

Masarykova univerzita

Filozofická fakulta

Ústav české literatury

Literatura a mezikulturní komunikace

Iryna Zabiaka

PŘEKLAD JAKO NÁSTROJ

KULTURNÍ DIPLOMACIE

Magisterská diplomová práce

Vedoucí práce: doc. PhDr. Zbyněk Fišer, Ph.D.

2020

Prohlašuji, že jsem magisterskou diplomovou práci vypracovala samostatně s využitím
uvedených pramenů a literatury.

V Brně 31. 5. 2020

..... Podpis autora práce

Děkuji vedoucímu své práce doc. PhDr. Zbyňku Fišerovi, Ph.D.,

za podnětné připomínky a čas, který mi věnoval.

Děkuji taky Dagmar Ostřanské a Lucii Řehořikové

za všechno, co pro česko-ukrajinské kulturní vztahy dělají,

a za rozhovory k této diplomové práci.

Abstrakt

Tato práce se zabývá otázkami kulturní diplomacie, národního brandingů a imagologie na materiálu překladů české literatury do ukrajinštiny po roce 1989. Hlavní hypotéza této práce je, že překlad literárních děl je zdrojem velkého množství informací o výchozí kultuře, a proto intenzivně formuje image takové kultury v jiné. Překlad je jedním z nejúčinnějších nástrojů kulturní diplomacie a měkké moci konkrétního státu a jeho podpora je podporou dobrého jména a pozitivního obrazu každé kultury. Překlad má však řadu omezení, působí pomalu a jenom v určitém prostředí. Proto je potřeba kontinuity a trvalých mezikulturních vztahů tak velká.

Klíčová slova

Kulturní diplomacie

Imagologie

Překlad

Abstract

This diploma thesis deals with issues of cultural diplomacy, national branding, and imagology on the translations of Czech literature into Ukrainian after 1989. The main hypothesis of the thesis is that the translation of literary works is a source of a large amount of information about the culture and therefore intensively shapes the image of such culture in other one. Translation is one of the most effective tools of cultural diplomacy and soft power of a state, and its support is the promotion of the good name and positive image of each culture. However, translation has a few limitations, it works slowly and only in a certain environment. That is why the need for continuity and lasting intercultural relations is so great.

Key words

Cultural diplomacy

Imagology

Translation

Obsah

Úvod	7
Vymezení pojmů	9
<i>Kulturní diplomacie</i>	9
<i>National branding</i>	15
<i>Imagologie (image, stereotype)</i>	18
<i>Literární překlad</i>	22
Překlad a tvorba národní image	24
<i>Překlad jako komunikační akt</i>	24
<i>Přínosy překladu jako nástroje tvoření image</i>	28
Překlady z češtiny do ukrajinštiny a jejich role v kulturní diplomacii	33
<i>Česká kulturní politika v oblasti překladu v 21. století</i>	33
<i>Překlady z češtiny do ukrajinštiny po roce 1989</i>	38
<i>Recepty českých knih v ukrajinštině</i>	45
<i>Vliv přeložených knih na dnešní obraz Česka a české kultury na Ukrajině</i>	50
Závěr	55
Přílohy	57
<i>Rozhovor s Lucií Řehořikovou, ředitelkou Českého centra v Kyjevě (2014–2020)</i>	57
<i>Rozhovor s Dagmar Ostřanskou, bývalou ředitelkou Českého centra v Kyjevě (2010 – 2014) a nyní ředitelkou Českého centra v Sofii</i>	61
<i>Ukrajínští nakladatelé o překladech českých knih do ukrajinštiny</i>	62
<i>Dotazník 1. Ukrajinci žijící v ČR a jejich vztah k české kultuře</i>	65
<i>Dotazník 2. Ukrajinci žijící na Ukrajině a jejich vztah k české kultuře</i>	67
Seznam literatury	71

Úvod

Kulturní diplomacie je součástí veřejné diplomacie, tzv. „měkké moci“, která se v posledních letech často dostává do popředí výzkumu a praxe. Pracuje s „kulturními produkty“, prezentuje je za hranicemi země původu a snaží se propojovat tvůrce takových produktů napříč státy a kontinenty. Dá se vnímat jako globální dialog, komunikační akt mezi lidmi prostřednictvím speciálního jazyka kulturních jevů. Jedním z nich je literatura a její překlad.

O překladu je známo, že má hodně definic a pojetí. Jedním z nich je pohled na překlad jako na komunikační akt, během něhož se sděluje a vnímá určitá informace. V případě literárního překladu může být počet takových informací v jednom textu poměrně velký. Sociokulturní realie vyjádřené autorem beletristického textu jsou jedním s nejobtížnějších překladatelských úkolů, ale zároveň zdrojem dat pro jinou kulturu a čtenáře. Možná právě proto je překlad dobrým nástrojem kulturní diplomacie, protože plní stejnou funkci: navazuje dialog.

Překlad je možné vnímat také jako jeden z nástrojů vytváření image určité kultury. Na základě knih a postav určité literatury vzniká často stereotypní, ale silná představa o dané kultuře a celém národu. V případě české literatury je takovým stereotypem postava Švejka. Zkoumáním stereotypů a image se zabývá mezioborová disciplína imagologie, která spojuje literaturu mimo jiné s marketingem nebo kulturní diplomacií.

Proto tuto práci vidím jako pokus o mezioborový příspěvek k tématu, jaký může být přínos překladu pro vytváření obrazu jedné kultury a národa v jiném. *Cílem* práce je prozkoumat teoretické pojmy kulturní diplomacie, národní image a národního branding, překladu a jeho role, a pak tuto teorii aplikovat na konkrétním příkladu. Tím bude hlavně překlad české literatury na Ukrajině po roce 1989, doplněný ale údaji o překladech ukrajinské literatury v Česku a také o překladech české literatury v Bulharsku. Všechny tři kultury mají společnou minulost, ve 20. století patřily do komunistického bloku, což do roku 1989 výrazně ovlivňovalo jejich kulturní politiku. Později se však jejich cesty rozcházejí a každá vytváří v něčem odlišnou image. Proto je hlavní *metodou* použitou v práci komparatistická metoda se zapojením mimoliterárních údajů a teorií do literárního výzkumu.

Materiálem pro výzkum jsou veřejně přístupné informace o kulturní diplomacii České republiky v oblasti literatury a překladu, tzn. činnosti Českých center (se zaměřením na Ukrajinu a Bulharsko), Ministerstva kultury, Českého literárního centra a dalších organizací propagujících českou literaturu v zahraničí (například Praha Město Literatury). Z těchto zdrojů čerpám informace hlavně ke kapitole *Česká kulturní politika v oblasti překladu v 21. století*.

Kromě toho jsou pro tuto kapitolu důležité také rozhovory s ředitelkou Českého centra Kyjev Lucií Řehořikovou a bývalou ředitelkou Českého centra Kyjev a nynější ředitelkou Českého centra Sofie Dagmar Ostřanskou.

Kapitoly o tom, co bylo přeloženo z češtiny do ukrajinštiny po roce 1989, čím se lišila recepce takových překladů do roku 2000 a po něm, a také to, jakou image má česká literatura na Ukrajině, jsou postavené na analýze ukrajinských zdrojů. Jsou to nejen překlady samotné, ale i recenze, komentáře, kritické a historické publikace. Pro výzkum vnímání české literatury na Ukrajině jsou přínosné i dotazníky vyplněné ukrajinskými nakladateli a čtenáři.

Hlavní *hypotéza*, kterou bych v této práci chtěla prozkoumat, je, že překlad literárních děl je zdrojem velkého množství informací o výchozí kultuře, a proto intenzivně formuje image takové kultury v jiné. Proto je překlad jedním z nejučinnějších nástrojů kulturní diplomacie a měkké moci konkrétního státu a jeho podpora je podporou dobrého jména a pozitivního obrazu každé kultury.

Práce je rozdělena do tří kapitol. První si klade za cíl vyjasnit pojmy důležité v kontextu práce a prokázat jejich propojenost. Druhá je věnována teoretickému hledisku překladu a jeho role v kulturní diplomacii, třetí má praktický charakter a je zaměřena na konkrétní data o české literatuře na Ukrajině a ve světě. Důležitou součástí práce jsou také rozhovory s nakladateli a již zmíněnými ředitelkami Českých center.

Výběr a zpracování tématu jsou také ovlivněné profesními zájmy autorky jako překladatelky z češtiny do ukrajinštiny.

Vymezení pojmů

V této kapitole bych chtěla ujasnit základní pojmy, které používám v této práci: hlavně pojem „kulturní diplomacie“ a pojem „překlad“ a také termíny s nimi spojené. Chtěla bych ale také poukázat na to, že některé pojmy používané v různých oblastech lidské činnosti označují jevy podobné, dokonce i totožné. To, co je v marketingu označované jako *brand*, je v kulturní politice *kulturním produktem* a v literární vědě *image*. Zkoumání takových blízkých jevů pomocí interdisciplinárních metod dává možnost vidět je vcelku a komplexně. Chtěla bych zdůraznit, že i překlad samotný vidím jako interdisciplinární činnost, která na rovině jazyka, myšlenky a obrazu spojuje kultury.

Kulturní diplomacie

Pojem kulturní diplomacie je úzce spojený s pojmem veřejné diplomacie. Veřejná diplomacie je součástí tzv. měkké moci, která je politiky a akademiky čím dál víc považována za lepší a účinnější nástroj řízení společnosti než předchozí metody. Pojem „měkká moc“ formuloval ve Spojených státech Joseph Nye, například v knize *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (2004). Dodatečnou popularitu získal díky podpoře politiků, kteří tuto koncepci ve své činnosti uplatňovali, hlavně v době vlády Billa Clintona a Baracka Obamy. Jako hlavní důvod zvětšení role měkké moci Nye vidí globalizaci a snadný přístup k informacím pro velký počet lidí. Za takových podmínek už není možné používat jen klasické nástroje jako vojenské nebo ekonomické prostředky, typické pro tvrdou moc. V jednom ze svých video komentářů Nye uvádí: „When you ask in political contest traditionally who would win, the answer was the side with the biggest army would win, but in today's world, sometimes it's the side with the best story that wins. And that ability to get this story out, to be able to explain things to affect people's mind is crucial“ (Nye, 2019). Tvorba a vyprávění příběhů se pro měkkou moc stává jedním ze zásadních nástrojů vlivu na druhé.

Obecně je měkká moc schopnost ovlivňovat pomocí přitažlivosti a přesvědčování, nikoliv ale donucovacích prostředků nebo peněz. Základním zdrojem měkké moci státu jsou kultura, hodnoty a politika. „Měkká síla je tedy založena na přitažlivosti (hodnot, kultury, politických témat) a v omezenější míře také na schopnosti nastolit určitou agendu a určovat rámec debaty,“ uvádí Petra Baštová (Baštová, 2018, s. 33-34). Veřejná diplomacie, která bere v potaz nejen tvrdou, ale i měkkou moc, si zakládá na pochopení role důvěryhodnosti,

sebekritiky a občanské společnosti. Tyto rysy jsou pro veřejnou diplomacie jakožto nástroj šíření měkké moci velmi důležité.

Eliška Tomalová v knize o francouzské zkušenosti z kulturní diplomacie uvádí, že „nová veřejná diplomacie se liší od tradiční diplomacie. Je založena na sítích (tzv. network model) spíše než na státocentrickém pojetí mezinárodních vztahů. Podle Mellissena je dále postavena na mizení hranice mezi vnitřními a zahraničními záležitostmi a na dialogu se zahraničními aktéry. K dalším charakteristikám patří její zaměření na delší časový horizont, které představuje podstatu jejího problematického vztahu se zahraniční politikou.“ (Tomalová, 2008, s. 15-16). Vidíme, že i ve veřejné diplomacii se jako základní pilíř ukazuje známý filologický pojem dialogu.

A jedna z nejcitovanějších českých badatelek v oblasti veřejné diplomacie Jana Peterková přímo uznává, že podle současného chápání veřejná diplomacie vystupuje jako „proces komunikace se zahraničním publikem, které je osloveno pomocí řady různých nástrojů. Tento proces je zaměřen na dosažení pozitivních představ o zemi, o národních institucích, o kultuře, o cílech zahraniční politiky apod. v myslích zahraniční veřejnosti a státních elit.“ (Peterková, 2008, s. 12).

Mark Leonard spojuje pojem veřejné diplomacie s image konkrétního státu a kultury v zahraničí: „Public diplomacy is based on the premise that the image and reputation of a country are public goods which can create either an enabling or a disabling environment for individual transactions.“ (Leonard, 2002, s. 9). Jak ukážeme dále, právě tyto image jsou důležité i pro literaturu a dojem, který zanechává ve čtenářích.

Pro veřejnou diplomacii je důležitá i časová dimenze. Protože je založena na důvěře a dialogu, které nejde snadno založit nebo změnit během krátkého období, jde spíše o navazování dlouhodobých vztahů. Podle koncepce Marka Leonarda a jeho kolegů má veřejná diplomacie tři časové roviny: reaktivní (trvá hodiny a dny), proaktivní (týdny a měsíce) a budování vztahu (roky). Právě v poslední rovině často spočívá hlavní cíl veřejné diplomacie, tzn. pochopení a sdílení základních hodnot určité společnosti.

Veřejná diplomacie má také tři základní oblasti činnosti (viz tabulka). Pro tuto práci je zásadní poslední oblast, tzn. *kulturní diplomacie*.

Cíl	Reaktivní dimenze (hodiny, dny)	Proaktivní (týdny, měsíce)	Budování vztahu (roky)
politický, vojenský			
ekonomický			

společenský, kulturní			
-----------------------	--	--	--

Tři dimenze veřejné diplomacie. Zdroj: Leonard, M., 2002. *Public Diplomacy*, London: The Foreign Policy Centre.

Kulturní diplomacie není nový jev, ale její teoretické zpracování začalo poměrně nedávno. Jako součást veřejné diplomacie (a tak je kulturní diplomacie chápána nejčastěji, i když ne vždy) je založena na komunikaci. Jako její prostředek používá hlavně umění a kulturu.

Kulturními otázkami se zabývá i tradiční diplomacie, liší se ale aktéři, příjemci a oblasti činnosti. Porovnání kulturní a tradiční diplomacie uvádí v názorné tabulce Eliška Tomalová v knize *Paradigmata v moderní kulturní politice*:

	Kulturní diplomacie	Tradiční diplomacie
Aktéři	<ul style="list-style-type: none"> • Rozhodovatelé • Operátoři • Pracoviště v zahraničí • Aktéři zahraničního vysílání • Aktéři domácí dimenze kulturní diplomacie • Krajské spolky 	<ul style="list-style-type: none"> • Rozhodovatelé • Diplomacie a oficiální zástupci daného státu pověřeni jednáním na bilaterální a multilaterální úrovni
Příjemci/Partneři	<ul style="list-style-type: none"> • Zahraniční veřejnost a krajané • Domácí dimenze 	<ul style="list-style-type: none"> • Diplomacie a oficiální zástupci ostatních států pověřeni jednáním na bilaterální a multilaterální úrovni
Oblast činnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Kulturní a umělecká spolupráce • Výuka v zahraničí • Vnější jazyková politika • Zahraniční vzdělávací politika • Univerzitní a vědecká spolupráce • Zahraniční audiovizuální politika 	<ul style="list-style-type: none"> • Bilaterální a multilaterální jednání vztahující se tematicky k oblasti kultury • Multilaterální spolupráce v oblasti kultury

Kulturní diplomacie a tradiční diplomacie. Zdroj: Nekolný, B., 2014. *Paradigmata moderní kulturní politiky*, V Praze: Institut umění – Divadelní ústav.

Tady bude na místě připomenout i rozsáhlost a neurčitost pojmu „kultura“. Souhlasíme s Petrou Baštovou, která zdůrazňuje, že se „jedná [...] o mnohvrstevný pojem, různě užívaný v různých historických obdobích, v různých zemích a v různých vědních disciplínách.“ (Baštová, 2018, s. 41). V druhé polovině 20. století ustoupilo tradiční pojetí kultury jakožto umění a vzdělání do pozadí a dalo prostor širší definici. Teď je docela časté označení kultury „jakožto veškerých produktů lidské činnosti či soustavy náboženských, etických a estetických hodnot [...], případně jako sdíleného systému znaků a symbolů.“ (Baštová, 2018, s. 42-43). Takhle široce pojatá kultura určité země je velkou a podstatnou součástí image této země. Kulturní diplomacie, která s kulturou pracuje, pracuje hlavně s touto image své země a národa. Snaží se prezentovat produkty a hodnoty důležité v prostředí svého původu a přiblížit je přijímající kultuře. Při dlouhodobém, zaměřeném úsilí pak vzniká určitá představa, určitá image spojená s výchozí kulturou. Dále uvidíme, že takovou představu je často těžké překonat, často bývá hodně vzdálená od představy dané kultury o sobě samé a také se může týkat docela širokého spektra jevů. Proto se také přikláníme k širokému pojetí kultury a zdůrazňujeme časovou náročnost její prezentace v zahraničí.

Pro současné pojetí kulturní diplomacie je důležité také to, že je vždycky závislá na přijímající kultuře a není tedy jednosměrná. Kulturní diplomacie v konkrétní zemi se bude lišit od situace v jiných zemích nejen proto, že se budou lišit její cíle a prostředky, ale i proto, že se bude lišit i kultura, která vstupuje do komunikace. Nebude jen přijímat to, co se jí nabízí, bude reagovat na určitou kulturní nabídku nebo naopak ignorovat určité její aspekty, bude odpovídat, měnit a přizpůsobovat výchozí kulturní produkt. Jak uvádí Jitka Pánek Jurková v knize *Kulturní diplomacie Číny a její regionální variace*: „Přesto se většinou na kulturní a umělecké iniciativy pohlíží jako na žádoucí způsob mezinárodní komunikace. [...] Ve století jednadvacátém je v normativní rovině zřetelný příklon k narativu „dialogu skrze kulturu“ a zavržení dřívějšího paradigmatu jako kolonialistického a kulturně-imperialistického.“ (Klimeš, 2018, s. 30)

Jedná se tak o kulturní dialog, řízenou, nikoliv náhodnou výměnu hodnot a produktů mezi dvěma (případně více) společnostmi. Úvodní kapitola v knize o kulturní diplomacii Číny nabízí definici, podle níž je kulturní diplomacie „komunikace se zahraničním publikem pomocí kultury za účasti vlády“ (Klimeš, 2018, s. 37).

Důležitým aspektem kulturní diplomacie je její regionální variace. To, jak je prezentován daný stát a jeho kultura v zahraničí, se bude v různých přijímajících státech lišit. A bude se lišit i působení a vnímání akcí kulturní diplomacie v jednotlivých státech: „Lze říci, že vnímání daného státu je souhrnem četných identit, kterými tento stát disponuje v jednotlivých regionech a zemích“ (Nekolný, 2014, s. 70). V této práci se budu věnovat hlavně tomu, jak je prezentována Česká republika na Ukrajině, a to v konkrétní oblasti literárního překladu. Tato prezentace je ovlivněná řadou historických, ekonomických, politických a kulturních faktorů, které budou také zmíněny. Pro srovnání použiji fakta z oblasti prezentace české literatury v dnešním Bulharsku, Německu, případně jiných zemích.

Pro kulturní diplomacii je důležitý i příjemce. Na rozdíl od tradiční diplomacie se kulturní diplomacie zaměřuje na širokou veřejnost v cizí zemi a částečně i na domácí publikum, pro které je součástí formování vlastní identity. Je ale nutné zdůraznit, že široká veřejnost, kterou kulturní diplomacie oslovuje, je často také určitou skupinou obyvatelstva. Jedná se v první řadě o osoby pracující v oblasti vzdělání, umění, vědy apod. Zájem o cizí kulturu mají přirozeně ti, kdo se pravidelně zabývají kulturou vlastní. Později ukážeme, že tento aspekt je při formování image určité kultury jak doma, tak v zahraničí velmi důležitý.

Eliška Tomalová také zdůrazňuje, že to „s jakou intenzitou a výší finanční a politické podpory se stát rozhodne investovat do jednotlivých oblastí kulturnědiplomatické aktivity, se odvíjí od řady lokálních specifik – na straně státu vysílajícího i státu příjemce.“ (Tomalová, 2008, s. 28). Ovlivnit kvantitu a kvalitu úsilí věnovaného kulturní diplomacii může například obecný postoj daného státu ke kultuře – do jaké míry je pro něj důležitá i uvnitř státu, jakou má politickou a finanční podporu a zda je stát vůbec ochoten se otázkami kultury zabývat. Záleží to na obecných finančních možnostech státu – chudé státy samozřejmě investují do kultury méně – ale také na roli centralizace v organizaci kulturních aktivit a jejich soustředěnosti pod vedením státních orgánů. Například kulturní politika Číny je do značné míry řízena státem, který investuje do těch oblastí kultury, které považuje za důležité pro vlastní cíle převážně propagačního charakteru. Politický režim a úroveň ekonomického rozvoje jsou tak základní podmínky určující charakter kulturní diplomacie konkrétního státu.

Kulturní diplomacie je také závislá na velikosti státu: říká se, že malé státy jsou v kulturní diplomacii méně ambiciózní. Neznamená to, že nemůžou aktivně prezentovat svoji kulturu a tvořit vlastní image, ale dělají to často opatrně a v menším rozsahu, orientují se na určité státy důležité pro komunikaci. Je to dané i tím, že směr kulturní politiky je závislý i na geograficko-politických prioritách: při výběru cílových kultur mají často přednost sousední státy a hlavní světové velmoci.

Kulturní diplomacie je samozřejmě bezprostředně spojena i s vývojem událostí na mezinárodní scéně, což můžeme bezprostředně pozorovat během pandemie na jaře 2020, která má omezující vliv na celou oblast kultury jak doma, tak v zahraničí, kulturní aktivity jsou soustředěné převážně online a mají jiné úkoly, možnosti a prostředky než dřív. Podobný vliv mají ekonomické a politické záležitosti mezinárodního rázu. Intenzita a charakter kulturní diplomacie jsou tedy závislé na celé řadě podmínek jak vnitřních, tak vnějších.

Pojem kulturní diplomacie je často pojímán jako synonymum zahraniční kulturní politiky, což ale není úplně přesné a pojetí různých autorů a autorek se v tomto ohledu liší. Petra Baštová uvádí: „Pod pojmem ‚zahraniční kulturní politika‘ rozumějme tu část mezinárodních státních i společenských vztahů v oblasti kultury, vzdělávání, vědy a v sociální oblasti, která je podporována státem jakožto záměrně užívaný nástroj zahraniční politiky.“ (Baštová, 2018, s. 44). Vidíme, že nástroje a cíle jsou pojaté velmi podobně, takže pro účely této práce je nebudu nějak výrazně rozlišovat. Při analýze kulturní diplomacie České republiky použiji i oficiální dokumenty spojované s kulturní politikou i zahraniční prezentací země.

National branding

Kulturní diplomacie je spojena i s řadou dalších pojmů, které mají jak společné, tak odlišné rysy.

Při prezentaci jakékoliv kultury navenek samozřejmě působí princip výběru: ne všechno, co daná kultura nabízí, se prezentuje v zahraničí. Tento výběr je odůvodněn jak tím, co může v dané zemi zapůsobit víc (například na základě už existujících stereotypů), tak tím, jaké nové asociace si kulturní diplomacie klade za cíl vytvořit. Tato selektivita spojuje kulturní diplomacii s oblastí marketingu, hlavně s jedním jejím specifickým odvětvím známým jako branding. „Ten je zaměřený na zvýšení atraktivity země pro ekonomické účely, např. zvýšení přílivu turistů a investorů. Vychází z marketingu a soustřeďuje se na budování srozumitelné, pozitivní značky, a nutně tak selektivně zachází s prezentovanou realitou“ (Klimeš, 2018, s. 47). Jde o branding konkrétní země a formování značky státu. Jak uvidíme v další podkapitole, je to často stereotypní obraz dané kultury a společnosti. Eliška Tomalová tvrdí, že „každý stát takovou ‚značku‘ přirozeně má, je tvořena představami zahraničního publika o daném státu. Branding však vychází z předpokladu, že je možné stávající pověst změnit či znovu vytvořit“ (Tomalová, 2008, s. 20). Na stejném předpokladu je založena i veřejná diplomacie, která usiluje právě o takové formování pověsti své kultury. Vidíme, jak se taková potřeba tvoření značky projevuje například v Konceptu jednotné prezentace České republiky (2005). Jako jeden ze svých hlavních úkolů vidí potřebu „budovat značku České republiky jako sebevědomého inovačního lídra“, protože „marketingová značka není jen symbolem, je také určitou zárukou, vyjadřuje emoce, hodnoty, které chceme, aby si lidé s Českou republikou spojovali“ (Anon., 2005).

Existují dva odlišné přístupy k porovnání veřejné diplomacie (včetně kulturní) a brandingu. V jednom je zdůrazněno to, že branding je pojem mnohem širší a týká se výhradně marketingových účelů. Druhý spojuje branding a veřejnou diplomacii na základě toho, že obojí pracuje s formováním národní identity jednotlivých států za podmínek globalizačních procesů (Peterková, 2008, s. 18-19). V tom případě se účely brandingu a diplomacie shodují: „Obě oblasti jsou zaměřeny na zahraniční veřejnost, na její vnímání daného státu a jeho aktivit, i když mají rovněž domácí dimenzi. Jako východisko oběma slouží spíše cizí než domácí představy o daném státě“ (Peterková, 2008, s. 19). Tato cizí představa, jak ještě uvidíme, je pro konkrétní kulturu vždy velmi důležitá, protože doplňuje její představy o sobě samé, koriguje je a často může být zcela odlišná od vlastních stereotypů o sobě.

Eliška Tomalová nabízí následující porovnání veřejné diplomacie a branding (s. 23):

	Veřejná diplomacie	Branding
Motivace	ekonomické, politické, strategické	primárně ekonomické
Disciplinární základ	mezinárodní vztahy, politické vědy, diplomatická studia, analýza zahraniční politiky	mezinárodní vztahy, politické vědy, public relations, marketing

Veřejná diplomacie a branding: motivace a disciplinární základ pro jejich zkoumání. Zdroj: Tomalová, E., 2008. *Kulturní diplomacie: francouzská zkušenost*, Praha: Ústav mezinárodních vztahů.

Z tabulky je vidět, že i když mají tyto dva pojmy něco společného, zároveň se dost liší: branding sleduje více marketingovou perspektivu. Ještě víc rozdílů najdeme přímo mezi kulturní diplomacií a brandingem. Kulturní prezentace je zaměřená na strategické dlouhodobé cíle. Branding je často krátkodobou záležitostí. Veřejná diplomacie může používat branding jako nástroj, ale má i jiné. Stejně tak při branding může, ale nemusí pomáhat. Kromě toho se „kulturní diplomacie [...] od nation branding liší tím, že nepracuje s marketingovými technikami, ale s kulturními produkty, které jsou v naprosté většině méně jednoznačné. Význam pro zahraniční publikum je tedy do velké míry dotvářen kontextem“ (Klimeš, 2018, s. 47).

Je však nutné zdůraznit, že úkol, který sdílí veřejná diplomacie a branding, tzn. formování a prezentaci vlastní identity, má zároveň důležitý vnitřní výsledek: prostřednictvím vnějších vztahů ovlivňuje taky život uvnitř státu a určité kultury.

Dalším blízkým pojmem, a to také na základě záměrně zúženého vykreslení reality, je pojem *propagandy*. Je zatížen negativními historickými konotacemi (ve smyslu nacistické nebo komunistické ideologické propagandy), ale v podstatě má také za cíl ovlivňování publika, jeho vnímání daného státu, je zaměřený na širokou veřejnost a dlouhodobou působivost. Hlavní rozdíl však spočívá ve způsobech dosažení zmíněného cíle. Veřejná, a hlavně kulturní diplomacie nabízí mnohem větší prostor pro vlastní interpretaci a dialog než propaganda. „Veřejná diplomacie je tak definovaná jako nástroj, který sice usiluje o lepší percepci státu v zemi příjemce, ovšem publiku je dán větší prostor pro interpretaci,“ zdůrazňuje Eliška Tomalová (Tomalová, 2008, s. 19-20). Takový názor podporuje i Petra Baštová, která o propagandě píše: „Tento původně neutrální pojem dnes bývá spojován s manipulací a

jednostrannou prezentací nepřipouštějící dialog ani odlišné interpretace“ (Baštová, 2018, s. 51). Nemůžeme očekávat, že kulturní diplomacie bude prezentovat navenek kulturu vlastní zemi úplně objektivně. Víme však, že „kultura často byla – a je – používána k vystavění narativu značně vzdáleného od reality země, která jej iniciovala“ (Klimesš, 2018, s. 44). Obraz, který o vlastním státu a jeho kultuře tvoří veřejná diplomacie, a obraz, který v cizím státě doopravdy vzniká, se můžou do značné míry lišit, což uvidíme i v případě prezentace České republiky v oblasti překladu. Nelze to ale považovat za chybu, protože je to spíš výsledkem zmíněné svobody interpretace. Kulturní diplomacie – alespoň u demokratických států – nevytváří jediný „správný“ obraz, což je typickým cílem propagandy. Slouží spíš pro orientaci a možnost výběru, co přesně ten nebo onen příjemce chce nebo je schopen pochopit, použít, interpretovat. Kulturní diplomacie je také otevřená zpětné vazbě a na rozdíl od propagandy ji dokonce očekává.

Imagologie (image, stereotype)

Zkoumání formování brandu a image určité kultury a státu založené na zásadách současného marketingu není cizí ani literární teorii. Věnuje se mu imagologie – literárněvědný směr uvnitř srovnávací literární vědy (komparatistiky), která „se zabývá obrazy druhých i sebe sama, formovanými národní identitou, jak se vyskytují v literatuře“ (Nünning, Trávníček, Holý, 2006, s. 335).

Vědecké předchůdce imagologie najdeme už v 19. a na začátku 20. století. Tehdy se aktivně zkoumaly tzv. „národní charaktery“, které byly považovány za dané a popsatelné. Takové hledisko doplňovalo zkoumání mezikulturních vlivů a charakterů. Ve 20. století se však představa o „národních charakterech“ mění. Nejdřív se uznává jejich chronologická a synchronická proměnlivost, i když stále zůstává v platnosti pozitivistický a empirický přístup. Zásadnější změny začaly po metodologické kritice komparatistiky hlavně od Reného Wellka v 60. letech 20. století. Nové pojetí imagologie v té době prosazuje Hugo Dyerinck, který ji označuje za „obor zaměřený literárněvědným způsobem, který striktně zamítá myšlenková schémata psychologie národů i pozitivistické postupy a nahrazuje ‚ideologické kategorie‘ zkoumáním historických souvislostí, v nichž vznikají a působí obrazy národních představ“ (Nünning, Trávníček, Holý, 2006, s. 336).

Jeden z největších současných teoretiků imagologie Joep Leerssen k této změně uvádí: „Literary scholars began to note that national characterizations related, first and foremost, not to an external anthropological reality mimetically represented, but to an oppositional discursive economy of other national characterizations, most fundamentally along an axis of Self vs. Other (soon termed ‚auto-image‘ vs. ‚hetero-image‘)“ (Leerssen, 2016, s. 15-16).

Uvádí také základní pojmy používané při imagologickém badání. Jsou to pojmy Já a Jiný, nebo auto-image a hetero-image. Jsou to protiklady těsně spojené a vzájemně se ovlivňující: představa, kterou Já mám o sobě (auto-image), je hodně závislá na tom, jakou představu mám o Jiných a jak si Jiní představují Mě (hetero-image). Abychom pochopili, kdo jsme, musíme najít rozdíly mezi těmito představami o vlastnostech a charakteristikách. Rozlišování a formování opozic utváří sebeidentifikaci: „the characteristics presented as being meaningfully representative of the nation as a type, are in fact selected and highlighted because they set that nation apart from others“ (Leerssen, 2016, s. 17). Díky takovému rozlišování, nebo naopak – za jeho účelem – vznikají v našich představách určité etnické typy: „What is specific about ethnotypes is that they single out a nation from the rest of humanity by ascribing a

particular **character** to it, i.e. a temperamental or psychological predisposition motivating and explaining a specific behavioral profile“ (Leerssen, 2016, s. 17).

Takové obrazy Jiných jsou v našich představách často stereotypní. Pojem *stereotyp* používáme „k označení silně zjednodušených, schematizovaných, pevně stanovených a široce rozšířených představ skupiny o jiné skupině (heterostereotyp) či o sobě samé (autostereotyp)“ (Nünning, Trávníček, Holý, 2006, s. 730). Stereotypy vznikají dost pomalu a pomalu se i proměňují. Ovlivňují různé oblasti života a je těžké je mít pod kontrolou. Stereotypy z různých úhlů pohledu zkoumají různé vědní obory, věnuje se jim například feministická nebo postkoloniální kritika, nebo též kognitivní sémantika. Jsou také předmětem zájmu imagologie – v tom, co se týká národních charakteristik.¹

Stereotypní představy mohou být pozitivní i negativní. To znamená, že pro danou kulturu, která se snaží o svou pozitivní image v zahraničí, mohou být některé stereotypy užitečné. Přináší dlouhodobý kladný vztah k dané zemi, formují základ pro další pozitivní vztahy a vnímání dané kultury, i když nejsou nutně pravdivé.

Veřejná diplomacie pracuje se stereotypy a image v praxi. Prostřednictvím umění a kultury se snaží formovat takovou představu, která by byla dobrá, pozitivní a prospěšná pro mezikulturní komunikaci. Zároveň tato představa nemusí úplně odpovídat reálné situaci, a to z různých důvodů: auto-image je obecně neúplná a potřebuje zpětnou vazbu, reakci přijímající kultury. Kulturní diplomacie se snaží měnit jen negativní stereotypy, což je složitý a dlouhodobý proces. Joep Leerssen nabízí dvě možnosti: „By the same token, ethnotypes can be valorized positively or negatively, depending on what sympathies are at work. This can take place in two ways: either a given ethnotype is replaced by an alternative, opposingly valorized counter-image (‘The Irish are not violent benighted terrorists, but sensitive, otherworldly dreamers’), or else the ethnotype will be inflected with a different valorization (‘the Irish, sensitive otherworldly dreamers that they are, are exasperatingly unfit for practical life’)“ (Leerssen, 2016, s. 18-19).

¹ Joep Leerssen používá pro tento jev blízký pojem *reputace* a píše o něm toto: „We know most foreign cultures, and much of our own culture, by reputation only. We have an „image“ of the Scottish, Belgian or Spanish national character even though we personally may know at most only a handful of people from those countries, and have no way of assessing how ‚typical‘ these persons are as representatives of their nation. Even so, we have no problem in recognizing certain temperamental attributes as being ‚typical‘ for certain nations: the Scottish reputation for stinginess, the Belgian reputation for stupidity, the Spanish reputation for pride, are sufficiently well known for us to enjoy jokes or stories which invoke, and rely on a knowledge of those attributes“ (Leerssen, bez data).

Na rozdíl od kulturní diplomacie se imagologie stereotypy nesnaží měnit. Nezáleží na tom, zda jsou pozitivní nebo negativní, ani na tom, do jaké míry odpovídají realitě. Imagologie zkoumá text a jeho kontext, tzn. hlavní důraz je kladen na to, jak určitý stereotyp nebo určitá image vznikají v rámci textové struktury a jaký vliv na to má vnější kontext. Takovým kontextem ovlivňujícím čtenářské vnímání textu může být i úsilí vyvinuté kulturní diplomacií při prosazování určitých kulturních rysů. Hodnotu pro imagologické bádání však nemá toto úsilí, ale jeho textový a interpretační výsledek: „Instead of an ethnotype's truth value, the research focus is on its persuasive poetical and rhetorical power, and that in turn depends on its recognition value and on the effectiveness of its discursive presentation“ (Leerssen, 2016, s. 19). Není důležité, jaká je mimotextová realita, ale to, jestli je popsána a vytvořena v uměleckém textu dostatečně dobře, věrohodně a přesvědčivě.

Stejně jako pro účely kulturní diplomacie není důležité, zda je stereotyp pravdou nebo ne, pokud je pozitivní, pro imagologii je také důležité pracovat se všemi stereotypy, ale jinak. Nezdůrazňuje to, zda víra v něco nebo přesvědčení o něčem je pravdou. Nevstupuje do debat o tom, jak samotný stereotyp vzniká, kdo a co ho podporuje, kdo a co se ho naopak snaží změnit. Zajímá se pouze o to, zda stereotypní představa ve fikčním textu je věrohodná, zda jí čtenář bude věřit a zda vyvolá očekávaný efekt. Joep Leerssen ve svém shrnutí imagologické teorie uvádí, že „in actual practice this means that, in studying national stereotypes and alleged "national characters" or national reputations, an imagologist is not concerned with the question whether that reputation is true, but how it has become recognizable“ (Leerssen, bez data).

Už zmíněná Koncepce jednotné prezentace České republiky také zdůrazňuje potřebu pracovat s image, chce „podporovat vytváření pozitivního obrazu České republiky a přispět tak ke zlepšení povědomí o ČR a ke zvýšení její důvěryhodnosti na mezinárodní scéně“. Celkový obraz státu se samozřejmě skládá z různých aspektů, ale kultura v něm často hraje velkou a důležitou roli. Právě Koncepce klade docela velký důraz na kulturní aktivity ve prospěch formování hetero-image Česka v zahraničí. Jejím cílem je „ČR jako partner, který je hoden pozornosti a zájmu lidí v cizích zemích“, a proto uvádí, že „díky svým tradicím, kultuře, uznávaným hodnotám i současným aktivitám je Česká republika velmi atraktivní a vyhledávanou destinací pro zahraniční partnery ať už v oblasti obchodní, kulturní nebo turistické“ (Anon., 2005).

To, jak přesně bude vytvářen hetero-image Česka a české kultury, však nezáleží jen na úsilí samotného Česka. Velice důležitou roli hraje to, jaké jsou podmínky pro přijetí takového úsilí druhou, přijímající stranou. Pokud povědomí o Česku z této strany vůbec neexistuje, zabere jeho formování – pozitivní nebo negativní – více času, ale bude možné ho pomoci

kulturní diplomacie víc ovlivnit. Ale v případě, že taková představa už je, budou působit zažitě stereotypy. Pokud jsou negativní, změna potrvá také dlouho, a vůbec není zaručeno, že cílevědomé kroky zajistí žádaný výsledek: stereotypy jsou silný nástroj, který je těžké ovlivnit. Pokud jsou pozitivní, mohou být dobrým začátkem pro rozvoj a podporu mezikulturní komunikace.

V případě hetero-image české kultury na Ukrajině, na kterou se soustředí táto práce, můžeme říct, že určité kulturní stereotypy existují. Je to dáno dlouholetou historií kontaktů mezi těmito kulturami, společnými dějinami, geografickou a kulturní blízkostí. Při potřebě hodnotit tyto stereotypy se přikláníme k názoru vyjádřenému ředitelkami Českého centra v Kyjevě Dagmar Ostřanskou a Lucií Řehořikovou, že česká kultura je na Ukrajině vnímána spíš kladně a má dobrou základnu pro rozvoj pozitivní image.

Literární překlad

Z předchozích podkapitol je jasné, že to, o co se pokouší kulturní diplomacie v praxi, pak teoreticky zkoumají imagologická studia. Jde hlavně o tvoření určité image daného národa a jeho kultury.

Kulturní diplomacie pro tento účel využívá různé nástroje a kanály. Například Petra Baštová uvádí rozsáhlý seznam toho, co německá kulturní diplomacie považuje za vhodné prostředky pro šíření kultury. Poněvadž rozumí pojmu „kultura“ velice široce, seznam možných aktivit také není malý a zahrnuje „mezinárodní kulturní výměnu v nejužším slova smyslu [...], zprostředkování německého jazyka a znalosti reálií Německa (jazykové kurzy, knihovny), podporu německých škol v zahraničí, mezinárodní spolupráce ve vzdělání a vědě, provozování rádiových a televizních stanic zaměřených primárně na zahraniční posluchače / diváky, spolupráci společenských organizací, pomoc rozvojovým zemím v oblasti kultury a vzdělávání i výměnné programy pro mládež, a dokonce i mezinárodní sportovní akce společenského významu“ (Baštová, 2018, s. 48).

Oblasti působení kulturní diplomacie jsou tedy docela rozsáhlé a skoro všude jsou spojeny s potřebou překladu a tlumočení. V této práci se však soustředíme jen na užší segment, a to na literární překlady. Tím myslím hlavně knižní, případně časopisecké překlady beletrie, poezie, non-fiction literatury a textů spojených s jinými druhy umění (film, divadlo, výtvarné umění apod.). Spadají pod tzv. kulturní výměnu v oblasti literatury, ale také napomáhají zprostředkovávat kulturní reálie dané země v zahraničí.

Literární překlad je zároveň dobrým materiálem pro imagologický výzkum. V takovém případě se bude jednat nejen o to, jak se v nějakém konkrétním textu projevují představy daného národa o sobě (auto-image) a jiných národech (hetero-image), ale také obecné myšlenkové stereotypy o charakteru národa. Nebudu zkoumat pouze jejich vliv na formování fikčního světa literárního díla, ale podívám se na širší kontext. Uvidíme, jak je vnímána daná literatura, co je považováno za její přední vzory, které stojí za překlad, a také jak jsou tyto texty přijímány a interpretovány v přijímající kultuře, jaký dojem zůstává u recipientů po přečtení přeložených literárních textů a jakou image dané kultury tyto texty zprostředkovávají.

Aktivita v oblasti jazyka a literatury patří mezi nejrozšířenější činnost kulturní diplomacie a dostávají, alespoň u hlavních světových aktérů, statní podporu. Jak zmiňuje Eliška Tomalová, „aktivity v jazykové oblasti doprovází i podpora, která spočívá ve financování překladu děl autorů daného státu do jazyka státu příjemce. Představuje velmi dobře přijímanou

a nenásilnou formu kulturní diplomacie, za kterou nebývá čtenáři hned patrné zahraničněpolitické pozadí. Pomáhá seznámit čtenáře na jedné straně s aktuálním vývojem na literární scéně daného státu, na druhé straně může zaplňovat mezery, které vznikly v období bez užších kulturních kontaktů. [...] Podpora překladu tak pomáhá přiblížit kulturní model státu, který jej financuje“ (Nekolný, 2014, s. 65).

Důležitou roli hraje také selekce prováděná oboustranně – jak státem, který vybírá, které překlady do cizích jazyků podpoří, tak i příjemci (překladaři a nakladatelé ve státě, kde překlad vyjde). Z množství knih, které jsou buď považované za klasická díla dané kultury, anebo vycházejí v určitém období poprvé a získávají čtenářskou pozornost, se zpravidla jen menší část dočká překladu do jiných jazyků. Faktory, který tento proces selekce ovlivňují, jsou různorodé (informovanost, celkové možnosti vydávání překladů, osobní preference překladařů a nakladatelů, ideologické důvody, financování). Zajímavé je ale to, že knihy, které ve výchozí kultuře získaly popularitu, nemusejí být nutně přeloženy a dobře akceptovány přijímající kulturou. Platí to i obráceně – některé knihy jsou za hranicemi své kultury populárnější než uvnitř, a dokonce spoluvytváří i image této kultury nebo stereotypy o ní. Jak ještě uvidíme, je právě i to případ recepce české literatury na Ukrajině.

Kulturní diplomacie jako způsob šíření informací o určité kultuře a státě je čím dál užitečnějším nástrojem doplňujícím tradiční diplomacii. Kulturní diplomacie má za úkol pracovat se stereotypy o výchozí kultuře a pomocí různých aktivit tvořit pozitivní vlastní image v přijímající kultuře. Takové image zkoumá v rámci literatury také imagologie.

Jedním z nástrojů kulturní diplomacie je překlad, hlavně literární překlad klasických a populárních textů beletrie, poezie a non-fiction literatury. Ve třetí kapitole se soustředíme na konkrétní příklad fungování překladu jako diplomatické činnosti, a to u překladů z češtiny do ukrajinštiny po roce 1989.

Překlad a tvorba národní image

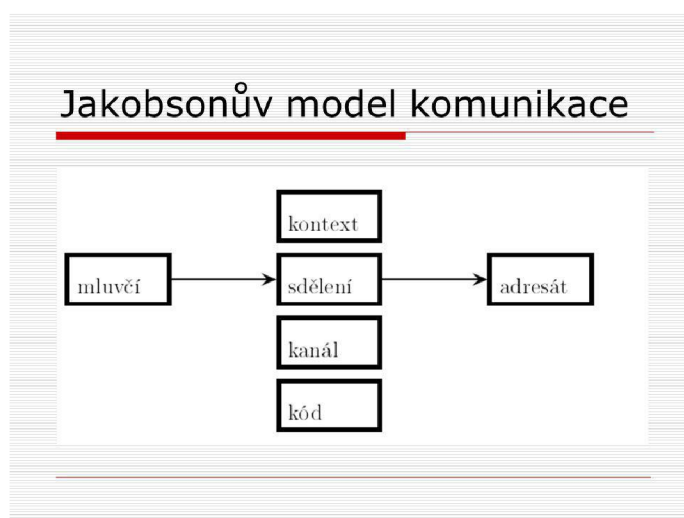
V této kapitole bych se chtěla podívat na překlad jako komunikační akt a poukázat na možnosti takového aktu v mezikulturním měřítku. Jaké informace předává mluvčí a jaké získává recipient? Pomocí jakých znaků se to děje a jaké rušivé vlivy to komplikují? Jakou roli má v tomto komunikačním aktu překladatel a jeho interpretační schopnosti? Také bych chtěla upozornit na výhody a nevýhody překladu jako nástroje kulturní diplomacie a proč je investice do překladů přínosná pro výchozí a přijímací kultury.

Překlad jako komunikační akt

Překlad je jedním z literárněvědných pojmů, které za dobu existence svého teoretického vnímání zažily hodně interpretací a byly zkoumány ze zcela odlišných úhlů pohledu. V této práci se u interpretace překladu držím především komunikačního přístupu.

Základem komunikačního přístupu je myšlenka, že překlad je jednou z forem mezilidské komunikace, chápané jako výměna názorů, myšlenek, postojů nebo informací. Původně se komunikací zabývali matematici, ale díky strukturalismu a sémiotice a jejich proniknutí do jazykovědy a později i literární vědy se tento pojem aktivně používá i v těchto oblastech lidské činnosti.

Pro pojetí komunikace v lingvistice sehrál důležitou roli model, který v roce 1956 vytvořil Roman Jakobson (práce „Лингвистика и поэтика“), a který byl později různě kritizován a doplňován. Podle Jakobsona v každém komunikačním aktu hraje určitou roli šest faktorů: mluvčí, sdělení, adresát, kanál, kontext a kód. Jsou vzájemně propojené a tvoří jeden komunikační celek:



Při adaptaci tohoto modelu pro oblast překladu jako zvláštního komunikačního druhu vzniká potřeba zprostředkovatele, tedy toho, kdo kód mluvčího transformuje v kód adresáta. Často musí to udělat dokonce tak, aby se samotné sdělení a jeho kontext změnilo co nejméně a aby adresát vnímal překlad (překódované sdělení) jako původní sdělení. Překladatel zůstává adresátem v komunikaci s autorem originálního textu, ale zároveň je v komunikaci s novým čtenářem překladu sám mluvčím. Hraje proto dvojitou roli a musí splňovat požadavky kladené na obě komunikační strany: vnímat i produkovat sdělení. Jeho důležitou schopností je také schopnost interpretovat. Jakobson právě interpretaci považoval za jednu ze základních os verbální komunikace (a překladu jako takového) a hodně ji zobecňoval. Známa je jeho klasifikace interpretace verbálního znaku a překladu:

„Мы различаем три способа интерпретации вербального знака: он может быть переведен в другие знаки того же языка, на другой язык, или же в другую, невербальную систему символов. Этим трем видам перевода можно дать следующие названия:

1) Внутриязыковой перевод, или переименование – интерпретация вербальных знаков с помощью других знаков того же языка.

2) Межъязыковой перевод, или собственно перевод, – интерпретация вербальных знаков посредством какого-либо другого языка.

3) Межсемиотический перевод, или трансмутация, – интерпретация вербальных знаков посредством невербальных знаковых систем.“ (Jakobson, 1978)

V této práci zůstáváme u mezijazykového překladu, pro který je důležité, že původní autorovo sdělení je interpretované nejdříve překladatelem a teprve potom čtenářem. Proto je role překladu a překladatele tak důležitá a pro působení daného textu v zahraničí může být klíčová. Image, kterou bude mít text v novém kulturním prostředí, závisí na schopnostech překladatele zprostředkovat sdělení a jeho kontext pomocí kódů a kanálů, které má k dispozici.

Proč by ale nějaká kultura měla potřebovat takové zprostředkované sdělení od jiné kultury? Touto otázkou se zabýval ruský strukturalista a Jakobsonův pokračovatel Jurij Lotman. Komunikaci mezi kulturami viděl jako součást obecného dialogu mezi Já a Jiným, který se projevuje jak na individuální, tak i na mezikulturní úrovni stejným způsobem. Ve článku *K teorii interakce kultur (sémiotický aspekt)* uvažuje o možných důvodech zájmu o věci, člověka nebo myšlenku: „Можно назвать лишь две возможные побудительные причины, вызывающие интерес к какой-либо вещи или идее и желание ее приобрести или освоить: 1) нужно, ибо понятно, знакомо, вписывается в известные мне представления и ценности; 2) нужно, ибо не понятно, не знакомо, не вписывается в

известные мне представления и ценности. Первое можно определить как «поиски своего», второе — как «поиски чужого»“ (Lotman, 1992).

Přemýšlí o tom, proč pro jakoukoliv identitu není dostačující jen to svoje, které je už dobře známo a tvoří jasný obraz vlastního Já, tzn. auto-obraz. Dospívá k myšlence o tom, že tvůrčí komunikace s tím známým není uspokojivá a pro vlastní rozvoj a komplikaci potřebuje obohacení Jiným. Kromě toho tvrdí, že jakékoliv Já a jakákoliv identita bez toho druhého není možná, protože pochopení vlastního Já začíná tehdy, když vidíme a poznáváme rozdíly mezi Já a ne-Já. Kultura otevřená jiným kulturám lépe zná sebe a je tvořivější a produktivnější: „Культуры, ориентированные на сообщение, носят более подвижный, динамический характер. Они имеют тенденцию безгранично увеличивать число текстов и дают быстрый прирост знаний“ (Lotman, 1992).

Překlad jako forma komunikace mezi kulturami je proto důležitý nejen pro formování hetero-obrazu, nejen pro vizi toho, jací jsou ti ostatní, ale i pro formování vlastního Já. Otázkou překladu jako mezikulturní komunikace se zabývá i profesor Tartuské univerzity, pokračovatel názorů Lotmana a Jakobsona Peeter Torop.

Podobně jako jeho učitelé tvrdí, že identita je těsně spojena s potřebou dialogu a že sebepoznání dokonce není možné bez poznávání Jiného. Středobodem osobní, národní nebo společenské identity je právě schopnost nastavit a určit hranice mezi Já a Jiným. Taková hranice nejen rozděluje, ale taky spojuje, slouží základem pro potenciální dialog.

Překlad lze považovat v tomto případě za nástroj, s jehož pomocí stanovujeme hranice mezi Já a ne-Já a poznáváme svět. Překladaelé jsou pak ti, kdo hranice nejen posouvají, ale i vytváří. Zároveň na hranici stále zůstávají a vidí jinakost a identitu z dvojí perspektivy. Můžou tak podporovat a zdůrazňovat rozdíly, chránit cizí identitu před identitou vlastní, anebo transformovat, proměňovat a sjednocovat různé identity pro jejich lepší vzájemné pochopení.

Překladatel má několik úloh a vystupuje nejen jako ten, kdo překódovává původní sdělení. Pomocí překladů získává kultura citlivost a schopnost vnímat sebe a druhé, překlady vystupují jako zrcadla, nebo v Toropově pojetí jako metajazyky: „One of the missions of the translator is to increase the receptivity and dialogic capability of a culture, and through these also the internal variety of that culture. As mediators between languages, translators are important creators of new metalanguages“ (Torop, 2008, s. 376). Role překladatele jsou rozmanité a ovlivňují celý proces mezikulturní komunikace: „The translator is simultaneously a mediator, creator, producer, manager, critic, and sometimes ideologue. All of these roles make up various aspects of cultural behaviour and can be correlated to the entire textual corpus of a culture“ (Torop, 2008, s. 377). Znamená to, že to, jak překladatel vybírá texty k překladu (nebo

přistupuje na nabídku nakladatele), jak je uvádí do nového kontextu, komentuje a propaguje do značné míry ovlivňuje, jaký obraz výchozí kultury vznikne v kultuře přijímající. Překladatel tak je v roli tvůrce anebo redaktora image celé kultury.

Velice často je jeho práce ovlivněna neliterárními podmínkami, mezi něž patří ideologie a ekonomika. Tyto podmínky tvoří často knižní trh nejen konkrétní země, ale i větších celků. Jsou propojené a tvoří základ, který sám překladatel dokáže jen těžko změnit: „Problems of ideology and economics are difficult to view in isolation, since the concept of the market already combines in itself aspects of both the local and the global market” (Torop, 2008, s. 386). Proto samotné sdělení, které zprostředkovává překladatel, závisí také na kontextu, do kterého se dostane (případně nedostane) v nové přijímající kultuře. Torop vidí dva druhy kanálů, kterými se text v překladu dostává do přijímající kultury: „The introduction of an author into a culture is already ideologically and politically colored. The channels through which an author enters a culture by means of translation can be divided into two groups — the channel of authorized discourse and the channel of unauthorized discourse“ (Torop, 2008, 387). Překlad a překladatelská metoda mohou odpovídat oficiální představě o nějaké zemi a její kultuře, nebo ji naopak popírat. Můžou zůstat v mezích daných stereotypním vnímáním této kultury, nebo se proti němu stavět. Každý nový překlad je ovlivněn jak vnitrotextovými, strukturními a estetickými požadavky, tak normami, který leží mimo literaturu, ale jsou stejně silné a důležité. Způsob uvedení textu do nového kontextu přijímající kultury závisí na jednu stranu na čistě literárních požadavkách pro dobrý/špatný překlad, na druhou stranu však je ovlivněn sociálními, hospodářskými nebo ideologickými normami této nové kultury. Překlad a jeho působení v přijímající kultuře je tak zrcadlem celé řady dalších oblastí života společnosti. Překlad jako součást přijímající kultury odráží nejen situaci v umění a vzdělání, ale i ekonomický a politický potenciál dané země, obecnou schopnost i připravenost vnímat, co se děje za hranicemi vlastního Já a kompetenci tvořit nové významy: „Any creator, while creating his/her work, communicates both with the audience and with himself/herself. The same happens with culture as a collective creator“ (Torop, 2008, s. 393). Tvoření a vnímání, přepracování cizích zkušeností je nakonec otázkou dobré komunikace, dialogu dvou subjektů ochotných ho vést. Můžeme dokonce říct, že stav překladu jako malé součásti kultury reflektuje stav celé společnosti a její aktuální schopnost vést dialog s Jiným, navazovat spolupráci s cizími, novými kulturními subjekty v širokém slova smyslu a otevřít se světu.

Překlad jako komunikační akt mezi kulturami je tak indikátorem, do jaké míry má určitá kultura zformované vlastní Já a je schopna rozšiřovat své hranice, vnímat a sdílet informace, tedy růst a rozvíjet se.

Přínosy překladu jako nástroje tvoření image

Překlad je způsobem komunikace, poněvadž zprostředkovává výměnu mezi kulturami informacemi a znalostmi o jiné kultuře (hetero-image) a o kultuře své (auto-image). Tím pádem plní překlad úkol, který klade před sebe kulturní diplomacie. Jaké jsou její dílčí cíle a jak k jejímu naplňování přispívá překlad?

Eliška Tomalová v knize *Paradigmata v moderní kulturní politice* uvádí příklady toho, jaké jsou oblasti činnosti a dílčí cíle kulturní a tradiční diplomacie (kurziva I. Z.):

	Oblast činnosti	Dílčí cíl
Kulturní diplomacie	Kulturní a umělecká spolupráce	Posílit spolupráci, zapojit místní aktéry, zajistit <i>větší podíl kulturních akcí</i> „mimo zdi kulturních center“
	Výuka v zahraničí	Posílit návaznost mezi středním školstvím v zahraničí a univerzitami daného státu
	Vnější jazyková politika	<i>Posílit pozici jazyka</i> v zahraničních vzdělávacích systémech, zaměřit se na jazykovou výuku cílových skupin (např. na zaměstnance státní správy)
	Zahraníční vzdělávací politika	Přilákat větší počet zahraničních studentů
	Univerzitní a vzdělávací spolupráce	<i>Posílit přítomnost ve velkých „intelektuálních debatách současnosti“</i> např. formou organizace přednášek klíčových osobností vědeckého života
	Zahraníční audiovizuální politika	Zajistit, aby větší počet posluchačů a diváků měl přístup k zahraničnímu vysílání daného státu, <i>vytvořit více jazykových verzí</i> a lokálních verzí pořadů
Tradiční diplomacie	Bilaterální a multilaterální jednání v oblasti kultury	Dosáhnout vyjmutí sektoru audiovizuálních služeb z jednání o liberalizaci světového obchodu (uplatnit princip tzv. kulturní výjimky)
		Uplatnit <i>princip rozmanitosti</i> v mezinárodních kulturních vztazích a <i>povýšit jej na mezinárodní normu</i>
		<i>Přispět k propagaci jazykové rozmanitosti prostřednictvím šíření a podpory jazyka v mezinárodním prostředí</i>

Dílčí cíle zahraniční kulturní politiky. Zdroj: Nekolný, B., 2014. *Paradigmata moderní kulturní politiky*, V Praze: Institut umění – Divadelní ústav. S. 68.

Když se pozorně podíváme na tyto příklady, uvidíme, že jsou z velké části spojeny s překladem nebo můžou být realizované s jeho pomocí:

- ✓ Překlad napomáhá zvětšit podíl kulturních akcí. Docela častá je praxe, kdy po vydání knižního překladu následuje jeho křest, případně autorské čtení, pokud se jedná o žijícího autora. Knihu můžou doprovázet i další čtení, nebo formy prezentace. Například vznikne audiozáznam její části, workshop o překládání, čtenářský klub apod. Těmito kulturními akcemi se nejen propaguje samotný překlad, ale zpestřuje se kulturní život cílové země.
- ✓ Překlad posiluje pozice jazyka. Uvádění nových knih přeložených z určitého jazyka bezesporu zvyšuje nejen viditelnost této literatury, ale také další zájem o ni a s ním spojený zájem o studium jazyka a poznávání jiných kulturních aspektů dané země. Přeložená kniha se může stát důvodem pro studium jazyka originálu, dalších knih téhož autora nebo podobných autorů ze stejné literatury. Překlad je také důležitým elementem rozvoje jazyka, do kterého se překládá: může to být spojeno se specifiky vyjádření jevů v různých jazycích, nebo se snahou zprostředkovat určité jevy dané kultury v kultuře jiné (například překlad českého slova *hospoda* a hledání podobných kulturních reálií v jiných jazycích).
- ✓ Překlad umožňuje vstup do mezinárodního intelektuálního prostředí a výměnu myšlenek mezi intelektuály různých kultur. Autoři beletristických a poetických textů jsou často nositelé určitých filozofických a společenských hodnot, které vkládají do svých textů. Překlad takových textů vede k intelektuální debatě jak za účasti autora samotného (v případě, že žije a může se takové debaty zúčastnit), tak i pomocí jen výměny myšlenek, a to napříč časy, zeměmi a obory. Například překlad eseje Václava Havla *Moc bezmocných* i po jeho smrti vyvolává zájem a další reakce v různých kulturách, kdy jednak pomáhá poznat situaci v Československu za doby, kdy esej vznikl (1978), ale přináší i pochopení pro to, co se dělo v jiných totalitních režimech té doby nebo se dokonce děje i dnes.
- ✓ Překlad – pokud rozšířím zónu jeho působení nad rámec překladu pouze literárních děl – napomáhá vytvořit více jazykových verzí i jiných uměleckých projevů. Překlady titulků k filmům, divadelním her, které jsou pak uváděny v zahraničních divadlech, katalogů výstav a samotných výstav (například ve formě panelů) jsou příkladem toho, že komunikace v různých oblastech kultury je závislá na překladatelské činnosti. To, co je vyjádřeno pomocí slov, zkrátka

potřebuje převod do jiného jazyka, pokud má jít o stejně srozumitelné sdělení jako v původním jazyce.

- ✓ Překlad napomáhá plnit i dlouhodobé a široké cíle, které si klade nejen kulturní, ale i tradiční diplomacie. K těm patří i cíl uplatnit v praxi princip jazykové rozmanitosti a podpory jazyků v mezinárodním prostředí. Podmínkou jakéhokoli překladu je existence minimálně dvou jazyků, překlad vede k jejich obohacování a vzájemnému poznávání. Podporuje tak pestrost a rozmanitost světové kultury a myšlení, nezjednodušuje, ale naopak udržuje vrstevnatost, která je nutnou podmínkou dialogu a rozvoje lidské kultury.

Překlad je tak jedním z neúčinnějších nástrojů kulturní diplomacie, protože napomáhá plnění jejích různých úkolů. Není úzce zaměřen jen na oblast krásné literatury, ale nese s sebou celou řadu dalších vedlejších účinků. Ovlivňuje jazyk samotný, umění, filozofii a společenské vnímání, tedy přesně to, co je potřeba k tvorbě nebo změně hetero-obrazu.

Překlad má i několik dalších výhod v porovnání s jinými nástroji kulturní a tradiční diplomacie. Je dlouhodobě trvajícím jevem. Jednou vytvořený překlad, stejně jako jednou napsaný text v jazyce originálu, se dá používat opakovaně. Časová trvalost odlišuje překlad například od divadelní inscenace nebo koncertu, které zůstávají událostmi spíše neopakovatelnými a pokaždé jedinečnými, a to i v případě, že z nich existuje záznam. Překlad můžeme vydávat znovu a znovu, můžeme ho použít jako celek nebo jen jeho část (například pro účel časopisecké publikace nebo vytvoření audionahrávky). Každá konkrétní kniha má také docela dlouhý život, najdeme ji v knihovně i sto let po vydání. Tím se rozšiřuje potenciální publikum, které překlad může oslovit, a to jak v prostoru (v malém městě či na vesnici se těžko dočkáte čtení světového autora, ale jeho knížku si docela bez problémů seženete), tak v čase (knihy žijí déle než jejich autoři a překladatelé). Překlad Haškova Švejka do ukrajinštiny vznikl už v roce 1958 díky překladateli Stepanu Masljakovi. Od té doby vyšel už nesčetněkrát v různých nakladatelstvích a mezi ukrajinskými čtenáři je považován za klasický. Žije, čte se a prodává se i 62 letech od svého vzniku.

Další výhoda překladu jako nástroje kulturní diplomacie spočívá v tom, že je relativně levný. I když překladatelé a nakladatelé v různých zemích stále bojují o zvýšení ceny za překlad a přeložené knihy, náklady na knihu jsou malé, pokud je srovnáme s věcmi jako je natáčení filmů, příprava výstav, pořádání velkých koncertů nebo uměleckých instalací. U každé knihy a překladu to bude trochu jinak, ale i u těch nejdražších knih (například kvůli polygrafii, tisku,

ilustracím apod.) platí, že samotný překlad drahý není. Překlad dobrého textu zároveň napomáhá šířit docela velké množství informací o určité kultuře mezi velkým počtem čtenářů a zájemců. Často kniha vytváří nejen povědomí o postavách nebo ději, ale o celém prostředí, ve kterém se děj odehrává, je spojena s dějinami země nebo její současností, a přirozenou formou například ukazuje, co je v určité společnosti považováno za normu, a co nikoliv. Je přesným vhledem do života dané společnosti a ukazuje, co je pro ni důležité, i když si to autor přímo neklade za úkol. Děje se to často samovolně, jen tím, jak a co vypráví spisovatel, k čemu se obrací jeho pozornost, čím žije on. Z knihy a jejího překladu se tak stává nástroj pro tvoření image určité kultury, její prezentace světu.

Je nutné ale zdůraznit, že překlad má i řadu nevýhod, které jsou spojeny hlavně s postavením čtení a literatury v dnešní době. I když je vliv překladu časově neomezený, často se stává, že v době svého vzniku má docela malé publikum. Týká se to například překladů básní, ale i románů hlavně z tzv. menších literatur. Ani světové bestsellery nedokážou konkurovat filmu nebo počítačovým hrám, které mají o hodně větší počet diváků a zájemců. Překlad také působí pomalu, čtení je časově náročné, takže se recepce a reakce můžou protahovat na roky, zatímco například koncert nebo film působí už během několika hodin. S takovými nevýhodami se však dá pracovat a nezpochybnují výhody zmíněné výše.

Překlad je tedy důležitou součástí mezilidské a mezikulturní komunikace v pojetí, které koncipoval ještě Roman Jakobson a které rozvíjeli a doplňovali jeho žáci ve 20. a 21. století v rámci sémiotického a strukturálního pojetí kultury a literatury.

Jurij Lotman zdůraznil, že komunikace a dialog jsou nezbytně nutnou osnovou pro poznávání nejen toho druhého, Jiného, se kterým komunikujeme, ale i pro tvoření auto-obrazu, pro utváření a pochopení našeho Já. Překlad jako způsob, jak do takového dialogu vstoupit, dává možnost nejen pochopit a poznat jinou kulturu, ale také napomáhá rozvíjet a obohacovat kulturu vlastní. Stojí tak na hranicích dvou kultur, které zároveň spoluutváří. Tuto myšlenku později rozvíjí i estonský badatel překladu Peeter Torop, který zdůrazňuje také roli překladatele v mezikulturním dialogu.

Překlad je nástrojem kulturní diplomacie a plní tak její dílčí cíle, například posiluje pozici určitého jazyka, umožňuje vstup do mezinárodního intelektuálního dialogu a výměny myšlenek, prozrazuje hodně o tom, co je pro určitou kulturu normou a co ne, co je v ní svébytné a co může být přijato jinými kulturami.

Důležitou roli v tomto procesu hraje překladatel, který jednak převádí text z jednoho jazyka do druhého, ale zároveň i vybírá texty, komentuje je a propaguje. Může v tom být

ovlivněn i mimoliterárními důvody, může být i samostatnější, ale je to právě on, kdo je zapojen současně do několika kultur, čímž přispívá jak k formování hranic mezi nimi (aby si každá kultura zachovala svoje vlastní specifické Já), tak i k překračování těchto hranic v mezikulturním dialogu.

Překlad je jedním z nejefektivnějších nástrojů mezikulturní komunikace také díky tomu, že působí dlouhodobě, přes hranice času, což je důležité v případě formování pozitivních kulturních stereotypů. Je to také poměrně levná kulturní záležitost, která působí na široký okruh recipientů. V rámci kulturní diplomacie je tedy pro výchozí, vysílající kulturu dobré se překladu a jeho podpoře věnovat.

Překlady z češtiny do ukrajinštiny a jejich role v kulturní diplomacii

V této kapitole se budu věnovat praktické stránce kulturní diplomacie a tomu, jak se projevuje v oblasti podpory překladu. Chtěla bych se podívat na obecné principy české kulturní politiky týkající se překladu po roce 1989 se zaměřením na období po roce 2000. Krátce popíšu agendu pracovišť, které se o překlad a jeho šíření v zahraničí starají. Mým hlavním zájmem bude překlad české literatury do ukrajinštiny, a to po roce 1989. Tady je nutné zdůraznit, že první dvě desetiletí až do roku 2010 a poslední dekáda se do značné míry liší jak počtem, tak rozmanitostí vydaných titulů. Během posledních deseti let je recepce české literatury na Ukrajině bohatší, což pozorujeme nejen podle toho, že vychází víc překladů a odehrává se víc kulturních akcí za účasti českých spisovatelů, ale i podle ohlasů v médiích a mezi čtenáři. Nakonec se pokusím shrnout ještě to, jaký obraz Česka a české kultury se podařilo pomocí kulturní diplomacie mezi různými skupinami ukrajinské populace vytvořit. Krátce se také dotknu srovnání takového obrazu na Ukrajině a v Bulharsku.

Česká kulturní politika v oblasti překladu v 21. století

Podle názoru Elišky Tomalové „Česká republika je na počátku 21. století stále ještě ve fázi formování zahraniční prezentace a kulturní diplomacie. Vymezují se vztahy mezi hlavními aktéry, existuje zde i úsilí držet krok se zahraničními trendy v daných oblastech.“ (Tomalová, 2008, s. 38). Je ale nutné zdůraznit, že Česká republika i přes svou relativně malou velikost má docela velkou a rozmanitou síť různých státních a nestátních institucí zajišťujících podporu v oblasti kultury. Hlavně od roku 2000 se snaží o aktivní a všestrannou kulturní politiku v zahraničí.

Je to vidět například na státních strategiích týkajících se kultury – od roku 1999 český stát plánuje svoji kulturní politiku jak uvnitř státu, tak i navenek. Dokument *Kulturní politika v České republice* (2001) zdůrazňuje, že „Kultura je prvním ‚vyslancem státu‘ [...] Naše kultura má v celosvětovém kontextu své pevné a tradiční místo a české umění výrazně napomáhá vytváření povědomí o České republice“ (Anon., 2001, s. 28). Tím je vlastně zdůrazněno vnímání účelu kulturní diplomacie v tom, aby byla podporována a tvořila pozitivní hetero-image Česka. Tato myšlenka se prohlubuje a získává stále jasnější rysy v dalších dokumentech, které formovaly a formují kulturní politiku Česka v zahraničí. Ve strategii *Státní kulturní politiky České republiky 2009–2014* tak mezi hlavními úkoly a opatření najdeme také zadání

„posílení role kultury v politice vnějších vztahů a prosazování hospodářských zájmů v zahraničí.“ (Anon., 2009, s. 16) Tady vidíme, že je kultura vnímána jako pomocná síla pro podporu zahraniční politiky, a hlavně rozvoj ekonomických zájmů státu. Podobnou, ale do větších detailů propracovanou úlohu má kulturní diplomacie i podle dokumentu *Státní kulturní politika České republiky 2015–2020* (s výhledem do roku 2025), podle níž se rozvíjela kulturní prezentace Česka během uplynulých pěti let. Klade si za cíl „zefektivnit mezikulturní dialog“ (Anon., 2015, s. 23), vytvořit a realizovat jednotnou koncepci působení ČR v zahraničí, podporovat mobilitu (Anon., 2015, s. 40), a hlavně „posilovat roli kultury v politice vnějších vztahů“ (Anon., 2015, s. 42). Je považováno za vhodné „podporovat zahraniční prezentaci českého profesionálního a neprofesionálního umění, kulturního dědictví a kultury, zpřístupnit český trh zahraničním kulturním statkům a službám [...] Česká kultura při těchto příležitostech působí jako nástroj pro budování a posilování mezinárodních vztahů a otevírá dveře hospodářskému exportu.“ (Anon., 2015, s. 42). Postupně roste státní podpora kulturní politiky v zahraničí, přičemž **hlavním důvodem pro takovou podporu je tvoření pozitivní image České republiky** jako spolehlivého a silného partnera v mezinárodní politice a ekonomice. Taková strategie je příkladem fungování měkké moci, kterou zastupuje kulturní prezentace státu v jiných zemích.

Česko je ve formování takové prezentace poměrně úspěšné: „disponuje vlastními kulturními instituty v zahraničí, podporuje výuku českého jazyka a vývoz literatury, kulturní výměny, udržuje vztahy s krajanskými komunitami jakožto nositeli a šířiteli české kultury v zahraničí a má dokonce vlastní zahraniční rozhlasové vysílání.“ (Tomalová, 2008, s. 38-39). Jak je vidět, je „vývoz literatury“ podle Elišky Tomanové jedním z hlavních bodů české kulturní diplomacie v zahraničí.

To, jak má vypadat pozitivní image České republiky a kdo ji má zajišťovat, je popsáno v dokumentu *Koncepce jednotné prezentace České republiky* (2005), včetně její aktualizace z roku 2019. Tento dokument také zdůrazňuje potřebu tvoření pozitivní image jak ho zásadní cíl jakékoliv prezentace státu navenek. Hlavním státním administrativním orgánem zodpovědným za takovou prezentaci je Ministerstvo zahraničních věcí ČR. V oblasti kultury prezentaci České republiky zajišťuje speciální příspěvková organizace MZV ČR, kterou jsou Česká centra.

Česká centra fungují od roku 1994, kdy se na základě rozhodnutí ministra zahraničních věcí České republiky staly nástupnickou organizací Správy zahraničních kulturních zařízení. Tato Správa byla sama nástupcem tzv. kulturních a informačních středisek (KIS), která působila do roku 1989 a „podávala určitý okruh informací o dění v tehdejší Československu“

(Tomalová, 2008, s. 39). První KISy vznikla v roce 1949, a to v Sofii a Varšavě. Právě v Polsku dnes vychází největší počet českých přeložených knih a jak uvidíme dále, je česká kultura velmi široce zastoupena i v Bulharsku.

Od roku 1994 se hlavním cílem Českých center stalo šíření povědomí o Česku jako o demokratické zemi v centru Evropy. Takovou auto-image se podařilo prosadit natolik, že dalším krokem a současným stanoviskem je image České republiky jako jednoho z nejkomfortnějších pro život a nejúspěšnějších malých států EU. Celkový záměr zahraniční politiky Česka má důraz na sousední státy a státy EU, postupně se však otevírají i další pobočky po celém světě. Momentálně jsou to centra v těchto městech (včetně roku založení):

- ✓ Brusel (1996)
- ✓ **Sofie (1949)**
- ✓ Paříž (1997)
- ✓ Milán (2010)
- ✓ **Řím (2019)**
- ✓ Tel Aviv (2010)
- ✓ Jeruzalém (2018)
- ✓ Tokio (2006)
- ✓ Soul (2013)
- ✓ Budapešť (1953)
- ✓ Berlín (1995)
- ✓ Mnichov (2010)
- ✓ Rotterdam (1994)
- ✓ **Varšava (1949)**
- ✓ Vídeň (1993)
- ✓ Athény (2018)
- ✓ Bukurešť (1981)
- ✓ Moskva (1993)
- ✓ Bratislava (1995)
- ✓ Madrid (2003)
- ✓ Stockholm (1997)
- ✓ **Kyjev (1996)**
- ✓ New York (1995)
- ✓ Londýn (1993)

Celkem je to 24 poboček, poslední vznikla v roce 2019 v Římě. V Praze působí České centrum Praha, které koordinuje práci poboček, ale také prezentuje doma zahraniční projekty Českých center.

Česká centra jsou členem mezinárodní organizace EUNIC, která spojuje národní kulturní instituty EU. V rámci této organizace Česká centra pořádají projekt věnovaný právě literatuře a překladu – *Noc literatury*. Česká centra často působí také na místních literárních veletrzích, pořádají čtení českých spisovatelů a jejich knih přeložených do cizích jazyků,

podporují samotné překlady a také jsou pořadatelem *překladačské soutěže Susanny Roth pro mladé bohemisty*, která od roku 2015 podporuje ty, kdo s překládáním teprve začínají.

Bezprostřední *podporu pro překlad a vydávání českých knih v zahraničí* však poskytuje přímo Ministerstvo kultury České republiky. Od roku 1998 podporuje na základě grantové soutěže překlady do cizích jazyků hlavně současné české literatury, a to v žánrech poezie, prózy, literatury pro děti a mládež, komiksu, dramatu, esejistiky apod. Postupně se program rozrůstá, momentálně je vyhlašován dvakrát do roka (s uzávěrkou v listopadu a květnu), podporuje jak vydávání celých knih, tak ukázek. V posledních letech se značně zvýšil počet peněz tohoto grantového programu. V roce 2016 to byla částka 5 493 000 Kč, ale v roce 2018 už 12 103 000 Kč (Anon., 2019). Jak ještě uvidíme, existence tohoto programu hraje důležitou roli v tom, že třeba ukrajinští nakladatelé vydávají čím dál víc českých knih.

Důležitou etapou prezentace české literatury v zahraničí se stalo založení *Českého literárního centra* v roce 2017. Bylo zřízeno Moravskou zemskou knihovnou v Brně z pověření Ministerstva kultury ČR, působí však v Praze. Klade si za cíl „soustavnou a systematickou propagaci české literatury a knižní kultury, jeho úkolem je spojovat jednotlivé aktivity a instituce literární kultury, zviditelňovat českou literaturu a knižní kulturu v zahraničí i u nás, pomáhat rozvíjet a naplňovat její funkci nositele společně sdílených hodnot a témat v národním i mezinárodním kontextu“ (*Koncepce Českého literárního centra 2017-2022*). V Koncepci Českého literárního centra 2017-2022 je zdůrazněno, že literatura „je nástrojem pro komunikaci s ostatními národy a kulturami, nese hodnoty, které jsou jak jedinečně české, tak sdílené evropské či světové.“ Proto je činnost Českého literárního centra soustředěná na mezikulturní dialog a organizace se sama vnímá takto: „Jako nástroj kulturní politiky státu zastává roli aktivního propagátora české knižní kultury, je mediátorem mezi tvůrci, profesionály (překladači, organizátory, literárními agenty, akademiky a pedagogy, knihovníky, nakladateli, redaktory, kulturními novináři ad.) a zájmovou veřejností. ČLC vytváří podmínky pro setkávání těchto skupin v ČR i zahraničí a pečuje o kontinuitu vztahů mezi nimi.“ České literární centrum provozuje například informační portál o české literatuře <https://www.czechlit.cz/>, organizuje rezidenční pobyty pro zahraniční bohemisty v Praze a Brně, podporuje mobilitu českých autorů, kteří vyjíždějí do zahraničí na čtení a další akce, zajišťuje českou účast na knižních festivalech v zahraničí, připravuje informační materiály o české literatuře, pořádá akce, čtení apod.

Výraznou podporu pro překlad české literatury do jiných jazyků nabízejí i další organizace. Například projekt *Praha město literatury*, který nabízí možnosti rezidenčních překladačských pobytů (z ukrajinských překladačů v Praze pobývali například Tet'ana

Okopna nebo Oleh Kocarev). Stojí za zmínku i nový projekt *House of Europe*, který Česká republika iniciovala a podpořila spolu s dalšími státy EU na Ukrajině a který nabízí podporu pro vydavatele překladů z jazyků EU do ukrajinštiny od roku 2019. Překlady z češtiny do ukrajinštiny by mohly být podpořeny i v rámci velkých evropských grantových systémů, zejména projektu Kreativní Evropa, ale zatím se to nestalo. Nepřímo podporuje překlady a překládání i Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, hlavně tím, že podporuje výuku češtiny a pobyty v Česku za účelem studia češtiny a české kultury.

Od roku 2015 se Ukrajina (hlavně město Lvov) zapojila také do velkého mezinárodního festivalu *Měsíc autorského čtení* (MAČ). V rámci tohoto festivalu vždy v červenci Ukrajinu navštíví několik českých autorů, kteří mají literární čtení v češtině s doprovodem ukrajinských titulků. Je to další forma seznámení s českou literaturou a překlady českých textů do ukrajinštiny.

Existuje docela široká síť institucí podporujících překlady české literatury do cizích jazyků jak přímo, tak i prostřednictvím dalších aktivit. Jejich činnost je viditelná a docela aktivní, hlavně během posledních 20 let. Česká republika nabízí možnosti podpory otevřeně a rovnoměrně pro různé státy. I tam, kde není stálá institucionální přítomnost české kultury v podobě Českých center, je stále možnost využití jiných možností podpory vydávání české literatury v zahraničí. Každá přijímající kultura však využívá těchto možností jinak. Dále se soustředíme na ukrajinskou recepci české literatury po roce 1989.

Překlady z češtiny do ukrajinštiny po roce 1989

Komunikace mezi českou a ukrajinskou kulturou je živá už relativně dlouho. Pokud zůstaneme v moderních dějinách, stojí za zmínku kulturní blízkost hlavně v zemích českých a západoukrajinských, které během 19. století patřily do jednoho státu, a to Rakousko-Uherska. Měly tak společné podmínky pro rozvoj kultury a výměnu uměleckých zkušeností. Dvacáté století pokračovalo v těsných kontaktech, včetně toho, že současná Zakarpatská oblast patřila v letech 1919-1939 Československu a po druhé světové válce byly jak Československo, tak Ukrajina součástí komunistického bloku. Měly tedy společné podmínky existence kultury, navíc mezi socialistickými státy byla kulturní výměna také oficiálně podporovaná. Během posledních třiceti let se komunikace mezi Českem a Ukrajinou posiluje díky velké pracovní migraci, kulturní výměnu tento fakt ale ovlivňuje málo. Těsné kontakty byly narušeny v 90. letech, během nichž každá z kultur hledala nové způsoby existence, po roce 2000 je ale spolupráce čím dal intenzivnější.

Dlouholetá spolupráce se projevuje i v oblasti překladu. Jak podotkla Dagmar Ostránská při srovnání pozic české kultury na Ukrajině a v Bulharsku: „V obou zemích se česká kultura obecně těší pozornosti.“ (viz rozhovor v příloze) Zájem o českou literaturu na Ukrajině měl například během posledních sta let charakter vln: největší počet nových překladů vycházel ve 20. letech 20. století, pak v 60. letech 20. století, poslední vlna trvá přibližně od roku 2010 dodnes. Jsou to období obecné ekonomické, ideologické a kulturní prosperity v obou státech, takže situace překladu vždy odráží širší společenský kontext. V těchto letech byly mezikulturní kontakty výrazně živé a překlady, které tehdy vycházely, ovlivňovaly další dialog v méně příznivých obdobích. Dá se říct, že formovaly některá stereotypní vnímání české kultury na Ukrajině.

Zajímavým příkladem tady může být osud ukrajinského překladatele Jaroslava Haška *Stepana Masljaka* (1895-1960). Narodil se v Stanislavově, který tehdy byl součástí Rakousko-Uherska. Studoval ve Lvově, který po rozpadu Rakousko-Uherska patřil Polsku. Tady byl ale pronásledován kvůli svým komunistickým názorům, což ho vedlo k další emigraci do Československa. Žil tam od roku 1924, studoval na Ukrajinské vysoké škole pedagogické v Praze a zapojil se do kulturního života ukrajinské emigrace i širší české společnosti. V roce 1946 se však vrátil do Lvova, tentokrát už sovětského města. Tady se naplno projevily jeho znalosti češtiny a české kultury, které byly zároveň ovlivněny jak jeho osobními politickými

názory, tak i státní politikou v oblasti překladu. Vedlo to ke vzniku ukrajinského překladu knihy Jaroslava Haška *Osudy dobrého vojáka Švejka*.



Švejk, který se stal jedním ze stereotypních obrazů spojených s Českem a českou kulturou na Ukrajině.

Levicové názory samotného Haška a jeho podpora komunistického režimu v Rusku vedly k tomu, že překlad a popularizace jeho knih byly součástí oficiální prezentace české kultury v jiných státech komunistického bloku. Maslajakův ukrajinský překlad vyšel v roce 1958, předtím ale existoval i jiný překlad. Ten je však skoro zapomenutý, naopak Maslajakův překlad vychází i dnes a podporuje image Švejka jako typického Čecha.

Tato státní politika během skoro celého 20. století vedla k tomu, že se z češtiny do ukrajinštiny překládali převážně autoři levicových názorů, nebo uznávaná klasika. Literatura, která v Česku kolovala nelegálně, exilová a zakázaná literatura samozřejmě zůstala bez překladu.

Po roce 1989 se situace mění: je zrušená cenzura, vycházet může skoro cokoliv, ale nový knižní trh je pod vlivem ekonomických podmínek. Právě proto během 90. let skoro nevycházely nové překlady z češtiny do ukrajinštiny a aktivní návrat české literatury na Ukrajině začal až kolem roku 2010, když se oba trhy stabilizovaly. Je to také období aktivnější podpory překladů a české kultury na Ukrajině ze strany českého státu, hlavně prostřednictvím působení *Českého centra v Kyjevě*. To sice zahájilo činnost už v roce 1996, ale výraznější aktivitu začalo vyvíjet až po roce 2000 a hlavně od roku 2010, kdy byly ředitelkami Centra nejdřív Dagmar Ostránská a po ní Lucie Řehoříková. Tato doba odpovídá jak aktivnější oficiální státní politice Česka v oblasti kulturní diplomacie (viz předchozí kapitolu), tak i aktivnímu rozvoji ukrajinského knižního trhu, hlavně po roce 2013.

Za velký zlom se dá považovat vydání překladu románu *Obsluhoval jsem anglického krále* Bohumila Hrabala od ukrajinského spisovatele a překladatele Jurije Vynnyčuka (2009). Zájem o klasické texty pokračuje i v roce 2010, kdy vyšly *Hovory s T. G. Masarykem* od Karla

Čapka v překladu Lidije Kicyly. Návrat české literatury k ukrajinskému čtenáři tak začíná klasikou, později však přichází i zájem o současnou českou literaturu. Tyto první překlady zároveň vyšly bez podpory Ministerstva kultury ČR, která už existovala, ale zřejmě se o ní na Ukrajině nevědělo.

V roce 2011 vychází překlad románu Miloše Urbana *Michaela*, v roce 2012 překlad sbírky Michala Viewegha *Povídky o manželství a sexu*, obojí v nakladatelství Folio, obojí za finanční podpory MK. Je zřejmé, že výběr těchto textů není reprezentativní ani pro tyto autory, ani pro dobovou českou literaturu. Byl evidentně řízen zájmem nakladatelství o levné a populární čtení, ale tyto překlady na ukrajinském trhu spíš zapadly a ze současné perspektivy působí jako okrajová událost. Nezmiňují je ředitelky, nakladatelé, ani čtenáři našich anket, nedočkaly se ani recenzi.

Zároveň však v roce 2012 vycházejí i texty, které mají dlouhodobý vliv na vnímání české kultury na Ukrajině. Je to překlad publicistického textu *Disident Václav Havel* od Daniela Kaisera (překlad Teřany Okopné), který aktivizoval zájem o prvního českého prezidenta a jeho politiku. Z beletrie jsou to překlady *Jozovy Hanule* od Květy Legátové (překlad Teřany Okopné) a povídek *Jsme tady* od Jana Balabána (překlad Hanny Velyčko). Obě tyto knihy prezentovaly důležitá témata současné české literatury: paměť ve vztahu k traumatům 20. století a současný porevoluční život v transformacích. Upoutaly první, ještě nestabilní pozornost ukrajinských čtenářů.

V roce 2013 vychází překlad románu *Konec punku v Helsinkách* od Jaroslava Rudiše (překlad Teřany Okopné), který se stal důležitým přelomem v šíření povědomí o současné české literatuře. Hlavně proto, že se jednalo o žijícího autora, který přijel na prezentaci své knihy a procestoval s ní několik ukrajinských měst v doprovodu známého ukrajinského spisovatele Jurije Andruchovyče. Tato propagační činnost podpořila prodeje a reakce na román a ukázala se jako dobrá strategie. Zdůrazňuje to i Dagmar Ostránská, když mezi nejúspěšnější příklady českých knih přeložených do ukrajinštiny zařazuje také knihu „Jaroslava Rudiše, kterou prezentoval v tandemu s Jurijem Anruchovyčem.“ (viz přílohu) Stejně jako román Kateřiny Tučkové *Žitkovské bohyně* (překlad Hanny Velyčko, 2014), který prezentovala ukrajinská autorka Oksana Zabužko, získala tato Rudišova kniha popularitu mezi čtenáři a kritiky.

V roce 2015 vyšlo hned několik knih přeložených z češtiny do ukrajinštiny, a to: *Dopisy Olze Václava Havla* (překlad Teřany Okopné a Ihora Melnyčenka), *Hrdý Budžes* Ireny Douskové (překlad Iryny Zabiaky), *Europeana. Stručné dějiny dvacátého věku* Patrika Ouředníka (překlad Oleksije Sevruka), *Hovno hoří* Petra Šabacha (překlad Teřany Okopné), a

také dva díly úspěšné série dětských knih Martina Sodomky *Jak si postavit auto* a *Jak si postavit letadlo* (překlad Teřany Savčenko). Tady už můžeme mluvit o cílených strategiích v překladu z češtiny, například o překladu knih Václava Havla a knih o něm, překladu současné literatury o komunistickém režimu, překladu dětských knih. *Europeana* je považována za vůbec nepřekládanější českou knihu po roce 1989, což poukazuje na to, že i ukrajinská recepce sleduje moderní trendy. V roce 2015 se také poprvé na Ukrajině odehrál mezinárodní literární festival Měsíc autorského čtení, díky kterému do Lvova od té doby každoročně přijíždí 5-7 českých autorů. Jejich čtení doprovází překlad do ukrajinštiny ve formátu titulků.

Rok 2016 byl prohlášen Českými centry v zahraničí za rok Václava Havla. V Kyjevě se například v Národním Frankovém divadle uskutečnila inscenace jeho hry *Asanace* (režisér Břetislav Rychlík), k níž vyšel i tištěný text této hry v překladu Jurije Vynnyčuka. Kromě toho vyšla sbírka projevů a esejů Václava Havla (překlad Radka Mokryka, Teřany Okopné, Jevhena Perebyjnise a Olgy Perebyjnisové), překlad knihy *Prosim stručně. Rozhovor s Karlem Hvižďalou, poznámky, dokumenty* (překlad Nadije Lobur, Nadije Brilinské, Natalije Jemčury) a esej Václava Havla *Moc bezmocných* (překlad Teřany Okopné). Cílená kulturní politika měla tedy své zřejmé výsledky: během pár let v ukrajinském překladu vyšlo dostatečné množství knih informujících o jednom z hlavních aktérů české moderní politiky. Význam této cílené kulturní politiky v zahraničí Lucie Řehořiková komentuje takto: „Pokud se bavíme o Ukrajině, tak určitě důležitým autorem je *Václav Havel* a celý rok 2016, který byl ve znamení Václava Havla. Nebyly to jen knihy, které se podařilo dostat k publiku díky kvalitním překladům Teřany Okopné a dalších překladatelů, ale i jiné akce: divadelní představení, besedy, anebo přejmenování bulváru podle Václava Havla.“ (viz přílohu) Politická figura Václava Havla byla a je pro Ukrajince vzorem demokratického prezidenta a reformátora, což zmiňuje i Dagmar Ostřanská: „Osobnost Václava Havla se těšila a těší na Ukrajině pozornosti čtenářů. Často jsem se setkala s názorem Ukrajinců, že Václav Havel pro ně byl a je etalonem pravdy a boje za svobodu. V době Viktora Janukovyče (prezidenta Ukrajiny) byl tento vzor více než potřebný.“ (viz rozhovor).

V roce 2016 vyšla také další kniha od Martina Sodomky *Jak si postavit motorku* (překlad Teřany Savčenko), román Jáchyma Topola *Chladnou zemí* (překlad Teřany Okopné) a sbírka básní Ivana Wernische *Procházka kolem pivovaru* (překlad Iryny Zabiiaky a Oleha Kocareva). Celkem tyto překlady zaznamenaly nárůst počtu českých titulů vydaných v ukrajinštině a také jejich větší žánrovou rozmanitost. Současná beletrie a klasika, poezie a

dětské knihy, různé typy non-fiction literatury prezentovaly českou literaturu z různých úhlů pohledu.

V roce 2017 vyšla celá řada knih, v nichž tyto tradice pokračují a rozvíjí se, a to:

- ✓ Anna Bolavá, *Do tmy* (překlad Oleksandra Stukala)
- ✓ Jiří Hájíček, *Rybí krev* (překlad Iryny Zabiaky)
- ✓ Martin Reiner, *Jeden z milionu* (překlad Kateryny Udilové)
- ✓ Pavel Šrut, *Lichožrouti* (překlad Oleksandra Stukala)
- ✓ Tomáš Sedláček, *Ekonomie dobra a zla* (překlad Teřany Okopné)

Čeští autoři se stávají také hosty ukrajinských knižních festivalů a veletrhů, hlavně ve Lvově a Kyjevě, ale postupně i v jiných městech (Oděsa, Vinnyčja, Charkov aj.). Stále velkou roli hraje finanční podpora MK ČR a nově vzniklého Českého literárního centra.

Hlavní událostí v prezentaci české literatury v ukrajinštině v roce 2018 bylo vydání prvního překladu románu Milana Kundery, jímž se stal *Valčík na rozloučenou* (překlad Leonida Kononovyče). Kundera překlady svých děl do ukrajinštiny dlouho zakazoval, nakonec se to nakladatelům podařilo změnit, ale stále to není bohemistická radost: knihy vycházejí v překladu z francouzštiny. Od té doby vyšly také *Nesnesitelná lehkost bytí* a *Nesmrtelnost*. V roce 2018 ještě vyšly:

- ✓ Václav Hrabě, *Blues pro bláznivou holku* (překlad Sofie Čeljak)
- ✓ Martin Vaněk, Ondřej Chrobák, Rostislav Koryčánek, *Jak se dělá galerie* (překlad Lidie Kycily)
- ✓ Stanislav Komárek, *Muž jako evoluční inovace? Eseje o maskulinitě, její etologii, životních strategiích a proměnách* (překlad Oleny Krušynské, Teřany Okopné)
- ✓ Petr Sís, *Zed'* (překlad Iryny Zabiaky)

Díky překladu poezie Václava Hraběte začala nová etapa v ukrajinských překladech české literatury: snaha seznámit ukrajinské čtenáře s klasickými texty české literatury, které do té doby byly na rozdíl od třeba textů Václava Havla, Milana Kundery nebo Bohumila Hrabala úplně neznámé. Předtím se více pracovalo se současnou českou literaturou anebo její nedávnou minulostí, překlad básní českého beatníka však odráží snahu měnit stereotypní vnímání české literatury celého 20. století. Ukrajinský tradiční seznam Hašek, Čapek, Kundera byl doplněn novým jménem.

Tato snaha pokračuje i v roce 2019. V ukrajinském překladu vychází román Zdeňka Jirotky *Saturnin* (překlad Iryny Zabiaky), eseje Ilji Hurníka *Trubači z Jericha* (překlad Stefana Zabužka), ale také poezie Jany Orlové ze sbírky *Újedě* (překlad Sofie Čeljak) a pokračování série od Martina Sodomky *Jak postavit železnici* (překlad Teřany Savčenko). Rok 2020 na svoje překlady z češtiny do ukrajinštiny teprve čeká.

Můžeme sledovat, jak po celkové stagnaci vydávání překladů české literatury do ukrajinštiny v 90. letech 20. století postupně od začátku 21. století postpně překladů přibývá. Odráží to jak obecné tendence – například překlad klasické literatury nebo literatury s blízkým tématem (komunistická minulost, problém jaderných elektráren apod.), tak i cílenou kulturní politiku českého státu. Ministerstvo kultury podporuje překlad současné literatury nebo děl, která jsou obecně považována za českou klasiku. Česká centra také formují svoji politiku hlavně pomocí tematické podpory překladu (Rok Václava Havla). Právě činnost Českého centra v Kyjevě hodně aktivizovala jak překlad samotný, tak s ním spojený doprovodný program – příjezdy českých autorů a jejich účast na literárních festivalech a veletrzích, rozhovory, čtení, besedy o literatuře. České centrum má v osobě svých ředitelk samozřejmě i svoji představu o tom, co z české literatury bylo v posledních letech na Ukrajině úspěšné a pomáhalo tvořit novou image české kultury. Zmiňují hlavně knihy Václava Havla a knihy o něm, ale také romány Kateřiny Tučkové a Jaroslava Rudiše. Dá se říct, že jsou to knihy, které zástupkyně české kulturní diplomacie považují za nejlepší a nejdůležitější pro prezentaci v zemích svého působení. Formují auto-image české kultury, tedy to, jak si sama sebe představuje.

Vidíme také, že i v obdobích nejproduktivnějších pro překlad české literatury do ukrajinštiny počet přeložených a vydaných knih ročně nepřesahuje 10 (nepočítáme tady nová vydání starých překladů, například Haška nebo Čapka). Podle Dagmar Ostřanské v Bulharsku ročně vychází kolem 13 českých knih přeložených do bulharštiny. Je vidět, že dlouhodobé působení kulturní diplomacie má svoje výsledky, a časem i větší efektivnost.

Působivou může taky být intenzivní krátkodobá prezentace české kultury v určitém státu, například v rámci knižních veletrhů a jejich doprovodního programu. Stalo se tak například v roce 2019, kdy bylo Česko hlavním hostem Lipského knižního veletrhu. Jak uvádí v rozhovoru pro portál iLiteratura.cz Tomáš Kubíček, vedoucí tohoto projektu a ředitel Moravské zemské knihovny, „poslední dobou vycházelo v Německu kolem pěti, šesti titulů ročně a recenze na ně víceméně nenajdete – což znamená, že kritici je nevnímají jako něco podstatného“ (Kubíček, Voslářová 2019). Před veletrhem, během něj a po veletrhu však bylo prezentováno na pětadesát českých autorů, vyšlo přes sedm desítek nových knižních překladů

do němčiny a uskutečnilo se víc než sto dvacet akcí. Výrazný růst zájmu o současnou českou literaturu prokázaly taky německé časopisy, deníky a literární portály.

Dynamický rozvoj ukrajinského knižního trhu spolu s cílenou kulturní politikou Česka tvoří příznivé podmínky pro rozvoj překladu a pro vydávání nových knih. V roce 2020 ale pozorujeme ekonomickou krizi spuštěnou celosvětovou pandemií, která bude zřejmě mít dopad jak na knižní trh celkově, tak i na překladová vydání.

Recepce českých knih v ukrajinštině

Vydáním jakéhokoliv překladu cesta ke čtenáři teprve začíná. Tím, na co čeká každý nakladatel a překladatel, je počet prodaných knih a počet čtenářských reakcí. Výjimkou není ani česká literatura v překladu do ukrajinštiny: její působení můžeme kvalitativně měřit pomocí profesních a amatérských reakcí a podle počtu prodaných kusů. V této podkapitole se podíváme na to, jak byly vydané knihy přijaty kritiky a čtenáři, a také jak úspěch českých překladů hodnotí nakladatelé.

Mezi ukrajinskými časopisy věnovanými literatuře výrazně dominují elektronická vydání – jak kvalitou publikovaných materiálů, tak počtem čtenářů. Mezi hlavní literární portály patří:

- ✓ litakcent.com (od roku 2007)
- ✓ chytomo.com (od roku 2009)
- ✓ litcentr.com (od roku 2008)
- ✓ vsiknygy.net.ua (od roku 2011, předtím jako tištěný časopis)
- ✓ bukvoid.com.ua (od roku 2008)

V poslední době se materiály o knihách často objevují na stránkách blogu velkého knižního distributora blog.yakaboo.ua, nepravidelné informace se objevují i na dalších stránkách, které však nemají přímo literární zaměření. Jsou to například ukr.lb.ua/culture, zbruc.eu/shtuka, tyzhden.ua/Culture, day.kyiv.ua aj. Každé ze zmíněných médií má svoje specifikum, které se projevuje také v tom, jak je v nich prezentovaná česká literatura a překlady českých knih do ukrajinštiny. Většina těchto elektronických časopisů vznikla před rokem 2009, který považujeme za důležitý pro obnovení a aktivizaci prezentace české literatury na Ukrajině. Proto se soustředíme na ně a vynecháme tištěná media, které v současné době hrají v literární kritice na Ukrajině už jen okrajovou roli.

Literární portál *Litakcent* je velkou platformou, která pravidelně informuje o čerstvých událostech ze světa literatury jak na Ukrajině, tak i celkově ve světě. Proto tady jako kratší informace najdeme například materiály o pražském knižním veletrhu Svět knihy, překladech ukrajinské literatury v Česku a jiných událostech týkajících se mezikulturního dialogu. Kromě toho tato stránka publikuje tři typy článků důležitých pro širší prezentaci cizí literatury: jsou to přímo recenze knih, rozhovory s českými autory, jejichž knihy vyšly ukrajinsky, a také kritické materiály o celém českém literárním provozu a jeho recepci na Ukrajině.

Posledním překladem z češtiny recenzovaným na *Litacentu* je *Saturnin* analyzovaný Olehem Kocarevým 20. 2. 2020 s názvem *Klasika české stylizace a „anglického“ humoru* (Кочарев, 2020b). Má momentálně 448 shlédnutí. Pro srovnání recenze na román *Rybí krev* z 11. 7. 2017 má 1464 shlédnutí (Anastasia Levkova, *Rybí krev: román s vlastní krví*) (Левкова, 2017). Pro ukrajinské recenze je typické příznivé hodnocení a snaha číst české knihy v kontextu – buď ukrajinské nebo světové literatury. Například Hájíčkův román a jeho téma ničení vesnic za účelem výstavby elektrárny Anastasia Levkova porovnává s textem ukrajinského spisovatele Oleksandra Dovženka *Poema o moři* (1956) na podobné téma.

Důležitou roli hrají rozhovory s českými autory, které na portálu vychází a napomáhají seznamovat ukrajinské čtenáře s kontextem, v jakém české originály vznikaly a získávaly popularitu. Například v roce 2015 u příležitosti publikace překladu románu *Hrdý Budžes* vyšel rozhovor s Irenou Douskovou (má od té doby 1700 shlédnutí). V něm autorka vypráví nejen o románu, který byl přeložen, ale také o svých dalších knihách, celkově o problémech, které považuje za důležité a také o jiných českých autorech a knihách spojených tematicky s její knihou. Vzhledem k poměrně malé zkušenosti ukrajinských čtenářů se současnou českou literaturou jsou takové rozhovory vhodným doplňkem k samotným překladům.

Podobný cíl seznamování s kontextem a také určitého shrnutí literární situace mají články analytického charakteru. Například v roce 2016 vyšel článek Tet'any Okopné *Nečtěte českou literaturu – je o Češích* (Окопна, 2016). Článek má momentálně 2979 shlédnutí. Je zaměřený na přehled nejúspěšnějších českých knih, které byly tehdy přístupné na ukrajinském trhu, ale zároveň uvádí také celou řadou dalších autorů a jejich titulů, které zatím přeložené nejsou, ale mají význam v kontextu české kultury 20. století (například Škvorecký, Fuks, Klíma a další). Podobné články samozřejmě nenahrazují knihy samotné, ale dávají čtenářům možnost udělat si detailnější přehled o tom, co se děje v jiných literaturách, a nakladatelům nabízí další možné tituly k překladu. Dalším jejich úkolem je shrnutí, co se stalo například během roku, hodnocení a srovnání různých vydání, takže upozorňují i na knihy, které čtenářům mohly uniknout. Pozornost k básnickým sbírkám přeloženým v roce 2019 tak například obrací článek Oleha Kocareva z 25. 3. 2020 *Dvanáct poetických překladů roku* (Кочарев, 2020a). Není věnován přímo české literatuře, ale mezi jinými překlady je zmíněna sbírka Jany Orlové *Újedě*. Autor článku se snaží popsat autorčin styl, byť jen v několika větách, a nabízí i několik ukázek básní. Podobná shrnutí slouží spíš jako malá ochutnávka a možná zvyšují počet těch, kdo si sbírku přečtou celou.

Stránky *Chytomo* jsou zaměřené obecně na knižní trh, jeho fungování po celém světě a na Ukrajině. Knihu vidí jako produkt a analyzují komplexnější procesy a fakta. Proto je tam

například mnohem méně přímých recenzí na knihy, ale jsou tam spíš materiály o potřebách překladu jako činnosti, o dějinách překladu a literatury, nebo o možnostech, které současný stav trhu nabízí.

Mají zájem například o knižní ilustrace a nové formy prezentace non-fiction informací, a proto snad právě na těchto stránkách vznikla recenze Vitaliny Makaryk na knihu *Jak se dělá galerie*. Tady je česká kniha také uvedena do kontextu podobné literatury přeložené z jiných jazyků, čímž vzniká lepší představa o ní a může probudit větší zájem (Макарик, 2018).

Publikují také rozsáhlejší recenze a materiály nakladatelství o jejich novinkách, například články s detailním rozбором knihy Stanislava Komárka. V roce 2017 brzy po vydání románu *Rybi krev* a jeho prezentaci na veletrhu v Kyjevě za přítomnosti autora Jiřího Hájička s ním vyšel rozhovor, který vedla Iryna Nikolajčuk (Ніколайчук, 2017).

Tyto kritické žánry spojují Chytomo s předchozím médiem, odlišují ho však speciální projekty. Česká literatura byla představena například v *sérii článků* zveřejněných v roce 2016 (například Мочарник, 2016a). Tyto články vznikly na základě přednášek o české literatuře, které se konaly v Parlamentní knihovně v Kyjevě. Celkem se uskutečnilo 10 přednášek, z nichž vzniklo 10 materiálů o:

- ✓ české avantgardě,
- ✓ české literatuře mezi světovými válkami,
- ✓ bratrech Čapkových,
- ✓ holokaustu v české literatuře,
- ✓ Václavu Havlovi,
- ✓ Bohumilu Hrabalovi,
- ✓ české poezii druhé poloviny 20. století,
- ✓ českém undergroundu,
- ✓ české exilové literatuře,
- ✓ nejnovější české literatuře.

Pro lidi, kteří se zajímají o českou literaturu, je to dostupný zdroj informací o knihách, které v ukrajinském překladu vyšly, anebo které by stálo za to přeložit. Texty přednášek ze stránek Chytomo byly později publikovány i v jiných elektronických médiích (Мочарник, 2016b).

Kromě toho jsou na portálu občas zveřejňovány ukázky jednotlivých překladů, například *dopis Gustávu Husákovi*, který vyšel ve sbírce esejů a proslavů Václava Havla.

Podobně jsou zaměřené i stránky *Litcentra*. Propojují překladatele z různých jazyků a nabízejí užitečné výzkumy, články, odkazy pro překladatelskou obec. Zároveň jsou také jednou z mála stránek publikujících překlady. Můžeme tak na těchto stránkách najít překlady básní českého autora Pavla Kolmačky (překlad Marie Kosenko) (Косенко, 2019). Je to velice důležitá forma podpory hlavně básnického překladu, protože publikace celých básnických knih v překladu zůstává spíš výjimkou.

Je zajímavé, že se Pavel Kolmačka zúčastnil Měsíce autorského čtení ve Lvově v roce 2019 a jeho vystoupení sklidilo velký úspěch. Po tomto čtení vyšla také kritická publikace, kde byla jeho poezie vysoko oceněná literárním kritikem a publicistou Tarasem Pastuchem (Пастух, 2019). Stránky *Zbruč* dlouhodobě podporují festival MAČ a každý rok zveřejňují články o českých autorech, kteří se chystají přijet do Lvova. Například loni vyšly články o české poezii i próze představované na festivalu (Забіяка, 2019).

Během posledních několika let se stal aktivní platformou pro literaturu blog velkého knižního distributora *yakaboo*. Díky němu se povědomí o knihách, které vyšly ukrajinsky, dostává do širší veřejnosti. Tyto materiály mají možná občas výrazně marketingový záměr, ale fungují dobře: knihy zmíněné v takových publikacích se lépe prodávají, a znamená to, že se i více čtou. Ukrajinský překlad *Saturnina* se dostal do přehledu Vitaliny Makaryk *To jsou ale podivíni! 10 knih o lidech, s nimiž nikdy nebývá smutno* (Макарик, 2020). Takové články nelze považovat za hlubokou literární analýzu, ale plní propagační a informační úlohu, a proto jsou dobrým nástrojem pro šíření pozitivní image české literatury.

Pro mapování čtenářských reakcí na každou konkrétní knihu je dobrým nástrojem celosvětový čtenářský portál *Goodreads*. Je čím dál populárnější a knihy, které se na něj dostanou, získávají čím dál víc reakcí a hodnocení. Například překlad románu *Michaela* od Miloše Urbana, který ukrajinsky vyšel v roce 2012, nemá žádnou ukrajinskou recenzi (celkem má ale 11). Kniha *Hrdý Budžes* od Ireny Douskové, která vyšla v roce 2015, zde má 8 ukrajinských recenzí (z celkového počtu 63). Ukrajinský překlad *Saturnina* od Zdeňka Jirotky, který vyšel na podzim roku 2019, má zatím na portálu *Goodreads* čtyři ukrajinské recenze z celkového množství 155.

Bezpochyby nejvíc o tom, jaké české knihy byly nejlépe přijaty ukrajinskými čtenáři, vědí nakladatelé, kteří tyto knihy prodávají. S podobnou otázkou jsem se obrátila na tři nakladatelství, ve kterých vyšlo nejvíc překladů z češtiny (Tempora, Komora, Vydavnyctvo staroho leva), odpověď přišla však ode dvou (viz přílohu).

Nakladatelství Komora za nejvíc úspěšné knihy považuje *Proslovy a eseje* Václava Havla (2016), a také dvě knihy z loňského roku – *Trubači z Jericha* od Ilji Hurníka a *Saturnin*

od Zdeňka Jirotky. Tady vidíme, že strategie kulturní diplomacie prezentovaná Českými centry se odráží i ve výsledcích nakladatele: potvrzuje se úspěch knih Václava Havla. Kniha Ilji Hurníka za svou popularitu také hodně vděčí eseji Oksany Zabuzko, který ji doplňuje.

Nakladatelství VSL za nejúspěšnější považuje knihy pro děti ze série od Martina Sodomky, které dokonce považuje za bestseller. Tyto knihy naopak mezi prioritou kulturní diplomacie nebyly a našly svoji cestu k čtenáři samostatně. Pro všechny nejúspěšnější knihy platí, že vyšly za podpory Ministerstva kultury ČR. Nakladatelství dokonce zmiňují, že existence takové podpory, hlavně u nových neznámých autorů, hraje velkou roli a občas je dokonce rozhodující.

Celkově se tedy dá říct, že společná podpora ve formě finančních grantů od MK ČR spolu s informační, organizační a také finanční podporou od Českých center jsou důležitým faktorem při rozhodování nakladatelů, zda nějakou českou knihu vůbec vydat. Dá se sice přibližně odhadnout, které tituly si získají čtenářskou přízeň (například v případě klasických děl anebo pomocí zapojení ukrajinských autorů k propagaci knih autorů českých), ale ne vždy. Můžeme také tvrdit, že kulturní diplomacie a dlouhodobá opakovaná podpora překladů českých knih má svoje výsledky: časem se zvětšuje počet odborných recenzí a článků o novinkách a obecných tendencích české literatury, ale také počet reakcí obyčejných čtenářů. Důležitá je tak trvalost a stabilita takové podpory, stejně jako obecného směru ve formování hetero-image české literatury v zahraničí.

Vliv přeložených knih na dnešní obraz Česka a české kultury na Ukrajině

Hlavním úkolem kulturní diplomacie je tvorba pozitivního obrazu své země v zahraničí. Za tímto účelem používá různé prostředky zaměřené na šíření povědomí o své kultuře, zvycích, tradicích, které lze považovat za pozitivní. Vybírá ze širší nabídky domácí kultury to, co jí přijde vhodné pro prezentaci navenek.

Podle Lucie Řehořikové je v tomto ohledu jednou z nejlepších cest výuka jazyka: „Vždycky jsem věřila, že právě *jazyk* je tím dobrým vodítkem pro poznání jiné kultury. Když Ukrajinci přijdou za námi, aby se naučili česky, tak zároveň po dobu několika měsíců jsou s námi v každodenním kontaktu. Takže se nejenom naučí jazyk, ale přirozeně se začnou zajímat o všechno ostatní. Podle mě je to velké dobrodružství, pronikat do jiné kultury pomocí luštění kódu jiného jazyka.“ (viz rozhovor) Znalost jazyka s sebou přináší zájem o kulturu, tradice, dějiny a současnost určité země. Přináší také zájem o cizí literaturu a schopnost ji překládat a šířit v jiném prostředí. Mnohem častěji se ale literatura určité země dostává ke čtenářům prostřednictvím překladu.

To, co bylo v rámci kulturní politiky vybráno jako knihy prezentující určité období určité kultury a bylo podpořeno finančně nebo informačně, začíná působit jako její „zahraniční kanon“. V předchozích podkapitolách jsme viděli, že takový osud v kontextu české literatury mají například knihy Václava Havla a knihy o něm. Plán jejich podpory v souladu s prohlášením roku 2016 za Rok Václava Havla vedl k většímu počtu překladů a úspěchu podle kulturních diplomatek a nakladatelů.

Tato image se však může lišit od:

- ✓ toho, jak vidí sebe samu česká literatura – co se čte a co se považuje za kvalitní literaturu v hranicích samotné české kultury,
- ✓ toho, jaký výsledek má nakonec překladatelské, vydavatelské a diplomatické úsilí u konečného recipienta, totiž čtenáře přeložených knih.

První otázka není předmětem mého zájmu, ale soustředíme se na druhou: jak vidí českou kulturu a literaturu Ukrajinci? Co z nabídky přeložených knih získalo popularitu a co ne? Odpovídají tyto výsledky tomu, jak vidí úspěch diplomati a nakladatelé?

Vybrala jsem dvě cílové skupiny, na které jsem výzkum zaměřila (viz příloha). Tyto dvě skupiny se liší v několika aspektech. Jedna skupina reprezentuje Ukrajince žijící v České republice během delšího období. Ovládají češtinu na různé úrovni, jsou částečně integrováni do

české společnosti, mají přímé zdroje informací o české kultuře. Ve srovnání s druhou skupinou mají spíš nižší (střední) vzdělání. Nejsou cílovou skupinou kulturní diplomacie, protože ta se zaměřuje nejčastěji na prezentování české kultury v zahraničí. Zároveň ale nejsou ani úplně integrováni do české společnosti, takže tvoří svéráznou kulturní meziskupinu. Tyto respondenty jsem hledala ve skupinách na facebooku speciálně pro Ukrajince v Česku a v Brně. Celkem jsem dostala 118 odpovědí na otázku: „Co se vám vybaví, když je řeč o české kultuře? Knihy? Jaké konkrétně? Filmy, hudba? Co vás překvapilo nebo upoutalo vaši pozornost?“

Druhá skupina se skládá z lidí převážně žijících na Ukrajině (jsou v ní ale v menším počtu také Ukrajinci a Bělorusové žijící v Česku). Většina nemluví a nečte česky, není integrovaná do české společnosti a poznává ji právě prostřednictvím úsilí kulturní diplomacie. Jsou to většinou vysokoškolsky vzdělaní lidé, kteří také pracují v oblasti kultury (literatura, žurnalistika, umění, hudba apod.). Jsou to lidé zvyklí kulturní produkt vyrábět a také ho vnímají jak nedílnou součást svého života, jsou přímou cílovou skupinou kulturní diplomacie. Odpovídali na otázku: „Česká literatura, možná i celé Česko, byly v našem vědomí dlouho **spojené se Švejkem a pivem**. Změnilo se něco pro vás během posledních 10 let? Objevili se možná noví autoři, nové asociace, knihy nebo postavy? Změnilo se vaše vnímání **české kultury**? Něco vás překvapilo nebo upoutalo vaši pozornost?“ – a celkem jsem získala 106 odpovědí.

Otázky byly záměrně formulovány tak, aby se nejednalo jen o literaturu. Zajímalo nás, jak obecně je vnímána kultura, co tento pojem pro respondenty zahrnuje a jakou část kultury zastupuje literatura a překlad. Chtěla jsem také navést respondenty na obraz Švejka a jeho stereotypní vnímání. V prvním případě narážka na tuto literární postavu nebyla formulovaná přímo v otázce, ale v obrázku, který otázku doprovázel (viz s. 40 této práce). V druhém případě je stereotyp Švejka přímo vyjádřen v otázce, kterou také doprovázel ilustrační obrázek.

Odpovědi respondentů nás zajímaly hlavně z těchto perspektiv:

- ✓ Co považují respondenti za kulturu? Je to pojetí spíš užší (umění, vzdělání) nebo širší?
- ✓ Jakou část kultury pro ně tvoří knihy, literatura?
- ✓ Jaké knihy zmiňují (žánrově a tematicky)?
- ✓ Které z těchto knih byly přeložené do ukrajinštiny? Kolik z nich bylo podpořeno grantem Ministerstva kultury?
- ✓ Jakou část z nich tvoří současní (žijící) autoři?
- ✓ A nakonec – ***jak rychle se mění hetero-image Česka mezi Ukrajinci?***

V obou skupinách se odpovědi na jednotlivé z těch otázek liší.

Kultura je v obou případech pojatá docela široce. U první skupiny zahrnuje například každodenní uspořádání života („je čisto“), osobní zážitky a stereotypy („Češi mají rádi svoje dějiny“), jídlo a pití (knedlíky a pivo), způsoby komunikace („čeština je složitá“). Jenom menší část kultury tvoří filmy, hudba, památky, a literatura je zmiňována spíše okrajově. Z celkového počtu odpovědí se spisovatelé nebo konkrétní tituly dočkali 19 zmínek. Z nich 5 zmínek – největší počet ze všech – patří Švejkovi. Na druhém místě je Jaromír Nohavica, zřejmě proto, že není jen básník, ale hlavně textař a hudebník. Nic jiného se nedočkalo víc než jedné zmínky. Je zajímavé, že některé tituly mají výrazně populární charakter, nejsou ani čistou beletrií a určitě nepatří do kánonu ani pro české čtenáře, například knihy *Nejslavnější piráti*, *Paměti katovské rodiny Mydlářů*, nebo *České tajemno*. Popularita Švejka, a to vždycky s pozitivní konotací, je příkladem toho, jak funkční jsou zažitá stereotypy. Vlastně i postava Nohavici, který získal popularitu ještě na konci 80. a na začátku 90. let, svědčí o tom, že **kulturní priority a stereotypy se mění pomalu**. Nepřímo tuto myšlenku podporuje také zmiňování starších autorů: Němcová, Jirotko, Olbracht, Poláček, Hrabal. Žijící autoři tvoří naprosté minimum – jsou to třeba Boček a Mornštajnová.

Co se týká překladu, není v této skupině rozhodující. Je to dáno nejspíš alespoň základní úrovní znalosti češtiny, což umožňuje čtení originálů. Ze zmíněných knih a autorů bylo jen pět přeloženo do ukrajinštiny. Jsou to Jaroslav Hašek, Božena Němcová (*Babička* byla přeložena ještě v roce 1962), Ivan Olbracht (jeho knihu *Nikola Šuhaj loupežník* přeložil stejně jako knihy o Švejkovi Stepan Masljak), Bohumil Hrabal a Zdeněk Jirotko. Z toho jen překlady Hrabala a Jirotky vyšly po roce 2000. Také jenom jedna kniha, a to *Saturnin*, vyšla v překladu do ukrajinštiny za podpory Ministerstva kultury ČR, a to v roce 2019. Jenom tato kniha byla také zmíněna nakladateli jako úspěšná.

V této skupině vidíme, že úsilí kulturní diplomacie má velice malý vliv na to, jak vnímají Ukrajinci (převážně žijící v Česku) českou současnou kulturu. Kultura je pro tuto skupinu velice širokým pojmem, který se do značné míry zakládá na bezprostřední zkušenosti z každodenního života. Představa o českých knihách je také založena na stereotypech, které se mění hodně pomalu a neochotně. Pozitivním vlivem je přímý kontakt s češtinou a českou literaturou, znalost současných českých autorů na Ukrajině neznámých, ale zároveň pozorujeme průměrnou uměleckou hodnotu zmiňovaných knih. Tuto skupinu můžeme charakterizovat jako konzervativní.

Druhá část dotazovaných také chápe kulturu široce, zahrnuje do ní ale převážně umění (výtvarné umění, fotografii, hodně také film, architekturu nebo design). Jen zřídka se v odpovědích objevují jiné zážitky většinou osobního charakteru. Tato skupina se ve svých odpovědích více soustředila právě na literární zážitky a znalosti české literatury. Celkem byli čeští autoři a knihy zmíněni 148x.

Nejčastější zmínky jsou Bohumil Hrabal (23x), Karel Čapek (22x), Milan Kundera (21x), Jaroslav Hašek (celkem 20 zmínek, z nichž je 12 kladných, ale 8 kritických), Václav Havel (17x). Všichni tito autoři byli alespoň částečně přeloženi do ukrajinštiny. Většina zmiňovaných autorů a knih existuje v ukrajinském překladu, i když část jen v omezeném repertoáru (jako například Hrabal), anebo pouze ve formě časopiseckých nebo internetových publikací (to se týká převážně poezie, ať už jde o avantgardní autory, jako je Nezval, Seifert nebo Biebl, nebo o současnou poezii například Pavla Kolmačky). Jsou zmiňované i docela málo známé texty například ze starší literatury (*Kunhutina modlitba*, nebo *Královedvorský rukopis* a s ním spojený příběh) či literatura na hranicích s kresleným filmem či ilustrací (*O loupežníku Rumcajsovi*, Krtek). Krtek je docela stereotypním obrazem spojovaným s Českem. Jedna z odpovědí dokonce zdůraznila, že česká literatura pro děti, i když je mnohem pestřejší a bohatší, je často spojována právě s touto postavou.

Podle představ dotazovaných českou literaturu reprezentují například Milan Kundera, i když jeho knihy do ukrajinštiny byly podle přání autora přeloženy z francouzštiny. Stejně tak je za českého autora považován i Franz Kafka (zmínilo ho 9 dotazovaných). Taková představa se rozhodně liší od auto-image rozšířené v české společnosti, která se s těmito autory nezachází tak jednoznačně. Důležitá je také reakce na zmínku o Haškově románu – 8 odpovědí mělo negativní charakter, což znamená, že dotazovaní přímo zdůrazňovali, že pro ně Švejk a Hašek nejsou postavy reprezentující českou kulturu. Jedna odpověď přímo poukázala na značně menší rozšířenost tohoto textu mezi Čechy a na umělou podporu Haškovy popularity v zemích bývalého Sovětského svazu. Zároveň ale 12 respondentů řeklo, že je pro ně obraz Švejka spojený s typickou českou kulturou. Nohavica, který byl populární v první skupině, byl zmíněn jen dvakrát.

Mezi autory a knihami je dost velký počet současných českých autorů: Kohout, Hájíček, Topol, Viewegh, Kolmačka, Nohavica, Šabach, Dousková, Tučková. Většina z nich byla přeložena do ukrajinštiny, a to buď díky grantové podpoře Ministerstva kultury, anebo dalších akcí kulturní diplomacie (jako v případě Kolmačky, který byl hostem festivalu MAČ ve Lvově). Kromě současné literatury za podpory Ministerstva kultury vyšla také klasická díla Václava Havla a Zdeňka Jirotky, která dotazovaní zmiňovali také. Z nejčastěji zmiňovaných autorů byly

právě texty Václava Havla přeloženy během posledních deseti let za podpory kulturní diplomacie. Tady se její cíle překrývají s výsledky hlasování. Jiné populární knihy jsou buď celosvětové bestsellery (Kundera), a proto nebyly podpořeny grantovým programem, anebo byly přeloženy dřív (Hrabal, Čapek, Hašek).

Za zmínku stojí také fakt, že byla v souvislosti s obrazem Česka dvakrát zmíněná nečeská literatura, a to dílo francouzské spisovatelky George Sand, hlavně její román *Consuela*, jehož děj se částečně odehrává v Čechách. Tvorbě hetero-image tak přispívají nejen domovské kultury, ale i jiné, často docela neočekávané zdroje.

Celkem v druhé skupině respondentů můžeme sledovat následující tendence: užší pojetí kultury (jako umění, vzdělání a jazykové vybavenosti), větší znalost současné literatury, a to v překladu do ukrajinštiny. Jsou to často knihy považované za kánon české literatury jak uvnitř, tak za hranicemi. V této skupině můžeme pozorovat **určitý vliv kulturní diplomacie** – jsou tady rozšířeny knihy, jejichž popularizaci si klade za cíl jak Ministerstvo kultury (současní autoři), tak i Česká centra (například Havel). Celkem jsou zmiňovaní autoři různorodí a tvoří docela pestrý obraz jak současné, tak klasické literatury. I v tomto obrazu jsou zažité stereotypy (Švejk, Krtek), ale objevují se i jiná, polemická a nejednoznačná jména. Celkově tuto skupinu můžeme charakterizovat jako experimentální a otevřenou změnám.

V této kapitole jsem sledovala obecné tendence v české kulturní diplomacii po roce 1989. Ukázalo se, že činnost jejích různých aktérů je čím dál intenzivnější: rozvíjejí se stávající instituce a vznikají nové. To se projevuje i na pozitivní dynamice prezentace české kultury a literatury na Ukrajině. Od roku 2000, a hlavně od roku 2010, roste počet vydávaných českých knih jak klasických, tak současných autorů. Postupně se plní mezery v překladech autorů, které během 20. století nebylo možné překládat, sledované jsou i současné trendy české literatury. Hlavní úsilí kulturní diplomacie je zaměřeno na tvorbu obrazu Česka jako moderního demokratického státu s bohatou a zajímavou literární tradicí. Za svůj hlavní úspěch považuje propagaci knih Václava Havla a knih o něm. Ukrajinská nakladatelství také zmiňují tyto knihy mezi nejúspěšnějšími. Zároveň jde i o popularitu dětských knih a české klasiky (tzv. longsellery). Kulturní diplomacie se snaží také pracovat se stereotypy, a to jak pozitivními, tak negativními – v tomto případě se snaží o jejich změnu. Taková změna je ale docela pomalá, a liší se v různých skupinách lidí. Cílovou skupinou kulturní diplomacie jsou lidé, kteří často sami pracují s uměním a kulturou. Tam změna stereotypů a zažitých představ probíhá rychleji, a česká kultura má docela pestrý hetero-obraz. Celkem mají výsledky české kulturní diplomacie na Ukrajině pozitivní dynamiku a tvoří pozitivní obraz Česka a Čechů.

Závěr

V této práci jsem se zaměřovala na překlad jako nástroj kulturní diplomacie. Chtěla jsem zjistit, zda se na konkrétním příkladu překladů české literatury do ukrajinštiny potvrdí myšlenka, že překlad literárních děl je zdrojem velkého množství informací o výchozí kultuře, a proto intenzivně formuje image takové kultury v jiné. Položila jsem si otázku, zda je překlad jedním z nejúčinnějších nástrojů kulturní diplomacie a měkké moci konkrétního státu, a také zda jeho podpora je podporou dobrého jména a pozitivního obrazu dané kultury.

V první kapitole jsem pracovala s teoretickým pojetím hlavních termínů používaných v této práci: kulturní diplomacie jako součást veřejné diplomacie, national branding, auto-image a hetero-image v literatuře, stereotypy vnímání a možnost je změnit, překlad jako jedna z forem kulturní diplomacie a tvoření hetero-image. Zjistila jsem, že kulturní diplomacie jako způsob šíření informací o určité kultuře a státu je čím dál užitečnějším nástrojem doplňujícím tradiční diplomacii. Kulturní diplomacie má za úkol pracovat se stereotypy o dané kultuře a pomocí různých aktivit tvořit pozitivní vlastní image v přijímající kultuře. Jedním z nástrojů kulturní diplomacie je překlad, hlavně literární překlad klasických a populárních textů beletrie, poezie a non-fiction literatury.

V druhé kapitole jsem se zároveň detailně soustředila na překlad jako formu dialogu a mezilidské a mezikulturní komunikace v pojetí, které vytvořil už Roman Jakobson a které rozvíjeli a doplňovali jeho žáci ve 20. a 21. století v rámci sémiotického a strukturálního pojetí kultury a literatury. Komunikace a dialog jsou nezbytně nutnou osnovou pro poznávání nejen toho druhého, Jiného, s kterým komunikujeme, ale i pro tvorbu auto-image, pro utváření a pochopení našeho Já. Překlad jako způsob, jak do takového dialogu vstoupit, dává možnost nejen pochopit a poznat jinou kulturu, ale také napomáhá rozvíjet a obohacovat kulturu vlastní. Stojí tak na hranicích dvou kultur, které zároveň spoluutváří. Tento dialog umožňuje práci překladatelů, kteří jsou zprostředkovatelé jedné kultury v jiné. Překladatel jednak převádí text z jednoho jazyka do druhého, ale také vybírá texty, komentuje je, doporučuje k překladu a propaguje. Může být ovlivněn mimoliterárními důvody, může být i samostatnější, ale je to právě on, kdo je zapojen současně do několika kultur, čímž přispívá jak ke tvoření hranic mezi nimi (aby si každá kultura zachovala svoje vlastní specifické Já), tak k překračování takových hranic a mezikulturnímu dialogu.

Zjistila jsem, že překlad je nástrojem kulturní diplomacie a plní užitečně její dílčí cíle. Posiluje například pozici určitého jazyka, umožňuje vstup do mezinárodního intelektuálního

dialogu a výměnu myšlenek, prozrazuje hodně o tom, co je pro určitou kulturu normou a co ne, co je v ní svébytné a co může být přijato jinými kulturami. Překlad je jedním z nejefektivnějších nástrojů mezikulturní komunikace také díky tomu, že působí po delší dobu, což je důležité v případě formování pozitivních kulturních stereotypů. Je to také poměrně levná kulturní záležitost, která působí na široký okruh recipientů. V rámci kulturní diplomacie je proto vhodné se překladu a jeho podpoře věnovat.

V poslední kapitole jsem se soustředila na konkrétní příklad působení české kulturní diplomacie, a to na území Ukrajiny. Sledovala jsem obecné tendence v české kulturní diplomacii po roce 1989. Důležité je, že činnost jejích různých aktérů je čím dál intenzivnější: rozvíjejí se stávající instituce a vznikají nové. To se projevuje i na pozitivní dynamice prezentace české kultury a literatury na Ukrajině. Od roku 2000 a hlavně od roku 2010 roste počet vydávaných českých knih jak klasických, tak i od žijících autorů. Postupně se plní mezery v překladu autorů, které během 20. století nebylo možné překládat a jsou sledované i současné trendy české literatury. Hlavní úsilí kulturní diplomacie je zaměřeno na tvorbu obrazu Česka jako moderního demokratického státu s bohatou a zajímavou literární tradicí. Za svůj hlavní úspěch považuje propagaci knih Václava Havla a knih o něm. Ukrajinská nakladatelství také zmiňují tyto knihy mezi nejúspěšnějšími, zároveň jsou populární i dětské knihy a česká klasika (Bohumil Hrabal, Zdeněk Jirotka). Kulturní diplomacie se snaží také o práci se stereotypy, jak pozitivními, tak negativními – v tomto případě se pokouší o jejich změnu. Taková změna je ale napříč různými skupinami Ukrajinců poměrně pomalá. Cílovou skupinou kulturní diplomacie jsou lidé, kteří často sami pracují s uměním a kulturou. Tam změna stereotypů a zažitých představ probíhá rychleji a česká kultura má docela pestrý hetero-obraz.

Po tomto výzkumu lze tvrdit, že výsledky české kulturní diplomacie na Ukrajině mají celkem pozitivní dynamiku a postupně tvoří pozitivní obraz Česka a Čechů. V neposlední řadě je to díky překladům, které vznikly během posledních deseti let a které prezentují bohatství a rozmanitost současné české kultury.

Přílohy

Rozhovor s Lucií Řehořikovou, ředitelkou Českého centra v Kyjevě (2014–2020)

Co je to kulturní diplomacie pro vás?

Dovolte, abych teď necitovala oficiální definice, kterých je plný internet. Pro mě je to něco, co změkčuje, jemně se dotýká a pomalu vytváří odrazový můstek mezi věcmi z nemateriálního světa, z oblasti kultury lidstva, kam jako hlavní z kódů patří jazyk. Je to *vytváření mostů mezi kulturami*. Člověk, který je kulturní diplomat, měl by být nedílnou součástí reprezentativní složky své země, která je zastoupena v určitém teritoriu. Spoluvytváří tak pak *dialog*, který je založen na určitých hodnotách, který jeho národ vytvořil během své existence, svého vývoje. Takový multikulturní dialog by měl plynout přirozeně z obou stran. Kulturní diplomacie by měla takový plynutí dialogu podporovat, dávat mu impulzy a pomáhat ho rozvíjet dál. Někdy si můžeme pomoci příklady ze základní školy. Rádi byste svoji sazeničku ukázali i sousedovi odvedle, protože máte radost z úrody. Váš soused však nejdřív potřebuje vysvětlení, popis, plusy i minusy, že třeba rostlinka odvádí hmyz anebo že jeho zahrádka teď bude mnohem barevnější. Pokud ten druhý zahradník souhlasí, tak spolu sazeničku zasadíte. Spolu ji zalejete, bude-li ale růst a plodit je už na vašem kolegovi. Je to obohacení jedné kultury druhou, pomocí tzv. kulturních produktů různých žánrů: literatura, divadlo, film, hudba, výuka jazyka, věda a výzkum, výtvarné umění, design, ale třeba i sport nebo turismus. Je to sdílení a představování, nabídka v jiném kulturním prostoru něčeho, co je opravdu zajímavé, přínosné, cool, in a hodné prezentace.

Když jste před pěti lety přijela do Kyjeva, měla jste vizi toho, co z české kultury chcete prezentovat? Nebo postupně vzniká v průběhu práce?

Obečně úkol Českých center zní tak: „*Posilujeme dobré jméno ČR v zahraničí a prezentujeme ČR jako moderní zemi s bohatou kulturní tradicí*“. Určité vodítko je taky v tom, že taková prezentace má být ve všech žánrech. Výběrové řízení jsem vyhrála, myslím, díky úplně nové koncepci jazykových kurzů, kdy se výuka jazyka stává hlavním nástrojem hlubšího poznání kultury. Když Ukrajinci přijdou za námi, aby se naučili česky, tak zároveň po dobu několika měsíců jsou s námi v každodenním kontaktu. Takže se nejenom naučí jazyk, ale přirozeně se začnou zajímat o všechno kolem jazyka, co si myslíme, jak se smějeme, jak se hádáme, jak jíme, jak zpíváme, co posloucháme, co jíme, jak se tváříme, když jdeme po ulici, jak trávíme volný čas, jak tvoříme rodiny, jak se zamilováváme. Šla jsem na Ukrajinu s tím, že se více lidí bude učit česky, a tím pádem se zajímat i o naši kulturu. Vznikne nám tím také přirozeně

publikum pro naše filmy, divadlo, literaturu, vědce a další. Ze začátku to bylo hodně o mapování, o seznamování se s lidmi a se stereotypy o nás. *Stereotypy* jsou v jistém smyslu naším zrcadlem a je důležité si uvědomit jejich pozitivní i negativní stránku. Česku se například říká, že je to země kultury, že máme skvělé vzdělání, že je to takový ráj bezpečí, kde žijí ti nejmírnější lidé. V něčem to je pravda, ale zároveň lidé jsou všude stejní a všude mají stejné problémy. Takže je potřeba občas i varovat cizince, aby viděli realitu, a nejen své představy. Aby si sami něco přečetli a seznámili se s tím, jak to je ve skutečnosti je. To podle mě taky patří k té kulturní diplomacii.

Zmiňovala jste literaturu jako kulturní produkt. Za posledních pět let vyšlo poměrně hodně českých knih v ukrajinských překladech. Sledujete to, které z nich nejvíc rezonovaly mezi ukrajinskými čtenáři, měli dobré recenze a ohlasy?

Pořád si myslím, že je toho málo. Myslím si, že *literatura je nejsilnějším nástrojem, jak poznat jinou kulturu*. Představuje hlubokou, ale vlastně i relativně nedrahou sondu pomocí lidí, kteří umí kriticky myslet a reflektovat. Nepotřebuje žádné drahé efekty. Je to ztišení a hluboký prožitek z jiné kultury. Proto čím víc překladů bude, tím lépe pro obě strany. Pokud se bavíme o Ukrajině, tak určitě důležitým autorem je *Václav Havel* a celý rok 2016, který byl ve znamení Václava Havla. Nebyly to jen knihy, které se podařilo dostat k publiku díky kvalitním překladům Teřany Okopné a dalších překladatelů, ale i jiné akce: divadelní představení, besedy, anebo přejmenování bulváru podle Václava Havla. Myslím a pevně doufám, že se nám podařilo na kvalitu a specifika naší literatury ukrajinskou odbornou i laickou veřejnost upozornit. Jistě bychom v tom měli pokračovat.

Co by se mělo podle vás přeložit do ukrajinštiny?

Je toho strašně moc. Myslím si, že chybějí klasici. Například, *Maryša* chybí – jako vrchol realistického dramatu, skvělý příběh, který se hodně hraje dodnes. Obecně chybějí divadelní hry. Ze současných autorů mi hodně chybí např. *Petra Soukupová*, *Radka Denemarková*, *Jiří Kratochvíl* nebo *Ivan Klíma*. Hodně se mluví o *Davidu Zabranském*. Na toto téma je napojená řada dalších témat. Je to kultivace bohemistiky, nových překladatelů, vytvoření motivace pro to, aby Ukrajinci se vůbec uměleckým překladem zabývali, měli možnost jezdit do Česka, seznamovat se s autory. S překladem souvisí téma překladatelů a institucí, které je vychovávají. Je to téma, které mě trápí, a vím, že bez toho to nepůjde. V poslední době jsme díky bravurnímu překladu Iryny Zabiiaiky představili Ukrajincům „nejsrandovnější českou knihu všech dob“ Jirotkovi Saturnina a chystáme audioknihu, to nás velmi těší. Zatím je to ale pořád otázka ostrůvku a chtělo by to kontinuitu a diskurz. I tak ale, myslím, je důvod k radosti a naději do budoucna.

Co dělá česká kulturní diplomacie pro podporu překladu?

Je to především *překladačská soutěž Susanny Roth*. Výhra v takové soutěži je jako vstup do nového světa, právo se jmenovat překladatelem. Navíc, pokud text pak opravdu vyjde, pak máš jako překladatel zelenou. Je to skvělý nástroj a výborná věc, v tom by se muselo určitě pracovat dál. Druhá důležitá věc je *podpora od Ministerstva kultury*. Naše vláda na zahraniční překlady důstojně přispívá. Dobré je na tom to, že spolu komunikují ministerstvo, překladatel a nakladatel, a že je to podíl všech. Vytvářejí se vazby do budoucna, není to jednorázová věc. Na Ukrajině pozorujeme jednoznačně vzrůstající tendenci. Nejdřív to bylo pár odvážných, ale teď už vychází nejen próza, ale i poezie. Stále potřebujeme víc motivačních momentů pro překladatele, aby se mohli zdokonalovat v tom, co dělají. Je taky potřeba, aby byli *lidé, kteří by sledovali české literární prostředí, ale zároveň znali to ukrajinské* a věděli, co je potřeba přeložit. Pokud se podíváme na světové veletrhy, tam vždy fungují literární agenti, od nichž se to pak dál vyvíjí. Tak se například na ukrajinský trh dostal Martin Sodomka, jehož knihy v překladu Teřany Savčenko vyšly v Nakladatelství Starého Lva. Překladačská práce je sice v zárodcích samostatná, ale zároveň je to vždy i práce týmová. Překladatel pracuje s nakladatelem, s redaktorem, s grafikem. Je to společná práce nad něčím, co je větší než jedinec.

Prohloubení česko-ukrajinských literárních kontaktů hodně napomohlo taky rozšíření do Lvova tzv. „domácí“ linie festivalu Měsíc autorského čtení, který vznikl v Brně. Jak hodnotíte tuto spolupráci?

Nejen domácí, ale i zahraniční, to je myslím důležité. Byl a je to příklad spolupráce, která není založena jen na bilaterálním vztahu, tedy Česko – Ukrajina, ale tyto dvě země spolupracují na projektu, který je středoevropský a přesahuje tudíž hranice jejich zemí. Je to cenné, společně se tak Ukrajinci a Češi, tady v oblasti kultury – literatury, otevírají světu. Přidanou hodnotou festivalu je také fakt, že je v oblasti kultury jak importní, přiváží na Ukrajinu autory z Česka, tak exportní, tedy že ukrajinští autoři jezdí na českou část festivalu do Brna a Ostravy. Myslím si, že potenciál festivalu takového formátu ještě není dostatečně využitý. Ukrajinu jsme přijali do festivalové rodiny od roku 2015, letos bude tedy již šestý ročník a hostem bude Maďarsko. Na detailní vysvětlení dramaturgie bychom potřebovali celou stránku. Stručně to shrnu: přijíždí autoři, v jednom ročníku se protne 62 špičkových intelektuálů, kteří obohacují svou tvorbou publikum v pěti evropských městech po dobu jednatřiceti červencových dní, vznikají nová přátelství, literární kontakty, lásky, sdílí se zkušenosti opravdu všeho druhu. Není to jeden, dva, tři, deset, ale hned třicet jedna autorů ze země, která je ten určitý rok čestně zvolena jako hlavní host. Neznám jinou příležitost pro profesní ani laickou veřejnost, kde by někdo naservíroval na

stříbrném podnose celou plejádu jedné literatury jako kolektivního fenoménu. Zjišťujeme taky, kolik je překladatelů, jaké knihy jsou už přeložené, jaké by mohly a měly být přeložené. A tím začíná práce. Z festivalových zájezdů vzniklo minimálně šest knih v ukrajinštině. Z ukrajinštiny do češtiny byly přeloženy knihy čtyři. K tomu ještě připočteme dokumentární filmy o ukrajinských spisovatelích z roku 2015, kdy právě Ukrajina byla čestným hostem a od roku 2016 se zařadila jako plnohodnotný člen festivalu. Možností je bezpočet, například dělat letní filologické školy, bavit se na rozhlasových vlnách o autorech a s autory, kultivovat odborníky. Nebo psát a natáčet reportáže, filmy, rozhovory apod. Myslím, že Měsíc autorského čtení je nejvýraznější česko-ukrajinská akce s přesahem do dalších zemí na poli literatury po roce 1989.

Rozhovor s Dagmar Ostřanskou, bývalou ředitelkou Českého centra v Kyjevě (2010 – 2014) a nynější ředitelkou Českého centra v Sofii

Co je pro vás kulturní diplomacie?

Kulturní diplomacie je pro mě prostředkem komunikace, stavebním materiálem pro vytváření mostů mezi národy. Jejich propojování, obohacování a sdílení zkušeností. Je to významná část diplomacie, která je často nedocenená, která umí najít vzájemné průsečíky mezi národy a státy.

Jakou roli hraje v kulturní diplomacii překlad a vydávání knih?

Vydávání knih, v tomto případě překladů z českého jazyka vede k přirozenému zájmu mezi různými národy. Podpora překladů zaujímá v kulturní diplomacie důležité místo. Vydávání knih má dlouhodobější dopad na společnost. Umocněna prezentací za účasti autora je spojena se zájmem kulturních médií.

Za vašeho působení v Kyjevě se překlad české literatury do ukrajinštiny značně aktivizoval. Jaká z vydaných knih měla tehdy podle vás největší ohlas, byla důležitá pro ukrajinské čtenáře? Proč?

Důležitou knihu pro ukrajinského čtenáře jistě byla kniha Daniela Kaisera *Disident Václav Havel*, která vyšla v nakladatelství Tempora. Osobnost Václava Havla se těšila a těší na Ukrajině pozornosti čtenářů. Často jsem se setkala s názorem Ukrajinců, že Václav Havel pro ně byl a je etalonem pravdy a boje za svobodu. V době Viktora Janukovyče (prezidenta Ukrajiny) byl tento vzor více než potřebný. Velkému zájmu se také těšila kniha Kateřiny Tučkové *Žitkovské bohyně*, ale to si myslím hlavně díky společné prezentaci s ukrajinskou spisovatelkou Oksanou Zabužko. Dále kniha Jaroslava Rudiše, kterou prezentoval v tandemu s Jurijem Anruchovyčem.

Liší se situace překladem české literatury na Ukrajině a v Bulharsku, kde působíte teď? Liší se i vaše činnost na podporu překladu v těchto zemích?

V obou zemích se česká kultura obecně těší pozornosti. Podpora se liší ve směru, že v ČR již několik let působí státní organizace na podporu překladů, výjezdů a rezidencí spisovatelů České literární centrum, která nese značnou část nákladů na aktivity spojené s prezentací české literatury v zahraničí. V Bulharsku se ročně přeloží 13 českých autorů do bulharštiny. Nevím, jaká je situace v opačném směru. A jaké jsou možnosti a úspěchy bulharské literatury v ČR.

Ukrajínští nakladatelé o překladech českých knih do ukrajinštiny

Celkem **tři** ukrajinská nakladatelství se zabývají překlady z české literatury systematicky. To znamená, že v těchto nakladatelstvích vyšly víc než dva překlady z češtiny do ukrajinštiny po roce 2010. Taky je důležité, že na propagaci přeložených knih pracují a podporují tak i formování hetero-image Česka a české kultury na Ukrajině. Většina knih, které vyšly v těchto nakladatelstvích, byly finančně podpořeny Ministerstvem kultury ČR.

Jedná se o následující nakladatelství:

- Nakladatelství Tempora (vyšli tam: Legatová, Šabach, Rudiš, Topol, Kaiser – celkem 5 knih),
- Nakladatelství Vydavnyctvo Staroho Leva (vyšli tam: Sedláček, 3 knihy od Kundery, 5 knih od Sodomky, kolektivní publikace Jak se dělá galerie, Ouředník – celkem 11 knih),
- Nakladatelství Komora (vyšli tam: Dousková, Tučková, Hájíček, Havel, Hurník, Jirotko – celkem 6 knih).

Ta nakladatelství dostala následující **otázky**:

1. Proč vydáváte překlady z české literatury?
2. Ovlivňuje vaše plány na vydávání české literatury podpora Ministerstva kultury ČR? Vydávali byste tyto knihy bez takové podpory?
3. Kterou knihu přeloženou z češtiny, která vyšla ve vašem nakladatelství, považujete za nejúspěšnější (podle prodaných výtisků, podle reakce kritiků a čtenářů)?

Odpověď jsem dostala pouze od dvou nakladatelů, a to Komora a VSL. Níže zveřejňujeme překlady jejich odpovědí z ukrajinštiny do češtiny.

Komora (stránka: <https://komorabooks.com/>):

1. Heslo nakladatelství – „Jen to, co zůstane“ – odráží naši politiku: vydávání kvalitních knih určených pro domácí knihovny a více než jednu generaci čtenářů. Od svého vzniku má Komora několik jasných směrů práce, kterými se řídí při výběru knih. Jedním z takových směrů je vydávání kvalitních autorů, kteří na Ukrajině ještě nejsou známí, zajímáme se například o texty dřív málo známého žánru současného středoevropského románu, v kterém pracují také čeští autoři – doufáme, že se i pomocí našeho úsilí situace mění k lepšímu. Tak

naši pozornost upoutali například Kateřina Tučková nebo Jiří Hájíček. Později, když jsme na festivalech a veletrzích komunikovali se čtenáři anebo četli reakce na sociálních sítích, jsme pochopili, že česká literatura je pro většinu čtenářů spojena se dvěma, třemi jmény klasiků, a rozhodli jsme se pokusit tuto situaci napravit, přeložit i několik klasických textů, a tak vznikl například *Saturnin* a ještě něco, co máme v plánu.

2. Ano, určitě ovlivňuje. Tento program nám umožňuje snížit náklady na knihu a nakonec ji nabídnout čtenářům za dostupnější cenu, než by to bylo za plného financování knihy nakladatelstvím (na stránce nakladatelství stojí například Žitkovské bohyně Kateřiny Tučkové stojí 50 hřiven, stejně jako *Hrdý Budžes* od Ireny Douskové, *Proslovy a eseje* Václava Havla jsou za 80 hřiven, *Rybí krev* od Jiřího Hájíčka za 140 hřiven a bez podpory by ceny byly skoro dvakrát vyšší). Je to hlavně důležité, když se jedná o malý počet kusů (1000) a autory nebo autorky, kteří na Ukrajině nejsou tak známí. Takže když rozhodujeme o vydání té nebo oné překladové knihy, vždycky se díváme po možnostech grantové podpory. Vydávali bychom knihy bez takové podpory? Odpověď se může lišit: ano, pokud jde o klasiku a známější autory, jako je například Václav Havel, ne – pokud jde o současnou literaturu a autory, které ukrajinský čtenář nezná.

3. Nejúspěšnější z našich českých překladů je s velkým náskokem kniha *Proslovy a eseje* od Václava Havla, které se od svého vzniku v roce 2016 dostává jak do domácích knihoven, tak i do recenzí a článků. I naše nové knihy, které vyšly na podzim, mají dobrou dynamiku prodeje a čtenářské pozornosti, přičemž každá se k tomu dostala jinou cestou. *Trubači z Jericha* od Ilji Hurníka získaly popularitu také díky dokumentární novele Oksany Zabužko Hurníkův kód, kde je popsán příběh překladu této knihy otcem spisovatelky Stefanem Zabužko a jeho cesta za čtenářem v sovětském období. *Saturnin* od Zdeňka Jirotky je klasickým dílem české literatury, ale také je to veselá a příjemná kniha pro volnočasové čtení, takže se o ní další čtenáři dozvídají pomocí šeptandy a ohlasů na sociálních sítích.

VSL (stránka <https://starylev.com.ua/>):

1. Překlad knihy *Europeana* od Patrika Ouředníka byl jedním z prvních překladů literatury pro dospělé v našem nakladatelství. Ze snu o vydání textů Milana Kundery také vyrostly naše plány na vydávání překladů literatury pro dospělé. Momentálně máme 11 překladů z češtiny, které vyšly v našem nakladatelství během let 2014–2019. Také od roku 2017 celkem 8 knih našeho nakladatelství vyšlo v překladu do češtiny v Česku, plánována jsou ještě

dvě vydání. Kulturní výměna – asi tak zní nejpřesnější obecná odpověď na tuto otázku, protože rozhodnutí o vydání každé konkrétní knihy je specifické.

2. Docela často je vydání nového překladu pro nakladatelství finančním rizikem, protože kniha může mít jen jeden náklad a v takovém případě zisk z prodeje může být menší, než náklady na nákup práv, překlad, přípravu, tisk a propagaci knihy. Proto je existující pomoc od Ministerstva kultury ČR důležitým faktorem při výběru nových titulů do edičního plánu. Hlavně během posledních let, kdy má program nové podmínky spolupráce a poskytuje podporu během každé etapy vydání překladu. Jsme vděční také Českému centru v Kyjevě za informační podporu a jeho politiku popularizace české literatury na Ukrajině.

3. Největší úspěch mezi překlady z češtiny v našem nakladatelství má série dětských knih od Martina Sodomky, která začíná knihou Jak si postavit auto? Knihy z této série sklízí úspěch nejen mezi dětmi, ale i mezi rodiči, a na Ukrajině jsou bestsellery.

Dotazník 1. Ukrajinci žijící v ČR a jejich vztah k české kultuře

Cílová skupina: Ukrajinci žijící v České republice, kteří mají bezprostřední kontakt s českou kulturou. Nejsou cílovou skupinou kulturní diplomacie ani častými uživateli kulturních produktů.

Otázka: Co se vám vybaví, když je řeč o české kultuře? Knihy? Jaké třeba? Filmy, hudba? Co vás překvapilo nebo upoutalo vaši pozornost?

Otázka byla umístěna do dvou facebookových skupin – Група Чехія UA | Дошка оголошень | Українці в Чехії (102 614 účastníků) a Українці в Брно – Ukrajinci v Brně (3 882 účastníků). V první skupině bylo celkem 75 komentářů, ve druhé celkem 43.

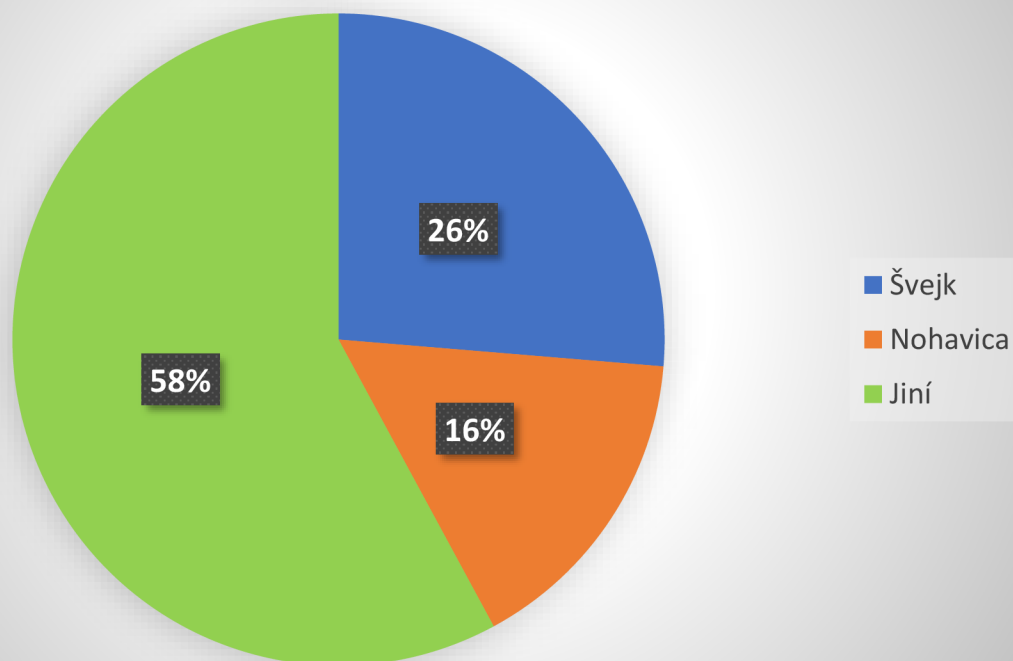
Většinou s českou kulturou bývá spojováno něco jiného než knihy (hlavně pivo a jídlo). Byli zmíněni takoví následující autoři a knihy:

- ✓ Nejslavnější piráti
- ✓ **Babička, Božena Němcová**
- ✓ Poslední aristokratka, Evžen Boček
- ✓ **Saturnin, Zdeněk Jirotka**
- ✓ Paměti katovské rodiny Mydlářů, Josef Svátek
- ✓ **Osudy dobrého vojáka Švejka..., Jaroslav Hašek (5x)**
- ✓ **Ivan Olbracht**
- ✓ České tajemno, Arnošt Vašíček
- ✓ Jaromír Nohavica (3x)
- ✓ Bylo nás pět, Karel Poláček
- ✓ Taková normální rodinka, Fan Vavřincová
- ✓ **Bohumil Hrabal**
- ✓ Alena Mornštajnová

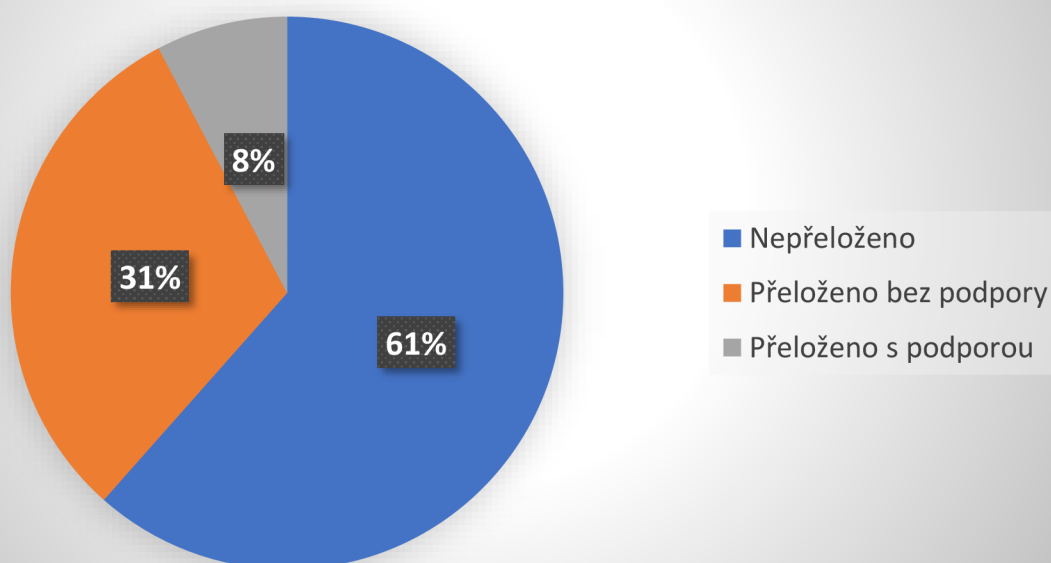
Celkem je to 19 zmínek, z nichž Hašek byl uveden pětkrát a Nohavica třikrát (viz diagram).

5 knih bylo přeloženo do ukrajinštiny (jsou vyznačeny tučně), z čehož jeden překlad byl podpořen Ministerstvem kultury ČR (a to *Saturnin*).

Počet zmínek



Zmíněné knihy a jejich překlady do ukrajinštiny



Dotazník 2. Ukrajinci žijící na Ukrajině a jejich vztah k české kultuře

Cílová skupina: Ukrajinci žijící na Ukrajině, kteří mají zprostředkovaný kontakt s českou kulturou. Jsou cílovou skupinou kulturní diplomacie a častými uživateli kulturních produktů.

Otázka: Česká literatura a možná i celé Česko byly v našem vědomí dlouho spojeny se Švejkem a pivem. Změnilo se pro vás něco během posledních 10 let? Objevili se možná noví autoři, autoři, knihy, postavy, nebo asociace? Změnilo se vaše vnímání české kultury? Něco vás překvapilo nebo upoutalo vaši pozornost?

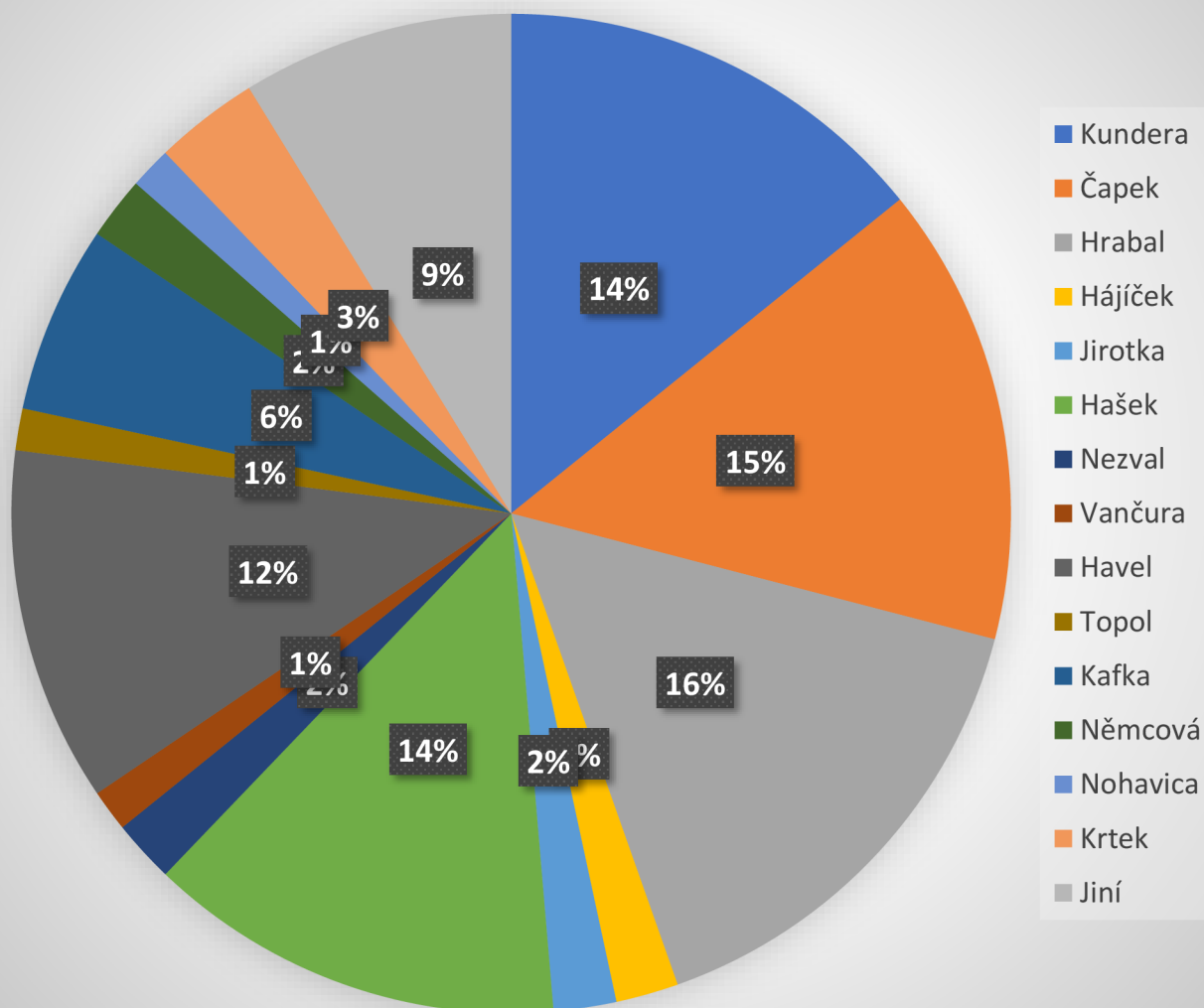
Otázka byla umístěna na mou osobní stránku (1587 účastníků) a získala 106 odpovědí. Kromě literatury jsou často zmiňováni čeští filmaři, ilustrátoři, umělci. Paleta zmiňovaných autorů je výrazně pestřejší:

- ✓ **Milan Kundera** (21x)
- ✓ **Karel Čapek** (22x)
- ✓ **Bohumil Hrabal** (23x)
- ✓ Pavel Kohout
- ✓ **Jiří Hájíček** (3x)
- ✓ **Zdeněk Jirotka** (3x)
- ✓ **Jaroslav Hašek pozitivně** (12x)
- ✓ **Jaroslav Hašek negativně** (8x)
- ✓ Vítězslav Nezval (3x)
- ✓ Konstantin Biebl
- ✓ Jaroslav Seifert
- ✓ Kunhutina modlitba
- ✓ Vladislav Vančura (2x)
- ✓ **Václav Havel** (17x)
- ✓ **Jáchym Topol** (2x)
- ✓ **Michal Viewegh**
- ✓ Pavel Kolmačka
- ✓ Královedvorský rukopis
- ✓ **Franz Kafka** (9x)

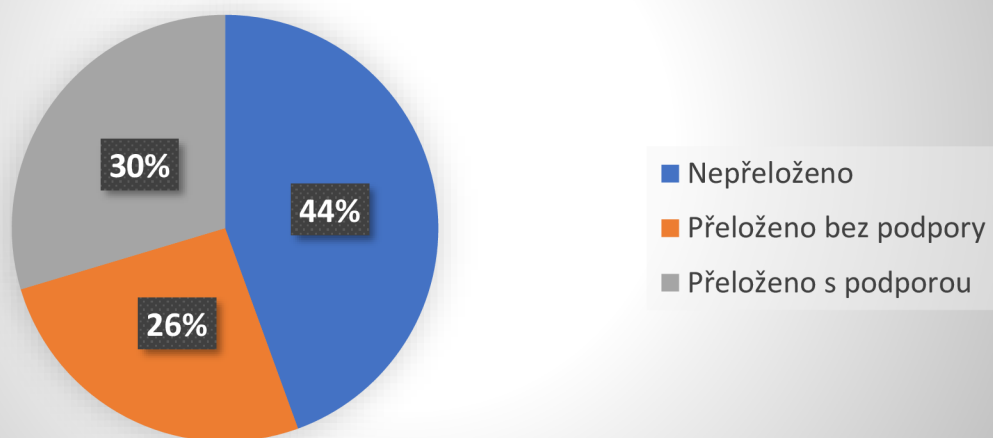
- ✓ **Božena Němcová** (3x)
- ✓ Jaromír Nohavica (2x)
- ✓ **Krtek** (5x)
- ✓ **Petr Šabach**
- ✓ Jan Weiss
- ✓ **Irena Dousková**
- ✓ **Kateřina Tučková**
- ✓ O loupežníku Rumcajsovi
- ✓ Daisy Mrázková

Celkem je to 148 zmínek, z nichž 15 autorů, textů nebo postav bylo zmíněno více než jednou (viz diagram). 15 knih bylo přeloženo do ukrajinštiny (vyznačeny jsou tučně), z nichž osm bylo podpořeno Ministerstvem kultury ČR (a to *Tučková*, *Dousková*, *Šabach*, *Viewegh*, *Topol*, *Havel*, *Jirotko*, *Hájíček*).

Počet zmínek



Zmíněné knihy a jejich překlady do ukrajinštiny



Seznam literatury

Tištěné zdroje

ANON., 1999. *Koncepce kulturní politiky v ČR: Strategie účinnější státní podpory kultury*, Praha: Ministerstvo kultury ČR.

ANON., 2001. *Kulturní politika v České republice*, Praha: Ministerstvo kultury ČR.

ANON., 2009. *Státní kulturní politika České republiky 2009-2014*, Praha: Ministerstvo kultury.

ANON., 2015. *Státní kulturní politika České republiky 2015-2020*, Praha: Ministerstvo kultury.

BAŠTOVÁ, P., 2018. *Třetí pilíř zahraniční politiky? : západoněmecká zahraniční kulturní politika v šedesátých a sedmdesátých letech 20. století*, Praha: Academia.

KLIMEŠ, O., 2018. *Kulturní diplomacie Číny a její regionální variace*, Praha: Academia.

KRENN, M. L., 2017. *The history of United States cultural diplomacy: 1770 to the Present Day*, London: Bloomsbury.

LEONARD, M., 2002. *Public Diplomacy*, London: The Foreign Policy Centre.

NEKOLNÝ, B., 2014. *Paradigmata moderní kulturní politiky*, V Praze: Institut umění – Divadelní ústav.

NÜNNING, A., TRÁVNÍČEK, J. & HOLÝ, J. eds., 2006. *Lexikon teorie literatury a kultury: koncepce – osobnosti – základní pojmy*, Brno: Host.

NYE, J. S., 2011. *The future of power*, New York: Public Affairs.

PETERKOVÁ, J., 2008. *Veřejná diplomacie*, Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk.

TOMALOVÁ, E., 2008. *Kulturní diplomacie: francouzská zkušenost*, Praha: Ústav mezinárodních vztahů.

Internetové zdroje

ANON., 2005. *Koncepce jednotné prezentace České republiky* [online] [cit. 2020-05-17].

Dostupné z: http://www.cot.cz/data/cesky/05_10/priloha_C1005.pdf

ANON., 2017. *Koncepce Českého literárního centra 2017-2022* [online] [cit. 2020-05-17].

Dostupné z: <https://www.czechlit.cz/cz/ceske-literarni-centrum/koncepce-2017-2022/>

ANON., 2019. *Zpráva o českém knižním trhu 2018/2019* [online] [cit. 2020-05-17]. Dostupné z

https://www.sckn.cz/file/wysiwyg/files/Zprava_o_cekem_kniznim_trhu_2018_19.pdf

Kubíček, T., Voslářová, M., 2019. *Zatím ještě nikdo neřekl: Držíme vám palce* [online] [cit.

2020-05-17]. Dostupné z [http://www.iliteratura.cz/Clanek/40997/kubicek-tomas-lipsky-](http://www.iliteratura.cz/Clanek/40997/kubicek-tomas-lipsky-knizni-veletrh)

[knizni-veletrh](http://www.iliteratura.cz/Clanek/40997/kubicek-tomas-lipsky-knizni-veletrh)

LEERSSEN, J., bez data. *A summary of imagological theory* [online] [cit. 2020-05-17].

Dostupné z <https://imagologica.eu/theoreticalsummary>

LEERSSEN, J., 2016. *Imagology: On using ethnicity to make sense of the world* [online] [cit.

2020-05-17]. Dostupné z [http://iberical.paris-sorbonne.fr/wp-content/uploads/2017/02/Pages-](http://iberical.paris-sorbonne.fr/wp-content/uploads/2017/02/Pages-from-Iberic@l-no10-automne-2016-Final-2.pdf)

[from-Iberic@l-no10-automne-2016-Final-2.pdf](http://iberical.paris-sorbonne.fr/wp-content/uploads/2017/02/Pages-from-Iberic@l-no10-automne-2016-Final-2.pdf)

TOROP, P., 2008. *Translation as communication and auto-communication* [online] [cit. 2020-

05-17]. Dostupné z

https://www.researchgate.net/publication/242759672_Translation_as_Communication_and_Auto-Communication

АНОН., 2017. *Вацлав Гавел «Промови та есеї»* [online] [cit. 2020-05-17]. Dostupné z

<http://archive.chytomo.com/texts/vaclav-gavel-promovi-ta-eseii>

АНОН., 2019. *Як тестостерон формує поведінку та характер чоловіка* [online] [cit.

2020-05-17]. Dostupné z [http://www.chytomo.com/iak-testosteron-formuie-povedinku-ta-](http://www.chytomo.com/iak-testosteron-formuie-povedinku-ta-kharakter-cholovika/)

[kharakter-cholovika/](http://www.chytomo.com/iak-testosteron-formuie-povedinku-ta-kharakter-cholovika/)

ЗАБІЯКА, І., 2019. *Як повернути поезії читачів?* [online] [cit. 2020-05-17]. Dostupné z

<https://zbruc.eu/node/90480>

КОСЕНКО, М., 2019. *Вірші Павла Колмачки в перекладах українською* [online] [cit. 2020-

05-17]. Dostupné z <https://litcentr.in.ua/load/300-1-0-3040>

КОЦАРЕВ, О., 2020а. *Дванадцять поетичних перекладів року* [online] [cit. 2020-05-17].
Dostupné z: <http://litakcent.com/2020/03/25/dvanadtsyat-poetichnih-perekladiv-roku/>

КОЦАРЕВ, О., 2020b. *Класика чеської стилізації та англійського гумору* [online] [cit. 2020-05-17]. Dostupné z: <http://litakcent.com/2020/02/20/klasika-cheskoyi-stilizatsiyi-ta-angliyskogo-gumoru/>

ЛЕВКОВА, А., 2017. *Риб'яча кров: роман із плоті і крові* [online] [cit. 2020-05-17].
Dostupné z: <http://litakcent.com/2017/07/11/rib-yacha-krov-roman-iz-ploti-ta-krovi/>

ЛОТМАН, Ю., 1992. *К построению теории взаимодействия культур (семиотический аспект)* [online] [cit. 2020-05-17]. Dostupné z <http://yanko.lib.ru/books/cultur/lotman-selection.htm>

МАКАРИК, В., 2020. *Оце так диваки! 10 книг про людей, з якими ніколи не буває сумно* [online] [cit. 2020-05-17]. Dostupné z <https://blog.yakaboo.ua/oce-dyvaky/>

МАКАРИК, В., 2018. *Фан та інфографіка: новий формат дитячих енциклопедій* [online] [cit. 2020-05-17]. Dostupné z <http://www.chytomo.com/fan-ta-infografika-novi-formaty-dy-tyachy-h-entsy-klopedij/>

МОЧАРНИК, І., 2016а. *Чеська література в екзилі: від забуття до повернення* [online] [cit. 2020-05-17]. Dostupné z <http://archive.chytomo.com/news/cheska-literatura-v-ekzili-vid-zabuttya-do-povernennya>

МОЧАРНИК, І., 2016b. *Чеська література в екзилі: від забуття до повернення* [online] [cit. 2020-05-17]. Dostupné z <http://bukvoid.com.ua/digest//2016/06/16/084452.html>

НИКОЛАЙЧУК, І., 2017. *Їржі Гаїчек: «Історія поєднує навіть найвіддаленіші місця»* [online] [cit. 2020-05-17]. Dostupné z <http://archive.chytomo.com/interview/iirzhi-gaiichek-istoriya-poyednuye-navit-najviddalenishi-miscya>

ОКОПНА, Т., 2016. *Не читайте чеську літературу, вона про чехів* [online] [cit. 2020-05-17]. Dostupné z: <http://litakcent.com/2016/05/05/ne-chytajte-chesku-literaturu-vona-pro-chehiv/>

ПАСТУХ, Т., 2019. *Торкання життя* [online] [cit. 2020-05-17]. Dostupné z <https://zbruc.eu/node/91124>

ЯКОБСОН, Р., 1975, *Лингвистика и поэтика* [online] [cit. 2020-05-17]. Dostupné z <http://www.philology.ru/linguistics1/jakobson-75.htm>

ЯКОБСОН, Р., 1978, *О лингвистических аспектах перевода* [online] [cit. 2020-05-17]. Dostupné z <http://www.philology.ru/linguistics1/jakobson-78.htm>

Video

NYE, J. S. On the Future of Soft Power and Public Diplomacy.
<https://www.youtube.com/watch?v=q75uTqz5XS4>