

## Francouzsko-americké kulturní stereotypy a výuka francouzského jazyka

Jak jistě víte, váš způsob chování je silně ovlivněn vaší kulturou. Protože se vaši studenti skrz studium francouzského jazyka právě vydávají na cestu do jiné kultury, může být pro vás užitečné zjistit, jak se navzájem francouzská a americká kultura vnímá, abyste mohli jednat za hranicemi těchto stereotypů.

Jak Francouzi vnímají Američany a Američani Francouze?

Podle Verdaguera je velké množství klíšé o Francii a Francouzích šířeno americkými médii, která zahrnují filmy, reklamy, knihy a karikatury v novinách. Jeho studie o zobrazování Francie v amerických médiích odhalila, že Francouzi jsou vnímáni jako neslušní, špinaví a s vysokým libidem. Jeho analýza zároveň ukázala, že tato země je velmi pozitivně vnímána ve spojení s uměním, módou a stravováním. Podobně asi 50 % studentů francouzského jazyka, kteří byli dotázáni v nedávném průzkumu, prohlásilo, že Francouze vnímají jako sofistikované, snobské a neslušné zároveň (Drewelow). Ale i Francouzi mají velký počet klíšé o Američanech. Vyhledání slov „americká klíšé“ na Googlu svědčí o tom, že nejčastější stereotypy se týkají stravovacích návyků (fastfoody, které vedou k obezitě), násilí a velmi vysoké míry držení střelných zbraní, materialismu, plýtvání zdroji, jakéhosi imperialistického chování v mezinárodním měřítku a způsobu školního vzdělávání, který je velmi zaměřen na zábavu – americký fotbal, roztleskávačky a maturitní plesy – na úkor akademické vážnosti.

Komentář:

Jde o odborný text na pomezí sociologie a psychologie.

Autor používá vyříbený spisovný jazyk, např. *Vous n'êtes pas sans ignorer...; ...possédait une aura très positive dans les domaines...; ...agir au-delà...; ...au détriment de....* Nicméně najdou se i slova, která jakoby do tohoto stylu nezapadala: *fortement*.

Autor se také v 1. odstavci obrací přímo na čtenáře.

Při překladu jsem se snažila tento styl dodržet.

Co se týče terminologie, nenajdeme tu mnoho vyloženě terminologických pojmů. Mohli bychom za ně považovat např. *stereotyp, klíšé, kultura*, atd.

Několik poznámek k samotnému překladu:

- *embarquer pour un voyage* – v češtině spíše *vydat se na cestu*, než se na ni „nalodit“ ANO, JISTĚ
- *hypersexuel* jsem se rozhodla nahradit *s vysokým libidem*; i když by tento odborný termín v tomto typu textu nevalil, neseděl mi úplně k ostatním dvěma přídavným jménům *neslušní a špinaví*. Také jsem ho posunula v této trojici až na konec, protože už jde o jiný slovní druh. DOBRÝ POSTUP
- *pom-pom girls* – v češtině existuje zažitý ekvivalent roztleskávaček. Podobně u *bal de promotion* se nabízí *maturitní ples*, i když nemusí jít úplně o to samé. ALE ANO
- *fast foods* – v češtině jsem také použila výpůjčku z angličtiny, je již zažitá.

Lexikálně i syntakticky zdánlivě jednoduchý text, ale sdělení neleží vždy na povrchu, je třeba hledat přidružený význam, nespolehnout na ten nejběžnější („sale, matérialisme, rigueur“).

Např. lze podle Seleskovitch. definice „équivalence est une correspondance inédite“ překládat:

- „la rigueur académique“ jako „akademičnost/ náročnost“ , dokonce jednoslovně

- „sale“ – nejde o špínu, ani o podlost, ale spíše o „manque d'hygiène“, tedy „nečistotný/ nemytý/ hygienou opovrhující“ apod.

- „matérialisme“ – podle fr. i č. slovníků jde o filozof. směr, protikladný k idealismu. To však zde nesedí; spíše jde o „kladný poměr ke hmotným statkům/ majetku“, Francouzi jej zde spojují s plýtváním (přírodními) zdroji (možná tou vodou na každodenní sprchování ;-).

Co s tím: ze sémant. pole lze vybrat „spotřební způsob života, důraz na hmotné hodnoty, event. přepočítávání všeho na peníze“

Hodnocení:

Ze začátku příliš doslovné, pak se styl zlepšuje, dobrá FPV, dobré formulace vyznačeny vpravo

C