

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FILOZOFICKÁ FAKULTA**

Ústav translatologie



**Bakalářská práce**

**2023**

**Anna Kabátová**

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FILOZOFICKÁ FAKULTA**

Ústav translatologie

**Komentovaný překlad: *Le Parfum* (Jean-Claude Ellena, 2015. Que sais-je?. Presses Universitaires de France, s. 49-71)**

Commented translation: *Le Parfum* (Jean-Claude Ellena, 2015. Que sais-je?. Presses Universitaires de France, pp. 49-71)

Bakalářská práce

Autor práce: Anna Kabátová

Studijní program: MKF

Vedoucí práce: PhDr. Šárka Belisová

Rok obhajoby: 2023

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 31. července 2023

Anna Kabátová

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se skládá ze dvou částí. První částí je překlad vybraných kapitol z publikace *Le Parfum* od francouzského autora Jean-Claude Ellena, známého tvůrce parfémů. Přeložený text pojednává o procesu výroby parfému a práci s vonnými látkami. Druhou částí práce je odborný komentář, který se skládá z překladatelské analýzy výchozího textu podle translatožky Christiane Nordové, popisu metody překladu, výčtu překladatelských problémů a jejich řešení. Cílem práce je vytvořit funkčně ekvivalentní překlad z francouzského jazyka do jazyka českého a doplnit jej odborným komentářem.

## **Abstract**

The bachelor thesis is divided into two parts. The first part introduces the translation of chosen chapters of the book *Le Parfum* by the French author Jean-Claude Ellena, famous creator of perfumes. The translated parts deal with the process of creating a parfum and working with aroma substances. The second part comprises the translation commentary which consists of the translation analysis of the source text by translatožky Christiane Nord, the method of translation, the list of translation problems and their solutions. The aim of the thesis is to elaborate the functionally equivalent and to focus on the translation commentary.

## **Klíčová slova**

Komentovaný překlad, překladatelská analýza, typologie překladatelských problémů, metoda překladu, parfém, parfumérské řemeslo, vonné látky

## **Key words**

Commented translation, translation analysis, typology of translation problems, translation method, perfume, perfume industry, aroma substances

## **Title**

Commented translation: *Le Parfum* (Jean-Claude Ellena, 2015. *Que sais-je?*. Presses Universitaires de France, pp. 49-71)

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala své vedoucí práce PhDr. Šárce Belisové za její čas a trpělivost, za cenné rady a připomínky nejen v průběhu vypracování bakalářské práce, ale i v průběhu dosavadního studia na vysoké škole. Děkuji také La Pharmacie Française za poskytnutí informací a poznatků o francouzské kosmetice a parfumerii. Dík patří i Bc. Barboře Kobzové za odbornou konzultaci v oblasti organické chemie. Na závěr bych ráda poděkovala své rodině a přátelům, kteří mi byli velkou oporou při studiu.

## **Zadání**

Zadaný text přeložte do češtiny a svůj překlad doplňte překladatelským komentářem v rozsahu min. 20 normostran. V komentáři nejprve celkově charakterizujte výchozí text: uveďte, s jakým cílem byl text napsán a jaké stylistické postupy autor/ka volí k dosažení svého záměru. Dále popište, na jaké problémy jste v překladu narazil/a, a zdůvodněte použité překladatelské postupy a nezbytné posuny, které jste v překladu proved/a na úrovni lexika, syntaxe, a především v rovině stylistické. Postupujte přitom od celkové koncepce svého překladu k dílčím řešením. Komentář opatřete bibliografickým soupisem použitých primárních i sekundárních zdrojů, včetně internetových. Kromě dodržení formálních náležitostí stanovených Pravidly pro organizaci studia FF UK (Čl. 19) připojte ke každému vázanému exempláři práce vždy dvě kopie výchozího textu: jednu napevno svázanou s ostatními listy a druhou volně vloženou.

# Obsah

1	Úvod .....	2
2	Překlad .....	3
3	Odborný komentář .....	18
3.1	Překladatelská analýza originálu .....	18
3.1.1	Vnětextové faktory .....	18
3.1.1.1	Autor .....	18
3.1.1.2	Komunikační záměr .....	19
3.1.1.3	Adresát .....	19
3.1.1.4	Médium .....	20
3.1.1.5	Místo a čas komunikace .....	21
3.1.1.6	Motiv komunikace .....	22
3.1.1.7	Funkce .....	22
3.1.2	Vnitrotextové faktory .....	23
3.1.2.1	Téma a obsah .....	23
3.1.2.2	Presupozice .....	24
3.1.2.3	Žánrově-stylistické zařazení textu .....	24
3.1.2.4	Výstavba a členění textu .....	25
3.1.2.5	Neverbální prvky a grafická úprava .....	25
3.1.2.6	Lexikální charakteristika .....	26
3.1.2.7	Syntax .....	27
3.2	Překladatelská strategie .....	28
3.3	Typologie překladatelských problémů a jejich řešení .....	29
3.3.1	Lexikální úroveň .....	29
3.3.1.1	Parfumérství .....	29
3.3.1.2	Chemie .....	31
3.3.1.3	Biologie .....	32



3.3.2	Stylistická úroveň.....	33
3.3.2.1	Nadpisy.....	33
3.3.2.2	Synonyma.....	34
3.3.3	Francouzské reálie.....	35
3.4	Překladatelské postupy.....	37
3.4.1	Transpozice.....	37
3.4.2	Modulace.....	39
3.4.3	Koncentrace a diluce.....	40
3.4.4	Étoffement a dépouillement.....	41
4	Závěr.....	42
5	Resumé.....	43
6	Seznam použité literatury.....	44
6.1	Primární literatura.....	44
6.2	Sekundární literatura.....	44
6.3	Příručky a slovníky.....	45
7	Příloha.....	47

# 1 Úvod

Cílem této bakalářské práce je přeložit dvě vybrané kapitoly z publikace *Le Parfum* od renomovaného francouzského parfuméra Jean-Claude Ellena. Publikace vyšla v edici *Que sais-je?* pod nakladatelstvím PUF, tedy Presses Universitaires de France.

Tento text jsme zvolili, protože se o parfumérský průmysl ve Francii dlouhodobě zajímáme. Kniha *Le Parfum* uvádí čtenáře do světa parfumérství. Kapitoly, které jsme si vybrali pro překlad, se zaměřují na výrobu parfému, která nezačíná v parfumérské laboratoři, nýbrž v myšlenkách a nápadech jeho tvůrce. Překlad výchozího textu by mohl oslovit především nadšence parfumérství, které zajímá, co předchází samotné výrobě parfému a kde nachází autor inspiraci k jeho vytvoření.

Bakalářská práce se skládá ze dvou hlavních částí. První z nich představuje samotný překlad vybraných kapitol z knihy. Naším cílem je vytvoření funkčního překladu francouzského originálu. Druhá část zahrnuje odborný komentář, v němž je popsána překladatelská metoda, které jsme se při překladu drželi. Součástí je i překladatelská analýza výchozího textu a překladatelské problémy, s nimiž jsme se v průběhu potýkali. Věnujeme se i specifickým pasážím v textu, na nichž demonstrujeme překladatelské problémy a následně nabízíme jejich řešení.

## 2 Překlad

### KAPITOLA V Parfumérské řemeslo

„Neměli bychom se vyjadřovat na základě vjemů, ale na základě vzpomínek.“

Joseph Joubert.

#### I. - Od řemesla k umělecké tvorbě

Jako parfumérský laborant jsem býval nucen různým způsobem vytvářet receptury, často velmi komplexní. (Dnešní učni již tuto fázi vůbec neabsolvuji). Jako učeň jsem získal znalosti, které mi umožňovaly vyhovovat různým požadavkům mezinárodního trhu. Využíval jsem k tomu nových technologií, zejména umu takzvané chromatografie. Neustále jsem analyzoval trh a vůně: esenciální oleje, základní ingredience, či hotové parfémy. Při vytváření receptur jsem přidával vonné látky jednu po druhé a naivně doufal, že objevím molekulu, která vše promění a konečně umožní odhalit mou kreativitu. Při hledání stylu mi samotná tvorba parfému zůstávala skryta. Váhal jsem, jestli mám použít složitou recepturu. Zvrat nastal, když jsem si přečetl malou brožurku s ilustracemi květin na černém pozadí. Společnost *Dragoco* věnovala celé číslo svého časopisu *Dragoco Report* parfumérovi Edmondovi Roudnitskovi. Téma znělo: *Mladý tvůrce parfémů a vůně*. Bylo to sice v roce 1962, ale tehdy šlo o úplnou novinku. Hovořil o kráse, vkusu, jednoduchosti, způsobu cítění a posuzování, ale také o erudici a životní filozofii. Tím Edmond Roudnitska vstoupil do mého života natolik, že jsem si dlouho tajně přál, abych mě nazývali stejně jako jeho, tedy „tvůrcem parfémů“. On sám si to ale nikdy na svou vizitku nenapsal, používal pouze titul „parfumér“. Jeho parfémy jsem napodoboval. Většinu obsažených složek jsem zjistil pomocí chromatografické analýzy, avšak možných interpretací bylo bezpočet. Lákala mě četba jeho poznámek. Přitahovaly mě také vůně jeho výtvorů a stávaly se předmětem mého poznání. Měl jsem potřebu je rozluštit, abych je lépe zacítil a tím si je osvojil. Před sebou jsem měl těžký úkol – vytvořit efekt pomocí vůně. Parfém po zbavení vyumělkovanosti a těžkosti mohl roztáhnout křídla a volně dýchat. Tento přístup mě vedl k přehodnocení způsobu vytváření vlastních receptur. Nešlo již o neustálé přidávání vonných látek, ale o komponování neboli vytváření a skládání vonných vztahů mezi jednotlivými přísadami. Pro lepší ilustraci tohoto přístupu bych rád citoval německého filozofa Leibnize: „Zvuk moře představuje celek. Abychom tento zvuk slyšeli, je třeba slyšet části, které ho tvoří, tedy zvuk každé vlny. Každý z těchto dílčích zvuků pak lze poznat jen ve spletitém celku všech ostatních.“

Tvůrčí přístup Edmonda Roudnitsky by se dal shrnout slovy Paula Cézanna: „Být schopen cítit a číst přírodu“. Když se tehdy na konci 70. let objevila prostorová technologie „head space“, naprosto si mě získala. Tento postup mi umožnil extrahovat vůni květin a vzácných rostlin a následně ji analyzovat za účelem rekonstrukce. Měl jsem pocit, že můžu „fotografovat“ vůně a díky tomu si dovolit jít dál než samotný mistr.

Díky prostorové technologii byla odkryta složitost vůně rostlin. Příroda je zkrátka nepředvídatelná! Extrahoval jsem čtyři sta molekul u jasmínu, pět set u růže. Ukázalo se, že složení vůně květin se mění podle denní doby, ale obecný charakter květiny zůstává neměnný.

Tento poznatek mě přivedl k myšlence, že charakter a forma vůně souvisí spíše s vonnými látkami, které ji tvoří než s jejich použitým množstvím. Odtud byl už jen krok k určení spojitosti mezi vůní květiny a formou parfému, což mě vedlo ke změně ve způsobu vytváření receptur. Od té doby je pro mě rozhodující výběr vonných látek, jejich množství lze totiž významným způsobem modifikovat. Dbám na to, abych se vyhnul nadbytečnosti, proto vonných látek v mé sbírce ubývá.

Když jsem v roce 1976 ve svých 28 letech vytvořil parfém *First by Van Cleef & Arpels*, můj nos již znal řadu existujících vzorů a měl zkušenost s různými postupy. Navzdory mé skromné sbírce vonných látek bylo formulování tohoto parfému složité. Moje intuice mě ale hnala vpřed a umožnila mi vytvořit motiv rajčatových listů v *Eau de campagne* pro *Sisley* v roce 1976 a několik dalších parfémů pro *L'Artisan Parfumeur*. Teprve počátkem devadesátých let jsem vědomě vstoupil do neznáma. Každý modelový parfém má své období slávy a stejně jako móda poté postupně přestává být v kurzu. Abych se tomuto vyhnul, musel jsem se neustále učit novým věcem, být zvědavý a zajímat se o věci a o lidi. Musel jsem zůstat tím, kdo hledá a někdy se mu poštěstí nalézt.

Od té doby mám stále při ruce zápisník Moleskine, do něhož si zaznamenávám inspiraci, nápady, jednoduché vůně, myšlenky, citáty, hrubé obrysy receptur. Stále do něj zapisuji setkání, své myšlenkové pochody, dobové dění, naopak se vyhýbám analýzám a trendům trhu.

## II. - Od impulsu k řešení

Jsem něco jako zloděj. Vykrádám vůně. Příroda je pro mě jakýsi impuls, záminka, nikoli zdroj inspirace či tvůrčího ducha. Západy i východy slunce jsou krásné, ať už jsou kdekoli. Záleží především na úhlu pohledu. Pokud jde o parfém, není mým záměrem ohromit tím, že bych reprodukoval vůni čaje, mouky nebo fiků takovou, jaká je. Vytvářet parfém znamená interpretovat vůně tak, že je proměním ve znaky, které mají nějaký význam. Vůně zeleného čaje se tak stává znakem Japonska, mouka znakem kůže, mango znakem Egypta. Vůně je určená stylem, či vkusem, který je pro mě osobní záležitostí. Avšak tato signatura je nenapodobitelná, nepřenositelná a stává se tak uměním.

Pro *Eau Parfumée au Thé Vert* značky *Bulgari*, vytvořenou v roce 1992, jsem si vypůjčil vůni čaje dlouho předtím, než jsem navštívil obchody *Mariages Frères* na *Rue du Bourg-Tibourg* v Paříži. Až poté jsem tam zašel, abych si přivoněl ke všem druhům čajů, a tím se utvrdil ve své vizi. Díky zážitkům jsem mohl dál vytvářet parfém, který působí věrohodně. S parfémem *Bois Farine de l'Artisan Parfumeur* vytvořeným v roce 2003 mi pomohly moučnaté květy Ruiza Cordata z ostrova Réunion. Díky nim jsem vytvořil další, nový parfém. Vycházel jsem z moučnaté vůně, kterou jsem zachytil, když jsem si přivoněl k balení mouky značky „Francine“. Nápad zpracování vůně dřeva vycházel z mé lásky k ostrovu Réunion, kde obyvatelé dávají místům jména podle určitých typů dřevin, jako například „bois vert“, „bois puant“, „bois jaune“ a podobně. Pak už jen zbývalo najít recepturu parfému.

U parfému *Un jardin sur le Nil* pro luxusní francouzskou značku *Hermès* z roku 2005 mě napadlo motiv při procházce po jednom z ostrovů na Nilu v Asuánu. Myšlenka mě přepadla v aleji mangovníků. Bylo to v květnu. Větve mangovníků se prohýbaly pod tíhou zelených plodů, které jsem měl na dosah ruky. Jeden jsem si utrhnul. Začala z něj tryskat průzračná míza. Přiblížil jsem si ho k nosu.

Ta vůně mě okouzila. Byla to záplava vonných obrazů, pryskyřice, pomerančové kůry, grapefruitu, mrkve, opoponaxu, jalovce, vůně kyselá a sladká, živá a něžná. Nebránil jsem se, nechal jsem hýčkat své smysly. Vůni jsem si tak osvojil a rovněž se snažil sdílet své potěšení a emoce s lidmi, kteří mě na procházce doprovázeli. Motif parfému byl na světě.

Dlouho předtím, než jsem se vydal na tuhle procházku, jsem odmítal vůni jasmínu, pomerančových květů a koření, tóny, které uvěznily Egypt v mýtických vůních Východu, jak si ho představuje Západ.

Hledal jsem neobvyklý způsob, jak převyprávět příběh této zahrady. Vůně zeleného manga se stala symbolem ostrovů na řece Nil. Později jsem se dozvěděl, že toto ovoce bylo v Egyptě předmětem každoročních oslav.

Výběr motivu je pro mě rozhodujícím faktorem. Snažím se tím říct, že pokud chci vytvořit parfém, musím mít v hlavě před sebou katalog představ vůní, se kterými jsem schopen pracovat, upravovat je a uspořádat podle svých potřeb.

### III. - Čichové vjemy

Mým zájmem není napodobovat přírodu v celé její složitosti. To, co mě baví, je zachytit ji a přetvořit ji podle svých představ, vyjádřit ji několika tahy za použití minima vonných látek. To je to nejdůležitější pro pochopení vonných vztahů, které jsou základem všech čichových vjemů. Vytvářím tak iluzi, která je pravdivější než realita a věrohodnější než pravda.

Musím vylíčit realitu této činnosti, i když si ji málokdo dokáže představit kvůli nedostatku znalosti vonných látek. Odhaluji zde sémantiku vůní. Vonné látky se totiž nemíchají jako barvy k tomu, aby vytvořily barvu novou. Existují vedle sebe a nadále se rozvíjí, přičemž vytvářejí novou vůni a nový význam, narozdíl od slov nebo tónů, které se skládají a navazují na sebe, aby vytvořily větu nebo melodii a dávaly smysl jako jeden soubor. Z 1 + 1 vonných látek se stávají 3, přičemž každá 1 zůstává vnímatelná. Tyto čichové vjemy mají podobu hry, při níž svůj nos vystavíte minimálně dvěma aplikacím napuštěných zředěnými látkami (viz níže, vůně jablka), které protřepete jako sotva rozevřený vějíř. Někdy je pro vyvážení intenzity látky jedna aplikace zadržena. Tyto vjemy nejsou vzorci, ale olfaktivními ilustracemi způsobu zachycení myšlenky v pohybu, která jen čeká, až ji někdo objeví a obnoví.

	<i>Jablko</i>	<i>Broskev</i>	<i>Hruška</i>	<i>Jahoda</i>	<i>Lesní jahoda</i>	<i>Malina</i>
Frukton	±	±	±	±	±	±
Aldehyd C14		±				
Černý rybíz absolue		±				
Benzylacetát	±					
Geraniol			±			±
Hexylacetát			+			
Ethylmaltol				+	+	+
Methyl antranilát					±	
Beta-jonon						+

**Schéma čichových vjemů:** každou pipetu lehce namočte do uvedených produktů a protřeptejte pod nosem.

Iluze není lež, ale způsob, jakým odpovídáme na naše touhy.

#### IV. - Tvorba parfému

Kolik důvodů jsem si navymýšlel, abych oddálil okamžik, kdy na prázdnou stránku seřadím první slova, názvy vonných látek, které vyjádří myšlenku zrozenou pod nějakou záminkou! Uklízení nepořádku na pracovním stole v podobě malých lahviček s rozpracovanou vůní, pohled na list papíru čekající na odpověď, hluk, očekávání telefonátu.

Toto až živočišné odmítání komponovat může trvat hodiny, ba i dny. Ve skutečnosti mám tendenci prahnout po tom, aby první náčrt byl dokonalý, aby obsahoval všechno, co chci vyjádřit a měl již strukturu konečné podoby. Poté bych mohl už jen myšlenku, námět několik dní či týdnů

dolaďovat. Zatímco podle mých zkušeností je lepší hodit na papír to, co je bezpochyby špatně formulováno, ale co už má alespoň nějakou známku existence.

Kompozice parfému se liší od jiných forem vyjádření, jako je psaní nebo skládání hudby, které seřazuje slova nebo noty souvisle. Toto postupné uspořádávání slov nebo not při vytváření parfému neexistuje, protože složky použité v receptuře parfému, ať už pomíjivé, nebo trvalé, jsou vnímatelné hned po otevření lahvičky nebo na kůži. Výsledkem je souhrnný olfaktivní dojem, přičemž vonné látky obsažené v parfému časem vyprchávají. Z toho plyne chyba, kterou se až příliš často učíme, a to komponovat parfém podle hlavy, srdce a základu, což je spíše analytický přístup, takzvaný rozklad vůní. Bergamotová silice, takzvaná hlava, vydrží na kůži šest hodin, fenylethylalkohol, takzvané srdce, dvacet hodin a pižmo několik dní, zatímco požadovaná doba trvanlivosti toaletní vody by měla být kratší než šest hodin. Proto tento typ vytváření parfému nedoporučuji, i když uznávám, že odpařování na kůži znamená relativní posloupnost jednotlivých složek.

Často jsem překvapen tím, co vymyslím. Je však pro mě častým zklamáním, když se můj počáteční nápad nepromění v očekávanou recepturu parfému, která byla mou motivací. Způsob, jakým skládám recepturu, výběr vonných látek, neočekávaná forma, ke které směřuji a poté začnu zase od znovu, to vše samozřejmě souvisí se znalostmi, s určitou formou inteligence a citlivostí, ale také s intuicí, která je pro mě skrytou vědomostí, a s postojem. Postoj, který definuji jako zvědavost, kreativitu, pěstování vytrvalosti, pochybností a jistoty, odmítání určité konformity, a především hledání radosti.

## **V. - Zvědavost**

Ze své zkušenosti považuji některé vonné látky ze své podstaty za jedinečné a někdy obtížně použitelné. Neexistují žádné špatné nebo dobré. Existují pouze vonné látky, se kterými pracuji. Ke kráse parfému může přispět i vonná látka bez krásy, bez zjevné kvality, kromě té, kterou „vycítím“. A i když je sbírka vonných látek malá, postačí k tomu, aby se rozvíjela a udržovala zvědavou mysl, která neustále hledá nové nečekané příležitosti použití již známých běžných látek.

## **VI. - Kreativita**

Když vytvářím recepturu parfému, mám nejen celkovou vizi toho, čeho chci dosáhnout, ale mám na paměti také vonné látky a pravděpodobný přínos každé z nich pro svou kompozici. Pro ilustraci si vypůjčím Pascalovu úvahu: „Nemohu pochopit celek, když neznám části, a nemohu pochopit části, když neznám celek“. Tato koncepce mě vybízí k tomu, abych pendloval mezi myšlenkami.

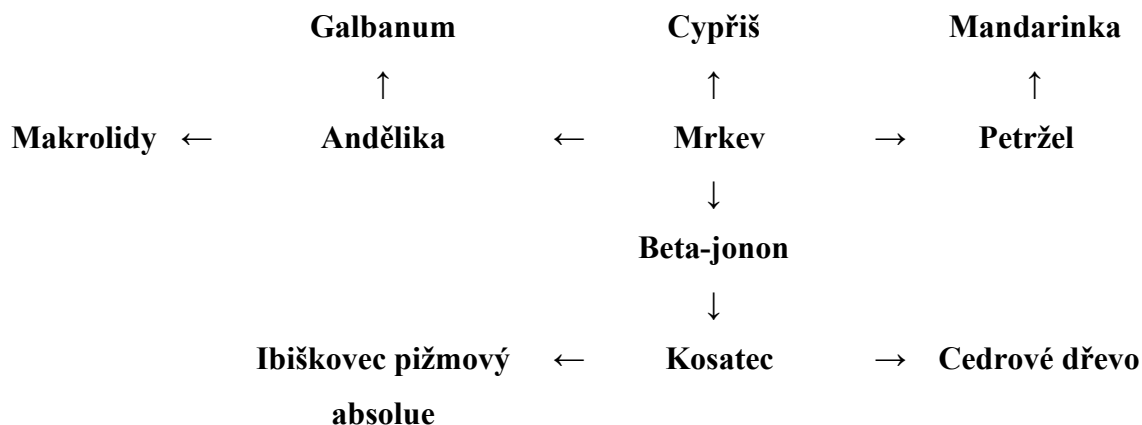
Na druhou stranu mě přitažlivost mistrovství, která je jistou formou svádění, přivedla k vyhledávání úspornosti prostředků. Přesto se nejedná o nic jiného než o řemeslo, o dovednost, o nezbytnou schopnost osvobodit mysl, abychom dali volnost kreativitě.

Tvorba je částečně spojena s asociací myšlenek. Když mačkám mezi prsty listy pelargonie, cítím samozřejmě vůni pelargonie, ale také černého lanýže, který mi připomíná chuť olivového oleje. Připomíná mi vůni kastorea, které voní po bříze, a tak dále. Kombinace břízy a pelargonie je akord hodný pozornosti. Nejrozsáhlejší kombinace jsou často ty nejzajímavější.

Níže je uvedena mapa vůní, podobná myšlenkové mapě, která ukazuje různé olfaktivní shluky a možné souvislosti.

Kreativita překvapivě souvisí také se zapomínáním. Všichni máme doma knihu, kterou s potěšením čteme znovu a znovu, která je stále stejná, ale po každém přečtení trochu jiná. Je to jako koukat se na obraz, jenž dokonale známe. Každý nový detail, který objevíme, obnoví představu, kterou jsme měli v hlavě. Nebo fotografie, která vyzrazuje vzpomínku, kterou na sebe máme.

Je to právě tato schopnost zapomínání, která nás mimo jiné odlišuje od počítačů a umožňuje nám vyvíjet se a vnímat odlišně. Dala mi možnost odvrátit charakteristickou vůni beta-jononu, syntetické látky, jejíž název a vůně znamenaly po celé století fialkovou vůni, až do jejího použití v parfému *Eau Parfumée au Thé Vert* od *Bulgari*. Jonon v kombinaci s další syntetickou látkou hedionem připomíná vůni čaje. Jednotlivé složky parfému jsou jako slova v jazyce. Vyvíjejí se s časem, s dobou a mohou měnit svůj význam.





## **VII. Vytrvalost, jistota, pochybnosti**

Vytrvalost je nezbytná pro zvládnutí přípravy receptury, zejména když v toaletní vodě obsahující 20 až 30 složek může být nejmenší podíl několik PPM (jedna miliontina) a největší několik set gramů a každá složka působí různou mírou intenzity, těkavosti a trvanlivosti.

Vytrvalost je nutná v situaci, kdy se za běžných pracovních podmínek interval mezi dvěma čichovými posudky pohybuje od patnácti minut, v případě doplnění rozpracovaného díla až po více než hodinu, kdy se složení celé naváží, nařadí v alkoholu na zvolenou koncentraci, zkontroluje na kůži a pak se sleduje několik hodin v pravidelných intervalech. Nakonec mezi první prací a hotovou kompozicí uplyne několik měsíců až rok každodenní práce.

K překonání počátečního impulsu, onoho až živočišného odmítání komponovat, které je jakýmsi útekem, je užitečný přístup krátkodobé jistoty. Umožňuje rychle jednat, protože tvorba parfému je především dílem odhodlání, trpělivě formovaným a každodenně pěstovaným. Jistota také osvobozuje intuici a podporuje odvahu při výběru nápadů, uspořádání složek a jejich množství.

Nepostradatelná je i pochybnost pro neustálé sebezpytování. Dává nám možnost získat potřebný odstup od čichových úsudků probíhajících pokusů, které mohou padnout za oběť okamžitému uspokojení, skoro až intenzivnímu potěšení. Někdy se však vytratí následující den při opakování olfaktivního zkoumání. Tyto pochyby podporují jak vnímání syntetické, tak analytické.

## **VIII. - Odmítání určité konformity**

Přestože chovám sympatie k parfémům, které všichni známe a které dělají dobré jméno na mezinárodním trhu, mám pocit, že mi odtažitý pohled na trh umožňuje vyhnout se citovým kompromisům. Díky kritickému myšlení a zvědavosti jsem schopný reagovat na všechn ten olfaktivní shluk pomocí snímání nečekaných vůní. Téma parfému tak může vzniknout nejen z revidovaných vonných látek, ale také ze zájmu o vytvoření možného znaku, jako je vůně materiálu, dehtu, dřeva a podobně. Nebo z emoce pocíťované při vůni gardénie v dešti, někdy také z přepisu receptury parfému, který je mi blízký.

## **IX. - Radost**

Radost je ze své podstaty sobecký pocit, ale sdílení radosti je přepych. Cílem parfumerství, stejně jako všech uměleckých řemesel, je vytvářet výrobky, jejichž hlavním účelem je polaskat smysly. Jako člověk a tvůrce parfémů musím nejdřív sám prožít radost, abych ji mohl zprostředkovat ostatním. Radost překvapovat, evokovat, naznačovat, a postupně se nechat odhalit. Parfém je příběhem zachyceným ve vůních, občas je jako poezie vzpomínek.

U vůně *Un jardin en Méditerranée*, vytvořené pro *Hermès* v roce 2003, byla zámkou zahrada Leily Menchari na břehu Středozemního moře v Tunisku. Příběh začal prostě, v podobě fíkového listu, který mladá žena utrhla a při úsměvu k němu přivoněla. Zachycením tohoto okamžiku jsem učinil volbu, a tak se vůně fíkového listu stala symbolem Středomoří.

O několik dní později, když jsem se vrátil do své laboratoře, jsem tuto vůni, zrozenou z prožité sdílené emoce, načrtl s pomocí svých poznámek, jakožto opory své paměti.

K zachycení okolní vůně zahrady jsem samozřejmě mohl použít sofistikovanou techniku „head space“, která mi připomíná pořízení snímku, bezduché fotografie, která z místa neodhalí žádné emoce. Tento nástroj není ničím jiným než návnadou pro kopírování přírody, umělotinou, která nabízí jen mdlé zobrazení prožitého vjemu a emoce. Používání této analytické metody k rekonstrukci vonných obrazů a skutečných vůní mi připomíná ty receptury na parfémy z 19. století, které voní po růžích, jeteli a fiálkách, což jsou spíš příjemné směsi než kompozice, výtvořily mysli.

Analytická metoda „head space“, jejímž jsem býval horlivým zastáncem, ukázala své limity při hledání nových vonných látek. Po dvaceti letech analytického výzkumu poskytla parfumérům méně než deset molekul. Dnes se používá především jako marketingový tah. Budoucí vonné látky budou pocházet především z čistého výzkumu a lidské představivosti, nikoli ze zachycení přírody.

K navození vůně fíkových listů stačí látky stemon a gama oktalakton. Tvar parfému však není jen otázkou kombinace těchto dvou materiálů utvářejících harmonii. V parfému jsou konstrukce a kompozice úzce propojeny. Konstrukci lze shrnout jako rovnováhu intenzit a množství látek, které se nacházejí v základním akordu, tedy základu. Kompozice je naproti tomu vyjádřena souhrou shod, kontrastů, variací a nadbytkem. Například stemon s vůní pomačkaných mátových lístků v kombinaci s gama oktalaktonem s ovocnou švestkovou vůní již evokuje fíkové listy, zatímco přídavek Iso E dodává dřevitou, ostrou, kořeněnou strukturu a látka hedion přináší svěžest, květinovou vůni a lehkost. Stemon a oktalakton gama jsou vysoce intenzivní vonné látky, zatímco Iso E a hedion jsou v určitém množství ovlivnitelné. Tato kombinace intenzit a množství se vyrovnává a vytváří vůni fíkovníku.

Olfaktivní podobu parfému vytvářím prostřednictvím kompozice, která vyjadřuje souhru vyplývající ze všech kombinací vonných látek, a hledáním rytmu, melodie. Když receptura parfému nabývá významu, ocitnu se v euforii okamžiku, v pocitu radosti z kompozice, kdy jsem veden pouze svou intuicí. Někdy se stává, že mi formulace vyklouzne a unikne. Než opět najdu svou cestu, pomáhá mi několik dní pracovat na jiných projektech.

Po dlouhé práci, kombinování akordů a hraní si s asociacemi nápadů, které nashromáždím a vyberu, se z receptury stane parfém. A parfém se stává poezií vzpomínek na středomořskou zahradu. Jelikož trvám na tom, aby byl překvapivý, jasný a zářivý, upřednostňuji tóny černého rybízu a

bergamotu na úkor charakteru sušeného ovoce a fíků, které mu dodávají těžkost a lačnost. Preferuji rostlinný akord mokrého pomačkaného listí a umocňuji ho kyselou svěžestí a hořkostí pomerančového tónu. Nakonec dbám na objem, rozptýlení a fluiditu vůně – dojem, který je důležitější než trvanlivost.

Musíte sami prožívat radost, abyste druhého člověka dokázali dojmout a probudit v něm emoce. Probudit radost z parfému, která se dá obnovovat pouhým a jednoduchým gestem.

Tato práce může samozřejmě pokračovat donekonečna a já mohu neustále přidávat detaily a tím ztrácet receptury. V momentě, kdy mám pocit, že jsem zodpověděl všechny otázky, které jsem si při tvorbě parfému položil, jsem zbaven oněch potíží. To samé platí v situaci, kdy parfém projde subjektivním schválením velmi úzké komise.

Kompozice parfému je tedy nejen žádoucím, vybraným a jedinečným výsledkem "střetů" a "fúzí" mezi různými vonnými látkami, které se podílejí na jeho konstrukci a složení, jak jsem se snažil ukázat. Představuje také vyjádření olfaktivní signatury parfému, stylu, onoho umění myslet kreativně, které je mi vlastní a které je jedinečné pro každého tvůrce parfémů.

## KAPITOLA VI

### Parfém

„V umění má každá maličkost svůj význam.“

Pablo Picasso.

Každý den při vytváření parfému usiluji o nalezení ideálu krásy a stále nevím, kde ho hledat. Vím jen, že k tomu, abych vás okouzлил, učaroval, zlákal, zapůsobil, oslnil – zkrátka svedl, musím umět pracovat se svými znalostmi a realizovat je tak, aby byl parfém žádoucí. Žádoucí, přídatné jméno, které pro filozofy klasického období určovalo hranici umění. Skutečnost, že se parfém vypařuje a mizí, však ukazuje, že jej nemůžeme vlastnit a že po něm stále dál toužíme. Právě tímto způsobem mohu za pomoci vaší paměti a olfaktivních vzpomínek učinit parfém svůdným.

Chtě nechtě si utváříme svou olfaktivní paměť opakovanými úkony, a to již od stádia plodu až po celý život. Jak se vyvíjíme, naše city hromadí olfaktivní vzpomínky. Proto milujeme vůni kůže našich dětí, našeho partnera, vůni čistých ručníků, šály, starého svetru, laku na nehty, másla na toastu, džemu, kávy, čaje, čokolády, vyzrálého vína, mandlí, skořice, pepře, tymiánu, rýže, oblíbené značky sušenek, květin, ovoce, medu, levandule, tužek, bílého lepidla, leštěného nábytku, posečené trávy a deště. Naopak nemáme rádi vůni zatuchlé žínky na mytí, kyselý pach mléka, vařeného zelí, česneku, některých barviv, studeného tabáku, metra, bělidla, houby nebo hadru používaného k čištění tabule, kočičí moči a pach cizího mokrého psa. Pokud se s příjemnou či nepříjemnou vůní pojí osobní zkušenost, setkání, radostná či bolestná událost, stále nám umožňuje sdílet naše olfaktivní vzpomínky, díky kterým předáváme své emoce.

Naše olfaktivní paměť určuje náš výběr parfému a naše olfaktivní vzpomínky se stávají předmětem touhy návrhářů vůní. Navzdory všeobecnému přesvědčení není čichový smysl vágní a primitivní, ale složitý a přesný do té míry, kdy mozek dokáže z několika útržků čichových informací poskytnutých několika molekulami rekonstruovat celkový obraz vůně. Samozřejmě za předpokladu, že si vůni zapamatujeme. Což se sice zdá úžasné, ale je to jen iluze. Potěšení smyslů je také intelektuální volbou.

#### I. - O některých parfémeh<sup>1</sup>

Parfémy, které jsou nadčasové, hodnotím dnešním nosem a ty nové nosem včerejším. Uvědomuji si, že naše paměť nás ovlivňuje. Parfémy, k nimž se nepřivoní se zájmem nebo vášní,

---

<sup>1</sup> Tento název jsem si vypůjčil z posledního textu, který napsal Jean Giono.

kteře nejsou spojeny s osobním příběhem nebo v naši profesi s olfaktivním vzděláním, postrádají význam a nezanechávají v paměti žádnou stopu. Zjišťuji tedy, že se nespokojím se škatulkovým hodnocením nebo klasifikací.

Toto pojetí parfému je příliš analytické a odtažitě, než aby ve mě vzbuzovalo zájem. Abych parfém objevil, musím ho prozkoumat, pochopit ho zevnitř. Jakmile si odmyslím jeho vzhled, mohu ho ocenit, posoudit a dojít k závěrečnému hodnocení.

Všiml jsem si také, že mé vnímání, má inteligence a můj úsudek o vůních se vyvíjejí souběžně s představami, hodnotami, mravy a vkusem společnosti a že mentální reprezentace, kterou o vůních mám, se stále mění a obohacuje. Neustále se vracím a znovu objevuji svou reprezentaci minulosti. Minulosti, která formuje mé budoucí výtvořy.

V Osmothèque<sup>2</sup> mě okouzila vůně *Trèfle incarnat* od L. T. Piverta (1905), která je pokroková díky použití obrovského množství amylosalicylátu s kovovou vůní oceli, a parfém *Après l'ondée* od *Guerlain* (1905), který odvážně a hojně využívá anýzový aldehyd evokující vůni mimózy a frangipanu.

Velkým překvapením byly také parfémy Paula Poireta (1910-1925), který již používal a využíval aldehydy, od těch nejkovovějších až po ty nejovocnější, od abstraktních parfémů *Arquelinade* až po figurativní *Fruit défendu*. A i když tyto receptury někdy postrádají rovnováhu a harmonii, všechny vykazují určitou troufalost, která mě nadchne.

Moje generace parfémů, které vznikaly mezi padesátými a sedmdesátými lety minulého století, je pro mě velkým potěšením. Jejich názvy jsou *Bandit*, *Fracas*, *L'Air du temps*, *Diorissimo*, *Eau sauvage*, *Fidji*, *Calèche*, *Habit rouge*, *Calandre*, *Chamade* a *N°19*. Jsou sametové, hutné, kulaté, komplexní, bohaté, měkké, zkrátka jde o soubor hodnot, které nazývám „tučností“ a které pocházejí ze záměrného použití přírodních látek, které je zahalují, dodávají jim „hmotný“ efekt a podtrhují jejich signaturu.

Když ucítím vůně jako *Shalimar* od *Guerlain*, *Miss Dior*, *Eau d'Hermès*, *Aromatics Elixir* nebo *Youth Dew* od *Estée Lauder* a *Opium* od *Yves Saint Laurent*, mé potěšení se stává smyslným.

Co se týče nových parfémů 21. století, musí být odvážné a musí „pohnout“ mým nosem, abych v nich našel zalíbení.

Každá generace si tak pěstuje své vlastní kořeny a poznávací znamení, ať už jde o oblečení, hudbu, vůně a podobně. Parfém je výtvořem společnosti a pokud budeme udržovat jeho pověst a jeho odkaz v minulosti, je v tomto smyslu odsouzen k zániku. Je potřeba ho uchovávat v obnoveném, překomponovaném poselství, nejčastěji prostřednictvím reklamy, diskurzu, který může vyzdvihnout

---

<sup>2</sup> L'Osmothèque (světový archiv vůní), 36, rue du Parc-de-Clagny, 78 000, Versailles.

opomíjené aspekty a otevírat stávající témata. Růže je jistě téma, ke kterému se návrháři parfémů ve 20. století vraceli nejčastěji.

## II. - Klasifikace parfémů

Přestože snaha definovat vůně sahá až k Aristotelovi, myšlenka seskupování a klasifikace parfémů se zrodila na konci 20. století v aromatickém průmyslu. Klasifikace by umožňovala pochopit svět parfémů, který se stal složitým, provést jeho inventuru, zdůvodnit jej a případně hledat to, co zatím neexistuje. V roce 1976 navrhla německá společnost *Haarmann & Reimer* první klasifikaci dámských parfémů založenou na genealogii, řadě vůní, které vytvářejí vzájemné propojení, inspirovanou klasifikačním modelem společnosti *Graysson Associated Inc.* ve Spojených státech. Od té doby ji následovali další významní hráči na trhu a navrhovali vlastní klasifikace parfémů.

Nejnámější a výchozí členění pro celý parfémový průmysl je klasifikace z roku 1984 společnosti francouzských parfumérů *Société française des parfumeurs*. Původně se klasifikace omezovala na dámské parfémy a byla rozdělena do pěti hlavních olfaktivních rodin: květinové, chyprové, fougèrové, ambrové a kožené, které se vyjma fougèrových a kožených dělily na několik podskupin. Druhá klasifikace byla zveřejněna v roce 1990. Kromě klasifikace dámských parfémů zahrnovala i klasifikaci pánských a zavedení dvou nových rodin: citrusové a dřevité s jejich podrodinami.

Tyto rodiny jsou definovány podle struktur akceptovaných většinou parfumérů, přičemž tyto struktury jsou založeny na typické kombinaci vonných látek. Pro přiblížení rodiny fougère si můžete přečíst: *FOUGÈRE, fantazijní název, který nemá souvislost s vůní kapradin a který je tvořen tóny levandule, dřevitými tóny, dubovým mechem, kumarinem, bergamotem, pelargonii atd.*

Býval jsem členem komise této klasifikace parfémů vytvořenou *Société française des parfumeurs*. Když se ale dnes zamýšlím nad skutečným smyslem takového uspořádání, mám pocit, že si po přečtení takové definice málokdo dokáže vytvořit představu o tom, jak „fougère“ voní, protože nezná vůni jednotlivých vonných látek a nedokáže si představit jejich kombinaci.

Přečtením těchto několika řádků z knihy Jeana Giona *Voyage en Italie* jsem se utvrdil v tom, že jakákoli klasifikace je výzvou: „Když mluvím o obraze, vadí mi, že nemohu vyjádřit barvu, která je podstatná. Mohu říci červená, zelená, žlutá, ale tato slova ve mně nic nevyvolávají. Každý si pak myslí, že se vám to povedlo. Ale kdo může říct, že viděl obraz, který mu byl popsán pouze slovy? Popisovat ho pocity (což se na první pohled zdá schůdnější) slouží jen k tomu, aby se do toho člověk ještě víc zamotal<sup>3</sup>.“

---

<sup>3</sup> *Voyage en Italie*, Paris, Gallimard, „Bibliothèque de la Pléiade“, 1995, p. 581.

Při čtení tohoto textu mě zaujme slovo pocit. Čtu „pocit“, ale slyším „cit, který klame“. Jakékoli hodnocení je rizikem, jakousi slepou uličkou. Přikláním se tedy k několika typům uspořádání, včetně klasifikace období klasické hudby. Dozvěděl jsem se, že dlouhou dobu se hudba kategorizovala podle struktury, tedy typů forem – balada, bourrée, hymnus, koncert, etuda, fuga, menuet, pavana, polka, polonéza, rhapsodie, sonáta, suita, symfonie, valčík a tak dále. V 50. letech 20. století pak mnoho hudebních skladatelů tyto již existující formy odmítalo a zaměřilo se především na zvuk nástrojů a méně na strukturu hudby. Způsob kategorizace však zůstává zachován, když si chceme koupit kompaktní disk (nebo CD), protože si můžeme vybrat podle žánru hudby: klasika, jazz, pop, rock, country, blues, folk, soul, rap a tak dále.

Toto uspořádání však není vypovídající o kvalitě hudby. Dnes se výběr řídí jménem skladatele jako třeba Norah Jones, Mozart, Brad Meldhau, Charles Trénet a podobně.

V dnešních klasifikacích parfémů se podle mého názoru důležité informace omezují na datum vydání, názvy parfémů a značky, které je uvedly na trh. Datum vydání pomáhá dát vývoj parfému do souvislosti za předpokladu, že je můžete cítit. Názvy značek a jména parfémů udávají míru kreativity jednotlivých společností.

Navíc si tvůrci vůní a trh s parfémami při hledání nových forem vyjádření vytvořili nové struktury. Parfuméri si pamatují souvislosti se starými parfémami, stejně jako vůni parfémů, které používali jako vzor. Vznikaly nové parfémami a mnohé zanikaly. Archiv vůní Osmothèque je tak domovem parfémů minulosti.

Struktura. Slova. Pocity. Žádný z těchto přístupů není správný. Navrhuji zde osobní typologii, v níž jsou parfémami definovány svou formou, tj. způsobem, jakým je parfém vnímán, a nikoli vonnými látkami, z nichž je složen.

Klasické, barokní, narativní, figurativní, abstraktní, minimalistické formy a jiné.

Barokní formy jsou definovány pompézním, prostor zabírajícím účelem. Zdůraznění detailu vytváří napětí.

Klasické jsou parfémami, které se staly archetypy parfumerie.

Abstraktní jsou parfémami, které nenapodobují přírodu.

Figurativní vůně jsou ty, jejichž cílem je věrné ztvárnění vybrané vůně.

Narativní vůně vyprávějí příběh místa nebo cesty.

Minimalistické vůně si hrají s vůní pro vůni, zbavené veškerého sentimentu.

Nabízí se samozřejmě mnoho kombinací.

V tomto návrhu členění není nic moderního. Slovo „moderní“ nedefinuje recepturu parfému, ale pouze přechodný stav. Barokní formy byly moderní ve své době a teprve čas umožnil tyto formy uměleckého projevu identifikovat a definovat.

Tvorba, která představuje otevřený systém, se vzpírá, a dokonce se staví proti veškeré klasifikaci, která je systémem uzavřeným. Nové uspořádání zůstává hrou, dobrodružstvím.



### III. - Kritika parfému

V srpnu roku 2006 deník *New York Times* oznámil, že byl přijat novinář na pozici kritika parfémů. Své jmenování do funkce okomentoval těmito slovy: „Tvorba parfému je jednou z nejvyšších forem uměleckého vyjádření, srovnatelná s malířstvím nebo s hudbou. Moje sloupky budou s parfémů zacházet jako s plnohodnotným uměním.“ Stal se tak prvním kritikem umění tvorby parfému. Tato zpráva mi udělala radost. Zrodila se nová profese.

Kritika je nezbytná proto, aby tvorba parfému byla uznávána jako forma uměleckého vyjádření. Nejedná se pouze o popsání parfému výčtem použitých vonných látek, z nichž se skládá. Po přečtení receptu na vaření jste přece také neznali chuť výsledného pokrmu. Jedná se o posouzení jeho výrazu, originality, kvality, jeho signatury, kterou nazývám styl. Styl totiž odlišuje parfémy od autorů, kteří je vytvořili. Na trhu, kde jsou všechny značky vystaveny konkurenci jiných značek, se mi zdá potřeba odlišnosti důležitější než potřeba představit novinku, která je pouze dočasná. Odlišnost by pomohla dlouhodobé prosperitě značek.

Určitý druh kritiky parfému se začal objevovat na internetu. Blogy o parfémech, které začínaly jako amatérské blogy, se staly významnými diskuzními fóry s několika tisíci návštěvníky denně. V dnešní době se tito kritici vyjadřují k novým parfémům a jejich komentáře jsou nezávislé, stejně jako komentáře ostatních uživatelů na internetu, kteří také vyjadřují své názory. Ať už jsou to milovníci, gurmáni nebo znalci, oceňují jejich přístup a upřímné nasazení, pokud zůstávají nezávislími a kritickými relacemi pro parfémy a nestávají se marketingovými loutkami sponzorovaných značek. V tom vidím skutečný přínos pro milovníky parfémů, pro samotnou tvorbu parfémů a jejich tvůrce. Takové recenze mohou jen dodávat odvalu mladým talentům a podporovat nové přístupy k realizaci parfému. Alespoň na chvíli bychom tak mohli zapomenout na žebříček top 10 na trhu, který nepřináší žádnou formu kritiky a předkládá pouze zjednodušující informaci o tom, že se parfém zavděčil určitému procentu spotřebitelů.

### 3 Odborný komentář

V této části bakalářské práce je nejprve představena překladatelská analýza originálního textu, při které budeme postupovat podle Christiane Nordové a její analýzy vnětextových a vnitrotextových faktorů dle její publikace *Text analysis in translation* (1991). Následuje reflexe našeho překladu z hlediska typologie překladatelských problémů, které jsme řešili dle příslušných překladatelských metod a postupů. Oporou nám při překladu byla odborná literatura, díky níž jsme vymezili typologii překladatelských postupů a posunů. Postup našeho překladu je demonstrován na konkrétních příkladech. Při odkazování na originální text používáme zkratku O. Když uvádíme příklad z našeho překladu, používáme zkratku P.

#### 3.1 Překladatelská analýza originálu

V rámci překladatelské analýzy začneme vnětextovými faktory, mezi něž řadíme autora textu, komunikační záměr, adresáta, médium, čas, místo, motiv komunikace a funkci textu. Následně provedeme analýzu vnitrotextových faktorů, kde určíme téma a obsah, presupozici, výstavbu a členění textu, nonverbální prvky a grafické zpracování, stylistické a funkční zařazení textu a následně lexikum a syntax. Nutno podotknout, že pečlivá překladatelská analýza výchozího textu, která předchází překladu samotnému, je zásadní pro správnou interpretaci.

##### 3.1.1 Vnětextové faktory

Vnětextové faktory nejsou přímo obsaženy v textu a k tomu, aby jim čtenář porozuměl, potřebuje znát komunikační situaci.

###### 3.1.1.1 Autor

Autorem knihy je známý francouzský parfumér a spisovatel Jean-Claude Ellena, který vytváří parfémy pro luxusní módní domy jako je *Hermès*. Narodil se roku 1947 ve městě Grasse na jihu Francie, které je proslulé právě díky parfumérskému průmyslu. V Grasse se nacházejí pole nejružnějších květin, jejichž květy se používají k výrobě parfémů. Ellena odmalička sbíral kvítky jasmínu, které se svojí babičkou prodávali parfumérům v Grasse. Jako dospívající mladík začal pracovat v manufaktuře na esenciální oleje a v roce 1968 se stal prvním studentem tehdy nově otevřené parfumérské školy *Givaudan* ve Švýcarsku, kde se učil tvořit parfémy. Po letech strávených v Ženevě se přestěhoval do Paříže. V roce 1990 se stal jedním ze zakladatelů mezinárodního archivu vůní *Osmothèque* ve Versailles. O deset let později si založil vlastní společnost *The Different Company*. Jeho práci silně ovlivnil Edmond Roudnitska, autor nejznámějších parfémů značky *Dior*

jako je *Eau Sauvage*. Prvním parfémem, který Jean-Claude Ellena vytvořil, byl *Eau de Campagne* pro značku *Sisley*. Parfém se okamžitě stal světovým bestsellerem. Jean-Claude Ellena se tak dostal do povědomí velkých značek a stal se mistrem svého řemesla. Dodnes patří k nejvýznamnějším tvůrcům parfémů na světě. Za svůj život vytvořil jedinečné a nadčasové vůně pro luxusní značky jako je *Van Cleef & Arpels*, *L'Artisan Parfumeur*, *Le Couvent*, *Yves Saint Laurent*, *Emporio Armani*, *Cartier*, *Bulgari* a další. V roce 2004 se stal hlavním parfumérem značky *Hermès*. Svou unikátní tvorbou ovlivnil několik generací parfumérů. Mezi jeho nejznámější parfémy patří například *Terre d'Hermès*, *Un Jardin sur le Nil*, *Un Jardin en Méditerranée* či *Eau de Neroli*. V posledních letech vytváří parfémy pro značku *Le Couvent*, jejímž je kreativním ředitelem. Na trh uvedl zcela výjimečný parfém *Rose & Cuir*, kdy se tradiční spojení růže a kůže promění v nový koncept za použití látky vonící po kůži nazývanou chinolin. Zajímavostí je, že on sám nikdy parfémy nenosí, aby byl stále připraven cítit nové vůně.

Dalšími známými publikacemi od Jean-Claude Ellena jsou *Atlas de botanique parfumée*, *Journal d'un parfumeur* nebo *Cologne: La fabuleuse histoire de l'eau de Cologne*.

#### 3.1.1.2 Komunikační záměr

Cílem autora je přiblížit čtenářům parfumérské řemeslo. Dílo je především osobní zповědi mistra výroby parfémů, kdy vysvětluje své myšlenkové pochody při kompozici parfému a jak vytváří vůni na základě vzpomínek. Vysvětluje, co předchází samotné výrobě parfému, kde čerpá inspiraci a představuje svůj originální postup, díky kterému se jeho parfémy liší od ostatních. Autor chce, aby čtenář nahlédl do jeho mysli a uvědomil si, co vše stojí za celým procesem vytvoření parfému. Snaží se předat povědomí o spojování vůní a vytváření vonných vztahů, které jsou pro kompozici parfému nezbytné. Přestože záměr autora není přímo řečený v knize, můžeme odhadovat, že intencí autora je předání svých zkušeností a oslovení všech, kteří se o dané téma zajímají. Můžeme tak předpokládat na základě povahy edice *Que sais-je?*, která je blíže popsána v části *Médium*.

Publikaci o parfumérském řemeslu můžeme najít spoustu, nicméně *Le Parfum* se vyznačuje svým ojedinělým způsobem výkladu. Autor díky svým vyjadřovacím schopnostem dokáže odbornou informaci předat až uměleckým stylem, který je pro čtenáře čtivý a působivý. Autor tak rozvíjí své myšlenky do podoby, kterou čtenář bez odborných znalostí dokáže rozklíčovat a lépe si ji představit.

#### 3.1.1.3 Adresát

Adresát či příjemce je jeden z nejdůležitějších faktorů. Při volbě stylu a jazykového rejstříku je pro autora textu podstatné myslet na potencionálního příjemce. Autor také předpokládá poučení cílového čtenáře a jeho znalost tématu. To však může u překladu působit jistě obtíže, jelikož původní

adresát se vzhledem k času a místu komunikace původního textu liší. Dle Nordové je to způsobeno hlavně tím, že se jedná o dvě odlišné kulturní a jazykové skupiny.

V publikaci *Le Parfum* není adresát explicitně popsán. Avšak si můžeme všimnout v konkrétních pasážích, že autor přirovnává tvorbu parfému k běžným činnostem každodenního života, což činí text přístupnějším i pro nepoučeného čtenáře (např. „la lecture d'une recette de cuisine n'a jamais donné en bouche le goût obtenu“). Jako adresáta výchozího textu tedy můžeme považovat především neodbornou širokou veřejnost. Vzhledem k tomu, že se v knize vyskytuje odborná terminologie, metafory, obrazná pojmenování či lyrické prvky, je určena spíše pro jedince, kteří jsou schopni porozumět stylu autora. Některé odborné termíny je potřeba vyhledat, avšak k celkovému pochopení textu či jeho sdělení není klíčové rozumět každému odbornému výrazu. Sám autor v závěru své publikace doporučuje čtenářům další díla z oblasti parfumerství, která slouží jako doplnění znalostí z oboru. Kniha nevyžaduje rozsáhlé znalosti o tomto tématu. Slouží spíše jako soubor poznatků, které jsou předány za účelem oslovit co největší počet čtenářů.

Francouzské nakladatelství PUF se v edici *Que sais-je?* se zaměřuje na nejruznější témata. Autor každé publikace je odborníkem na dané téma a jeho účelem je umožnit čtenářům pohled do dané problematiky. Publikace však může poskytnout cenné informace i lidem, kteří se v parfumérském průmyslu pohybují či vykonávají stejnou profesi jako autor. Těm může posloužit zejména k prohloubení znalostí nebo porozumění autorova impulsu k vytvoření slavných parfémů. Cílovým čtenářem je tedy kdokoli, kdo se o dané téma zajímá a chtěl by se dozvědět více.

*Le Parfum* je ze své podstaty mířen na francouzské publikum. Francie je známá svým módním a parfumérským průmyslem. U jiného, než francouzského adresáta můžou činit problémy názvy institucí, parfémů či reálie vyskytující se v textu, které jsou ale snadno dohledatelné na internetu.

#### 3.1.1.4 Médium

Francouzský originál *Le Parfum* vyšel poprvé v roce 2007 ve Francii v pařížském nakladatelství PUF (Presses Universitaires de France) v rámci edice *Que sais-je?*. Jedná se o edici, která věnuje jednotlivé publikace nejruznějším tématům. Každému tématu se věnuje odborník příslušného oboru či oblasti, který si klade za cíl co nejlépe přiblížit danou problematiku čtenářovi. Autoři se snaží co nejosobitěji představit, co všechno se za názvem konkrétní publikace skrývá. Všechny knihy vydané v této edici mají stejný kapesní formát a jsou podobně strukturovány do větších tematických kapitol a následně do menších podkapitol. Text je přehledný, nicméně autor každé publikace ho uzpůsobí svému stylu psaní. Co se grafického zpracování týče, všechny knihy edice se vyznačují jednotným přebalem s výstižnou fotografií pro dané téma. V našem případě je to fotografie nosu, který si přivoní ke květině.

*Que sais-je?* zpřístupňuje každému čtenáři znalosti specialistů v oboru a jejich způsob přemyšlení nad danou problematikou. S katalogem více než 700 pravidelně aktualizovaných titulů, přeložených do 44 jazyků a téměř 200 milionech distribuovaných výtisků, představuje edice *Que sais-je?* hodnotný nástroj pro porozumění světu. Nejpočetnějších knih najdeme v oblasti historie a umění, dále pak právo a politologie, sociologie, pedagogika, psychologie, filozofie a ekonomie.

Mezi adresáty originálního a přeloženého textu spatřujeme určité rozdíly. Při překladu je potřeba brát v potaz cílového českého čtenáře a vhodně upřesnit některá kulturní specifika či realie z francouzského prostředí, který by pro něj mohla být cizí. Oblast parfumérství předpokládá čtenáře se zájmem nebo nadšením pro svět parfému. V tomto případě je text přístupný jak pro francouzského, tak pro českého čtenáře řekněme ve stejném měřítku. Vzhledem k tomu, že Francie je světovou parfumérskou velmocí, lze předpokládat, že ve Francii osloví větší množství čtenářů, jelikož je jim prostředí parfému blízké. Na druhou stranu by přeložený text mohl oslovit české čtenáře, kteří vyhledávají publikace obdobné povahy, tedy v oblasti parfému, módy či luxusu.

#### 3.1.1.5 Místo a čas komunikce

Výchozí text představuje psaný text ve formě vázané knihy. Publikace byla poprvé vydána v roce 2007. Kniha, ze které pochází originální text použitý v této práci, byla čtvrtým vydáním z roku 2015 v Paříži. Roku 2021 vyšlo již šesté vydání této publikace, kdy došlo ke změně grafického zpracování publikací *Que sais-je?*. V díle jsou zastoupeny prvky, jenž poukazují na připravenost a organizovanost textu. Kniha byla vydána v kapesním vydání ve formátu brožované vazby, tzv. paperbacku, což vyplývá z povahy edice. Pakliže je publikace cílena na co nejširší masu čtenářů, je kvůli úspornému formátu knihy tisknuta v levnější vazbě. Kniha není opatřena barevnými fotkami. Sporadicky se v textu vyskytují grafy, tabulky či výčty vonných látek, což může na čtenáře působit odborně.

Edice *Que sais-je?* je dostupná výhradně ve fyzické podobě, přístup k textu je tedy omezený. Místem vydání je Paříž, napsání knihy však není přesně definováno. Domníváme se, že dílo autor psal ve svém domě v Grasse, kde má i svou laboratoř.

Přestože dílo vyšlo roku 2007, nespátřujeme v námi vybraných kapitolách problém v aktuálnosti lexika. V rámci celé knihy bychom mohli nalézt nedostatky v kapitole o marketingu, který se neustále jako obor vyvíjí, stejně tak jako trh parfému, kdy se nabídka a poptávka mění v závislosti na různých aspektech.

Místo a čas komunikace značně ovlivňují rozbor díla. Pro překladatele je klíčové tyto faktory uchopit v rámci výběru jazykových prostředků. Dle Nordové je potřeba zaměřit se na rysy daného média a správně určit kulturní specifické odlišnosti.

### 3.1.1.6 Motiv komunikace

Za předpokladu, že byl Jean-Claude Ellena osloven nakladatelstvím, je motivem komunikace autora předat široké veřejnosti své znalosti o parfumerii a jeho originální způsob výroby parfému. Kniha byla napsána pár let potom, co Jean-Claude Ellena začal pracovat coby parfumér v jedné z nejznámějších luxusních značek, a to *Hermès*. Můžeme tedy předpokládat, že autor byl plný nových zkušeností a také se dostal do širšího povědomí. Kniha podobného charakteru v edici *Que sais-je?* do té doby nevyšla, můžeme tedy předpokládat, že byl autor osloven nakladatelstvím.

### 3.1.1.7 Funkce

Funkce textu je posledním vněttextovým faktorem, kterým se zabýváme. Dle Nordové odvozujeme funkci textu od všech ostatních vněttextových faktorů, kterým jsme se již věnovali. Funkce souvisí s komunikační situací. Analýza funkce je zcela zásadní proto, aby přeložený text zůstal věrný originálu. Pro analýzu jazykové funkce textu se řídíme klasifikace dle Romana Jacobsona a jeho publikace *Poetická funkce*. Roman Jacobson vymezuje celkem šest jazykových funkcí. Po pečlivé analýze zjišťujeme, že v textu převládají funkce referenční, poetická a expresivní.

V analyzované publikaci se ve velké míře vyskytuje jazyková funkce referenční. Referenční funkce se vyznačuje tím, že vyjadřuje vztah k danému tématu. Text podává značné množství informací čtenáři o parfumérské profesi a procesu výroby parfému. Povaha textu je proto převážně informativní. Skrze referenční funkci jsou formulovány faktické údaje, v našem případě názvy parfémů, luxusních značek, názvy vonných látek či názvy společností a institucí.

Další funkcí, která je hojně zastoupena v textu, je funkce poetická. Určení poetické funkce bylo nás při překladu klíčové. Autorův styl vykazuje známky poetičnosti, zejména při používání obrazných pojmenování či metafor (např. „Délestée d'apprêts, de surcharges, la construction s'exprimait ouvertement, le parfum respirait.“, „L'illusion étant plus vraie que la réalité. Le vraisemblable plus croyable que la vérité.“, „Les couches ou les levers de soleil sont beaux où qu'ils soient ; il ne s'agit qu d'une question de regard, de point de vue.“). Poetickou funkci nalezneme i v pasážích, kde autor odkazuje na texty či citáty jiných autorů nebo umělců (např. „avoir des sensations et lire la nature“).

Funkce expresivní se v textu vyskytuje v menší míře než funkce referenční a poetická. Avšak pro samotný překlad bylo pro nás podstatné správně analyzovat autorův způsob vyjadřování a převést ho co nejpřesněji tak, aby funkce byla zachována (např. „la nature est imprévue!“). Expresivita autorského subjektu text oživuje a podporuje popularizační charakter díla.

Funkci konativní jsme v textu neidentifikovali, jelikož takovou funkci bychom čekali spíše v příručkách či průvodcích. Další funkce, které Jacobson rozlišuje, jsou funkce fatická a metajazyková.

### 3.1.2 Vnitrotextové faktory

V této části se zaměříme na vnitrotextové faktory, které jsou ovlivněny faktory vněttextovými. Záleží na komunikačním záměru autora, místě a čase komunikace a médiu. Vnitrotextové faktory zahrnují téma a obsah, presupozici, žánrově-stylistickou charakteristiku, výstavu a členění textu, nonverbální prvky a grafikou úpravu, lexikum a syntax.

#### 3.1.2.1 Téma a obsah

Tématem knihy je proces výroby parfému a řemeslo parfumerství jako takové. Přeložená část textu nastiňuje myšlenkový proces parfuméra Jean-Claude Ellena, který popisuje svůj unikátní způsob výroby parfému a vytváření vonných vztahů na základě asociace se vzpomínkami a pamětí. Pro ilustraci vonných vztahů sděluje čtenáři, jak díky svým čichovým schopnostem dokáže vycítit nevšední vůni a následně ji spojovat s dalšími vonnými látkami tak, aby vytvořil kýženou podobu parfému, který by si lidé spojovali se svými vzpomínkami.

Obsahem jsou nejen faktické údaje a poznatky z oboru, ale také osobité vyjadřování myšlenek, které dodávají textu umělecký ráz. Text je navíc obohacen o praktické ukázky vytváření vonných vztahů. Ukázky z praxe a teorie jsou prolínány proudem myšlenek autora, což činí text náročným pro překladatelskou práci. Naopak pro čtenáře je v tomto ohledu text čtivý a poutavý.

V ostatních kapitolách knihy *Le Parfum* nalezneme témata, která se pojí s oborem parfumerství. V první kapitole *Naissance de la parfumerie moderne* se autor věnuje historii moderní parfumerie, ve druhé kapitole *Le nez et l'odeur* popisuje fungování smyslu čichu z biologického hlediska a obecně charakterizuje vlastnosti vůně. Třetí kapitola *Matériaux et matières* obsahuje popis vonných látek používaných při výrobě parfému, a především se věnuje analytickým metodám a technikám, díky kterým se dobere finálního výsledku, tedy receptury parfému. *De l'apprentissage au métier*, čtvrtá kapitola publikace, zasvěcuje čtenáře do parfumérského řemesla a klasifikace vonných látek. V páté kapitole *Le métier* se dozvídáme, co předchází samotné výrobě parfému a nahlédneme do kreativní mysli autora. Kapitola *Le parfum* hovoří o oblíbených parfémeh autora, o klasifikaci parfémů a o kritice umění tvorby parfému, která se stále vyvíjí. V následujících kapitolách *Le marketing* a *La mise sur le marché*, analyzuje prodej parfému po marketingové stránce a jeho poptávku na trhu. Poslední kapitola *La protection des parfums* vysvětluje, jak funguje ochrana značek parfémů po právní stránce. V závěru knihy autor uvádí seznam citovaných parfémů a jejich

autory, glosář pojmů a doplňující literaturu k rozšíření znalostí. Nechybí ani poděkování a obsah knihy.

### 3.1.2.2 Presupozice

Určení presupozic vychází především z analýzy cílového příjemce originálního textu. Jak jsme již zmínili v kapitole o adresátovi, text je určen široké veřejnosti. Jelikož autor nepředpokládá poučeného čtenáře s odbornými znalostmi o výrobě parfému, lze konstatovat, že text byl této skutečnosti přizpůsoben. Odhadujeme, že čtenář jeví o dané téma zájem a jeho cílem je získat potřebné informace k jeho porozumění. Publikace poskytuje odborné informace, které bohatě stačí k tomu, aby adresát získal základní informace o parfumérském řemeslu. Přestože se v textu vyskytuje velké množství odborných termínů a různorodých jevů, jejich dokonalé porozumění není podmínkou pro pochopení smyslu komunikace. Jean-Claude Ellena u čtenářů své publikace předpokládá zájem o dané téma spíše než teoretické znalosti dané oblasti. Autor volí jazykový rejstřík tak, aby text zůstal čtivý pro cílového příjemce. Zároveň předpokládá čtenáře z francouzského prostředí, jelikož v některých pasážích zmiňuje francouzské reálie bez bližšího určení (např. „du *petit BRUN*“). Takových případů však není v textu mnoho a jsou snadno dohledatelné na internetu.

Pokud se v publikaci objeví odborný termín, autor čtenáři vysvětlí daný výraz tak, aby byl pro něj co nejsrozumitelnější. Na konkrétním příkladě ukazujeme, že pisatel se snaží nejen stručně popsat analytickou metodu *head space*, ale také ji přirovnává k fotografování, díky čemuž si čtenář tento jev dokáže lépe představit:

„(...) la technologie du *head space* apparut, cette innovation me conquiert. Ce procédé permettait d'extraire *in situ* l'odeur des fleurs, des plantes rares, puis de les analyser afin de les reconstituer. J'avais l'impression de posséder un « Instamatic » de l'odeur (...)“ O: 50.

### 3.1.2.3 Žánrově-stylistické zařazení textu

Publikaci *Le Parfum* Jean-Claude Ellena lze zařadit do odborného stylu vzhledem k tomu, že autor je mistrem svého oboru a často využívá odborných termínů. Text spadá do populárně-naučného funkčního stylu, jelikož jeho záměrem je informovat širokou veřejnou obecnější formou. Texty, které jsou zaměřeny popularizačně jsou založeny, dle publikace *Stylistická analýza českých a francouzských textů* od Jovanky Šotolové a Aude Brunel, na záměrné nepřesnosti, mohou obsahovat i vyjádření, která nejsou přísně vědecká a mohou být i obrazná.

V případě originálního textu můžeme konstatovat, že stylový charakter textu kolísá a je na pomezí odborného a uměleckého stylu. V textu se ve velké míře vyskytují rysy uměleckého stylu, který můžeme odůvodnit i významností poetické a expresivní funkce. Při našem překladu bylo nutné



brát na vědomí obě stanoviska a najít mezi nimi kompromis tak, aby byla zachována funkční ekvivalence.

#### 3.1.2.4 Výstavba a členění textu

Celá kniha je přehledně rozčleněna do jednotlivých kapitol dle specifických témat. Dílo obsahuje úvod, jedenáct hlavních kapitol a jejich podkapitoly, seznam zmiňovaných parfémů a jejich autory, glosář pojmů, doplňující literaturu a poděkování.

Text je uspořádán do kratších odstavců. Odstavec někdy představuje celou jednu podkapitolu většího celku. V textu jsou uvedeny dva grafy vonných vztahů. Krátké odstavce působí přehledně. Jedná se o jeden z faktorů populárně-naučného textu, totiž předání informace co nejstručněji a nejsrozumitelněji. To souvisí také s povahou edice *Que sais-je?*, která si klade za cíl představit dané téma obsáhle co do informací, a přitom stručně.

Předmětem našeho překladu byly kapitoly *Le métier* a *Le parfum*. Kapitola V, tedy *Le métier* je rozdělena do devíti menších podkapitol, kapitola VI *Le parfum* čítá podkapitoly tři. Zatímco *Le métier* není uvedena a začíná rovnou první podkapitolou, kapitola *Le parfum* obsahuje jakési uvedení. Struktura všech podkapitol je víceméně stejná. Některé podkapitoly jsou, jak jsem již zmínila, velice krátké a představují pouze jeden či dva odstavce.

#### 3.1.2.5 Neverbální prvky a grafická úprava

Co se grafického zpracování týče, text odpovídá populárně-naučnému charakteru. Dvě hlavní kapitoly našeho překladu jsou zvýrazněny tučným písmem, navíc se liší velikostí od textu kapitol. Název každé podkapitoly je uvozen římskou číslicí a opět je zvýrazněn tučným písmem. Text není nijak barevně odlišen v žádné části knihy. Grafické obrazce jsou zpracovány černobíle. Pro tuto publikaci bylo zvoleno nestínované patkové písmo.

V textu si můžeme povšimnout dvou grafických obrazců. Prvním z nich je tabulka (O: 54, P: 6), která představuje olfaktivní vztahy mezi jednotlivými vonnými látkami a jejich mísení. Druhým z nich je pak grafické zpracování vonných vztahů různých vonných látek (O: 58, P: 8).

Výčty se v našem textu vyskytují v originále na str. 63, které nejsou nijak graficky zpracovány, jsou to pouze příklad vůní, které člověk může chovat ve své olfaktivní paměti. Další výčet se objevuje např. na straně 65 v původním textu, kdy autor vyjmenovává názvy parfému, které jsou zvýrazněny kurzívou. V kapitole *La classification des parfums* na str. 69 evidujeme výčet hudebních forem, které autor přirovnává k formám parfémů. Tento výčet je oddělen od textu odrážkami a působí tak v textu přehledně.

### 3.1.2.6 Lexikální charakteristika

Jelikož se jedná o odborný text populárně-naučného charakteru, zásadní postavení zde má volba slovní zásoby. Předkládaná publikace však stojí na pomezí odborného a uměleckého stylu, tudíž se v textu vyskytují jak odborné termíny, tak prvky popularizačního textu.

Co se lexika týče, setkáváme se s terminologií z oboru parfumerství. Přestože se jedná o odborné termíny, je pravděpodobné, že potencionální čtenář o nich má alespoň základní povědomí. Někdy se terminologie z oboru parfumerství shoduje s termíny z oblasti hudební terminologie (*compositeur de parfums, composition, accordes*). Parfumerství využívá lexika hudebních výrazů z toho důvodu, že skládání hudby připomíná skládání vůní, tedy „kompozici“. Při vytváření parfému se skládají akordy, které používají tóny, stejně jako v hudbě. Samotný termín „composition“, tedy kompozice se běžně užívá v obou zmíněných doménách. Sám autor přirovnává tvorbu parfému ke skládání hudby (např. „La composition d'un parfum diffère cependant d'autres formes d'expression, comme l'écrit ou la musique qui dispose les mots ou les notes dans un ordre continu.“ O: 55). V kapitole *La classification des parfums* dokonce přirovnává uspořádání parfémů do rodin k hudebním žánrům a hudebním obdobím (př. „Aussi, je me suis penché sur plusieurs types de classification dont la classification de la musique classique.“ O: 68). Z tohoto důvodu jsme v překladu operovali s hudebními termíny.

V kapitole *La classification des parfums* se objevují konkrétní názvy hudebních forem a žánrů, které jsou zde uvedeny pomocí výčtu (*ballade, bourrée, cantique, concerto, étude, fugue, menuet, pavane, polka, polonaise, rhapsodie, sonate, suite, symphonie, valse*).

Text obsahuje také chemické názvosloví, se kterým se setkáváme v pasážích věnujících se vytváření vůní pomocí chemických látek. Vzhledem k tomu, že výroba parfému je především chemickou záležitostí, nacházíme v textu četné termíny chemických látek (*hédionce, Iso E, ionone, stémone, octalactone gama*). Narazili jsme také na termíny z biologie, kdy autor vyjmenovává olfaktivní rodiny, do kterých uspořádáváme parfémy (*Florale, Chypre, Fougère, Ambrée, Cuir, Hespéridés, Boisés*).

Co do volby lexika a výrazových prostředků autora, evidujeme značné množství obrazných pojmenování, přenesených významů a metafor. Autor často dává přednost spisovným výrazům, poetickému vyjádření a metaforám před hovorovými prvky. Jelikož výroba parfému je sofistikovanou záležitostí, autor tak svou volbou výrazů umocňuje vznešenost textu a udává mu určitý literární ráz.

### 3.1.2.7 Syntax

Co se větné stavby týče, v textu se většinou vyskytují souvětí různé délky. V některých případech se setkáváme s dlouhým souvětím nebo s dlouhým výčtem. Naproti tomu autor často používá velice krátké věty či pouze jednoslovné výrazy, čímž činí text dynamickým a expresivním (např. „Le thème est choisi.“).

V textu se objevují také jednoslovné věty (např. „Structures. Mots. Sentiments.“ O: 69), které umocňují expresivitu textu a navozují subjektivní zabarvení.

Pisatel používá polovětné vazby, které jsou pro francouzštinu typické (např. „Créer, c'est interpréter les odeurs en les changeant en signes, (...)“ O: 53). Dalším jevem je nominální charakter fráze a používání pasivu (např. „Il entra ainsi dans ma vie, à tel point que j'ai gardé longtemps le secret désir d'être nommé, (...)“ O: 50).

Autor používá dlouhé a komplikované větné konstrukce, které jsme řešili pomocí syntaktické transpozice vedlejší větou, či změnou slovosledu. V textu se vyskytují časy minulé jako *passé composé*, *passé simple*, *imparfait* a *plus-que-parfait* a čas přítomný.

## 3.2 Překladatelská strategie

Výchozí text *Le Parfum* je, jak již bylo zmíněno, určen širokému okruhu čtenářů, kteří mají zájem dozvědět se o tom, jakým způsobem vzniká parfém, a to od počáteční myšlenky samotného tvůrce k finální receptuře parfému. Tato bakalářská práce je zaměřena na překlad dvou kapitol, tudíž se překladatelská strategie vztahuje především k této části a vychází z translatologické analýzy daného úseku. Námi zvolená překladatelská strategie se řídí především příjemcem přeloženého textu a stylem psaní autora originálního textu.

Profil čtenáře překladového textu se shoduje s cílovým příjemcem textu originálu. Jedná se tedy o širokou laickou či informovanou veřejnost a text by tak měl umožnit náhled do dané oblasti. Při vytyčování překladatelské strategie hrál důležitou roli styl psaní autora, jelikož text je protkán literárními prvky uměleckého rázu.

Pro dosažení adekvátního překladu všech termínů a poetiky díla bylo zapotřebí absolvovat konzultace s odborníky, kteří pracují ve francouzském kosmetickém průmyslu a mají tak zkušenosti s prodejem parfému, tudíž i s procesem jeho výroby.

Pro náš překlad bylo nezbytné provést pečlivou analýzu autorova stylu psaní, jeho mluvy a užitého lexika. K tomu nám napomohli autorovy publikace se stejnou tematikou. V mnoha případech jsme byli nuceni rozebrat věty po sémantických úsecích a následně převést pomocí konkrétních výrazů pro lepší porozumění. Během překládání jsme aplikovali naše znalosti z oboru translatologie za pomoci odborných publikací uvedených v seznamu použité literatury.

K tomu, abychom správně interpretovali výchozí text, jsme se drželi teorie překladu a analýzy dle Jiřího Levého, Antona Popoivče a dalších autorů zmíněných v seznamu použité literatury. Podle Levého je cílem překladelovy práce sdělit původní dílo, nikoli vytvořit dílo nové, tedy cílem je reprodukce originálu. Museli jsme mít na paměti, že invariabilním prvkem originálního textu je především zachování jazykových funkcí, v našem případě funkce referenční – tedy zachovat informační hodnotu, a funkce poetická a expresivní, která zachovává autorův styl.

### 3.3 Typologie překladatelských problémů a jejich řešení

V této části se zaměříme na překladatelské problémy, se kterými jsme se potýkali během překladu. Cílem překladu je zachování funkční ekvivalence překládaného textu s originálem. Proto jsme se snažili zachovat stejnou funkci tak, aby byl text srozumitelný pro českého příjemce. Za cíl jsme si kladli přeložit originál s ohledem na čtenáře, který nemá odborné znalosti o výrobě parfému. Zároveň jsme usilovali o zachování osobitého stylu.

Naše řešení ukazujeme na konkrétních příkladech a odůvodňujeme, proč jsme daný překladatelský problém řešili tímto způsobem. V průběhu překladu jsme využili překladatelských postupů, které jsme si osvojili. Při překladu nastalo určité množství posunů a změn, kterým předcházela rozhodovací proces volby správného ekvivalentu. Pro daná řešení jsme se rozhodli po detailní analýze výchozího textu a brali jsme v úvahu potencionálního českého příjemce. Překladatelské problémy jsme kategorizovali do tří skupin, a sice lexikální úrovně, stylistické úrovně a francouzských reálií. Zdrojem pro klasifikaci a popis překladatelských postupů nám byly odborné publikace.

#### 3.3.1 Lexikální úroveň

Pro vyřešení překladatelských problémů na rovině lexikální byla zásadní volba správných ekvivalentů a konzultace s odborníky. Vymezili jsme tři hlavní oblasti terminologie, se kterou jsme se setkali během překládání.

##### 3.3.1.1 Parfumérství

Určení správného ekvivalentu při překladu terminologie je klíčové. Ve francouzštině se v parfumérství běžně setkáváme s hudební terminologií. Při překladu jsme učinili rozhodnutí hudební terminologii zanechat, jelikož autor v kapitole *La classification des parfums* přirovnává členění parfémů do rodin k hudebním formám klasické hudby. V případě výrazu *le compositeur de parfums* jsme ponechali „tvůrce parfémů“, jelikož doslovný termín „skladatel“ by stylisticky nezapadal do předchozích přeložených kapitol, kde není zatím o hudbě zmínka. Zároveň se nejedná o ustálený výraz. Dalšími výrazy, které pocházejí z hudební terminologie, jsou *la composition*, *les accords*.

V následující části představíme soupis parfumérské terminologie, která je použita v originále a v překladu. Výsledná řešení byla provedena na základě prostudování odborných publikací a konzultací s odborníky v oblasti francouzského parfumérství. Pro přehlednost jsme vytvořili tabulku.

<b>Originál</b>	<b>Překlad</b>
<i>le laborantin de parfumeurs</i>	<i>parfumérský laborant</i>
<i>formuler</i>	<i>vytvářet receptury</i>
<i>les huiles essentielles</i>	<i>esenciální oleje</i>
<i>la formulation</i>	<i>receptura</i>
<i>le compositeur de parfums</i>	<i>tvůrce parfémů</i>
<i>le parfumeur</i>	<i>parfumér</i>
<i>les composants</i>	<i>obsažené složky</i>
<i>head space</i>	<i>prostorová technologie „head space“</i>
<i>l'odorant / l'odeur / le senteur</i>	<i>vůně</i>
<i>le touche</i>	<i>aplikace (na kůži)</i>
<i>l'écriture</i>	<i>signatura</i>
<i>les images odorantes</i>	<i>vonné obrazy</i>
<i>les matériaux</i>	<i>vonné látky</i>
<i>le nez</i>	<i>nos</i>
<i>la composition d'un parfum</i>	<i>kompozice parfému</i>
<i>la tête</i>	<i>hlava</i>
<i>le cœur</i>	<i>srdce</i>
<i>le fond</i>	<i>základ</i>
<i>la carte d'odeurs</i>	<i>mapa vůní</i>
<i>les combinaisons d'accords</i>	<i>kombinace akordů</i>
<i>évaporer</i>	<i>vypařovat</i>
<i>la mémoire olfactive</i>	<i>olfaktivní paměť</i>

U výrazů *tête*, *cœur*, *fond* jsme využili českých zažitých ekvivalentů *hlava*, *srdce*, *základ*. Můžeme se však setkat také se spojeními vrchní, střední a spodní tón, které jsou k výše zmíněným termínům ekvivalentní, avšak méně používané.

Parfumérská terminologie se také v některých případech shoduje s výrazy, které se používají při přípravě lékařských výrobků. Uvedeme příklad:

„Cette approche me conduisit à repenser ma façon de **formuler**.“ O: 50

„Tento přístup mě vedl k přehodnocení způsobu vytváření vlastních **receptur**.“ P: 3

### 3.3.1.2 Chemie

Výroba parfému je především chemickou reakcí, proto je chemické názvosloví nezbytné pro popis procesu tvorby. Autor vysvětluje termíny v kapitole, která není součástí překladu, nicméně v této kapitole se nevěnuje chemickým reakcím či analýzám látek příliš detailně, tudíž čtenáři postačí pouze pochopit kontext. Správnost přeložených termínů jsme si ověřili ve studijních materiálech organické chemie nebo jsme použili dostupné a ověřené zdroje na internetu.

Při překladu jsme narazili termíny jako:

„extraire“ O: 50 - „extrahovat“ P: 4

„la chromatographie“ O: 50 – „chromatografie“ P: 4

„les molécules“ O: 51 – „molekuly“ P: 5

„Fructose“ O: 54 – „Frukton“ P: 6

„Aldéhyde C14“ O: 54 – „Aldehyd C14“ P: 6

„Acét. benzyle“ O: 54 – „Benzylacetát“ P: 6

„Géranol“ O: 54 – „Geraniol“ P: 6

„Acét. hexyle“ O: 54 – „Hexylacetát“ P: 6

„Éthyl maltol“ O: 54 – „Ethylmaltol“ P: 6

„Anth. méthyl“ O: 54 – „Methyl antranilát“ P: 6

„Ionone bêta“ O: 54, 58 – „Beta-jonon“ P: 6, 8

„Macrolide“ O: 58 – „Makrolidy“ P: 8

U překladu spojení „cassis bourgeons abs.“ O: 54 jsme nejprve museli vyřešit, co znamená zkratka abs. Dozvěděli jsme se, že značí termín „absolue“, který se běžně používá i v češtině. Další možností je i termín „absolutno“, které jsme nakonec nepoužili, jelikož „absolue“ je častěji užívané. Absolue označuje jakousi kvalitu silice – esenciálního oleje, které je dosaženo díky speciálnímu způsobu extrakce vonné látky, v našem případě černého rybízu. Extrakce probíhá za pomoci organického rozpouštědla. Jelikož jde o velice pracný a časově náročný úkon, je cena esenciálních

olejů absolue vysoká a používá se právě k výrobě luxusních parfémů. Naše finální řešení je tedy „černý rybíz absolue“ P: 6.

### 3.3.1.3 Biologie

Narazili jsme také na odborné termíny z oblasti biologie, které byli užity především při praktických ukázkách výroby parfému. Termíny jsme kontrolovali také v botanické encyklopedii.

Uvedeme si pár příkladů i z této domény:

„Galbanum h.e.“ O: 58 – „Galbanum“ P: 8

„Angélique h.e.“ O: 58 – „Andělka“ P: 8

„Cyprés h.e.“ O: 58 – „Cypřiš“ P: 8

„Persil h.e.“ O: 58 – „Petržel“ P: 8

„Mandarine“ O: 58 – „Mandarinka“ P: 8

„Carotte h.e.“ O: 58 – „Mrkev“ P: 8

„Ambrette absolue“ O: 58 – „Ibiškovce pižmový absolue“ P: 8

„Iris concrète“ O: 58 – „Kosatec“ P: 8

„Bois de cèdre h.e.“ O: 58 – „Cedrové dřevo“ P: 8

V kapitole *La classification des parfums* jsme řešili překlad rodin, do kterých se parfémy kategorizují. Při překladu termínů jsme se řídili dostupnými zdroji na internetu.

„Florale, Chypre, Fougère, Ambrée et Cuir“ O: 67 – „květinové, chyprové, fougèrové, ambrové a kožené“ P: 14

„Hespéridés et Boisés“ O: 67 – „cisturové a dřevité“ P: 14



### 3.3.2 Stylistická úroveň

Nyní se zaměříme na stylistické problémy. Nejprve se zabýváme nadpisy a jejich stylistickou stránkou a poté používání synonym v textu.

#### 3.3.2.1 Nadpisy

Nadpisy jsou důležitou součástí textu, jelikož nám oddělují text a určují stylový charakter textu. Nadpis má za úkol upoutat pozornost čtenáře a vybízet ho ke čtení. Měl by tedy být krátký a výstižný, zároveň by měl zanechat ve čtenáři napětí a vyvolat jeho zájem. Překladatel si může dovolit být v tomto ohledu kreativní, což ale působí v některých případech problémy.

Při překladu jsme řešili nadpisy a podnadpisy jednotlivých kapitol. Pro přehlednost jsme vytvořili tabulku, kde názorně demonstrujeme překlad názvů kapitol a podkapitol a následně komentujeme volbu řešení.

Originál	Překlad	Komentář
<i>Le métier</i>	<i>Parfumérské řemeslo</i>	Adjektivum „parfumérské“ jsme vybrali vzhledem k tomu, že překládáme pouze vybrané kapitoly z celé publikace.
<i>D'un savoir-faire à la création d'un savoir</i>	<i>Od řemesla k umělecké tvorbě</i>	Termín „savoir-faire“ by se dal přeložit jako „know-how“, ovšem to by stylisticky nezapadlo do našeho textu. Museli jsme tedy použít přenesený význam.
<i>Du prétexte</i>	<i>Od impulsu k řešení</i>	Snažili jsme se zachovat styl, který jsme použili v předchozím nadpisu.
<i>Les illusion olfactives</i>	<i>Čichové vjemy</i>	Výraz „olfaktivní iluze“ se v češtině nepoužívá, proto jsme použili obecnější pojmenování i vzhledem ke čtenáři, který se s termínem „olfaktivní“ setkává poprvé.
<i>Écrire un parfum</i>	<i>Tvorba parfému</i>	Verbum „écrire“ znamená „psát“. V tomto případě by se nabízelo řešení „Popis parfému“. Dle kontextu a obsahu dané kapitoly
<i>Esprit curieux</i>	<i>Zvědavost</i>	Použili jsme obecnější pojem, čímž došlo ke generalizaci. V tomto případě to byla volba ze stylistického hlediska.

<i>Esprit créatif</i>	<i>Kreativita</i>	Opět jsme použili jednoslovný pojem, který koresponduje i s tvary ostatních nadpisů.
<i>L'opiniâtreté, la certitude, le doute</i>	<i>Vytrvalost, jistota, pochybnosti</i>	Použili jsme termíny pro pojmenování vlastností parfuméra.
<i>Refus d'un certain conformisme</i>	<i>Odmítání konformity</i>	Zde jsme zanechali termín „konformita“, který znamená „přizpůsobení se“, což by působilo neobratně.
<i>Le plaisir</i>	<i>Radost</i>	Výraz „plaisir“ by se dal přeložit několika způsoby. „Radost“ jsme zvolili čistě ze stylistického hlediska.
<i>Le parfum</i>	<i>Parfém</i>	Zde se nabízí jediný možný překlad.
<i>De certains parfums</i>	<i>O některých parfémeh</i>	Název je inspirován textem Jeana Giona, jak sám autor zmiňuje.
<i>La classification des parfums</i>	<i>Klasifikace parfémů</i>	Slovo klasifikace se běžně používá v českém prostředí a vyjadřuje členění parfémů podle rodin.

### 3.3.2.2 Synonyma

Styl psaní autora se vyznačuje častým opakováním za užití synonymických výrazů. Ne vždy se nám podařilo vyhledat stejné množství synonym v českém jazyce.

V následující situaci jsme si pomohli slovesem. Došlo k intelektualizaci, tedy ke zlogičťování, abychom vyřešili nedostatek synonym v českém jazyce. Můžeme si zde všimnout nominální povahy francouzštiny. Čeština však častěji řeší převod pomocí verba:

„Je suis pilleur, **voleur**, **maraudeur** d'odeurs.“ O: 52

„Jsem něco jako zloděj. **Vykrádám** vůně.“ P: 4

Podobnou situaci jsme museli řešit i v dalším případě, kde jsme však zanechali všechna synonyma pro zachování autorova stylu.

„Ce que je sais, c'est que pour vous **enchanter**, vous **charmer**, vous **tenter**, vous **influencer**, vous **fasciner** – en un mot, vous **séduire** -, il me faut manipuler des savoirs (...).“ O: 63

„Vím jen, že k tomu, abych vás **okouzil**, **učaroval**, **zlákal**, **oslnil**, abych na vás **zapůsobil** – zkrátka **svedl**, musím umět pracovat se svými znalostmi (...).“ P: 12

### 3.3.3 Francouzské reálie

Pro překlad francouzských reálií jsme si vyhledali příslušné dostupné informace. S ohledem na cílového adresáta, tedy českého čtenáře, jsme některé výrazy specifikovali či nahradili, čímž došlo k překladatelským posunům intelektualizaci a generalizaci.

Autor velice často odkazuje na publikace nebo citáty od různých autorů nebo umělců, kteří jsou víceméně specifikováni. Autor tak předpokládá, že cílový čtenář je s jejich jmény seznámen, to však nemusí být poplatné v českém prostředí. Nicméně taková informace není klíčová k pochopení komunikační situace, proto jsme se drželi originálu. Všimneme si, že autor nespecifikuje umělce francouzského původu, ale konkretizuje filozofa původu německého. Autor zde určuje jistou presupozici čtenáře.

„Pour mieux illustrer cette approche, j'aime citer **le philosophe allemand Leibniz**: (...).“ O: 50

„Pro lepší ilustraci tohoto přístupu bych rád ocitoval **německého filozofa Leibnize**: (...).“ P: 3

„L'approche créative d'Edmond Roudnitska pouvait se résumer à cette phrase de **Paul Cézanne**, „avoir des sensations et lire la nature.“ O: 50

„Tvůrčí přístup Edmonda Roudnitsky by se dal shrnout slovy Paula Cézanna: „Být schopen cítit a číst přírodu“.“ P: 4

Další problém představoval vypořádání se s výrazy „bois vert“, „bois puant“ a „bois jaune“ (O: 52). Tyto výrazy označují názvy dřevin, podle kterých jsou pojmenována místa na ostrově Réunion, zámořském území Francie, jak jsme se dozvěděli z předchozí věty (P: 5). Kdybychom přeložili dané termíny do češtiny, zjistili bychom, že by v tomto případě nedávaly smysl, jelikož by pak nekorespondovaly s názvy určitých míst na ostrově Réunion. Pro příklad si uveďme výraz „bois

puant“, tedy *Foetidia mauritiana*, který označuje endemickou dřevinu, která roste pouze na Réunionu a Mauritiu. Český ekvivalent tedy nemá, proto jsme termíny zanechali v původním znění.

Jako další francouzské reálie si můžeme uvést termín *Société française des parfumeurs*, kterou jsme v textu blíže specifikovali. Opět jsme se zde uchýlili k intelektualizaci, která byla v tomto případě nuceným rozhodnutím. Tento název společnosti francouzských parfumérů je poprvé v originále uveden kompletně a podruhé pod zkratkou, což by vzhledem k českému adresátovi nebylo vhodné použít i v našem překladě. Rozhodli jsme se tedy v obou případech pro diluci termínu, tedy pro rozepsání jeho významu.

„La plus connue et servant de référence pour l'ensemble de la parfumerie est celle de **Société française des parfumeurs** apparue en 1984.“ O : 67

„Nejznámější a výchozí členění pro celý parfémový průmysl je klasifikace z roku 1984 společnosti francouzských parfumérů *Société française des parfumeurs*.“ P: 14

V případě názvu světového archivu vůní jsme název dále nerozvíjeli, jelikož i samotný autor opatřil tento výraz poznámkou pod čarou, kterou jsme v našem překladu zachovali.

„**L'Osmothèque** (světový archiv vůní), 36, rue du Parc-de-Clagny, 78 000, Versailles.“ P : 13

Nyní uvádíme příklady francouzských reálií, které se v textu vyskytli v podobě názvu sušenek. Autor zde provádí výčet vůní, které si člověk může asociovat s hezkými vzpomínkami. V našem překladu došlo k intelektualizaci, generalizaci a částečně i k omisi, tedy značku jsme vůbec nezmínili, jelikož v českém prostředí není dostupná. V tomto směru došlo k určité lokalizaci vzhledem k rozdílnému prostředí výchozího textu a překladu. Předpokládali jsme, že autor si vybral konkrétní druh sušenek z osobního důvodu, tudíž jsme použili adjektivum „oblíbené“. Naše řešení je následující:

„(...), du *petit BRUN*, (...).“ O: 63

„(...), oblíbené značky sušenek, (...).“ O: 12

### 3.4 Překladatelské postupy

Jelikož francouzština se vyznačuje jinými typologickými jazykovými prostředky než čeština, je zapotřebí využít překladatelských postupů, dle kterých jsme překlad prováděli.

Typologické rozdíly mezi češtinou a francouzštinou jsme vymezili dle publikace *Francouzština a čeština, systémové srovnání dvou jazyků* od Otomara Radiny. Francouzština je jazykem izolačním, tudíž izoluje výrazové jednotky a spojuje je například členy či předložkami. Její flexe je na rozdíl od češtiny omezená. Český jazyk je naopak flexivní, to znamená, že slova jsou za pomoci předpon a přípon ohebná. Z toho plyne, že doslovný překlad nepřipadá v úvahu. Jednotlivé lexikální jednotky a slovní druhy si v originále a v překladu zřídka odpovídají.

Poznatky o postupech překladatele jsme také čerpali z knihy *Umění překladu* od Jiřího Levého, kdy vymezuje tři překladatelské postupy, kterýmiž jsou transkripce, substituce a překlad *sensu stricto*.

Pro náš překlad jsme se drželi postupů popsaných v knize *Francouzština pro pokročilé* od Aleny Tionové. Zabýváme se především transpozicí, modulací, koncentrací a étoffement. Každý ze zmíněných postupů je opatřen vybranými příklady z našeho překladu.

#### 3.4.1 Transpozice

Existují tři základní typy transpozice. První z nich je transpozice slovního druhu, druhou syntaktická transpozice a třetí transpozice francouzského substantiva do češtiny. Pokud bychom překládali text do francouzštiny, byla by na místě transpozice českého adverbia do francouzštiny.

Nejdříve se zaměříme na transpozici slovního druhu, kdy jsme adjektivum zaměnili za substantivum:

„Bien que datant de 1962, **le propos** était **nouveau**.“ O: 49

„Bylo to sice v roce 1962, ale tehdy šlo o **úplnou novinku**.“ P: 3

Další příklad transpozice slovním druhem za pomoci verba:

„(...), mon nez **était nourri** des modèles existants, tourné vers l'intérieur, le savoir, le raisonnement, (...).“ O: 51

„(...), můj nos **již znal** řadu existujících vzorců a měl zkušenost s různými postupy.“ P: 3

V následujícím případě jsme substantivum nahradili vedlejší větou a slovesem. Jedná se o transpozici syntaktickou. Zde si můžeme všimnout nominální povahy francouzštiny:

„De blogs amateurs **au départ**, (...). O: 70

„Blogy o parfémec,  **které začínaly** jako amatérské blogy, (...).“ P : 17

V tomto případě došlo k převedení pasiva na aktivum. Zároveň jsme se uchýlili k intelektualizaci, jelikož jsme explicitovali vlastní jméno.

„J’imitais les parfums  **créés par Edmond Roudnitska**.“ O: 50

„**Jeho parfémy** jsem napodoboval.“ P: 3

Nejvíce jsme využívali transpozici francouzského substantiva, které jsme nejčastěji nahrazovali verbem. Zároveň jsme spojku „à“ nahradili vedlejší větou:

„Dans un parfum, je  **ne crée pas d’étonnement** à reproduire l’odeur du thé, de la farine, de la figue comme elles sont.“ O: 52

„Pokud jde o parfém, není mým záměrem  **ohromit tím, že bych** reprodukoval vůni čaje, mouky nebo fiků takovou jaká je.“ P: 12

V této situaci hraje roli polovětná vazba, které francouzština hojně využívá. Plní úlohu rozvíjejícího větného členu. Její hlavní složkou je infinitiv. „Créer“ je v tomto případě podmět a „interpréter“ doplňkem. Transpozici jsme provedli na úrovni syntaktické, kdy jsme francouzský přechodník „gérondif“ převedli na větu vedlejší.

„**Créer, c’est interpréter** les odeurs  **en les changeant** en signes, et que ces signes véhiculent du sens; (...).“ O: 52

„**Vytvářet parfém znamená interpretovat** vůně  **tak, že je proměním** ve znaky, které mají nějaký význam.“ P: 4

Dalším příkladem syntaktické transpozice jsou následující věty:

„Je prends soin  **d’éviter** les redondances. Les matériaux de ma collection diminuent.“ O: 51

„Dbám na to,  **abych se vyhnul** nadbytečnosti,  **proto** vonných látek v mé sbírce ubývá.“ P: 4

„**Pour être reconnu** comme une forme d’expression artistique à part entière,  **la critique** des parfums  **est indispensable**.“ O: 70

„Kritika je **nezbytná proto, aby tvorba parfému byla uznávána** jako plnohodnotná forma uměleckého vyjádření.“ P: 17

V poslední situaci, kterou demonstrujeme, proběhla transpozice na dvou úrovních. Nejprve jsme adjektivum a substantivum nahradili adverbium a verbem. Dle Tionové má adverbium obecně v češtině větší frekvenci než ve francouzštině. Větší frekvence příslovce souvisí také s častějším užíváním verbálního vyjádření namísto francouzského nominálního. V našem případě tak české spojení slovesa a příslovce odpovídá francouzskému spojení podstatného jména a adjektiva. Dále jsme provedli transpozici vedlejší větou. Zároveň došlo k intelektualizaci v případě explicitace vlastního jména ze stylistického důvodu:

„**Il** entra ainsi dans ma vie, à tel point que j’ai **gardé** longtemps **le secret désir** d’être nommé, comme le sujet de cet écrit, „compositeur de parfums“. O: 50

„Tím **Edmond Roudnitska** vstoupil do mého života natolik, že **jsem si** dlouho **tajně přál**, aby mě nazývali stejně jako jeho, tedy „tvůrcem parfémů.“ P: 3

Následující příklady jsou dalšími ukázkami nominální povahy francouzštiny, kdy autor nepoužil ve větě žádné sloveso. To by však na našem překladu zanechalo stopy překladovosti, takzvaného uvědomění či neuvědomění, že se jedná o překlad. Proto jsme byli nuceni použít sloveso a naplnit tak obsah celé věty:

„Quatre cents molécules pour un jasmin, cinq cents pour une rose.“ O: 51

„**Extrahoval** jsem čtyři sta molekul jasmínu, pět set u růže.“ P: 4

„J’étais en face d’un travail rigoureux; un odorant pour un effet.“ O: 50

„Před sebou jsem měl těžký úkol – **vytvořit** efekt pomocí vůně.“ P: 3

### 3.4.2 Modulace

Další překladatelský postup je modulace, která obnáší obměnu ve výpovědi. Jedná se o změnu úhlu pohledu, tedy dochází k restrukturalizaci. Rozlišujeme modulaci lexikální, která se jedná jednotlivých slov, a syntaktickou, kterou demonstrujeme na uvedeném příkladě:

„Il entra ainsi dans ma vie, à tel point que j'ai gardé longtemps le secret désir **d'être nommé, comme le sujet de cet écrit**, „compositeur de parfums“. O: 50

„Tím Edmond Roudnitska vstoupil do mého života natolik, že jsem **si** dlouho tajně přál, **aby mě nazývali stejně jako jeho**, tedy „tvůrcem parfémů.“ P: 3

### 3.4.3 Koncentrace a diluce

Při koncentraci a diluci dochází ke zúžení nebo naopak k rozšíření textu. Rozlišujeme, zda tyto postupy probíhají na úrovni lexikální či strukturální. K diluci dochází, pokud je potřeba text rozšířit, tedy doslova rozředit. Obsah jednoho slova vyjádříme v překladu více slovy:

„Et, bien que réduite, la collection de **matériaux** (...).“ P 56

„A i když je sbírka **vonných látek** malá, (...).“ P: 7

„Formuler n'était plus additionner des odeurs mais mettre en forme, c'est-à-dire bâtir et composer en créant des rapports **d'odeurs**.“ O: 50

„Nešlo již o neustálé přidávání vonných látek, ale o komponování neboli vytváření a skládání vonných vztahů **mezi jednotlivými přísadami**.“ P: 3

Francouzština je analytická, tudíž je pro ni víceslovné vyjádření typičtější než pro češtinu. Čeština spíše tíhne k syntetičnosti, tím pádem si přirozeně vystačí s jedním slovem:

„**L'huile essentielle** de bergamote, (...).“ O: 56

„Bergamotová **silice**, (...).“ P: 7

„La plus connue et **servant de référence** pour l'ensemble de la parfumerie (...).“ O: 67

„Nejznámější a **výchozí** členění pro celý parfémový průmysl (...).“ P: 14

„Pour être reconnu comme une forme d'expression artistique **à part entière**, la critique des parfums est indispensable.” O: 70

„Kritika je nezbytná proto, aby tvorba parfému byla uznávána jako **plnohodnotná** forma uměleckého vyjádření.” P: 17

„(...) le besoin de la distinction me paraît plus important que celui de la nouveauté qui n'est qu'**un état passager**.“ O: 70



„(...) se mi zdá potřeba odlišnosti důležitější než potřeba představit novinku, která je pouze **dočasná**.“ P: 17

„(...) j'ai **composé à grands traits** ce parfum, (...)“ O: 60

„(...) jsem tuto vůni, zrozenou z prožité sdílené emoce, **načrtl** (...)“ P: 10

„(...) alors que lui-même **n'a jamais fait figurer cette qualité** sur sa **carte de visite**, mais simplement le titre „parfumeur“. O: 50

„On sám **si to** ale **nikdy** na svou **vizitku nenapsal**, používal pouze titul „parfumér“.“ P: 3

Díky bohatému vidovému systému jsme využili koncentraci i v tomto případě:

„**Pour être reconnu** comme une forme d'expression artistique à part entière, (...)“ O: 70

„(...), aby tvorba parfému byla **uznávána** jako plnohodnotná forma uměleckého vyjádření.“

P: 17

#### 3.4.4 Étoffement a dépouillement

Francouzské předložky „de“ a „à“ fungují často jako gramatikalizované částice, které nemají konkrétní obsah. Je tedy obtížné přeložit je do francouzštiny. Proto je potřeba nahradit předložku či doplnit o významově hodnotnější výraz. Překladatelský postup „étouffement“ znamená doslova naplnit obsahem. Opačný postup se nazývá dépouillement, kdy plnovýznamové slovo nahradíme slůvkem pomocným.

„De là **à** établir des correspondances entre l'odeur d'une fleur et la forme d'un parfum, (...)“

O: 51

„Odtud **byl už jen krok k** určení spojitosti mezi vůní květiny a formou parfému, (...)“ P: 4

## 4 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo vytvořit text, který by plnil stejnou funkci jako francouzský originál. Výsledný text by tedy měl poskytnout náhled do parfumérského řemesla, výroby parfému, ale především do mysli tvůrce parfému, který díky svým dovednostem dokáže spojovat vůně, tím vytvářet vonné vztahy a převádět tak svou vizi do parfému. Samotný text se liší od ostatních textů podobného rázu tím, že se příliš nezabývá chemickými vzorci či komerčností parfémů. Naopak se snaží upozornit, že nejdůležitější je příběh či inspirace, která se za procesem kompozice parfému skrývá.

Snahou bylo přenesení informací, stylu, a především funkce originálního textu s ohledem na rozdílné jazykové prostředky francouzského a českého jazyka. Pro dosažení stejné funkce originálu byla zvolena překladatelská strategie. Zásadní pro náš překlad bylo stanovení metodologie, dle níž byl vypracován převod do cílového jazyka.

Při překladu do francouzského jazyka se vyskytla řada překladatelských problémů. Pro demonstraci bylo uvedeno několik příkladů a jejich možná řešení. Největší problém však představovalo zachování autorova specifického stylu psaní, který má umělecký ráz a obsahuje obrazná pojmenování. V originálním textu byla užitá odborná terminologie z daného oboru, která vyžadovala důkladné prostudování sekundární literatury. S ohledem na cílového čtenáře bylo potřeba najít vhodné ekvivalenty pro české prostředí.

Následně byl vypracován odborný komentář, který se opíral o odborné publikace z translátologické a lingvistické domény. Při rozboru překladatelských problémů a jejich řešení bylo využito teoretických poznatků z odborné literatury, která se zabývá teorií překladu, typologií překladatelských problémů a volbou metodologie. Rozhodujícím faktorem byl správný výběr terminologie pro pojmenování určitých jevů týkajících se oblasti parfumérství.

Vypracování této práce se stalo pro nás stalo obohacující zkušeností jak z hlediska překladatelského, tak informativního. Překlad výchozího textu považujeme za velice přínosný, byť byl z našeho pohledu náročný. Naše nabyté zkušenosti můžeme využít při dalších profesních příležitostech. Na závěr je nutno říci, že publikace *Le Parfum* by si v českém prostředí našla své čtenáře i díky francouzským značkám, které se rozrůstají do České republiky.

## 5 Resumé

Výslednou prací je bakalářská práce *Komentovaný překlad: Le Parfum*. Práce se skládá ze dvou částí, a sice z překladu vybraných kapitol francouzsky napsané publikace *Le Parfum* od francouzského autora Jean-Claude Ellena a z odborného komentáře uvedeného překladu. Originální text byl publikován nakladatelstvím PUF v rámci edice *Que sais-je?*, která slouží k předání informací o určitém tématu široké veřejnosti. V této edici vyšlo již 1899 svazků napříč různými oblastmi. Předkládané kapitoly *Le métier* a *Le parfum* se zabývají procesem výroby parfému a hledáním vonných vztahů k vytvoření samotného parfému. Dále autor popisuje prvotní impulsy, které ho vedou k vytvoření parfému. V kapitole *Le parfum* představuje klasifikaci parfému a přirovnává jej k hudebnímu průmyslu. Otevírá zde také otázku kritiky parfému a nastiňuje její možný vývoj.

Odborný komentář obsahuje překladatelskou analýzu výchozího textu, typologii překladatelských problémů, které nastaly při překladu, a jejich řešení. V rámci řešení těchto problémů jsme se řídili vybranými překladatelskými postupy, které jsme uplatnili při překladu.

## 6 Seznam použité literatury

### 6.1 Primární literatura

ELLENA, Jean-Claude, 2015. Le Parfum. Paris: Presses Universitaires de France. IBSN 978-2-13-065340-0

### 6.2 Sekundární literatura

BRUNEL, Aude a Jovanka ŠOTOLOVÁ, 2012. Stylistická analýza českých a francouzských textů: komentáře k vybraným textům. V Praze: Univerzita Karlova, Filozofická fakulta. IBSN 978-80-7308-408-0.

ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ, 2008. Současná stylistika. Praha: NLN, Nakladatel s tví Lidové noviny. IBSN 978-80-7106-961-4.

ELLENA, Jean-Claude, 2011. Journal d'un parfumeur: Suivi d'un abrégé d'odeurs. Sabine Wespieser éditeur. 159 s. IBSN 978-28-4805-097-3

ELLENA, Jean-Claude, 2022. Atlas de botanique parfumée. The MIT Press. 168 s. IBSN 978-02-6204-673-2

GROMOVÁ, Edita, 2009. Úvod do translátologie. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitře, Filozofická fakulta. IBSN 978-80-8094-627-2.

HENDRICH, Josef, Otomar RADINA a Jaromír TLÁSKAL, 2001. Francouzská mluvnice. 3. přeprac. vyd., 1. vyd. v nakl. Fraus. Plzeň: Fraus. IBSN 80-723-8064-8.

HOFFMANNOVÁ, Jana a HOUŽVIČKOVÁ, Milena, 2012. Čeština pro překladatele: základy teorie, interpretace textů, praktická cvičení. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta. IBSN 978-80-7308-405-9.

JAKOBSON, Roman, Miroslav ČERVENKA, Milada CHLÍBCOVÁ a Terezie POKORNÁ, 1995. Poetická funkce. Praha: H&H. IS BN 80-85787-83-0.

LEVÝ, Jiří, 2012. Umění překladu. 4., upr. vyd. Praha: Apostrof. IBSN 978-80-87561-15-7.

NORD, Christian, 1991. Text Analysis in Translation: Theory, Methodology, and Didactic Application of a Model for Translation-Oriented Text Analysis. Amsterdam – Atlanta, GA: Rodopi. ISBN 90-5183-311-3.

POPOVIČ, Anton, 1975. Teória umeleckého prekladu: Aspekty textu a literárnej metakomunikácie. Bratislava: Tatran. 168 s. Okno. 61–193–71.

RADINA, Otomar, 1981. Francouzština a čeština – systémové srovnání dvou jazyků. 2. vydání. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. Učebnice pro jazykové školy.

ROQUES, Dominique, 2021. Cuilleur d'essences: Aux sources des parfums du monde. Grasset. 304 s. ISBN 978-22-4682-623-1

TIONOVÁ, Alena a kol., 1992. Francouzština pro pokročilé. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. Jazykové učebnice pro veřejnost. ISBN 80-04-22619-1.

ŠABRŠULA, Jan, 1990. Problèmes de la stylistique comparée du français et du tchèque. Praha: Univerzita Karlova ve spolupráci s Čs. redakcí VN MON, 130 s. Acta universitatis carolinae philologica, Monographia CIV. 0567–8269.

### **6.3 Příručky a slovníky**

ABZ.cz: slovník českých synonym [online], c2008–2023. Dostupné z: <https://www.slovník-synonym.cz/>

ABZ.cz: slovník cizích slov [online], © 2005–2023. Dostupné z: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/>

Dictionnaire Larousse [online]. Dostupné z: <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>

Dictionnaire Le Robert [online]. Dostupné z: <https://dictionnaire.lerobert.com/>

Internetová jazyková příručka [online], © 2008–2020. Jazyková poradna ÚJČ AV ČR. Dostupné z: <http://prirucka.ujc.cas.cz/>

Lingea: Francouzsko-český slovník [online]. Dostupné z: <https://slovníky.lingea.cz/francouzsko-cesky>

PALA, Karel a Jan VŠIANSKÝ, 2000. Slovník českých synonym. 3. dopl. vyd. Praha: Nakladatelství Lidové noviny. ISBN 80-710-6450-5.

REY, Alain a Josette REY-DEBOVE, ed., 2019. Le Petit Robert: Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française. Le Robert. ISBN 978-2-32101-246-7.

## **7 Příloha**

Příloha č. 1: Naskenovaný text originálu