naturalizácie, pretože každá kultúra má svoje špecifiká, ktoré patria do tzv. „bezekvivalentnej lexiky“. Ide o (ne)preložiteľnosť jedál, nápojov, peňažných mien, tancov, odevov a iných reálí, ktoré sa viažu k určitej kultúre. Prekladanie je o to ďalej a zložitejšie, čím sú konfrontované kultúry vzdialenejšie a čím je text kvantitatívne bohatší na uvedené prvky.

⁴³⁰ Vilikovský, 1984, s. 31.

⁴³¹ Ibid., s. 39.

⁴³² Ibid.

Medzikultúrny faktor v preklade – exotizácia a naturalizácia

V súvislosti s prekladom lingvokulturém častokrát ide o výrazy, ktoré pomenúvajú javy, prípadne predmety, typické pre východiskový jazyk a kultúru. Tieto sú zakotvené v lingvistickej skúsenosti svojich nositeľov, no v prostredí cieľovej kultúry nemusia byť známe, a teda cieľový jazyk nemusí disponovať ani lexikálnymi prostriedkami, ktoré by sme k nim mohli priradiť.⁴³³ Keďže preklad ako taký, je v takýchto prípadoch problematický, prekladateľ musí nájsť spôsob, ako sa s ním vyrovnať.

Z hľadiska rozdielu kultúrnych kódov originálu a prekladu sa zameriavame na exotizáciu a naturalizáciu. Napäťie medzi odlišnými kultúrnymi systémami vyjadril už Jurij M. Lotman (1969) ako semiotickú opozíciu „my – oni“. Na Lotmanovu teóriu nadviazal Anton Popovič a zdôrazňuje, že napätie medzi originálom a prekladom zvyšuje nielen časový rozdiel medzi vznikom originálu a prekladu, ale aj rozdiel medzi dvoma kultúrami, medzi kultúrou vysielajúceho prostredia a kultúrou prijímajúceho prostredia.⁴³⁴ Pri konfrontácii dvoch kultúr teda dochádza k napätiu „my“ – „oni“, „svoje“ – „cudzie“. Prvky, ktoré čitateľ prekladu identifikuje ako „svoje“, späť s domácou kultúrou a prostredím, chápe ako výraz kultúrneho „my“, kým prvky cudzie, späť s pôvodnou kultúrou, sa stotožňujú s pojmom „oni“⁴³⁵. Typologicky možno rozlísiť tri prípady:

- prvky cudzie prevažujú nad domácmi – exotizácia
- prvky domáce prevažujú nad cudzími – naturalizácia
- prvky domáce a cudzie sú v rovnováhe – kreolizácia.⁴³⁶

V západných translatologických teóriach sa otázke ekvivalencie v preklade so zameraním sa na exotizáciu a naturalizáciu venovali Lawrence Venuti a Eugen Nida, ktorí stoja na opačných póloch. Venuti je známy obhajovaním exotizácie v preklade. Naopak, Nida je zástancom prirodzenosti a plynulosti v záujme vytvorenia podobného alebo rovnocenného efektu pre čitateľa cieľového textu.⁴³⁷ Názory translatológov na uplatňovanie exotizačného alebo naturalizačného princípu v preklade sú rôzne. Napríklad slovenský prekladateľ Alojz Keníž, známy svojím postojom preložiť čo najviac cudzích

⁴³³ Ďurovská, 2012, online.

⁴³⁴ Popovič, 1975, s. 186.

⁴³⁵ Vilíkovský, 1984, s. 131.

⁴³⁶ Ibid.

⁴³⁷ Nida, 1964, s. 36.

slov, tvrdí, že „*profesionálna hrdosť prekladateľa by ho mala viest' k tomu, aby sa pokúsil všetko cudzie, čo mu príde pod ruku, preložiť do materinského jazyka*“⁴³⁸. Inak sa výsledkom môže stať jazyk, ktorý je „obohaténý“ predovšetkým najrozmanitejšími exotizmami, kalkami a nepochopenými frazeologickými jednotkami.⁴³⁹ Darina Pallová považuje za dobrý preklad taký, ktorému čitateľ rozumie a miera cudzieho je v ňom malá.⁴⁴⁰ Božena Petrášová upozorňuje, že „*nie každý čitateľ je dostatočne zosúladený s kultúrnymi špecifíkami krajiny, v ktorej vznikol originál.*“⁴⁴¹ V kontraste s týmito tvrdeniami je názor Simony (née Hevešiovej) Klimkovej, ku ktorému sa prikláname. Hovorí o uprednostňovaní cudzích prvkov v preklade, pretože „*žintenzívnejú čitatelia svopnosť vnímať cudzie nie ako iné, ale ako súčasť svojho*“⁴⁴². Translatologička Anita Huťková sa priklána k názorom o uplatňovaní kreolizácie v preklade a považuje ju za najvhodnejšie prekladateľské riešenie, pretože takýto preklad konfrontuje čitateľa, no usiluje sa rešpektovať aj autora.⁴⁴³ Ako uvádza slovenský prekladateľ a tlmočník Martin Djovčoš, s ktorého názorom sa stotožňujeme: „*exotizácia je v teórii prekladu úplne transparentná stratégia a môže byť veľmi produktívna, ak sa využíva s rozumom*“⁴⁴⁴. Pri analýze predmetných lingvokulturém vychádzame z premisy, že jednou z úloh prekladateľa je obohacovať národný jazyk rôznymi exotickými výrazmi. Jazyk vnímame ako nástroj, pomocou ktorého sa akcentuje inakosť kultúry zobrazená prostredníctvom cudzojazyčných prvkov v origináli aj v preklade.

Prekladateľské postupy pri preklade lingvokulturém

Koniec 20. a začiatok 21. storočia priniesol do jazykovedných, literárnych a translatologickej výskumov viditeľné zmeny, v rámci ktorých sa jazyk skúma v tesnom prepojení s kultúrou, pričom sa považuje za jej najdôležitejšiu súčasť. V 90. rokoch 20. storočia v Rusku vzniká jazykovedný odbor lingvokulturológia, ktorá sa zaoberá vztahom medzi jazykom a kultúrou. Lingvokulturológia skúma fakty kultúry prostredníctvom jazyka,

⁴³⁸ Keníž, 2008, s. 39.

⁴³⁹ Ibid, s. 44.

⁴⁴⁰ Pallová, 1999, s. 28.

⁴⁴¹ Petrášová, 2018, s. 3.

⁴⁴² Hevešiová, 2011, s. 16.

⁴⁴³ Huťková, 2003, s. 67.

⁴⁴⁴ Djovčoš, 2016, online

pričom vysvetľuje jazykové javy pomocou kultúrnych charakteristík. Z tohto vyplýva zásadný predpoklad čo najobjektívnejšieho poznania kultúry, jej zložiek, entokultúrnej hierarchie a hodnotových priorít. Jazykový jav či jazyková jednotka predstavuje vlastnú kultúru, vlastnosti národa, ktorými sa odlišuje od iných etník a iné, často neopakovateľné vlastnosti, ktoré sú v jazyku predstavené neraz bezekvivalentnými jednotkami.⁴⁴⁵ Vorobjov uvádza, že lingvokulturológia je „komplexná vedná disciplína syntetizujúceho typu, skúmajúca vzťah a interakciu kultúry a jazyka“⁴⁴⁶. Mala by sa orientovať na nový systém kultúrnych hodnôt, vyzdvihovaných novým spôsobom myšlenia, novým štýlom života spoločnosti na plnú, objektívnu (nie oklieštenú) interpretáciu faktov a javov a informáciu o rôznych oblastiach kultúrneho života krajiny.⁴⁴⁷

Predmetom záujmu lingvokulturológie sú jazykové jednotky s pridanou kultúrnou hodnotou, ktoré Vorobjov pomenoval ako lingvokulturémy. Predstavujú prepojenie dvoch základných komponentov, a to jazyka a kultúry. „*Lingvokulturéma v sebe zahŕňa, akumuluje nielen samotnú jazykovú reprezentáciu, formu myšlienky, ale aj tesne a nepretržite s ňou spojené „mimojazykové, kultúrne prostredie“ (situácia, reál), – ustálenú siet’ asociácií, branica ktorej je labilná a pohyblivá.*“⁴⁴⁸ Lingvokulturémy sú úzko späté s východiskovou kultúrou, ktorá sa vyznačuje svojou „inakosťou“ a jedinečnosťou, a preto prekladať takéto výrazy môže byť náročné, pokial v cieľovej kultúre vhodné ekvivalenty nenachádzame. Základom vytvorenia optimálneho prekladu je porozumenie, pochopenie reália, až následne sa môže prekladateľ rozhodnúť v prospech jedného z prekladateľských pracovných postupov, ako napríklad kalk, výpožička, generalizácia, substitúcia, transkripcia s vysvetlením, resp. vyniechanie. Pri analýze predmetných lingvokulturém vychádzame z myšlienok Petra Newmarka (*A Textbook of translation*, 2003), ktorý jedlo a oblečenie začlenil do materiálnej kultúry. Jedlo považuje za najsenzitívnejší a najdôležitejší prejav národnej kultúry.⁴⁴⁹ Tieto pojmy sa obvykle prenášajú do jazyka a kultúry cieľového čitateľa. Rôzne druhy oblečenia sú podľa neho prejavom kultúry a majú byť dostatočne vysvetlené pre čitateľa cieľového

⁴⁴⁵ Sipko, 2011, s. 16.

⁴⁴⁶ Vorobjov, 1997, s. 36 In: Blaho, 2006, online

⁴⁴⁷ Blaho, 2006, online

⁴⁴⁸ Vorobjov, 1997, s. 48 In: Blaho, 2006, online

⁴⁴⁹ Newmark, 2003, s. 97.

textu.⁴⁵⁰ Pre prekladateľa transfer takýchto lingvokulturém znamená oboznámenie sa s týmito pojмami a ich vhodné sprostredkovanie recipientovi. Tieto výrazy predstavujú bohatú paletu prekladateľských riešení.

Prekladateľské postupy a návrh možného prekladu lingvokulturém z oblasti moslimského odievania a gastronómie

Spôsob odievania je súčasťou materiálnej i duchovnej kultúry. Pojem móda znamená spôsob úpravy zovňajšku, najmä oblečenia, podľa vкуsu prevládajúceho v určitom období. Kulturologička Daniela Fobelová definuje módu ako „*vžité spôsoby a návyky v určitom období, resp. panujúci vkus.*“⁴⁵¹ Spôsob odievania v Afganistane sa menil podľa vládneho režimu. V analýze sa zameriavame najmä na tradičné moslimské odevy. Niektoré cudzie pomenovania sa v našich podmienkach „udomácnili“, a preto ich nie je potrebné obzvlášť zvýrazňovať a vysvetľovať: „*Mariam nikdy predtým nenosila burku. Rašíd jej musel pomôcť obliect' si ju. Vypcháta hlavorá časť ju tlačila a tiesnila a bolo veľmi čudné pozerat' sa na svet cez malý siet'ovinový priezor. Skúšala v nej najprv chodiť po izbe, no vždy si pristúpila obrubu alebo sa potkla. Strata periférneho videnia ju unavovala a nepáčilo sa jej, že naskladaná látka tlačí na ústa a dusí ju.*“⁴⁵² V origináli: „*Mariam had never before worn a burqa. Rasheed had to help her put it on. The padded headpiece felt tight and heavy on her skull, and it was strange seeing the world through a mesh screen. She practiced walking around her room in it and kept stepping on the hem and stumbling. The loss of peripheral vision was unnerving, and she did not like the suffocating way the pleated cloth kept pressing against her mouth.*“⁴⁵³ Rašíd prikázal Mariam a neskôr aj Laile, aby nosili burku. Nielen v afganskej kultúre, ale aj v iných moslimských krajinách je „*tvár manželky výlučne záležitosťou jej manžela*“.⁴⁵⁴ Burka je druh odevu, ktorý sa do povedomia Európanov dostal aj vďaka „rozruchu“, ktorý vyústil k zákazu nosenia burky (platí aj pre nosenie nikábu).⁴⁵⁵ V niektorých krajinách Európskej únie schválili zákon o zákaze nosenia burky a s ním spojené sankcie za porušenie tohto zákazu. Vo Francúzsku môže osoba zahalená v nikábe alebo burke dostať pokutu vo výške 150 eur a/alebo

⁴⁵⁰ Ibid.

⁴⁵¹ Fobelová, 2000, s. 20.

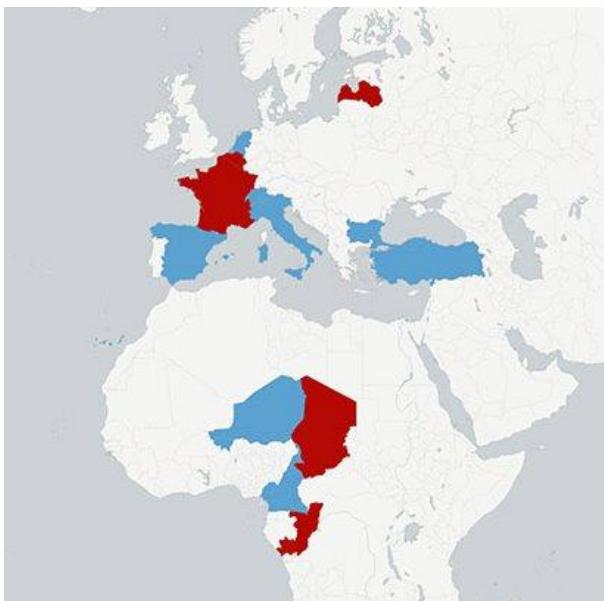
⁴⁵² Hosseini, 2009, s. 58.

⁴⁵³ Ibid., s. 71.

⁴⁵⁴ Ibid., s. 58.

⁴⁵⁵ Rada Európy nesúhlasí so zákazom nosiť burku. In: Euractive, 2011, online

podstúpiť „občianske preškolenie“.⁴⁵⁶ V Belgicku je pokuta vo výške 137 eur a dokonca aj hrozba sedemdňového pobytu vo väzení pre ženy, ktoré *burku* budú nosiť aj napriek zákazu.⁴⁵⁷ V súčasnosti tento zákaz platí aj v iných krajinách EÚ (obrázok 1).



Obrázok 1: Mapa – zákaz nosenia burky a nikábu v Európe

Zdroj: <https://viralne.pluska.sk/mapa-krajin-so-zakazom-nosenia-burky/>

O zahaľovaní muslimských žien, ich právach a slobodách sa nadalej vedú búrlivé diskusie. Emíre Khidayerová, ktorá pôsobila ako diplomatka v muslimských krajinách (Egypt, Kuvajt a Irak), objasňuje v knihe *Život po arabsky* (2010) päť dôvodov, prečo sa muslimské ženy zahaľujú. Prvým je ochrana pred slnkom a vetrom, druhým je nedostatok peňazí, keďže nie každá žena si môže dovoliť pravidelne miňať peniaze na kaderníka, tretím je náboženstvo, štvrtý dôvod vyplýva z náboženstva – žena nemá pútat' pozornosť žiadneho muža, lebo vo svojej podstate je diabolovým nástrojom na zvádzanie muža zo správnej cesty, a posledným je dobrovoľné zahaľovanie pred očami akéhokoľvek muža.⁴⁵⁸ Pravidlá v oblasti zahaľovania sa majú

⁴⁵⁶ Ibid.

⁴⁵⁷ Ibid.

⁴⁵⁸ Khidayer, 2010, s. 138 – 144.

regionálne, finančne a spoločenským statusom viazané variácie. Zahaľovanie sa nie je iba náboženským, ale aj spoločenským a kultúrnym symbolom.

V muslimských krajinách existuje niekoľko druhov odevov, ktoré zahaľujú tvár, vlasy alebo telo ženy (obrázok 2). Ďalším príkladom zahaľovania sa je tzv. *hidžáb*, ktorý sa spomína v románe *Tisíc žiarivých slnk*: „[...] a zobraala si svoj najlepší hidžáb, najlepšiu šatku, akú mala.“⁴⁵⁹ V anglickom origináli: „[...] wore her best hijab for him.“⁴⁶⁰ Aj keď v origináli toto slovo nie je vysvetlené, slovenská prekladateľka ho ponecháva nezmenené a vysvetľuje ho ako šatku. Z jazykového hľadiska sloveso *hadžaba* znamená „skrývať, separovať“ (sa)”. *Hidžáb* sa používa ako pokrývka hlavy, presnejšie šatka ukrývajúca vlasy. Pomenovania muslimských odevov sa pod vplyvom mediálnych správ stali známejšími, ale nemôžeme tvrdiť, že aj zrozumiteľnejšími. Preto považujeme za nevyhnutné vysvetľovať ich. Slovenská spoločnosť sa stáva čoraz otvorenejšou. Cudzie kultúry do nej prenikajú, čo sa v preklade prejavuje využívaním exotizácie, ktorá spočíva v preberaní cudzích prvkov namiesto uplatňovania naturalizačných postupov, ktoré cudzie prvky nahradzajú domácimi.



Obrázok 2: Druhy ženských muslimských odevov

Zdroj: <https://www.quora.com/What-are-the-differences-between-a-hijab-niqab-and-burqa>

V románe *Tisíc žiarivých slnk* nachádzame pestrý „jedálny lístok“. Hlavná hrdinka Mariam sa ako mladé dievča učila variť od svojej mamy: „Nana jej

⁴⁵⁹ Hosseini, 2009, s. 21.

⁴⁶⁰ Hosseini, 2008, s. 22.

ukazovala, ako miesit' cesto, ako rozrobit' oheň v peci tandúr [...]. Naučila ju tiež šíť, variť ryžu, pripraviť dusené jedlo z kvaky šalgham, špenátoré sabži, karfiol so zázvorom...⁴⁶¹ V origináli: „Nana showed her how to knead dough, how to kindle the tandoor [...]. Nana taught her to sew too, and to cook rice and all the different toppings shalqam stew with turnip, spinach sabži, cauliflower with ginger.”⁴⁶² Neskôr, keď sa vydala, trávila čas varením rôznych jedál pre svojho manžela, aby ho potešila: „No vyzeral, že ho naozaj potešilo, keď som pred neho položila tanier na čistý sofran, na malý perzský koberec, ktorý bol prestretý v obývačke na dlážke. [...] Priniesla astawu a liaľa mu z neho vodu na ruky, aby sa mohol umyť. Ked' si ich utrel do uteráka, postavila pred neho misku horúceho pikantného šošovicovo-zeleninového daalu a tanier sypkej bielej ryže.“⁴⁶³ V origináli: „But he did look pleased that she had already set his dinner plate, on a clean sofrah spread on the living-room floor. [...] She poured water for him from the astawa to wash his hands with. As he dried with a towel, she put before him a steaming bowl of daal and a plate of fluffy white rice.“⁴⁶⁴ Slovenská prekladateľka použila výpožičku a pri niektorých pojmoch použila vnútrotextovú explikáciu, ako napríklad *pec tandúr* alebo *sofran*, *malý perzský koberec*. *Tandoor* nepovažujeme za nutné prepisovať na *tandúr*, keďže súčasťou „ázijskej“ kuchyne sú jedlá s prílastkom *tandoor(i)*, ako napríklad *kura na spôsob tandoori* alebo *tandoori masala* (pikantrná zmes najmä indických korenín obsahujúca koriander, cesnak, čili papričky, zázvor, kurkumu a iné). Výhrady máme aj k vysvetleniu pojmu *sofran*. *Sofran* nie je perzský koberček, ale voskový obrus, väčšinou s kvetinovým motívom. Podobne aj jedlo z kvaky pripravuje. *Daal* sa najčastejšie pripravuje zo šošovice, ale je to iný druh než ten, ktorý poznáme na Slovensku. V Ázii sa používajú iné druhy šošovice, najbežnejšia sú červená alebo zelená šošovica. Okrem toho, *daal* sa varí aj z fazule alebo hrášku, prípadne kombináciou týchto strukovín. Ďalšie dva výrazy prekladateľka nevysvetľovala. Z kontextu vyplýva, že *astawa* je nádoba na vodu, ale špenátoré *sabži* by sme navrhli upresniť. *Sabži* je zmes zelených bylín (mäta, bazalka, petržlenová vňat' a pod.) a zelenej zeleniny. Zelené ingrediencie sú najdôležitejšie pri príprave *sabži*, napoklko slovo *sabži* v perzštine znamená zelený. Román *Tisíc žiarivých slnk* je pôvodne napísaný v anglickom jazyku,

⁴⁶¹ Hosseini, 2009, s. 16.

⁴⁶² Hosseini, 2008, s. 15.

⁴⁶³ Hosseini, 2009, s. 56.

⁴⁶⁴ Hosseini, 2008, s. 68.

pričom autor často používa afganské pomenovania. Tieto slová sú väčšinou zvýraznené kurzívou, ale nájdeme aj také, ktoré sa v reze písma neodlišujú, napríklad *tandoor*. V slovenskom preklade sú všetky uvedené slová zvýraznené kurzívou. Vzhľadom na množstvo skúmaných lingvokulturém, sme sa rozhodli pre vytvorenie prehľadnej tabuľky 1, v ktorej navrhujeme prekladateľské riešenia.

Tabuľka 1: Návrh prekladateľského riešenia pomenovaní z oblasti muslimského odievania a gastronómie

Originál	Preklad	Poznámka k prekladu	Návrh prekladateľského riešenia ⁴⁶⁵
<i>hijab</i>	<i>hidžáb</i>	Pojem <i>hidžáb</i> sa často redukuje na slovo šatka. Voči tomuto spôsobu prekladu máme výhrady, nakoľko nevystihuje podstatu. Považujeme ho za „udomácnené“ slovo, a preto navrhujeme ho ďalej nevysvetľovať.	hidžáb, bez vysvetľovania a zvýrazňovania kurzívou
<i>chapan</i> ⁴⁶⁶	<i>čapan</i> , kaftan ⁴⁶⁷	Prekladateľka vysvetlila ako kaftan. Uprednostnili by sme vysvetlenie slova <i>čapan</i> ako tradičného afganského odevu podobnému kaftanu.	<i>čapan</i>
burka	burka		burka, bez vysvetľovania a zvýrazňovania kurzívou
<i>pakol</i> ⁴⁶⁸	pakol ⁴⁶⁹	Ani autor, ani prekladateľka nevysvetľujú, čo <i>pakol</i> je. Navrhujeme vysvetliť, že ide o typickú afganskú čiapku podobnú baretu.	<i>pakol</i>

⁴⁶⁵ Vo všetkých analyzovaných príkladoch (okrem slov burka a hidžáb) navrhujeme použiť explikáciu.

⁴⁶⁶ Hosseini, 2008, s. 31.

⁴⁶⁷ Hosseini, 2009, s. 29.

⁴⁶⁸ Hosseini, 2008, s. 135.

⁴⁶⁹ Hosseini, 2009, s. 107.

<i>sabzī</i>	<i>sabzī</i>	Hosseini aj prekladatelia vysvetlili, že <i>sabzī</i> je zmes zelených bylín a zelenej zeleniny	<i>sabzī</i>
<i>kichirī</i> ⁴⁷⁰	<i>kičirī</i> ⁴⁷¹	V origináli <i>kichiri rice</i> , v preklade <i>kičiri</i> – ryžou varenou s fazuľou. Podobne ako <i>daal</i> , aj kičiri sa pripravuje nielen s fazuľou, ale aj šošovicou.	<i>kičiri</i>
<i>dishlemeh</i> ⁴⁷²	<i>dišlemeħ</i> ⁴⁷³	Z originálu ani prekladu nie je jasné, či <i>dišlemeħ</i> je afganské slovo pre cukríky, alebo určitý druh cukríkov.	<i>dišlemeħ</i>
<i>aush</i> ⁴⁷⁴	<i>aus</i> ⁴⁷⁵	V origináli <i>aush soup</i> , v preklade použitá explikácia - hustú zeleninovú polievku <i>aus</i> s cviklou a rezancami.	<i>aus</i>
<i>borani</i> ⁴⁷⁶	<i>borani</i> ⁴⁷⁷	Hosseini nevysvetľuje, slovenská prekladateľka <i>borani</i> vysvetlila ako šalát, čo považujeme za nedostatočné, nakoľko ide o druh predjedla, pasty vyrobenej zo špenátu, jogurtu a vlašských orechov.	<i>borani</i>
<i>ausħak</i> ⁴⁷⁸	<i>aušak</i> ⁴⁷⁹	Hosseini nevysvetľuje, v preklade správne interpretované ako cestoviny.	<i>aušak</i>
<i>šborma</i> ⁴⁸⁰	<i>šorwa</i> ⁴⁸¹	V origináli aj v preklade ponechané ako exotický	<i>šorwa</i>

⁴⁷⁰ Hosseini, 2008, s. 15.

⁴⁷¹ Hosseini, 2009, s. 17.

⁴⁷² Hosseini, 2008, s. 15.

⁴⁷³ Hosseini, 2009, s. 17.

⁴⁷⁴ Hosseini, 2008, s. 40.

⁴⁷⁵ Hosseini, 2009, s. 35.

⁴⁷⁶ Hosseini, 2008, s. 87.

⁴⁷⁷ Hosseini, 2009, s. 70.

⁴⁷⁸ Hosseini, 2008, s. 80.

⁴⁷⁹ Hosseini, 2009, s. 70.

⁴⁸⁰ Hosseini, 2008, s. 127.

⁴⁸¹ Hosseini, 2009, 102.

		výraz bez vysvetlenia. Navrhujeme upresniť, že ide o tradičnú afganskú polievku, ktorej hlavnými ingredienciami sú zemiaky, mäso (najčastejšie baranie) a fazuľa.	
<i>chutney</i> ⁴⁸²	<i>čatnī</i> ⁴⁸³	V origináli ani v preklade nevysvetlené, nepovažujeme za dôležité použiť explikáciu, nakoľko <i>čatnī</i> už preniklo aj do jedálnych lístkov v slovenských reštauráciách.	<i>čatnī</i>
<i>kofīd</i> ⁴⁸⁴	<i>kofīy</i> ⁴⁸⁵	V preklade použitá explikácia mäsové guľky	<i>kofīy</i>
<i>mantu</i> ⁴⁸⁶	<i>mantu</i> ⁴⁸⁷	V preklade použitá explikácia parené knedle, upresňujeme, že <i>mantu</i> sú plnené taštičky vyrábané z tenkého nekysnutého cesta parené v bambusovom parnom hrnci.	<i>mantu</i>
<i>dogh</i> ⁴⁸⁸	<i>dogh</i> ⁴⁸⁹	V origináli nevysvetlené, prekladateľka vysvetľuje ako osolený a okorenený jogurt s uhorkou. Pre upresnenie <i>dogh</i> je slaný jogurtový nápoj prípravovaný s uhorkou a mätou.	<i>dogh</i>

⁴⁸² Hosseini, 2008, s. 153.

⁴⁸³ Hosseini, 2009, s. 121.

⁴⁸⁴ Hosseini, 2008, s. 159.

⁴⁸⁵ Hosseini, 2009, s. 125.

⁴⁸⁶ Hosseini, 2008, s. 159.

⁴⁸⁷ Hosseini, 2009, s. 125.

⁴⁸⁸ Hosseini, 2008, s. 162.

⁴⁸⁹ Hosseini, 2009, s. 129.

<i>jelabi</i> ⁴⁹⁰	<i>dželabi</i> ⁴⁹¹	V origináli <i>jelabi</i> , rings sprinkled with powdered sugar, v preklade vyprážané <i>dželabi</i> . Navrhovali by sme upresniť, že <i>dželabi</i> sú sladké vyprážané krúžky vyrábané z indickej mýky <i>maida</i> .	<i>dželabi</i>
------------------------------	-------------------------------	---	----------------

Pri preklade predmetných lingvokulturém navrhujeme uplatniť výpožičku s explikáciou, nakoľko sa zdá byť najvhodnejším riešením v záujme maximálneho pochopenia textu. Niektoré slová sa už stali súčasťou slovenského jazyka (burka, hidžáb), a preto nepovažujeme za dôležité ich ďalej vysvetľovať a zvýrazňovať v texte. Katarína Welnitzová zdôrazňuje nevyhnutnosť práce profesionálnych post-editorov, ktorých kompetencie sa líšia od tých, ktorími disponujú prekladatelia, nakoľko rôzne činnosti vyžadujú odlišné zručnosti a znalosti.⁴⁹² Pri preklade textov bohatých na cudzie výrazy by mal existovať určitý systém, ktorý si vyžaduje spoluprácu viacerých odborníkov.

Záver

Hosseini zaujal milióny čitateľov na celom svete nielen brilantným rozprávačským talentom, ale predovšetkým silným príbehom zakomponovaným do krajiny desaťročia sužovanej bojmi. Do krajiny, kde akoby čas plynul opačným smerom a kde jeden zlý politický systém strieda ešte horší.⁴⁹³ Hosseini dôverne poznal hrozivé pomery v Afganistane, ktoré samy osobe vytvárajú dostatočne dramatickú atmosféru. Literárna kritička Natasha Walterová z *The Guardian* upozorňuje, že pri čítaní románu *Tisíc žiarivých slnka* má čitateľ pocit, že počúva lekcii z histórie a zároveň prežíva dojímavý príbeh afganských žien, ktoré sú v spoločnosti oceňované len pre schopnosť reprodukcie.⁴⁹⁴ Aj slovenský postmodernistický spisovateľ a publicista Martin Kasarda pozitívne ohodnotil tento román. „Ak si príbeh ľovek vezme ako nit, na ktorú Hosseini navlieka absurdné koráliky nedávnej minulosti

⁴⁹⁰ Hosseini, 2008, s. 301.

⁴⁹¹ Hosseini, 2009, s. 239.

⁴⁹² Welnitzová, 2021, s. 7323.

⁴⁹³ Bednáriková, 2009, online

⁴⁹⁴ Walter, 2007, online

*a súčasnej situácie v Afganistane, tak sa začíta do knihy, z ktorej ho zamraží.*⁴⁹⁵ Keby Hosseini napísal faktografickú knihu o živote v Afganistane za čias Talibánu, ktorá pripomína najtemnejší stredovek, tak by ju čítaло podstatne menej ľudí. Uprednostnil však napísanie románu, v ktorom je toľko zla a násilia, že si to v západnom svete ani nevieme predstaviť. Za túto prácu, otvárajúcu oči mnohým ľuďom, ktorí majú predsydky voči „inakosti“, si Hosseini zaslúži obdiv. Autor nespochybňuje západný pohľad na Afganistan, ale obohacuje ho. Čitateľom prináša nové vedomosti a bežných Afgancov vykresľuje ako milujúcich ľudí, ktorí túžia po dôstojnom živote. Podľa slovenskej literárnej kritičky Antónie Bednárikovej Hosseini apeluje práve na ľudskú dôstojnosť.⁴⁹⁶ Román *Tisíc žiarivých slnok* možno čítať ako romantický príbeh, na konci ktorého sa on a ona nájdú. Taktiež ho možno považovať za orientalistický text, v ktorom stereotypné zobrazenie Rašída ako nadradeného muslimského muža ponižujúceho svoje manželky symbolizuje dominantnosť západu. Aj keď Laila zobrazuje modernú spoločnosť a Mariam tradičnú, obidve symbolizujú Orient. Marocký prekladateľ a literárny kritik El Habib Louai považuje Hosseiniho román za neo-orientalistický text, lebo zobrazuje ženy ako obeť islamského násilia. Autorovi vyčíta, že píše o pomeroch v Afganistane bez toho, aby tam dlhodobo žil.⁴⁹⁷ Ďalej upozorňuje na autorovo posudzovanie politického diania v krajinе cez prizmu západnej optiky. S týmto tvrdením si dovolíme nesúhlasit, pretože Hosseini nekomentuje politické dianie, iba občas Lailini rodičia alebo Rašíd vyjadria svoj názor na udalosti odohrávajúce sa v ich tesnej blízkosti. Hosseiniho svet je Afganistan, „*utrápená krajina*“⁴⁹⁸, ktorá pôsobí dojmom neustálого chaosu, neslobody, nepokojov a vojen. Zároveň je to krajina exotická a orientálna, a pre západ nadálej nepochopiteľná.

Literárne texty, ktoré sú preložené do iného národného jazyka, prispievajú k pochopeniu odlišnej kultúry. Prekladaním sa stávajú súčasťou kultúrneho priestoru, do ktorého vniesli nové informácie. Kvalita prekladov vypovedá o pripravenosti prostredia prekladať takéto typy textov.⁴⁹⁹ Sociálne, kultúrne a módne trendy sa postupne stávajú súčasťou národnej kultúry.

⁴⁹⁵ Kasarda, 2009, online

⁴⁹⁶ Bednáriková, 2009, online

⁴⁹⁷ Louai, online

⁴⁹⁸ Hosseini, 2009, s. 275.

⁴⁹⁹ Biloveský, 2011, s. 6.

Krajiny by mali robit' všetko pre to, aby postupne nezanikali odlišnosti, osobitosti, zvláštnosti, ktoré sú vlastné národným kultúram či krajínám. Sú ich najcennejším bohatstvom, dedičstvom, ktoré je nutné ďalej rozvíjať.⁵⁰⁰ V nadväznosti na prekladateľské riešenia lingvokulturém navrhujeme uplatniť princípy exotizácie, pretože tento postup obohacuje čitateľa prekladu a poskytuje mu ten istý zážitok, aký má čitateľ originálu. A preto odporúčame používať vnútrotextové vysvetlivky s cieľom zachovať tzv. „ekvivalentnú konkretizáciu“⁵⁰¹. Vnútrotextové vysvetlivky pôsobia ako nepatrné vsuvky, ktoré nesú novú kulturologickú informáciu.

©Ivana Ponedlíková

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Slovensko

ivana.ponedlikova@ucm.sk

⁵⁰⁰ Ibid., s. 12.

⁵⁰¹ Levý, 2012, s. 114.

Literatúra

- 1) BEDNÁRIKOVÁ, A. 2009. Tisíc žiarivých slňk – Khaled Hosseini. In: *Knižná revue 2009/9.* [online]. [cit. 2022-02-01]. Dostupné na: <http://www.litcentrum.sk/recenzie/tisic-ziarivych-slnk-khaled-hosseini>
- 2) BILOVESKÝ, V. 2011. *Zázraky v orechovej škrupinke – Prekladové konkretizácie tvorby S. W. Hawkinga v slovenskom kultúrnom priestore.* Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Fakulta Humanitných vied, 2011. 160 s. ISBN 978-80-557-0249-0.
- 3) BLAHO, M. 2006. *Metodologická a kognitívna báza Lingvokulturológie ako vedy.* s. 294 – 301. [online]. [cit. 2022-01-02]. Dostupné na: https://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Slancova1/subor/2svk06_blaho.pdf
- 4) BOHUŠOVÁ, Z. 2009. *Neutralizácia ako kognitívna stratégia v transkulturnej komunikácii – lingvistické analógie.* Banská Bystrica : DALI, 2009. 146 s. ISBN 978-80-89090-55-6.
- 5) CATFORD, J. C. 1965. *A linguistic theory of translation.* Oxford : Oxford University Press, 1965. 103 s. ISBN 0-19-437018-6.
- 6) DJOVČOŠ, M. 2016. *Kritika prekladu.* ISSN 1339-3405. [online]. [cit. 2022-02-02]. Dostupné na: <https://www.ff.umb.sk/app/cmsFile.php?disposition=a&ID=20987>
- 7) ĎUROVKOVÁ, D. 2012. Analýza prekladu vybraných kultúrne motivovaných výrazov z románu Sto rokov samoty. In: *English Matters III.* Prešov : Prešovská univerzita v Prešove, 2012, s. 34 – 43. ISBN 978-80-555-0699-9. [online]. [cit. 2022-02-02]. Dostupné na: <https://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Kacmarova3>
- 8) FOBELOVÁ, D. 2000. *Kultúra v živote človeka.* Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Fakulta humanitných vied, 2000. 96 s. ISBN 80-8055-404-8.
- 9) GROMOVÁ, E. 2009. Úvod do translatológie. Nitra : UKF, 2009. 94 s. ISBN 978-80-809-4627-2.
- 10) HEVEŠIOVÁ, S. 2011. Preklad umelecký textov optikou postkoloniálnej translatológie. In: *Tvorivé prekladateľské reflexie – Umelecký preklad v teórii a praxi.* Brno : Tribun EU, 2011. s. 10 – 27. ISBN 978-80-7399-352-8.
- 11) HOSSEINI, K. 2008. *A thousand splendid suns.* London : Bloomsbury Publishing, 2008. 419 s. ISBN 978-0-7475-8589-3.
- 12) HOSSEINI, K. 2009. *Tisíc žiarivých slňk.* Bratislava : Ikar, 2009. 328 s. ISBN 978-80-551-1865-9.
- 13) HUŤKOVÁ, A. 2003. *Vybrané kapitoly z dejín prekladu literárnoumeleckých textov.* Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, Filologická fakulta, 2003. 86 s. ISBN 80-8055-830-2.

- 14) HUŤKOVÁ, A. 2009. Diverzita kultúr (multikulturalizmus) – výzvy súčasnosti. In: *História, Kultúra, Jazyky- dôležité prvky európskej integrácie a európskej identity*. Banská Bystrica : Univerzita Matej Bela, Fakulta politických vied a medzinárodných vzťahov, 2009. s. 39 - 46. ISBN 978-80-8083-824-9.
- 15) KASARDA, M. 2009. *Láska. Silnejšia ako smrť*. [online]. [cit. 2022-02-01]. Dostupné na: <https://www.buxcafe.sk/recenzie/tisic-ziarivych-slnk-recenzia2.html>
- 16) KHIDAYER, E. 2010. *Život po arabsky*. Bratislava : Marenčin PT, 2010. 328 s. ISBN 978-80-8114-050-1.
- 17) KUČMOVÁ, A. 2006. K problematike medzikultúrnej komunikácie. In: *Sociokultúrne aspekty prekladu a tlmočenia: prítomnosť a budúcnosť*. Banská Bystrica : Univerzita Matej Bela, Filologická fakulta, 2006. s. 325 – 329. ISBN 80-8083-342-7.
- 18) LEVÝ, J. 2012. *Umění překladu*. Praha : Apostrof, 2012. 367 s. ISBN 9788087561157.
- 19) LOUAI, E. H. *Unveiling a New-Orientalist Discourse in Ażar Nafisi's Reading Lolita in Tehran and Khaled Hosseini's A Thousand Splendid Suns*. [online]. [cit. 2022-02-01]. Dostupné na: <http://www.cmlt.uga.edu/news/stories/2013/reading-lolita-teheran-and-thousand-splendid-suns-unveiling-new-orientalist>
- 20) MÜGLOVÁ, D. 2009. *Komunikácia, tlmočenie, preklad alebo prečo spadla Babylonská veža?*. Nitra : Enigma, 2009. 324 s. ISBN 978-80-891-3282-9.
- 21) NEWMARK, P. 2003. *A Textbook of translation*. Malaysia : Pearson Education Press, 2003. 306 s. ISBN 0-13-912593-0.
- 22) NIDA, E. 1964. *Toward a Science of Translating*. Leiden : Brill, 1964. 331 s.
- 23) PALLOVÁ, D. 1999. Preklad ako interkultúrna komunikácia. In: *Preklad a tlmočenie*. Banská Bystrica : Filologická Fakulta Univerzity Matej Bela, 1999. s. 28 – 32. ISBN 80-8055-314-9.
- 24) PETRÁŠOVÁ, B. 2018. Naturalizácia, exotizácia a kreolizácia v preklade. In: *Jazykovedné, literárnovedné a didaktické kolokvium XLIX*. Bratislava : Z-F LINGUA, 2018. s. 1 – 10. ISBN 978-80-8177-048-7.
- 25) PETRÁŠOVÁ, B. 2015. Špecifika umeleckého prekladu. In: *Jazykovedné, literárnovedné a didaktické kolokvium XXX*. Bratislava : Z-F LINGUA, 2015. s. 109 –120. ISBN 978-80-8177-009-8.
- 26) POPOVIČ, A. 1975. *Teória umeleckého prekladu*. Bratislava : Tatran, 1975. 293 s.
- 27) Rada Európy nesúhlasi so zákazom nosiť burku. In: *Euractiv*. 2011. [online]. [cit. 2022-01-02]. Dostupné na: <https://euractiv.sk/section/socialna-politika/news/rada-europy-nesuhlasi-so-zakazom-burky-017526/>

- 28) SIPKO, J. 2011. *Teoretické a sociálno-komunikačné východiská lingvokulturológie*. Prešov : Filozofická fakulta Prešovskej univerzity, 2011. 320 s. ISBN 978-80-555-0371-4.
- 29) SLATINSKÁ, A. – PEKNÍKOVÁ, J. 2017. *Jazyk – kultúra – identita. Vybrané aspekty interkultúrnej identity*. Banská Bystrica : Belianum, 2017. 124 s. ISBN 978-80-557-1284-0.
- 30) VENUTI, L. 1995. *The Translator's Invisibility. A history of translation*. London – New York : Routledge, 1995. 353 s. ISBN 0-415-11538-8.
- 31) VOROBOJV, V. V. 1997. *Lingvokulturológija. Teorija i metody*. Moskva : Izdatel'stvo Rossijsko go universiteta družby narodov, 1997. 331 s.
- 32) WALTER, N. 2007. Behind the veil. In: *The Guardian*. [online]. [cit. 2022-02-01]. Dostupné na: <https://www.theguardian.com/books/2007/may/19/featuresreviews.guardianreview21>
- 33) WELNITZOVÁ, K. 2007. Tlmočenie ako interkultúrna komunikácia : psycholinguistické a asociokultúrne hľadisko. In: *Preklad a kultúra 2*. Nitra : UKF, 2007. s. 595 – 598. ISBN 978-80-8094-233-5.
- 34) WELNITZOVÁ, K. 2021. Post-editing as a 21st century translator's skill. In: *EDULEARN21 –*
- 35) *13th annual International Conference on Education and New Learning Technologies, Barcelona, 5th – 6th of July, 2021*. Roč. 13. (eds. Luis Goméz Chova, Augustín López Martínez, I. Torres.) Barcelona : IATED, 2021. p. 7319 –7325. ISBN 978-84-09-31267-2.

TRADIČNÁ KULTÚRA V CESTOVNOM RUCHU (PRÍPADOVÁ ŠTÚDIA MYJAVSKÉHO REGIÓNU)

TRADITIONAL CULTURE IN TOURISM (CASE STUDY OF THE MYJAVA REGION)

Katarína Mičicová

Abstract

The study focuses on the use of elements of tangible and intangible traditional culture in the tourism industry of the Myjava region. It examines their presence, form, and function in a specific segment of tourism – on products offered in various tourist facilities in the region (accommodation and gastronomic facilities, tourist information offices, museums, houses, and rooms of traditional culture). It characterizes the traditional culture in the Myjava region and examines its elements at the present and their newly acquired tasks in the field of tourism. The author is particularly interested in the degree of stylization and transformation of the visuals and functionality of individual elements of traditional culture in tourism. It also notes the role of the Center of Traditional Culture in Myjava, as an erudite professional institution, on the issue of using elements of local traditional culture in available products in the researched facilities.

Keywords: souvenir, product, traditional culture, tourism, region of Myjava

Úvod

Trend využívania prvkov tradičnej kultúry v spotrebnom priemysle je na Slovensku už niekoľko rokov. Stretávame sa s ním aj v oblasti cestovného ruchu. Cieľom našej prípadovej štúdie je analýza využitia prvkov lokálnej tradičnej kultúry na produktoch ponúkanych v rôznych zariadeniach cestovného ruchu v myjavskom mikroregióne⁵⁰². Zaujíma nás, aké druhy produktov sú v ponuke, ktoré prvky tradičnej kultúry sa v nich vyskytujú a ako sa modifikovali z ich pôvodnej podoby. Budeme si všímať aj transformáciu pôvodných funkcií týchto prvkov po ich prenesení do prostredia cestovného

⁵⁰² Beňušková, 2005, s. 29-39. Ďalej v texte ho budeme označovať skrátene ako región.

ruchu. Na záver sa budeme venovať aj vplyvu Centra tradičnej kultúry v Myjave ako erudovanej odbornej inštitúcie na ponuku predmetov v skúmaných zariadeniach odkazujúcich na tradičnú kultúru myjavského regiónu.

Výskumná oblasť

Výskumná oblasť približne splýva s geografickým celkom Myjavskej pahorkatiny a je ohraničená obcami Vrbovce, Sobotište, Prietrž, Brezová pod Bradlom, Prašník, Podkylava, Krajné, Hrachovište, Vadovce, Bzince pod Javorinou a štátnej hranicou s Českou republikou. Kultúra tohto regiónu je ovplyvnená geografickými podmienkami (vlnitý terén Myjavskej pahorkatiny, Malých a Bielych Karpát, s tým súvisiace podnebné podmienky a kontakt s Moravou), rôznymi kolonizačnými vlnami (osídľovanie začalo v 13. storočí valašskou kolonizáciou), kopaničiarskym osídlením oblasti (trvalé osídlenie vzniklo v 16. storočí) a viacerými dejinnými udalosťami (príchod novokrstencov v 16. storočí, reformačné hnutia v 17. storočí, národné obrodenie v 19. storočí). Kultúrnymi centrami regiónu boli mestečká Myjava, Brezová pod Bradlom a Stará Turá. Vznikli v nich rôzne remeselné cechy, ktoré sa neskôr vyšpecifikovali a preslávili po celej monarchii (v okolí Myavy výroba mlynárskych plátenok – pytlíkárstvo, v Brezovej pod Bradlom garbiarstvo, v okolí Starej Turej sa obyvatelia špecializovali na výrobu dreveného riadu a ženy si privyrábali podomovým predajom výšiviek, tzv. *hanžírkou*). V 19. a 20. storočí emigrovalo množstvo obyvateľov najmä do USA⁵⁰³. V regióne je dominantou konfesiou evanjelická cirkev a. v., v menšej miere je zastúpená aj katolícka. Rozdiel medzi týmito dvoma konfesiami sa prejavuje najmä v odevi ich členov.

Ponuka cestovného ruchu v regióne vychádza z jeho kultúrno-historických a prírodných daností a nie je veľmi rozvinutá. Prevláda najmä rekreačný, športový a kultúry cestovný ruch⁵⁰⁴. Keďže cieľom našej štúdie bol výskum produktov predávaných v zariadeniach cestovného ruchu, venovali sme pozornosť len sekundárnej ponuke. Oslovili sme v tejto veci spolu 42 zariadení, inštitúcií a organizácií, z toho 15 ubytovacích a stravovacích

⁵⁰³ Najväčším strediskom vystúpalovalcov z myjavského regiónu bolo mesto Little Falls v štáte New York. Pre veľký počet Myjavčanov a podobné prírodné a geografické podmienky oblasti bolo nazývané aj malou Myjavou. Fordinálová, 1985, s. 176-178

⁵⁰⁴ Podľa Gúčik, 2000, s. 18-23.

zariadení a chát⁵⁰⁵, 16 kultúrnych a športových zariadení, múzeí, pamätných izieb a izieb tradičného bývania⁵⁰⁶, 4 mestské a obecné úrady (Myjava, Brezová pod Bradlom, Vrbovce, Podbranč – súvisí s hradom Branč), 3 informačné kancelárie a infobody⁵⁰⁷ a 4 ďalšie inštitúcie a zariadenia⁵⁰⁸. Napriek opakovanej snehe sa nám nepodarilo skontaktovať s ubytovacím zariadením Ubytovanie Na mlyne (Stará Myjava), reštauráciou U Juhása (Košariská) a zariadením Zemiansky mlyn (Vrbovce).

Významným zdrojom informácií pri výbere zariadení cestovného ruchu nám bolo OZ Kopaničiarsky regón – miestna akčná skupina⁵⁰⁹. S jej členmi sme uskutočnili rozhovor na viaceré témy súvisiace so skúmanou problematikou (ich činnosť a skúsenosti v tejto oblasti, spolupráca s rôznymi zariadeniami cestovného ruchu a pod.) Informácie o ponuke cestovného ruchu sme tiež čerpali z informačno-spravodajského portálu Kopanice.sk⁵¹⁰. S informátormi z jednotlivých zariadení a organizácií sme komunikovali pri osobnej návštive, telefonicky alebo e-mailom podľa ochoty informátora. Rozhovor bol čiastočne štandardizovaný, nosnými okruhmi otázok boli ponúkané produkty (ich druhová diverzita, dizajn a predajnosť) a návštevnosť zariadenia.

⁵⁰⁵ Myjava: Hotel Štefánik, reštaurácia Na nátoni, Reštaurácia Trnovce, Holubyho chata; Brezová pod Bradlom: Chata Bradlo; Košariská: reštaurácia a penzión Holotéch víška; Pripasné: Penzión Stará škola; Podkylava: Agropenzión Adam; Bzince pod Javorinou: Tábor Podvišňové; Stará Turá: Penzión Na mlyne; Vrbovce: Chalupa Jesienka; Podbranč: Modré domčeky. Nereagovali U Juhása v Košariskách, ubytovanie Na mlyne Stará Myjava a Zemiansky mlyn vo Vrbovciach.

⁵⁰⁶ Myjava: Múzeum Slovenských národných rád, Skiland Stará Myjava, Gazdovský dvor (časť Turá Lúka); Jablonka: Rozprávkový domček; Brezová pod Bradlom: Múzeum Dušana Jurkoviča; Košariská: Múzeum Milana Rastislava Štefánika; Vaďovce: Obecné múzeum; Lubina: Múzeum Rodný dom Samuela Šútéra; Bzince pod Javorinou: Pamätná izba Ľudmily Podjavorinskej; Stará Turá: Mestské múzeum, Železničné múzeum, Múzeum sestier Royových; Vrbovce: Vrbovčianska izba; Sobotište: Múzeum habánov, Múzeum družstevníctva, Hvezdáreň.

⁵⁰⁷ Myjava: Turistická informačná kancelária MAS Kopaničiarsky regón (v teste ďalej ako TIK Myjava); Stará Turá: Stredisko cezhraničnej spolupráce a turistická informačná kancelária; Brezová pod Bradlom: Infobod na Bradle.

⁵⁰⁸ Myjava: Poriadie: VioletHill – kopanyčárska levandula, Pálenica Hrašné a Pálenica Jablonka

⁵⁰⁹ Webové sídlo: <https://kopanicarskyregion.sk/>

⁵¹⁰ Webové sídlo: <https://kopanice.sk/>

Úlohou suvenírov je pripomínať navštívenú oblast⁵¹¹. Suvenírom môže byť čokoľvek, čo si turista prinesie z tohto miesta ako pamiatku⁵¹¹. Existuje viacero typológií suvenírov, ktoré k nim zaradujú aj predmety s prvkami tradičnej kultúry⁵¹². Pre potreby analýzy sme produkty predávané v skúmaných zariadeniach roztriedili do niekoľkých kategórií na základe ich špecifickej povahy v rámci výskumnej témy a fyzickej možnosti využiť na nich prvky tradičnej kultúry:

- publikácie,
- elektronické suveníry (CD, DVD, USB),
- papierenské produkty,
 - pohľadnice,
 - kalendáre,
 - skladačky, pexesá, diáre, zošity, nálepky,
- drobný dekór,
 - magnetky,
 - zvončeky, náprstky, kľúčenky, perá, drobné závesné ozdoby (keramické a drevené srdiečka),
- remeselné výrobky,
 - keramika (hrnčeky, sošky),
 - drevené výrobky (hračky, drevený riad, črpáky),
 - obrazy (maľované na plátne, dreve...),
- textil,
 - odevné súčiastky (tričká, košelete),
 - odevné doplnky (čiapky, odznaky, pánske motýliky, tašky),
- turistický sortiment (mapy, Wandercard⁵¹³, turistické známky),
- potraviny (ovocné vína, sirupy, lekváre, medy, sušené ovocie) a káva,
- kozmetika (mydlá, oleje, soli do kúpeľa).

Publikácie majú potenciál oboznačiť návštevníka s prvkami lokálnej tradičnej kultúry. V prípade ich predaja v podobe suvenírov nadobúdajú novú funkciu

⁵¹¹ Horodyski – Gonçalves Gândara, 2000, s. 884.

⁵¹² Pútová, 2020, s. 154-160.

⁵¹³ <https://sk.wander-book.com/co-su-wander-card.htm>

a charakteristiku spomienkového predmetu, vďaka čomu si k nim návštevník môže vytvoriť špecifický vzťah v porovnaní s rovnakou publikáciou zakúpenou v štandardnom kníhkupectve. Elektronické suveníry ako sú CD a DVD nosiče, prípadne USB kľúče, majú možnosť predstaviť také prvky tradičnej kultúry, ktoré sú v písomnej podobe zrozumiteľné len čiastočne, napríklad hudba alebo tanec⁵¹⁴.

Samostatnú kategóriu tvoria produkty papierenského priemyslu. V rámci tejto kategórie sme vyčlenili tri podkategórie. Pohľadnice sú rozšíreným suvenírom už od konca 19. storočia a potenciál využiteľnosti prvkov tradičnej kultúry je v ich prípade veľmi vysoký. Kalendáre (nástenné aj stolové) v domácnosti pripomínajú navštívenú oblasť po celý rok a ak nesú prvky tradičnej kultúry, návštevník sa s nimi stretáva takmer každodenne. Skladačky a pexesá majú možnosť prezentovať prvky tradičnej kultúry formou vhodnou aj pre detského návštevníka; diáre a zošity sú vhodné na grafické spracovanie prvkov tradičnej kultúry. Kategória drobný dekór je tiež rozdelená na podkategórie. Magnetky sú štandardným spomienkovým predmetom, ktorý sa podľa našich zistení predáva najčastejšie najmä pre svoj malý rozmer. Do samostatnej kategórie sme zaradili drobné predmety ako sú keramické zvončeky a náprstky, odznaky, kľúčenky či perá. Využitie prvkov tradičnej kultúry na magnetkách a ďalších drobných predmetoch je obmedzené ich veľkosťou a často sa navštívená lokalita uvádzá len v nápisе. Produkty v kategórii remeselné výrobky budú nadväzujú na miestnu tradíciu (výroba dreveného riadu a hračiek), alebo sú vyrábané miestnymi remeselníkmi a amatérskymi umelcami (keramické hrnčeky a sošky, maľované obrazy). Textilné produkty sme rozdelili na kategóriu odevu samotného (tričká, košele, sukne) a odevných doplnkov (čiapky, odznaky, plátenné tašky, pánske motýliky a pod.). V kategórii turistický sortiment sa nachádzajú produkty určené konkrétnej cielovej skupine návštevníkov ako sú mapy, turistické známky a denníky. Kategória potraviny a káva zahrňa potravinové výrobky so značkou Regionálny produkt a miestne značky káv.

Analýzou získaných údajov sme zistili, že zo skúmaných zariadení cestovného ruchu ponúka produkty s prvkom tradičnej kultúry 18 zariadení, čo predstavuje 48%. Najzastúpenejšou kategóriou produktov sú publikácie

⁵¹⁴ Notové a tanečné písma súčasťou spomienkového predmetu, ale sú určené pre špecifickú kategóriu návštevníka – odborníka. Nemôžeme očakávať od štandardného návštevníka, že bude schopný čítať noty alebo Labanovo písмо.

(predávajú sa v 15 zariadeniach), najmenej zastúpenými kategóriami sú drevo a kozmetika (v 3 zariadeniach). Ponuka a predaj produktov v skúmaných zariadeniach je špecifická takmer v každom zariadení. Časť z oslovených zariadení, v ktorých žiadne produkty aktuálne neponúkajú, vyjadrili záujem o ich zaradenie do ponuky v budúcnosti. Iné zariadenia plánujú ponuku rozšíriť, ďalšie tieto produkty už iba dopredávajú alebo ich predávajú len príležitostne. Keďže sme počas výskumu vystupovali v mene Centra tradičnej kultúry v Myjave⁵¹⁵, vyjadrili niektoré zariadenia ochotu spolupracovať s týmto centrom pri príprave nových druhov spomienkových produktov s prvkami lokálnej tradičnej kultúry.

Na problematiku využívania prvkov tradičnej kultúry na produktoch ponúkaných v oblasti cestovného ruchu je možné nazerat' niekoľkými pohľadmi, z ktorých každý otvára nové možnosti pre výskum tejto témy⁵¹⁶. V našom príspevku sa budeme venovať výskumu využívania prvkov tradičnej kultúry na ponúkaných produktoch, vizuálnych zmien týchto prvkov a transformáciám ich funkcií po ich prenesení z pôvodného prostredia a miesta využitia do prostredia cestovného ruchu. Pre systematicosť tohto skúmania sa budeme riadiť kategorizáciou tradičnej kultúry, ako ju spomína Janto⁵¹⁷.

Rozsiahle využitie v rámci ponúkaných produktov majú prvky tradičnej kultúry z kategórie odev a obuv. V rámci myjavského regiónu sa vytvorilo niekoľko typov tradičného odevu, z ktorých každý má ďalšie varianty: myjavský, lubinský, katolícky odev z Hrašného a mestský remeselnícky odev⁵¹⁸. Podľa našich zistení sa v predmetoch ponúkaných v zariadeniach cestovného ruchu vyskytujú prvky ženského a mužského slávnostného odevu

⁵¹⁵ Ďalej aj ako CTK.

⁵¹⁶ Okrem iného je možné venovať sa podrobnejšie analýze nákupného správania sa návštěvníkov – ich rozhodovaniu sa o kúpe predmetu s prvkom tradičnej kultúry, vnímaniu autenticity a pôvodnosti používaných prvkov návštěvníkmi, výrobcami a predajcami, návrhom ďalších prvkov tradičnej kultúry na ich využitie v oblasti spomienkových predmetov, vplyvu značky Regionálny produkt Kopanice a zápisu prvkov tradičnej kultúry v Reprezentatívnom zozname národného kultúrneho dedičstva Slovenska na nákupné správanie návštěvníkov a podobne.

⁵¹⁷ Sú to kategórie zber a lov, poľnohospodárstvo, strava a stravovanie, odev a obuv, sídla a obydlie, domáca výroba, remeslá a výtvarné umenie, obchod, transport a doprava, rodina a príbuzenstvo, spoločenstvo obce a spoločenské vzťahy, obyčaje, ľudová viera, predstavy a znalosti, slovesnosť, hudba, tanec, hry, dramatické prejavy a ľudové divadlo. Janto, 2021, s. 53.

⁵¹⁸ Feriancová – Macková, 2020a.

myjavského a lubinského typu a prvky štylizovaného myjavského slávnoſtného ženského odevu, ktorý je využívaný vo folklórnom súbore Kopaničiar. Tento štylizovaný odev môžeme vidieť najmä na rôznych papierenských produktoch (napr. pohľadnice) a drobnom dekóre (kľúčenky, magnetky) vo forme fotografie tanečníkov FS Kopaničiar počas jedného z ročníkov Medzinárodného folklórneho festivalu Myjava. Kompletný ženský a mužský slávnoſtný odev je v zjednodušenej podobe ponúkaný návſtevníkom aj vo forme vyšívaného obrázku, stretnúť sa s ním môžu aj na obálkach niekoľkých publikácií a elektronických predmetov⁵¹⁹ a pre detského návſtevníka je v ponuke v podobe zošita s vystrihovačkami. Špecifickou formou prezentácie tradičného odevu v jednom zo zariadení cestovného ruchu sú keramické sošky zobrazujúce ženy v tradičných odevoch. Na týchto soškách sú však prezentované najmä tradičné odevy z rôznych regiónov Slovenska (Podpoľanie, trnavská oblasť, Záhorie a pod.), nami skúmaný región je zastúpený ženským tradičným odevom z Lubiny.

Na skúmaných produktoch sú využívané aj samostatné odevné súčiastky alebo odevné doplnky. Jedným z nich sú filigránové gombíky⁵²⁰, ktoré mali v minulosti praktickú, estetickú a informačnú funkciu (vyjadrovali ekonomické zabezpečenie nositeľky – čím väčší gombík, tým bohatšia nositeľka). V súčasnosti sa s týmto prvkom môže návſtevník stretnúť v dvoch podobách, ako bižutéria (náušnice, prívesok) a ako potlač na tričku (dekoratívne zdobenie je zjednodušené). Filigránový gombík tu stratil svoju informatívnu a praktickú funkciu, estetická a dekoračná funkcia mu zostala a nadobudol novú, reprezentačnú (prezentuje región a prvak samotný).

Výraznou súčasťou ženského slávnoſtného a obradového odevu skúmaného regiónu je tylová paličkovaná čipka⁵²¹. V minulosti mala dekoračnú, estetickú aj informatívnu funkciu a podobne ako filigránový

⁵¹⁹ Napríklad Juričková: Vyprávanie na nálepe, 2018, CD FS Kýčer Otvíraj gázdiná dvere alebo DVD Ohýbaj ma mamko, pokiaľ som ja Janko.

⁵²⁰ Danglová, filigrán. Nosili sa na ženských slávnoſtných *prucloch* (vesty, lajblíky) a *kacabajách* (súkenné kabáty), menšie filigránové gombíky nosili muži na *kamizolách* (vestách).

⁵²¹ Na jej výrobu sa špecializovali ženy najmä v Krajinom a v okolí Brezovej pod Bradlom. Využívala sa na ženských rukávcoch (na *krézloch* – golieroch a *tacloch* – obrube rukávov), čepcoch (slávnoſtná pokrývka hlavy vydatých žien), ručníkoch (na ich slávnoſtnom variante slobodných dievok a dievčat), na svadobných zásterách a mimo odevu na obradových a cirkevných textiliách. Prvak Tylová paličkovaná čipka Myjavskej pahorkatiny je od roku 2016 zapísaná v Reprezentatívnom zozname národného kultúrneho dedičstva Slovenska (v texte aj ako Reprezentatívny zoznam NKD Slovenska).

gombík vyjadrovala ekonomicke a hospodárske zabezpečenie nositeľky. V súčasnosti sa nachádza na širokom spektri ponúkaných produktov. CTK vydalo dvojdielne metodické DVD venujúce sa jej tvorbe a sériu desiatich pohľadníc, na ktorých sú zobrazené vybrané vzory čipky. Paličkovaná čipka sa nachádza aj ako potlač na tričkách a hrnčekoch. Tento prvok sa tiež ponúka vo forme drobných závesných ozdôb. Tylová paličkovaná čipka má v súčasnosti najmä dekoratívnu a estetickú funkciu. Reprezentačnú funkciu nadobudla zápisom v Reprezentatívnom zozname NKD Slovenska. Čipka z dielne Ivany Markovej z Brezovej pod Bradlom je certifikovaná značkou Regionálny produkt Kopanice.

Ojedinele využívaným prvkom ženského slávnostného odevu na produktoch ponúkaných v zariadeniach cestovného ruchu je výšivka na ženských *pručloch*. Jednoduché rastlinné motívy sú využité ako dekorácia keramických hrnčekov. Funkcia tohto prvku zostala nezmenená – dekoratívna a estetická, zmenilo sa však jej umiestnenie, materiál a technika tvorby.

Z mužského odevu sa využívajú vyšívané mužské košelee a ich segmenty⁵²² a ozdobné šnurovanie zo súkenných nohavíc. V ponuke niektorých zariadení sú dva typy košeľ a samostatné nášivky. Jeden typ košeľ je inšpirovaný tzv. národnými alebo slovenskými košeľami, výšivka na nich je rôznofarebná. Druhý typ je určený pre deti, výšivka je len v dvoch pásoch okolo výstrihu a jej motívy sú inšpirované pôvodnými ruskými rubaškami. Okrem týchto košeľ sa predávajú aj samostatné vyšívané nášivky (náprsenky a výšivka na manžety), ktoré je možné prišťať na ľubovoľnú košeľu. Viaceré vzory z týchto výšiviek sa nachádzajú aj na papierenských produktoch (zošity) a sú použité aj ako potlač na keramike (hrnčeky). V minulosti mal tento typ košelee estetickú, dekoračnú a v určitom období aj reprezentáčnú funkciu. V súčasnosti si tieto funkcie ponecháva, vnímame čiastočný prienik tohto prvku z minulosti do súčasnosti. Vyšívanie mužských súkenných nohavíc šujtášovými nitami⁵²³ sa v súčasnosti využíva ako dekorácia na keramických hrnčekoch. V minulosti mal tento prvok dekoračnú a estetickú funkciu,

⁵²² Výšivku na košeliach v myjavskom regióne (ale aj v iných oblastiach Slovenska) nosila pôvodne inteligencia na vyjadrenie svojho národného povedomia, inšpirovaná ruskými rubaškami. Do dedinského prostredia sa tieto košelee dostali s nástupom konfekčnej módy. Štefániková, 1991, s. 41-42.

⁵²³ Mužské súkenné nohavice boli okolo predných rázporkov, pri bočných švoch a na zadnej strane zdobené našívaniou čierou šnúrkou, *baraskou*, ktorá tvorila ozdobné osmičky a slučky. Feriancová – Macková, 2020b.

v súčasnosti si tiež tieto funkcie ponecháva. Zmenilo sa umiestnenie a technika tvorby tohto prvku.

V ponúkanom sortimente sú zastúpené aj prvky tradičnej kultúry z kategórie domáca výroba, remeslá a výtvarné umenie. Ponuka produktov nadvázuje na tradíciu výroby dreveného riadu v okolí Starej Turej a Lubiny (varešky, naberačky na med, črpáky). Tento riad je dekorovaný rastlinnými motívmi a nápismi „Stará Turá“. Ponuka črpákov pravdepodobne naráža na fakt, že prvú živnostenskú bryndziareň na Slovensku založil Staroturan Ján Vagač⁵²⁴. V minulosti mal drevený riad najmä praktickú funkciu, ktorá dnes ustupuje do úzadia a primárnu funkciou sa stáva dekoračná. S kategóriou domáca výroba súvisí aj hrnčiarstvo. V myjavskom regióne bolo rozšírené najmä v okolí Sobotišťa, kde keramiku (fajansu) vyrábala náboženská skupina habánov⁵²⁵. V súčasnosti sú v skúmaných zariadeniach pomerne rozšíreným produkтом keramické hrnčeky. Veľkú časť z nich vyrába hrnčiar Miloš Kováč z Košarísk, ktorý ju aj zdobí rastlinnými ornamentmi inšpirovanými modranskou keramikou. Praktická a dekoratívna funkcia keramiky sa z minulosti zachovala až do súčasnosti.

Ked'že berieme do úvahy synkretickosť prvkov tradičnej kultúry, do kategórie výtvarné umenie môžeme zaradiť ďalšie dva ornamentálne dekoračné prvky. Na pohľadniciach sú využité ornamenty habánskej fajansy. Svoju dekoračnú funkciu nezmenili, no podobne ako pri niektorých odevných prvkoch sa zmenila technika tvorby a umiestnenie prvkmu. Druhý využívaný ornamentálny prvak nepatrí do tradičnej kultúry skúmaného regiónu. V jednom zo zariadení sa nachádzajú v ponuke tričká a ponožky s čičmianskymi ornamentmi (kohúty, srdiečka a ďalšie). S kategóriou domáca výroba súvisia aj prvy, ktoré v tomto príspevku spomenieme v rámci kategórie poľnohospodárstvo.

Strava a stravovanie v myjavského regiónu je v rámci skúmaných produktov reprezentovaná knihami receptov⁵²⁶. V týchto publikáciách sa nachádzajú aj recepty zapísané v miestnom dialekте, čím sa zároveň prezentuje aj tento prvak tradičnej kultúry. Do tejto kategórie prvkov môžeme zaradiť aj slivovicu, ktorá tento región preslávila. Venuje sa jej jedna

⁵²⁴ V roku 1787. Rumánek, 2012.

⁵²⁵ Horváthová, 2002, s. 29.

⁵²⁶ Feriancová: Chírni apetik vám vinšujem, 2010; Brezová pod Bradlom: Brezofské recepti, 2019.

publikácia⁵²⁷, motívy slivovice sa nachádzajú aj na tričkách, v ponuke sú flášky a poháriky na pálenku s gravírovaným vzorom. V minulosti mala slivovica okrem iných (v rámci tejto kategórie) aj obradnú funkciu, v súčasnosti ju nahradila reprezentančná (je charakteristickou pre myjavský región).

Poľnohospodárstvo regiónu je reprezentované a propagované najmä vďaka značke Regionálny produkt Kopanice. V zariadeniach cestovného ruchu sú v ponuke viaceré produkty miestnych pestovateľov a spracovateľov ovocia, húb, bylinky, mäsových produktov a výrobkov z medu a vosku⁵²⁸. Podľa informátorov z turistických informačných kancelárií v Myjave a Starej Turej si tieto výrobky radi kupujú nielen návštevníci, ale aj domáci obyvatelia, čím sa posilňuje ich lokálna identita. Z kategórie poľnohospodárstvo sú prezentované aj pracovné nástroje. Vo forme pexesa sú určené najmä detskému návštevníkovi, ktorý sa s nimi oboznámi hravou formou. Ak chceme v tomto prípade hovoriť o zmene funkcie, pracovné nástroje stratili svoju primárnu praktickú funkciu a ich využitím na pexese nadobudli informačnú alebo edukačnú funkciu a stali sa kultúrnymi prežitkami. Tradičná architektúra zaradená do kategórie sídla a obydlie je na skúmaných produktoch prezentovaná na magnetkách, keramike, obrázkoch a ako sekundárny prvok aj na obaloch niekoľkých publikácií lokálnych autorov. V tomto prostredí nadobudla reprezentančnú a dekoračnú funkciu.

V ponuke zariadení cestovného ruchu je aj séria maľovaných pohľadníc, ktoré znázorňujú obyčaje adventného a vianočného obdobia. Každú pohľadnicu dopĺňajú drobné vinše, pranostiky a ďalšie drobné slovesné útvary súvisiace s týmto obdobím. Obyčaje počas adventného a vianočného obdobia mali primárne magickú funkciu. V súčasnosti sú kultúrnymi prežitkami, čím nadobudli informatívnu funkciu.

Do kategórie slovesnosť môžeme zaradiť publikácie venujúce sa lokálnym dialektom a príbehom z kopaničiarskeho prostredia, ktoré sú často doplnené o historické fotografie. Vnímame tu spojenie viacerých prvkov tradičnej kultúry, ktoré často humorným spôsobom oboznamujú čitateľa s bežným životom na kopaničiach. Autormi týchto publikácií sú CTK a lokálni autori, príbehy vychádzajú z reálnych udalostí získaných z terénnych

⁵²⁷ Feriancová: Slivovica a jej miesto v živote starých *mijavcov*. 2009.

⁵²⁸ Pre návštevníkov sú v ponuke najmä ovocné vína, octy, lekváre, med, voskové sviece, sušené huby, ovocie a bylinky. Mäsové a mliečne výrobky sa medzi skúmanými predmetmi nenachádzali, pravdepodobne pre nutnosť ich rýchlej spotreby.

výskumov. V súčasnosti vnímame viaceré funkcie týchto publikácií – okrem edukatívnej a dokumentačnej aj zábavnú.

Tradičná hudba a jej prvky sú dostupné v zariadeniach cestovného ruchu v podobe CD aj DVD nosičov. Môžeme ich rozdeliť na tri skupiny. Prvú tvoria CD nosiče miestnych ľudových zoskupení, ktoré prezentujú tradičný hudobný repertoár v čo najpôvodnejšej podobe⁵²⁹, druhú skupinu tvoria nahrávky kapiel a kolektívov z iných regiónov⁵³⁰. V tretej skupine ponúkaných CD sú nosiče, ktoré dopĺňajú buď metodické DVD, alebo publikácie, alebo sú samostatnými metodickými materiálmi⁵³¹. Piesne prezentované na týchto nosičoch mali v minulosti rôzne funkcie, väčšinou to boli tanečné alebo funkčne viazané piesne. V súčasnosti si svoje funkcie ponechali len čiastočne.

Tanečné formy, príležitosti a motiviku predstavuje niekoľko produktov. Tanečníci v slávnostnom štylizovanom odevu v typickom tanečnom motíve „na koleno“ sa nachádzajú na magnetkách, publikácie, CD a DVD sa tancu venujú odbornejšie⁵³². Prvok Tance s vyhadzovaním v myjavsko-trenčianskej oblasti je od roku 2021 zapísaný v Reprezentatívnom zozname národného kultúrneho dedičstva, čím jeho reprezentatívna funkcia nadobudla oficiálny charakter.

Centrum tradičnej kultúry je kultúrno-osvetové zariadenie v zriaďovateľskej pôsobnosti Trenčianskeho samosprávneho kraja. Náplňou jeho práce je okrem dokumentácie a sprístupňovania tradičnej ľudovej kultúry a nehmotného kultúrneho dedičstva aj poradenská, metodická a kultúrno-osvetová činnosť v oblasti tradičnej kultúry a organizácia a realizácia kultúrnych aktivít v regióne. Okrem samotnej vydavateľskej činnosti a distribúcie týchto produktov do rôznych zariadení cestovného ruchu tiež podporuje cestovný ruch organizáciou podujatí, ktoré nielenže prilákajú návštěvníkov do regiónu, ale tiež prinášajú miestnym remeselníkom možnosť

⁵²⁹ Ako sú cimbalové kapely, dychová hudba Myjavci a zoskupenie Myjavskí heligónkari.

⁵³⁰ Napríklad CD mužskej speváckej skupiny Rodokmeň alebo ĽH Miroslava Dudíka, na ktorých je prezentovaný celonárodný repertoár a repertoár z iných oblastí Slovenska.

⁵³¹ Sériu CD a DVD Ohýbaj ma mamko, pokial' som ja Janko venované metodike výučby ľudového tanca v detských kolektívoch alebo audionahrávky vybraných poviedok z publikácie *Výpraski* (CTK, 2017)

⁵³² V publikácii L. Konečnej Tanečné tradície myjavského regiónu (2011) sa okrem odborného opisu a zápisu tanca nachádzajú aj notové zápisu vybraných tanečných melódii. Tancu sa venujú aj už spomenuté metodické CD a DVD.

prezentovať svoju činnosť a predávať svoje výrobky. Zamestnanci CTK pri výbere remeselníkov na podujatie kriticky hodnotia ponuku ich produktov a technológiu výroby.

Záver

V tomto príspevku sme stručne predstavili aktuálny stav využívania prvkov lokálnej tradičnej kultúry v produktoch ponúkaných v zariadeniach cestovného ruchu v myjavskom regióne. Môžeme si všimnúť, že niektoré z prvkov sú využité pomerne kreatívne na širokom spektri ponúkaného sortimentu a ich súčasnými primárnymi funkciami sú reprezentačná, estetická a dekoratívna. Svoju zásluhu na tom majú nielen miestni remeselníci, ale aj podnikatelia a návrhári týchto produktov, ktorí si uvedomujú symbolickosť a význam nielen samotných produktov, ale aj prvkov na nich použitých. V tejto oblasti vnímame aj viaceré nedostatky, no keďže nám je známy kontext celej problematiky, nemožno túto situáciu úplne kritizovať. Kvalitu ponúkaných predmetov by zvýšila už toľkokrát opakovaná komunikácia a spolupráca výrobcov a návrhárov predmetov a odborných inštitúcií. Vídomo už prvé lastovičky, preto veríme, že sa táto situácia časom zlepší.

©Katarína Mičicová

*Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Slovensko
Centrum tradičnej kultúry v Myjave
katarina.micicova@ukf.sk, k.micicova.ctkmy@gmail.com*

Literatúra

- 1) BEŇUŠKOVÁ, Z.: Tradičná kultúra regiónov Slovenska. *Prehľad charakteristických znakov*. Bratislava: VEDA 2005. ISBN 80-224-0853-0
- 2) DANGLOVÁ, O.: Filigrán. Heslo v elektronickej encyklopédii. [online] [cit. 2022-02-05] Dostupné na: <https://www.ludovakultura.sk/polozk-encyklopedie/filigran/>
- 3) FERIANCOVÁ, V. – MACKOVÁ, L., 2020a: Ľudový odev. [online]. [cit. 2022-02-02]. Dostupné na: <https://www.folklorenamapa.sk/p/myjavsko-ludovy-odev/>
- 4) FERIANCOVÁ, V. – MACKOVÁ, L., 2020b: Mužský a mládenecký slávnostný a obradový odev. [online]. [cit. 2022-02-02]. Dostupné na: <https://www.folklorenamapa.sk/p/rudnik-ludovy-odev/>
- 5) FORDINÁLOVÁ, E. 1985: Vyst'ahovalectvo. In: Dugáček, M. – Gálik, J.: *Myjava*. Bratislava: Obzor 1985. 496 s.
- 6) GÚČIK, M., 2000: *Základy cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, 2000. 151 s. ISBN 80-8055-355-6.
- 7) HORODYNSKI, G. S. – GONÇALVES GÂNDARA, J. M., 2016: Souvenir. In.: Jafari, J. – Xiao, H.: *Encyclopedia of Tourism*. Switzerland: Springer International Publishing 2016. 1053 s. ISBN 978-3-319-01383-1.
- 8) HORVÁTHOVÁ, M., 2002: *Nemci na Slovensku. Etnokultúrne tradície z aspektu osídlenia, remesiel a odievania*. Dunajská Streda: Lilium Aurum: 2002. 123 s. ISBN 80-8062-152-7.
- 9) JANTO, J. 2020: *Úvod do štúdia tradičnej ľudovej kultúry*. Bratislava: STIMUL 2020. 74 s. ISBN 978-80-8127-331-5.
- 10) ŠTEFÁNIKOVÁ, Z. 1991: Formy a funkcie národného odevu na Slovensku. In: *Slovenský národopis*. Bratislava: Veda 1991. Roč. 39, č.1. 37-48 s.
- 11) PŮTOVÁ, B. 2020: *Antropologie turismu*. Praha: Univerzita Karlova 2020. 217 s. ISBN 978-80-246-4354-0.
- 12) RUMÁNEK, G., 2012: *Vagač Ján*. [online] [cit. 2022-02-15] Dostupné na: <https://www.staratura.sk/item/jan-vagac/>

AFTERWORD / DOSLOV

We would like to thank all the authors for their contributions and suggestions for research in this topic. We very much appreciate the fact that we managed to connect 9 universities on the topic of cultural transfer, and we believe that further research will continue after the close of the project.

Our big thanks also go to Mgr. Eva Höhn, PhD., who coordinated the project in 2019 – 2021, and to the Department of European Cultural Studies, Faculty of Arts, MBU. Thanks to them the project was created and supported by the EU funds.

Editors

Na záver by sme sa chceli podčakovať všetkým autorom za ich príspevky a podnety k skúmaniu k tejto problematiky. Veľmi oceňujeme to, že sa nám k téme kultúrneho transferu podarilo spojiť 9 univerzít a veríme, že v ďalšom skúmaní budú / budeme pokračovať aj po ukončení projektu.

Naša veľká vděčnosť patrí aj Mgr. Eve Höhn, PhD., ktorá koordinovala projekt v rokoch 2019 – 2021, a Katedre európskych kultúrnych štúdií FF UMB, vděčna ktorým projekt vznikol a bol podporený zo zdrojov EÚ.

Editorky

Scientific Edition

KULTÚRNY TRANSFER V ZJEDNOTENEJ EURÓPE

CULTURAL TRANSFER IN THE UNITED EUROPE

This publication is supported by the European Union program:

611357-EPP-1-2019-1-SK-EPPJMO-MODULE: Jean Monnet Module:

Cultural Transfer in the United Europe: differences, challenges and perspectives (CULTURe)



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Edited by PhDr. Jana Pecníková, PhD.
and prof. PhDr. Zuzana Bohušová, PhD.

First published in 2022 by Teadmus

Cover design: Jana Pecníková

Technical editors: Jana Pecníková and Daniela Mališová

Language editors: Mgr. Petra Strnádová, PhD. and David Cole, MFA, PhD.

Load: 100 pieces

Number of pages: 245

Format: B5

Place: Tallinn (Estonia)

Year: 2022

First edition

ISBN 978-9916-9704-9-2

Publisher

Teadmus OÜ

Tallinn, Estonia

teadmus.org