

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

Přírodovědecká fakulta

Katedra aplikované geoinformatiky a kartografie



**ANALÝZA INFORMACÍ ZNÁZORNĚNÝCH
NA MAPÁCH URČENÝCH
ÚČASTNÍKŮM CESTOVNÍHO RUCHU**

Diplomová práce

Jakub Zmrzlík

Praha 2007

Vedoucí diplomové práce: RNDr. D. Fialová, Ph.D.

Vysoká škola: Univerzita Karlova v Praze
Katedra: Aplikované geoinformatiky a kartografie

Fakulta: Přírodovědecká
Školní rok: 2006/2007

Zadání diplomové práce

pro Jakuba Zmrzlíka
obor Kartografie a geoinformatika

Název tématu: Využití tematické kartografie v cestovním ruchu (Kartografie turismu)

Zásady pro vypracování

Cílem práce je určit maximální možné množství turistických informací potřebných pro turisty, které by měly být znázorněny v mapě, zároveň se budu snažit postihnout všechny principy a zásady vytváření tematických map z pohledu tematické kartografie. Nalezení principů a zásad tematické kartografie a potřeb cestovního ruchu vychází z vydaných odborných knížek, publikovaných odborných statí, zejména však z průzkumu jednotlivých druhů map a dotazníkových šetření u účastníků cestovního ruchu.

Na základě všech nalezených principů a zásad, kterých je potřeba při vytváření tematických map využívaných v cestovním ruchu dodržet, se pokusím o zhodnocení map tuzemských i zahraničních kartografických společností.

Zásady a principy odpovídající jak tematické kartografii tak potřebám cestovního ruchu budou demonstrovány na modelových příkladech jednotlivých informačně turistických mapách i mapkách a pláncích.

Rozsah grafických prací: v průvodní zprávě + 1 CD/DVD

Rozsah průvodní zprávy: 100 – 150 stran

Seznam odborné literatury:

CRESTA, E., UBOLDI, L. (2001): La cartografia turistica – Elementi di riflessione. Librerie CUEM, Milano, 124 s.

DEL CASINO, V. J., HANNA, S. P. (2000): Representations and Identities in Tourism Map Spaces. Progress in Human Geography 1/2000, s. 23-46

INNOCENTI, G. (2002): Geografia del turismo. Carocci editore, Roma, 221 s.

Kartografia w turystyce – turystyka w kartografii, XXIX Ogólnopolska Konferencja Kartograficzna, Kraków, 23-25 října 2003. Uniwersytet Jagielloński – Polskie Towarzystwo Geograficzne, Kraków

KOWALCZYK, A. (2002): Miejsce mapy w turystycznych materiałach promocyjnych. In: Szwichtenberg, A.: Kreowanie wizerunku turystycznego regionów, gmin i miast, Zeszyty Naukowe Wydziału Ekonomii i Zarządzania, 9, Politechnika Koszalińska, Koszalin, s. 33-40

ROBINSON, A. H., MORRISON, J. L., MUEHRCKE, P. C., KIMERLING, A. J., GUPTILL, S. C. (1995): Elements of Cartography. 6th edition, John Wiley & Sons, Toronto, 674 s.

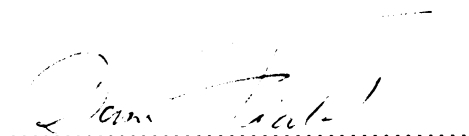
Vedoucí diplomové práce: RNDr. Dana Fialová, Ph.D., KSGRR PřF UK v Praze


Konzultant diplomové práce:

Mario Boffi, professore associato, Università degli Studi di Milano-Bicocca
prof. dr hab. Andrzej Kowalczyk, Uniwersytet Warszawski
Michael Wood, Senior Lecturer, University of Aberdeen

Datum zadání diplomové práce: podzim 2005

Termín odevzdání diplomové práce: jaro 2007


.....
Vedoucí diplomové práce


.....
Vedoucí katedry

Praze dne 1. září 2006

Prohlašuji, že jsem předloženou diplomovou práci vypracoval samostatně s využitím literatury a pramenů uvedených v závěrečném seznamu.

V Praze dne 1. 5. 2007

Jakub Hrnčík
.....

Poděkování:

Rád bych poděkoval všem, kteří mne podpořili při psaní této diplomové práce – vedoucí práce dr. D. Fialové z katedry sociální geografie a regionálního rozvoje PřF UK za odborné vedení, prof. A. Kowalczykovi z Uniwersytetu Warszawskiego a doc. M. Boffimu z University degli Studi di Milano – Bicocca za četné konzultace a pomoc při pobytu na jejich domovských univerzitách, prof. V. Voženilkovi z Univerzity Palackého Olomouc za pomoc při vymezení tématu a náplně diplomové práce.

Abstract

Most cartographic companies, that do business at commercial cartographic market, are mainly oriented towards the maps designed for participants in travel movement. Although these products are designed for tourist purposes, it is common for a participant in travel movement not to be able to find there information, which he expects, wants and needs.

The aim of this thesis is to find appropriate information that should be included in maps according to research of cartographic products from all over the world and above all, according to research among the participants in travel movement. The cartographic product is seen from the user's point of view.

The contents of the present Czech maps are evaluated on the basis of the findings of research and the propositions of optimal included information. Furthermore, most common mistakes are emphasized and the products of the highest quality are highlighted. The results of this thesis have been successfully applied to the international display TourMap – the competition of maps and guide-books for tourism.

Keywords: cartography, maps for tourists, hiking map, road map, city map

Abstrakt

Většina kartografických společností podnikajících na komerčním kartografickém trhu se orientuje převážně na mapy pro účastníky cestovního ruchu. Ačkoli jsou tyto produkty určeny pro turistické účely, mnohdy se v nich nenalézají informace, které účastník cestovního ruchu očekává, které si přeje a potřebuje mít v mapě zaznačeny.

Tato práce na základě průzkumu kartografických produktů z celé Evropy a zejména kvalitativního výzkumu přímo mezi účastníky cestovního ruchu určuje, jaké informace by se měly v mapách objevit, aby byly pro jejich uživatele optimální. Na kartografický produkt je pohlíženo ze strany uživatele, jeho potřeb a přání.

Na základě zjištění a navrnutí optimálních informací je provedeno hodnocení existujících mapových děl české provenience z hlediska jejich obsahové náplně, je upozorněno na nejčastější chyby, vyzdvihnuty jsou nejkvalitněji provedené tituly.

Výsledky této práce byly úspěšně aplikovány pro mezinárodní přehlídku TourMap, soutěž map a průvodců určených pro uživatele cestovního ruchu.

Klíčová slova: kartografie, mapy v cestovním ruchu, turistická mapa, automapa, plán města

Obsah:

1 Úvod	9
1.1 Struktura práce	9
1.2 Cíle práce a základní hypotézy	10
2 Přehled literatury.....	11
2.1 Mapy pro účastníky cestovního ruchu v literatuře	11
2.2 Komerční kartografický trh v literatuře	13
2.3 Kvalitativní výzkum v literatuře	13
3 Metodika práce	14
4 Mapy pro účastníky cestovního ruchu	16
4.1 Druhy map pro účastníky cestovního ruchu	18
4.1.1 Určení druhů map pro účastníky cestovního ruchu	19
4.1.2 Plány měst, obcí a středisek cestovního ruchu	22
4.1.3 Turistické mapy pro pěší turistiku	24
4.1.3.1 Pohledové mapy	25
4.1.4 Cykloturistické mapy	26
4.1.5 Mapy pro vodní turistiku	27
4.1.6 Ostatní mapy s dostatečně podrobným topografickým podkladem sloužící zejména pro outdoorové aktivity	28
4.1.7 Automapy	29
4.1.8 Mapy území zobrazující dominantně jednu tematiku	30
4.1.9 Mapy pro účastníky cestovního ruchu propagující přednosti znázorněného území sloužící zejména pro reklamní účely	30
4.1.10 Schematizované mapy v propagačních materiálech	31
4.2 Hodnocení map a mapového obsahu z hlediska potřeb účastníků cestovního ruchu	31
5 Kartografický trh	34
5.1 Historie a současnost českého komerčního kartografického trhu	34
6 Kvalitativní výzkum	38
6.1 Určení kvalitativního výzkumu	38
6.2 Charakteristika respondentů kvalitativního výzkumu	39
6.3 Návod k rozhovoru	39
7 Zjištění znázorněných informací z map pro účastníky cestovního ruchu	42
7.1 Plány měst, obcí a středisek cestovního ruchu	42
7.2 Outdoorové mapy	45
7.3 Automapy	49
7.4 Mapy území zobrazující dominantně jednu tematiku	51
7.5 Mapy pro účastníky cestovního ruchu propagující přednosti znázorněného území	53
7.6 Srovnání znázorněných informací v jednotlivých druzích map pro účastníky cestovního ruchu	55

8 Kvalitativní výzkum mezi účastníky cestovního ruchu	58
8.1 Pěší turistika	58
8.2 Cykloturistika	58
8.3 Ostatní outdoorové aktivity	59
8.4 Města a kulturní pamětihodnosti	59
8.5 Autoturismus a poznávací cestovní ruch	60
8.6 Pobytový (stacionární) cestovní ruch	60
8.7 Reklama jako podpora cestovního ruchu	61
9 Navrhovaný obsah map pro účastníky cestovního ruchu	62
9.1 Plány měst, obcí a středisek cestovního ruchu	62
9.2 Turistické mapy pro pěší turistiku	65
9.3 Cykloturistické mapy	67
9.4 Ostatní outdoorové mapy	69
9.5 Automapy	70
9.6 Mapy pro účastníky cestovního ruchu propagující přednosti znázorněného území	72
9.7 Mapy území zobrazující dominantně jednu tematiku	73
10 Hodnocení obsahu českých map pro účastníky cestovního ruchu	74
10.1 Plány měst, obcí a středisek cestovního ruchu	74
10.2 Turistické mapy pro pěší turistiku	76
10.3 Cykloturistické mapy	78
10.4 Ostatní outdoorové mapy	80
10.5 Automapy	81
10.6 Mapy pro účastníky cestovního ruchu propagující přednosti znázorněného území	82
10.7 Mapy území zobrazující dominantně jednu tematiku	83
11 Závěr	85
11.1 Potvrzení či vyvrácení hypotéz	85
11.2 Přínos práce	88
11.3 Možné směry práce do budoucna	89
12 Seznam obrázků	90
13 Seznam hodnocených map	91
13.1 Plány měst	91
13.2 Turistické mapy pro pěší turisty	92
13.3 Cykloturistické mapy	93
13.4 Ostatní outdoorové mapy	94
13.5 Automapy	94
13.6 Mapy s dominancí jedné tematiky	95
13.7 Mapy propagující přednosti regionu	95
14 Seznam literatury	97
15 Seznam pramenů	107

1 Úvod

Cestovní ruch v Česku zažívá po roce 1989 obrovský rozmach, pro mnohé turisticky atraktivní oblasti se stává hlavním ekonomickým odvětvím. Životní úroveň obyvatel rychle stoupá, lidé mají stále více peněz a více volného času, hodně Čechů tráví svůj volný čas mimo domov při vykonávání nejrůznějších aktivit, stávají se účastníky cestovního ruchu. A mapa je pro ně jednou ze základních a nejdůležitějších pomůcek při cestování, orientaci a poznávání krajiny.

Český kartografický trh se za posledních dvacet let značně změnil. Před rokem 1989 existoval na našem území pouze jediný výrobce map kartografická část Geodetického a kartografického podniku Kartografie Praha, po přechodu z centrálně plánovaného socialistického hospodářství na tržní ekonomiku se na trhu objevují nové soukromé kartografické společnosti, doposud státní podniky se privatizují a transformují, mnohé geodetické firmy si ke své činnosti přibírají i komerční kartografii.

Naprostá většina společností působících na kartografickém trhu se orientuje na turistické produkty, mapy a atlasy pro cestovní ruch se staly jednoznačně nejdůležitějším artiklem komerční kartografie. V současné době je vydáváno nesčetné množství kartografických produktů určených účastníkům cestovního ruchu. Jsou však tyto produkty pro turisty optimální? Účastník cestovního ruchu vykonává v daném prostředí určité aktivity, ve kterých za různým účelem používá i mapy, očekává, že z nich získá potřebné informace. Je tomu skutečně tak? Má turista možnost se spolehnout na to, že v mapách nalezne informace, které hledá? V jednotlivých druzích map pro cestovní ruch jsou zachyceny různé informace. Které informace by měly jít z jednotlivých druhů map pro turistické účely vyčíst a jak by měly být znázorněny?

1.1 Struktura práce

Práce je rozčleněna do několika částí. V úvodní kapitole nastiňuji zaměření své práce, popisuji její strukturu, charakterizuji cíle práce a vytyčuji základní hypotézy, které se snažím svou prací potvrdit. V kapitole druhé podávám přehled použité dostupné literatury týkající se tématu či jeho dílčích částí. Ve třetí části se věnuji podrobně metodice, kterou jsem zvolil pro vypracování tohoto textu. Ve čtvrté kapitole se zaměřuji na mapy pro účastníky cestovního ruchu, určuji zde druhy map a jednotlivě je analyzuji, zabývám se také hodnocením map a mapového obsahu z hlediska potřeb účastníků cestovního ruchu. V kapitole páté charakterizuji komerční kartografický trh, zaměřuji se na komerční kartografický trh v České republice. V šesté části podávám krátký výklad o kvalitativním výzkumu, popisuji strukturu respondentů a volím výzkumnou metodu. V kapitole sedmé zkoumám jednotlivé mapy určené pro účastníky cestovního ruchu a zjišťuji, jaké informace jsou v nich znázorněny. Osmá kapitola se skládá z jednotlivých případových studií pro nejvýznamnější formy cestovního ruchu vytvořených na základě kvalitativního výzkumu mezi respondenty, účastníky cestovního ruchu. Na základě kvalitativního výzkumu, průzkumu jednotlivých map a literární rešerše v kapitole deváté

navrhuji vlastní seznam informací, které by měly být optimálně v jednotlivých druzích map pro účastníky cestovního ruchu znázorněny. Kapitola desátá podává hodnocení obsahu českých map pro účastníky cestovního ruchu. V kapitole jedenácté potvrzují, či vyvracím hypotézy, hodnotím splnění cílů práce a celkový přínos práce a nastoluji další možné výzkumné otázky pro další bádání v této problematice.

1.2 Cíle práce a základní hypotézy

Na komerčním kartografickém trhu se nalézají velké množství kartografických produktů určených pro turistické účely. Jsou však tato mapová díla pro účastníky cestovního ruchu vhodná? Dozví se z nich vše, co potřebují? Co účastník cestovního ruchu očekává, aby bylo v mapách obsaženo? Které informace jsou vyjádřeny pomocí kartografických vyjadřovacích prostředků a které informace by měly být těmito vyjadřovacími prostředky vyjádřeny?

Ve své práci se pokouším pomocí průzkumu map české i zahraniční provenience a jejich mapových klíčů a kvalitativního výzkumu mezi účastníky cestovního ruchu určit informace, které by měly být v mapách znázorněny. Zaměřuji se na kartografická díla pro širokou veřejnost, objektem zájmu tedy nejsou úzce specializované mapy pro orientační běh, mapy horolezecké a další. Po nalezení optimálních informací se pokusím zhodnotit mapy pro účastníky cestovního ruchu českých kartografických společností z hlediska obsahu, vyzdvihnout ty, které jsou pro účastníky cestovního ruchu informačně nejoptimálnější, upozornit na chyby.

V práci se snažím potvrdit tyto hypotézy:

- 1) Vydávané mapy určené pro turistické účely svou obsahovou náplní plně neodpovídají potřebám účastníků cestovního ruchu.
- 2) Ze všech druhů map vydávaných v Česku pro turistické účely se nejvíce potřebám účastníků cestovního ruchu blíží svou informační náplní turistické mapy pro pěší turisty.
- 3) Většina druhů map určených pro turistické účely by měla mít některé typy znázorněných informací shodné.
- 4) Mapy z románských zemí jsou sice obsahově jednodušší než mapy v Česku, pro účastníky cestovního ruchu jsou však obsahově optimálnější.
- 5) Z map pro turistické účely lze získat mnohem více informací, než účastník cestovního ruchu očekává.
- 6) Na kartografickém trhu s produkty pro cestovní ruch působí velké množství kartografických společností, přesto na něm dominuje jedna firma SHOCart.
- 7) Na českém trhu jsou veřejností nejoblíbenější outdoorové mapy společností, které je vytvářejí obsahově nejkvalitněji.
- 8) Automapy české provenience nejsou příliš vhodné pro turistické účely.
- 9) K propagaci regionů jsou v Česku často používány cykloturistické mapy, tento druh map však pro propagaci není ideální.

2 Přehled literatury

Mezi dostupnou literaturou neexistuje žádná samostatná studie zabývající se zjišťováním informací, které by měly být obsaženy v kartografických dílech určených pro turistické účely, pomocí kvalitativního výzkumu mezi účastníky cestovního ruchu a průzkumem již vydaných map. Nejblíže k tomu má práce Van Leeuwena, Van Elzackera, Massopa (2001), kteří po vytvoření konkrétního kartografického díla zjišťují pomocí zpětných vazeb od účastníků cestovního ruchu nejužitečnější znázorněné informace. Kopeć (2006) ve svém článku sleduje znázorněné informace relevantní pro účastníky cestovního ruchu vyskytující se v plánech města Łodz. Přední česká kartografická společnost SHOCart zjišťovala pomocí ankety v Cykloatlase Česko názor uživatelů jejích produktů na svá díla zaměřena speciálně na cykloturistiku. (www.shocart.cz/cs/story.php?zprava=175&rubrika=2).

2.1 Mapy pro účastníky cestovního ruchu v literatuře

Ačkoli je většina komerčně vydávané kartografické produkce určena pro účastníky cestovního ruchu, jsou mapy pro turistické účely v literatuře o kartografii i cestovním ruchu stále nedoceny.

V klasických kartografických publikacích, jako jsou Boffi (2004), Boffi (2003), Dudycha (2003), Foote, Crum (2000), Imhof (1972), Jones (1997), Kaňok (1999), Konečný (2005), Korycka-Skorupa (2002a), Korycka-Skorupa (2002b), Maceachren (2004), Muehrcke, Murdych (1978), Novák, Murdych (1988), Muehrcke (1992), Robinson, Morrison, Muehrcke, Kimerling, Guptill (1995), Selvini, Guzzetti (1999), Veverka (1995), Weger (1999), Wood (1992), se o kartografii v cestovním ruchu nedozvíme nic podstatného. V některých titulech, kde se dočteme o rozdělení tematických map i na mapy používané pro turistické účely, bývají tyto mapy také krátce charakterizovány (Čapek a kol. 1992; Hake, Grunreich, Meng 2002; Hojovec 1987; Hybášek 1993; Mikšovský 1987; Murdych 1983b; Murdych 1987; Ratajski 1973a; Voženílek 1999). Čapek a kol (1992), Kovařík, Veverka (1980), Hojovec (1987), Miklošík (2005), Voženílek (1999) se ve svých učebních textech v různé míře zabývají také hodnocením kartografických děl. Obsahovou stránkou mapového díla však podrobněji zkoumá pouze Miklošík (2005). Na konkrétní informace, které by měly podávat mapy účastníkům cestovního ruchu, se ve větším rozsahu nezaměřuje nikdo z výše uvedených autorů.

Cestovní ruch probíhá v prostoru, nepřekvapí tudíž, že má v tomto odvětví významné postavení geografie. Významní autoři věnující se geografii cestovního ruchu jsou Hall, Page (1999), Holeček, Mariot, Strída (1999), Mariot (1983), Štěpánek, Kopačka, Šíp (2001), Wokoun, Vystoupil (1987), o cestovním ruchu psali také Hall, Muller (2004) nebo Urry (1990), uživatelské využití map v cestovním ruchu však tito autoři opomenuli. Kartografii pro turistické účely se věnují publikace polského a italského odborníka na geografii cestovního ruchu (Innocenti 2002; Kowalczyk 2000), autoři se zabývají znázorněním informací z cestovního ruchu do map. Přínosný je i text Úvod do geografie a cestovního ruchu

(www.svrr.zcu.cz/Geografiecestovnihoruchu.doc), ve kterém jedna kapitola popisuje kartografické zobrazení jevů v cestovním ruchu, jsou zde vyjmenovány zobrazovací metody tematické kartografie a charakterizovány jednotlivé druhy map vhodné pro účastníka cestovního ruchu. Pro rozdělení map vhodných k užívání pro turistické účely bylo třeba k jednotlivým formám cestovního ruchu přiřadit charakteristické druhy kartografických děl, formy cestovního ruchu jsou popsány ve většině výše uváděných publikacích, nejvhodněji je však rozebírá Pásková, Zelenka (2002).

Mapy pro cestovní ruch v Česku nikdo speciálně nezkoumá, v zahraničí se však snaží turistickou kartografií teoreticky uchopit Bonapace (1984), Cresta, Uboldi (2001), Del Casino, Hanna (2000), Del Casino, Hanna (2003), Kokkonen, Peltonen (1999), Peltonen (2003), Kowalczyk (2002), Twersky (2003), Seaton, McWilliam (1995), Zipf (2002). Obzvláště rozsáhlejší publikace od Cresty, Uboldi (2001) a Del Casina, Hanny (2003) si zasluhují větší pozornost. Titul od Cresty, Uboldi (2001) nás seznamuje s historií map pro účastníky cestovního ruchu, doporučuje, jak tyto mapy kartograficky správně sestrojít a porovnává nejvýznamnější tituly italské komerční kartografie. Druhá publikace (Del Casino, Hanna 2003) ukazuje v sérii článků jednotlivé druhy map při konkrétním použití v cestovním ruchu.

V poslední době je velmi frekventovaným tématem článků GIS a plánování v cestovním ruchu - Bahaire, Elliot-White (1999); Beedasy, Whyatt (1999); Farsari, Prastacos (2003), McAdam (1999), Porter, Tarrant (2001) - a elektronická a interaktivní kartografie pro turistické účely (Brown 2000; Guerra, Boutoura 2001; Karanikolas, Sarafidis 2006; Norrie, Signer 2005; Rossi, Naef 2006), tyto články však mnohdy analyzují pouze technickou stránku věci.

Turistické mapy pro pěší turistiku blíže zkoumá Gleason (1987), Harvey (2001), Kaprowski (1973), Maling (1988), Moranda (2000), Pearce, Black (1984), Petrie (2003), Siwicki, Yarnal, Coulson (1982). Reliéfem v tomto druhu map se blíže zabývá Pawlak (1973), výškopis ale v topografických mapách specifikuje také Kinnear, Wood (1987). Za speciální druh turistických map pro pěší turistiku jsou někdy uváděny pohledové mapy, analyzuje je Belková (1994) a Wood (2001). Za největšího odborníka na cykloturistické mapy v Česku je považován Kudrnovský (2003a; 2003b), v zahraničí se tímto druhem map zabývá také Nicholson (2004) a Oliver (2001). Van Leeuwen, Van Elzakker, Massop (2001) hledají pomocí zpětných vazeb od účastníků cestovního ruchu informace, které by měly být znázorněny v cykloturistických mapách. O cyklistice jako o formě cestovního ruchu se široce zmiňuje ve své práci Zahradníčková (2006). Minimálně jsou prozkoumány mapy pro vodní turistiku, kromě krátkých představení tohoto druhu map v publikacích o kartografii (viz. výše), studuje tuto problematiku Spence (2001).

Na turistické plány měst se dlouhodobě orientují polští odborníci (Ostrowski, Ostrowski 1973; Ostrowski, Ostrowski 1975; Tomasiak 2003), na začátku dvacátého prvního století zažívá obrovský rozvoj tvorba elektronických plánů měst speciálně pro účastníky cestovního ruchu (Guerra, Boutoura 2001; Jacobsen 2002; Karanikolas, Sarafidis 2006). V literatuře se částečně překrývají články o automapách (Preston 1980; Nicholson 2004) a mapách oblastí (Collins-Kreiner 1997; Collins-Kreiner 2005; Grant, Keller 1999; Naef 2006; Rossi, Naef 2006). Grafiku v turistických prospektech studuje Dilley (1986), speciálně na mapy v propagačních materiálech se zaměřuje Lindberg (1997). Monmonier (2000) ve svém slavném titulu pojednává také

o mapách pro reklamní účely, kde významnou roli jistě hrají mapy mentální (Štýrský 2005; Zelenka 2004).

2.2 Komerční kartografický trh v literatuře

Český kartografický trh byl donedávna relativně málo probádán. Stav k roku 1997 najdeme v článku Kanise (1997) o českých kartografických firmách, seznam kartografických subjektů však není zdaleka úplný. Kaňok (1999) se ve své učebnici zabývá většími kartografickými společnostmi a jejich edičními plány. Od začátku dvacátého prvního století se komerčnímu kartografickému trhu více věnuje Zmrzlík (2001; 2004; 2005a; 2005b; 2005c; 2005d; 2005e; 2006a; 2006b; 2006c; 2006d; 2006e), historii a současnost českého kartografického trhu představil v zahraničí také Mikšovský (2006). V časopisu *Zboží & prodej* (Břeň 2003; Vyčichlo 2004) byl trh analyzován z obchodního pohledu.

Největší světové kartografické společnosti a situaci na světovém kartografickém trhu analyzuje Cresta, Uboldi (2001), Innocenti (2002), Kowalczyk (2000), Spence (2003), Zmrzlík (2006b; 2006c).

2.3 Kvalitativní výzkum v literatuře

Kvalitativní výzkum je doménou sociologů, nejobširněji ho analyzuje Hendl (1995;1997), kvalitativním výzkumem se však zabývá řada autorů dalších jako jsou Disman (2006), Petrusek (1993), Strauss, Corbinová (1999). Tento typ výzkumu zaměřeného na problematiku cestovního ruchu ve svých pracích použily také Jírovcová (2001), Nováková (2004) a Pásková (2003).

3 Metodika práce

Po prostudování veškeré dostupné literatury jsem nejdříve v kapitole 4.1 pomocí rešerše především zahraniční literatury nastínil historii kartografie a map pro účastníky cestovního ruchu, proč a k čemu se kartografické dílo pro turistické účely používá, posléze jsem určil a popsal jednotlivé druhy map vhodné pro účastníky cestovního ruchu. Určení druhů map bylo provedeno na základě smysluplnosti různých map pro jednotlivé formy cestovního ruchu, jak je definuje Pásková a Zelenka (2002), rovněž jsem provedl diskuzi s členěním map dalších autorů. Jednotlivé druhy map vhodné pro účastníky cestovního ruchu jsem posléze popsal za pomoci literární rešerše českých i zahraničních autorů. Shodně kapitola 4.2 *Hodnocení map a mapového obsahu z hlediska potřeb účastníků cestovního ruchu* je vytvořena na bázi rešeršní.

Kapitola 5 *Kartografický trh* vychází převážně z mých publikovaných článků publikovaných o historii a charakteristice českého i světového kartografického trhu, pomocí vlastních zkušeností a nabytých informací přímo od představitelů jednotlivých kartografických společností, představitelů International Map Trade Association, z edičních plánů a dalších interních materiálů jednotlivých subjektů podnikajících na kartografickém trhu u nás i ve světě analyzuji současnost na globálního kartografickém trhu, podrobněji se poté zabývám komerčním kartografickým trhem českým se zaměřením na kartografii pro účastníky cestovního ruchu.

V kapitole 6 *Kvalitativní výzkum* si pomocí rešerše připravuji teoretický podklad pro vlastní kvalitativní výzkum mezi účastníky cestovního ruchu, kterému je věnována kapitola 8. Nastoluji zde výzkumnou metodu, kterou bude tento výzkum veden, ukazuji, jak jsem při ní postupoval, charakterizují zde také respondenty kvalitativního výzkumu.

Kapitola 7 *Zjištění znázorněných informací z map pro účastníky cestovního ruchu* analyzuje průzkum obsahu 202 map vhodných pro účastníky cestovního ruchu, jednotlivá kartografická díla jsou rozdělena do skupin podle typů cestovního ruchu a posléze jsou z nich získána data ukazující, co vše se z nich může uživatel cestovního ruchu dozvědět. Data jsou sumarizována podle jednotlivých států i podle jednotlivých informací, které představují. Jednotlivé druhy map jsou popsány a na základě jejich analýzy jsou vyřčeny pro každý druh kartografických produktů i nejmarginalnější rozdíly mezi jednotlivými trhy s mapami pro účastníky cestovního ruchu v Evropě.

Kapitola 8 je věnována výsledkům kvalitativního výzkumu mezi účastníky cestovního ruchu. Výzkum byl prováděn mezi 50 respondenty, účastníky cestovního ruchu, kteří byli vybíráni tak, aby bylo dosaženo co nejvíce různých informací pro nejdůležitější formy cestovního ruchu a pro všechny druhy map. Pro kvalitativní výzkum byla zvolena strategie deskriptivní případové studie, informace byly sbírány pomocí rozhovoru s návodem. Respondenti byli dotazováni na jejich typické aktivity při vykonávání jednotlivých forem cestovního ruchu se zaměřením na využitelnost jednotlivých informací, které bývají znázorněny v mapách určených pro turistické účely. V této kapitole jsou posléze všechny zjištěné informace sumarizovány a poté jsou pomocí případových studií pro jednotlivé nejmasovější formy cestovního ruchu doloženy převládající tendence účastníků cestovního ruchu.

V kapitole 9 *Navrhovaný obsah map pro účastníky cestovního ruchu* vycházím z převládajících tendencí a aktivit účastníků cestovního ruchu při vykonávání jednotlivých forem cestovního ruchu, z rešeršní části diplomové práce analyzující jednotlivé druhy map vhodných pro účastníky cestovního ruchu a z průzkumu 202 map určených pro turistické účely a navrhuji soubor informací, které jsou užitečné pro účastníky cestovního ruchu a které by měly být znázorněny na mapách pro ně určených. Návrh je opět veden pro jednotlivé druhy map vytyčené v kapitole 4.1

Posléze v kapitole 10 *Hodnocení obsahu českých map pro účastníky cestovního ruchu* hodnotím mapy české provenience podle optimálnosti jejich obsahu pro účastníky cestovního ruchu. Snahou je zahrnout co nejvyšší procento českých firem vytvářejících daný druh map pro turistické účely. Hodnotím zde přítomnost, absenci či nadbytečnost některých prvků obsahu, vyzdvihuji informačně neoptimálnější kartografické produkty, v nichž jsou dodržena základní pravidla při jejich vytváření.

4 Mapy pro účastníky cestovního ruchu

Jedna z nejtýpějších a všudypřítomných forem grafiky je mapa. Vybaví-li si lidé kartografické produkty, obvykle si vzpomenou na atlas světa používaný ve škole a mapy určené účastníkům cestovního ruchu – automapy, plány měst a turistické mapy (Tversky 2003). Veřejnost je pravděpodobně více seznámena s mapami pro turistické účely než s jiným druhem kartografických produktů (Seaton, McWilliam 1995), i přesto jsou však stále poněkud nedoceny v odborné literatuře o turistické geografii a kartografii (Del Casino, Hanna 2000).

V roce 1941 zástupce ředitele Touring Clubu Italiano (Italského turistického klubu) Giuseppe Vota (in Cresta, Uboldi 2001, s. 34) podal vysvětlení, co to je mapa pro účastníky cestovního ruchu: „Mapu pro účastníky cestovního ruchu můžeme definovat jako mapu, která slouží turistům převážně k přípravě a uskutečnění cesty a která napomáhá věhlasu turistických fenoménů.“ Mapa pro turistické účely je tedy prostředkem k propagaci a zdrojem informací o znázorněných oblastech, řadí se k dalším turistickým informačně-propagačním materiálům, jako jsou například turistické prospekty, pohlednice, turistické průvodce, filmy a videosekvence (Kowalczyk 2002), z nichž mají však jako zdroj informací největší význam turistické průvodce a právě mapy pro účastníky cestovního ruchu (Innocenti 2002). Mapy pro turistické účely můžeme spatřit v podobě samostatných kartografických děl, jako ilustraci v turistických průvodcích a prospektech, kde jsou často pouze grafickou ozdobou, jako vývěsné venkovní mapy či mapy na internetu v různých formách (Kowalczyk 2002; Kokkonen, Peltonen 1999).

Předchůdcem prvních map pro turisty byly tzv. tabulae pictae, itineráře cest, již v období starověkého Říma (Innocenti 2002). K nejvýznamnějším kartografickým dílům tehdejší doby patřila Tabula Peutingeriana, dlouhý svitek pergamenu, na kterém jsou zobrazeny pobřeží, řeky, silnice a centra s načrtnutými věžemi, opevněními i paláci, vše je znázorněno a hierarchizováno podle své důležitosti a funkčnosti (Bonapace 1984). Ve středověku mniši jako například Matthew Paris of St. Albans kreslili mapy pro poutníky, předchůdce moderních turistů, kteří cestovali do Svaté Země, Canterbury a dalších významných náboženských míst. První vydaná díla vytištěná na konci 15. století obsahovala cestovní mapy do Říma a dalších destinací důležitých pro křesťanské cestovatele (Seaton, McWilliam 1995). Za zakladatele takto koncipovaných map je pokládán G. Erlinger, který sestrojil norimberskou cestovní mapu (1524-1530) (Murdych 1987).

V 19. století byly všechny hlavní evropské státy zmapovány vojenskými úřady v dostatečně velkém měřítku. Tyto mapy sloužily pro lepší obchodování a využívání území, pro pozvednutí chápání národního teritoria, a zejména pro vojenské účely, tyto mapy však také umožňovaly studovat regionální geografii a byly užívány i pro sport a nově se rodící cestovní ruch (Bonapace 1984). V 19. století se začala rozvíjet vlaková doprava (1830) a cyklistika (1860), účastníků cestovního ruchu však bylo stále málo, po roce 1878 byly zakládány cyklistické a turistické národní kluby (Cresta, Uboldi 2001). V poslední čtvrtině 19. století začíná na významu nabývat pěší turistika, ve vyspělých oblastech německy mluvících zemí se tato forma cestovního ruchu stává součástí každodenního života (Moranda 2000). Se vznikem automobilové dopravy se účastníky cestovního ruchu stávají i první motoristé a vznikají první

kartografická díla určena speciálně tomuto typu cestování. Do té doby existovaly mapy oblastí většinou na bázi železnice, silnice zde byly ukázány pouze nevýznamně, automobilová doprava byla totiž velmi drahá a byla z ní vyloučena chudší a střední třída obyvatelstva. Tyto mapy nabízely jen málo důležitých informací pro cyklisty a rané motocyklisty (Nicholson 2004).

Růst cestovního ruchu, a tedy i produkce map pro turistické účely, byl rychlejší v zemích se vzdělaným obyvatelstvem, kde byla městská elita pokroková, naproti tomu chudé zemědělské obyvatelstvo bránilo dalšímu vývoji (Nicholson 2004). Od 30. let 20. století se mapy pro účastníky cestovního ruchu objevují ve zvětšené míře také jako součást propagačních materiálů vydaných turistickými marketingovými kanceláři (Seaton, McWilliam 1995). Mezi světovými válkami se dále rozvíjely mapy pro pěší turistiku a autoturistiku. Po druhé světové válce díky boomu cestovního ruchu a potřebě znázornit informace speciálně pro jeho účastníky začaly vznikat mapy s turistickými znaky, například i automapy měly nově znaky pro turisty (Cresta, Uboldi 2001). Kolem roku 1960 automobily přestávají být luxusním zbožím, stává se z nich univerzální prostředek k cestování (Nicholson 2004).

S nástupem počítačů v druhé polovině dvacátého století a masivním rozšířením internetu v poslední dekádě minulého století a na začátku století jednadvacátého se začínají prosazovat interaktivní mapy pro účastníky cestovního ruchu na elektronických nosičích a na webu (Seaton, McWilliam 1995; Brown 200; Kraak 2006).

Mapy pro turistické účely můžeme najít všude kolem nás. Jako účastníci cestovního ruchu si prohlédneme v oblasti naší aktivity mapu, která nás navádí k tomu, abychom si udělali zajížděku k danému vyznačenému místu, případně nám mapa radí, kam máme zajet v budoucnu. Mapa nám sděluje informace o krajině, tyto informace posléze využíváme k plánování našich cest, získávání znalostí o konkrétních místech nebo nám slouží jako pomocný prostředek při trávení našeho volného času (Del Casino, Hanna 2003).

Mapa je významná pro návštěvníky, protože je v ní obsaženo velké množství informací o oblasti zájmu v jednoduchém obrázku ve srozumitelné formě (Zipf 2002). Dobrá mapa pro účastníky cestovního ruchu dává dostatečnou orientaci v terénu, informuje o turistické suprastruktuře, vyzdvihuje krajinné přednosti terénu (Kaprowski 1973), je určena k užití při navigaci, jako suvenýr, jako prostředek k podpoře místa a služeb či jako zdroj turistických informací (Collins-Kreiner 1997, 2005). Podle Cresty a Uboldi (2001) musí turistická mapa dávat artikulovanou odpověď na tři významné otázky: Na co se jedeme podívat? Jak se tam dostaneme? Kde najdeme ubytování?

Důležitou funkcí kartografie pro cestovní ruch je reklama, uživatel musí nabýt dojmu, že v mapě znázorněný a zvýrazněný objekt je doporučenou turistickou atraktivitou vhodnou pro navštívení (Kokkonen, Peltonen 1999). Mapy a průvodce pro turistické účely slouží i k samotnému nalákání do lokalit (Dwyer 2003). Na rozdíl od obvyklých map mapy pro účastníky cestovního ruchu jsou často vytvářeny za účelem ovlivňování rozhodnutí cestovatelů. Ačkoli jsou obvykle založeny na standardních mapách, často izolují, vyzdvihují a podporují specifické aspekty regionů (Seaton, McWilliam 1995). U takto koncipované mapy se předpokládá vyjádření smyslu místa, a přispívá tak k budování identity oblasti. (Wood 1992). Seaton a McWilliam (1995) přiřazují mezi funkce mapy pro turistické účely i jejich schopnost zakrýt problém přístupnosti znázorněných regionů.

Mapa pro účastníky cestovního ruchu může také zvýraznit sociální a kulturní rysy oblasti, mapa nesloužící turistickým účelům se zaměřuje na fyzické rysy, kdežto mapa pro účely turistické často obsahuje obrázky lidí nebo aktivit, které mohou být provozovány turisty (Seaton, McWilliam 1995). Turisté pomocí nich mohou zjistit a porozumět tomu, kdo jsou místní obyvatelé a jak se liší od nich oni sami (Del Casino, Hanna 2000).

Mapy se užívají ve dvou základních fázích – při plánování cesty a během samotné prohlídky (Kowalczyk 2000). Turisté hodně používají mapy. Problémem návštěvníků však je, že přijedou do místa, které neznají, nežijí tam a nepracují. V daném místě je mnoho atrakcí, které však nebývají umístěny vedle sebe (Brown, Laurier 2005). V předakčním využití mapy vizuální komunikace upravuje návštěvníkovy potřeby, motivaci a očekávání. Mapa ukazuje účastníkům cestovního ruchu místa, ve kterých nejsou fyzicky přítomni. Budoucí návštěvník si může prohlédnout ráz prostředí a naplánovat si místa, která chce navštívit. Během vlastní návštěvy mapy pomáhají turistům orientovat se v destinaci, popisují také paletu místní infrastruktury. Důležitým aspektem pro turistický průmysl je schopnost propagačních map usměrnit tok turistů na požadovaná místa (Kokkonen, Peltonen 1999). Někteří autoři uvádějí i fázi po návratu domů, kdy jsou mapy spolu s fotografiemi a videosekvencemi připomínkou na cestu (Norrie, Signer 2005), ukazují rovněž nevyplněné potřeby, a tak uživatele mapy navádějí k návratu do destinace a k následnému upevnění vztahu ke konkrétnímu území (Kokkonen, Peltonen 1999).

4.1 Druhy map pro účastníky cestovního ruchu

Kaprowski (1973) rozděluje turistické mapy na mapy pro pěší turistiku, lyžařské mapy, mapy vodních cest a vodní turistiky, mapy pro autoturistiku, Kowalczyk (2002) ho doplňuje o mapy pro cykloturisty, turistiku vysokohorskou, mapy představující zvířecí a rostlinný svět, mapy golfových hřišť, mapy pro hipoturistiku, pro religiozní turistiku a další neuvedené. Ratajski (1973a) rozděluje mapy turistické na plány měst, mapy pro pěší turistiku, mapy pro vodní turistiku, automapy a skupinu map pohlednicových, prospektových a map v turistických průvodcích. Murdych (1987) a Mikšovský (1987) mapami pro turistiku chápou pouze mapy pro letní turistiku (pěší turistiku) a zimní turistiku (lyžařskou turistiku), Murdych (1987) navíc uvádí i mapy pro vodní cestovní ruch. Oba autoři k nim také přiřazují i orientační plány měst a mapy pro motoristy. Murdych (1987) všechny uváděné kategorie nazývá mapami orientačními a poznávacími. Hojovec (1987) zavádí pojem mapy pro praktickou činnost a orientaci v terénu, kam patří orientační plány měst, turistické mapy pohoří, mapy pro sport (lyžařské a vodácké mapy) a mapy pro autoturistiku. Kromě toho uvádí jako samostatnou skupinu i mapy pro propagaci a na informování veřejnosti, v které se nachází například propagační mapy cestovních kanceláří. Vozenílek (1999) řadí mezi mapy pro veřejnost orientační plány měst, turistické mapy pro pěší turistiku, cykloturistické mapy, mapy pro orientační běh, vodácké mapy, mapy rybářských revírů, lyžařské mapy a automapy. Na Západočeské univerzitě v Plzni zahrnují mezi kartografická díla pro účastníky cestovního ruchu plány měst nebo rekreačních středisek, turistické mapy pro pěší turistiku a další účelové

mapy (př. lyžařské mapy, mapy vodní turistiky a mapy rybářské), automapy a mapy se speciálním tematickým zaměřením (www.svrr.zcu.cz/Geografiecestovnihoruchu.doc). Hake, Grunreich, Meng (2002) rozeznávají plány měst a mapy pro cestovní ruch a volný čas, které člení na turistické mapy pro pěší turistiku, mapy cyklistické, turistické automapy a turistické mapy se znázorněním dodatečného dominantního tématu.

4.1.1 Určení druhů map pro účastníky cestovního ruchu

Účastník cestovního ruchu může pobývat u vody, opalovat se a slunit, provozovat vodní sporty i sporty suchozemské, vodní, pěší i mototuristiku, účastnit se pohybové rekreace, rekreací však může být pouze oddech v rámci stacionárního pobytu, ale také v Česku tolik oblíbené chalupaření, chataření, táboření a stanování, někteří preferují rybaření a myslivectví, jiní návštěvu pamětihodností, poznávání přírody a přírodních zvláštností, v zimním období účastníci cestovního ruchu provozují zimní turistiku, zimní sporty, a to zejména sjezdové lyžování, běh na lyžích a sáňkování (Wokoun, Vystoupil 1987).

Podíváme-li se na webovou prezentaci největšího českého horského turistického střediska Špindlerův Mlýn (www.spindleruv-mlyn.cz), zjistíme, že k turistickým aktivitám můžeme použít lanové dráhy, vleky, „U rampu“ ve snowparku, mezi jednotlivými lyžařskými areály se přemístíme pravidelnou linkou ski busu. Nalézají se zde také všechny druhy sjezdařských tratí podle náročnosti. Ve středisku najdeme dostatek restaurací, lyžařských a snowboardových škol, bazény, haly na squash, bowlingové dráhy, sauny, fitnes, masáže, solária, bobovou a sáňkařskou dráhu, diskotéky a v neposlední řadě i každodenní možnost večerního lyžování. Běžci na lyžích si zde mohou zalyžovat na kvalitně upravených běžeckých tratích, které jsou výchozím místem na hřebenové túry. V letním období jsou v provozu tenisové kurty a sjezdová a dualová trať pro horská kola, letní bobová dráha. Ski areály jsou v létě startovacími místy pro paragliding, sjezdové tratě se sjíždějí na speciálně upravených koloběžkách. Ze střediska do hor míří nesčetné množství cykloturistických i turistických značených tras. Místní soukromá společnost nabízí návštěvníkům také sněžné skútry, skijöring, snowtubing, ice climbing, slaňování, lezení po skalách, jízdu na kladce, bungeerunning, cross boarding a další adrenalinové outdoorové aktivity, ale také například projížďky v kočárech nebo na saních tažených koňmi. Samozřejmostí je možnost rybaření, jízdy na kánoích a raftu a pořádání kurzů týmové spolupráce pro soukromé společnosti. To je jen část z velké nabídky možností.

Abychom zjistili, které mapy jsou určeny pro turistické účely, je třeba k jednotlivým formám cestovního ruchu přiřadit vhodné druhy map. Innocenti (2002) rozděluje cestovní ruch na letecký, mořský a pozemní, který je uskutečňován na silnici, dálnici, železnici a na vodních cestách. Cestovní ruch můžeme provozovat pěšky, na koni, na kole, motorce, automobilem, ve vlaku, v loďce, na parníku, ve vrtulníku, v letadle. Innocenti (2002) dále uvádí, že v současné době je velmi oblíben cykloturismus, mototurismus a stále více i automobilový cestovní ruch, na větší vzdálenosti je však i dnes nejvhodnější železnice. Mezi nejčastější formy vodního cestovního ruchu podle Innocentiho (2002) patří kanoistika, jachting a vyhlídkové plavby na parnicích a zaoceánských lodích. Naopak Štěpánek, Kopačka, Šíp (2001) rozdělují formy cestovního ruchu podle zaměření činností na pobytový cestovní ruch s pobytem na jednom místě, poznávací cestovní ruch, který je zaměřen na poznávání zajímavostí regionu, kulturní

cestovní ruch, sportovní a sportovně turistický cestovní ruch, léčebný cestovní ruch, který obvykle představuje pobyt v lázních. Mezi nově se rozvíjející specifické formy cestovního ruchu řadí například mototuristiku.

Účastníci cestovního ruchu vykonávají svou aktivitu v rekreačním prostoru s příznivými podmínkami a s přístupnou obytnou hodnotou, která umožňuje sporadickou či pravidelnou návštěvnost (Mariot 1983). Uvnitř rekreačního prostoru bývají umístěna střediska cestovního ruchu, obce s větším soustředěním ubytovacích, stravovacích zařízení a další turistické suprastruktury. Střediska cestovního ruchu bývají často zaměřena na jednu dominantní formu cestovního ruchu (Holeček, Mariot, Strída 1999).

Hlavním podkladovým materiálem pro rozdělení map pro turistické účely se nám stane dělení cestovního ruchu uvedené ve Výkladovém slovníku cestovního ruchu od Páskové a Zelenky (2002).

Významnou roli mezi účastníky cestovního ruchu mají outdoorové aktivity, rekreační aktivity uskutečňované mimo uzavřené stavby. Již od konce 19. století se rozvíjí přírodně orientovaný cestovní ruch, v kterém jsou účastníci motivováni přírodou, jejím poznáváním a prociťováním. Speciálním typem přírodně orientovaného cestovního ruchu je ekoturismus, k dalším činnostem patří pěší turistika, vysokohorská turistika, horská turistika, silvoturistika, andinismus, alpinismus, speleoturistika, vodní turistika, cykloturistika atd. Nejmasovější formou v zimním období je lyžařský cestovní ruch. Na vodních plochách a tocích se provozuje vodní cestovní ruch, kam patří plavání, potápění, vodní lyžování, rafting, jízda na kánoích, jachting, windsurfing a další vodní sporty, okružní plavby a rekreační lov ryb. Lov ryb patří do loveckého cestovního ruchu. V poslední době se módními stávají adrenalinové sporty jako bungee-jumping (skoky z výšky na pružném laně hlavou dolů), kaňoning (slézání kaňonů a hlubokých údolí), jet boating (jízda velkou rychlostí na člunu na úzkém vodním toku nebo jízda člunem těsně okolo břehu), zorb (spouštění se ze svahů ve zvlášť upravené nafukovací kouli), skialpinismus, paragliding a další (Pásková a Zelenka 2002).

Kromě pěší turistiky a cykloturistiky velká část veřejnosti aktivně tráví svůj volný čas formou kulturního cestovního ruchu. Poznávají kulturní dědictví, kulturu dané země a jejich rezidentů. Pokud navštíví místo děje významných románů a dalších literárních děl, případně rodišť významných spisovatelů, stávají se účastníky literárního cestovního ruchu. Někteří cestují speciálně kvůli náboženským obřadům a poutím, nebo navštěvují a prohlížejí si religiózní památky jako jsou kostely, katedrály, hřbitovy a poutní místa. Další účastníci cestovního ruchu mají jinou specifickou potřebu, program jejich tematického zájezdu je podřízen jejich speciálnímu zaměření. Někteří návštěvníci jsou motivováni v rámci vzdělávacího cestovního ruchu získáváním znalostí a dovedností v destinaci. I u nás existují regiony, které jsou známé svým vínem a vinařským cestovním ruchem, jeho účastníci poznávají způsoby pěstování vína, ochutnávají je v historických vinných sklípcích a vinárnách, na kolech jezdí po vinařských stezkách. Někdo však vínu neholduje a naopak dává přednost návštěvě vojenských památek, historických bojišť, hřbitovů či vojenských představení simulujících skutečnou historickou bitvu (Pásková a Zelenka 2002).

Každé etnikum má své zvyky a způsob života, etnický cestovní ruch zahrnuje cestování s motivem návštěvy své původní vlasti, či návštěvy zajímavých národností právě s cílem

sledování jejich zvyků a způsobů života. Přirozenou součástí bývá gurmánský cestovní ruch, v němž se účastníci zaměřují na konzumaci, kulturu stolování, testování a seznamování se s vybranými pokrmy a nápoji. Cestovní ruch, kdy jsou jeho účastníci motivováni zážitkem a prožitkem z nakupování specifických předmětů v dané destinaci, se nazývá prožitkový cestovní ruch. Někteří lidé jezdí za levnými nákupy do jiných zemí, jsou účastníky nákupního cestovního ruchu, tato forma se často uskutečňuje v příhraničním prostoru. Někteří lidé se nechají odvézt do nějakého místa, kde je jim nabízeno konkrétní zboží, zaměstnanci v rámci jedné společnosti používají incentivní cestovní ruch ke zvýšení míry ztotožnění se s cíly firmy (Pásková a Zelenka 2002).

Nejvíce cizinců přijede v Česku každoročně do Prahy, stávají se účastníky městského cestovního ruchu. Prohlízejí si zde historické a kulturní atraktivity, nakupují, někteří vyhledávají sexuální zážitky v místním prostředí. V některých městech se dokonce nalézají specializované čtvrti erotických služeb. Naopak existují také návštěvníci, kteří před rychlým tempem měst dávají přednost venkovu a venkovskému cestovnímu ruchu. Procházejí se a projíždějí po krajině, pečují o domácí zvířata, konzumují podomácku vyrobené potraviny. Součástí venkovského cestovního ruchu bývá často i hipoturistika (jezdecký cestovní ruch). Účastníci se musí do své destinace (ať už města či na venkov) nějak dostat, cestují přes tranzitní území bez úmyslu ho navštívit, využívají pouze jeho dopravní infrastruktury k dopravě do cílové destinace. Účastníci volí obvykle dopravu motorovým vozidlem, automobilem či autobusem (Pásková a Zelenka 2002).

Mnozí lidé dávají přednost trávení své dovolené na jednom místě, z kterého pořádají případně výlety, exkurze a fakultativní zájezdy do okolí. Účastníci kongresového cestovního ruchu se obvykle většinu času nacházejí v jednom areálu budov, jsou motivováni setkáním s odborníky a odborným programem. Starší lidé často volí pobyty v lázních, moderním trendem však jsou kondiční a preventivně zdravotní pobyty věkově mladších návštěvníků lázeňských a podobných zařízení. Masovou formou cestovního ruchu je SSSS (Sand, Sea, Sun, Sex) cestovní ruch motivovaný možnostmi pasivního konzumu přímořského prostředí. Pro účastníky této formy cestovního ruchu jsou lidmi vytvořeny atrakce, mezi které patří tematické vodní parky, miniaturní města, zábavní parky, stálé výstavy, muzea specifického obsahu a skanzeny. Mezi atrakce cestovního ruchu se zařazují i zvláštní tematické akce jako olympiády, mistrovství světa, světové výstavy, megakonzerty a další, kam přijíždí velké množství návštěvníků v rámci akčního cestovního ruchu (Pásková a Zelenka 2002).

Pro každou výše zmíněnou formu cestovního ruchu je vhodné znázornit její aktivity a pro ni adekvátní infrastrukturu i další turisticko vlastivědný obsah v mapách pro účastníky cestovního ruchu. Pro všechny formy však není vhodné použít jeden druh map pro turistické účely, tyto mapy tak podle převládající podrobnosti znázornění a obsahu zobrazených informací můžeme dělit na:

1. Mapy velkého měřítká znázorňující relativně malé území s dostatečně velkou podrobností – plány měst, obcí, středisek cestovního ruchu, atd.
2. Mapy s dostatečně podrobným topografickým podkladem sloužící zejména pro outdoorové aktivity – mapy pro pěší turistiku (v české praxi označované jako turistické), cykloturistické, vodácké, lyžařské mapy apod.

3. Mapy středního až malého měřítka sloužící primárně pro dopravu – automapy, tranzitní mapy ...
4. Mapy území zobrazující dominantně jednu tematiku – mapy hradů, zámků, kostelů, ..., rybářské a lovecké mapy.
5. Mapy pro účastníky cestovního ruchu propagující přednosti znázorněného území, slouží zejména pro reklamní účely – mapy turistických atraktivit, mapy v regionálních turistických prospektech atd.
6. Schematizované mapy v propagačních materiálech.

4.1.2 Plány měst, obcí a středisek cestovního ruchu

Plány měst patří k nejčastěji užívaným zdrojům informací. Slouží především pro účastníky cestovního ruchu, užitečné jsou však také pro lidi přijíždějící do měst v zájmech neturistických i pro samotné obyvatele obce (Ostrowski, Ostrowski 1973; Ostrowski, Ostrowski 1975; Tomasiak 2003). Pro každou výše zmíněnou skupinu uživatelů musí být v plánu města obsaženy některé jiné informace (Jacobsen 2000). Mapy pro turistické účely znázorňující historická města a jejich historická centra jsou velmi populární mezi širokou veřejností (Guerra, Boutoura 2001).

Murdoch (1987) rozděluje orientační plány měst na základní orientační plány v podobě nástěnných plánů, knižních plánů, příručních plánů a plánů středů měst, na tematické plány (plány lázeňských míst, plány kulturních památek, dopravní plány), zájmové, účelové a přílohové plány, pohledové plány a schémata. Ke speciálním účelům se vyhotovují plány měst s odlišením druhu zástavby podle zvláštních kritérií (slohu, stáří, účelu, počtu podlaží) (Čapek a kol 1992). Plány měst jsou vydávány v nejrůznějších formách, často jako součásti nebo přílohy různých průvodců (Murdoch 1987).

Hlavní funkcí plánu města je poskytovat uživatelům potřebné informace pro jejich bezchybnou a úplnou orientaci ve městech (Murdoch 1987; Čapek a kol 1992; Tomasiak 2003). Podle Ostrowski a Ostrowski (1975) se plán města používá ve dvou různých fázích. Při plánování účastníky cestovního ruchu zajímá především všeobecný charakter města – jak je velké, jaké je hlavní komunikační síť, jak probíhal územní rozvoj, jaké funkce plní jednotlivé městské části, kde se koncentruje turistická suprastruktura a nejatraktivnější objekty z hlediska účastníka cestovního ruchu. Během samotné návštěvy místa musí plán města umožnit úplnou orientaci ve městě a ukázat objekty zajímavé pro turistické účely, účastník v této fázi vyžaduje podrobné informace o místě, kde se v konkrétním momentu nalézá.

Plán města vhodný pro turistické účely tedy umožňuje celkovou orientaci v prostoru města, informuje o komunikacích, o hromadné dopravě, o objektech vhodných k prohlídce, o turistických zařízeních i o objektech využívaných nejen turisty (např. restaurační zařízení), o kulturních objektech a o dalších typech služeb (obchodní, telekomunikační, rekreačně-odpočinkové ...) (Ostrowski, Ostrowski 1973). Nejčastěji se znázorňují informace o kinech, muzeích, divadlech, pamětihodnostech, pomnicích a z turistických zařízeních o hotelích (Kopecký 2006).

Plány měst znázorňují polohopisnou situaci města, občanskou vybavenost, pamětihodnosti a dopravní síť (Voženílek 1999) včetně linek městské dopravy. Plány zpravidla

neobsahují výškopis, jehož vyobrazení alespoň ve zjednodušené formě by bylo však vhodné (Čapek a kol 1992). Podle Ostrowski, Ostrowski (1973) a Ostrowski, Ostrowski (1975) můžeme zobrazené informace rozdělit do několika skupin:

1. Informace o rozmístění a struktuře města a jeho funkčním rozdělení.
2. Plná síť ulic se zvýrazněním orientačně nejdůležitějších budov. Tato síť obsahuje i čísla domů, která stačí být umístěna na stavbách na začátku a konci ulic.
3. Informace o komunikační síti (průjezdni tahy, hlavní silnice, jednosměrky, pěší zóny) a dopravní obsluze (parkoviště, stanoviště taxi, benzínové pumpy, autoservisy ...). Znázorněna by měla být i síť městské hromadné dopravy i s jednotlivými zastávkami.
4. Objekty vhodné k prohlídce a kulturní objekty jako například muzea, galerie, divadla, kina.
5. Ubytovací a restaurační zařízení s označením počtu hvězdiček a rozdělením do podrobnějších podskupin (hotel, pension, motel, kemp, ... restaurace, bar, kavárna, vinárna ...).
6. Další služby – zakreslení obchodních domů, hypermarketů a tržišť, cestovních kanceláří a turistických informačních kanceláří, směnárny, pošt, veřejných telefonů, první pomoci.
7. Sportovní a rekreační zařízení – znázornění sportovních stadionů, krytých bazénů a koupališť, pláží. Do této kategorie patří i parky, zahrady, hřbitovy, lesy a aleje.

Tomasiak (2003) doplňuje skupinu dalších služeb o nemocnici, policie a lékárnu. Vhodné by podle něho bylo i znázornění škol a úřadů. Karanikolas, Sarafidis (2006) za užitečné pro účastníka cestovního ruchu pokládá i informace o poloze vyhlídkových bodů, letišť, přístavišť a kotvišť pro jachty a výletní lodě, diskoték a zábavních klubů, internetových kaváren a míst s místní folklorní hudbou a tancem.

Problémem při zakreslení je velká dynamika změn a velké množství hospodářských subjektů podnikajících v daném konkrétním oboru, což je charakteristické pro volnočasovou obslužnou sféru. Obtížné je zinventarizovat a zvýraznit na plánech měst turistická zařízení (př. restaurace), která se zaznačují pouze na mapách mnohem většího měřítka znázorňujících části měst (obvykle turistické centrum) (Kopeć 2006).

V plánech měst se často uplatňují obrázkové značky a perspektivní kresby (Čapek a kol 1992), obrázky významných budov v mapě jsou totiž pro účastníky cestovního ruchu velmi lákavé (Tversky 2003). Klíčové pamětihodnosti bývají vybrány a zdůrazněny tónováním či vložením axonometrického vyobrazení (Shields 2003). Axonometrie je technika kreslení reprezentující trojrozměrné objekty na dvojrozměrném médiu (www.cadforum.cz). Uživatel plánu, pokud možno lehce a rychle, díky takto zobrazené stavební památce nalezne svou polohu a bude se orientovat. Tvorba těchto obrázků a kreseb v mapách není ustálena. Řídí se pouze dvěma pravidly: musí dobře vypadat po grafické stránce, obrázek musí být charakteristický a jednoduchý. Musí být jednoznačně zřejmé, co ukazuje. Tato vyobrazení nalezneme převážně v plánech měst speciálně pro turistické účely (Imhof 1972).

Měřítka mapy znázorňující centrum města by neměla být menší než 1:10 000, pro okraje města je vhodné použití měřítka 1:15 000 -1:25 000 (Ostrowski, Ostrowski 1975).

4.1.3 Turistické mapy pro pěší turistiku

Největší měřítko a nejbohatší obsah z map s dostatečně podrobným topografickým podkladem sloužících zejména pro outdoorové aktivity mají obvykle turistické mapy pro pěší turistiku. Pohyb volným tempem způsobuje větší rozsah zájmu o území a také podrobnější znázornění terénu, jeho pokrytí, jakož i o objekty činnosti člověka. Nejpopulárnější měřítko jsou od 1:25 000 do 1:100 000 (Ratajski 1973a).

Pěší turistika se rozvíjela od konce 19. století zejména v německy mluvících zemích, již před rokem 1910 se zde začaly vydávat bohaté regionální topografické mapy v měřítku 1:100 000 a prodávat veřejnosti za přijatelnou cenu (Moranda 2000). V průběhu století dvacátého se rozšířila prakticky po celém vyspělém světě. Uživatelé turistických map si však dodnes mnohdy stěžují na podrobný topografický podklad, který nebyl vytvářen speciálně pro rekreační užití v pěší turistice, znesnadňuje čtení celého díla (Yarnal, Coulson 1982).

Turistické mapy pomáhají návštěvníkovi k orientaci, navigaci, nezávislosti a možnosti výběru cesty ve volné krajině (Pearce, Black 1984). Vydávané turistické mapy bývají výjimečné v tom, že neslouží pouze jako prostředek k navigaci pro turisty, horolezce a lyžaře, ale poskytují také důkladné vylíčení krajiny s cennými geografickými informacemi (Hake, Grunreich, Meng 2002).

Turistická mapa má zcela odlišný charakter podle druhu prostředí, které ukazuje, nížinná krajina je zcela odlišná od krajiny horské. Terén v nížině je jen ve velmi omezené míře sám o sobě předmětem turistiky, úplně jiný charakter má role terénu v mapách horských, terén nepotřebuje přídavné atrakce, sám o sobě je předmětem cestovního ruchu, kde právě různě utvářený terén je hlavní turistickou atrakcí. Jestliže je terén v horských oblastech natolik důležitý, stejně důležitou roli musí hrát i v turistických mapách těchto oblastí (Pawlak 1973).

Vrstevnice jsou jedním z nejvýznamnějších elementů v turistické mapě, poskytují výškovou informaci, jejich blízký rozestup indikuje šikmé svahy (Harwey 2001). Určitý násobek vrstevnic by měl být zvýrazněn, např. každá pátá, snazší je potom se v nich vyznat zvláště tehdy, leží-li na nich mnoho dalších znaků (Siwicki 2005). V horském prostředí je vhodný interval 10 – 20 metrů, který ukazuje všechny nezbytně nutné detaily pro bezpečnou navigaci (Harwey 2001; Siwicki 2005). Nejvhodnějším znázorněním terénu je stínovaná hypsometrie. Dostatečně podrobná hypsometrie ukáže významnější formy a stínování dá jednotlivým terénním útvarům třetí rozměr a usnadní čitelnost celému obrazu terénu na mapě (Pawlak 1973).

Zobrazení skal může zvýšit snadnost čtení vrstevnicového obrázku. Hlavní skaliska by měla být ukázána, ale obecné skalky bývají zobrazeny změněnou vrstevnicovou barvou z hnědé na šedou (Harwey 2001). Vrstevnice musí být přerušeny na místě hlavních skal, aby ostatní znaky byly čitelnější (Siwicki). Mapa musí nezbytně obsahovat prvky, které jsou snadno rozpoznatelné v terénu. Měly by být zobrazeny velké kameny, kamenitá krajina a kamenité pole jsou důležitými informacemi pro návštěvníka (Harwey 2001).

Letní turistické mapy se skládají z přírodovědného obsahu (rezervace, přírodní památky), obsahu historicko-uměleckého, kulturního a společenského (hrady, zámky, bojiště, muzea apod.), chybět by neměly ani zdravotnická zařízení (nemocnice a zdravotní střediska, stanice horské služby), ubytování a stravování a další objekty vhodné pro turistické užití

(rozhledny, autobusové zastávky, místa rozhledu). Pro účastníky cestovního ruchu je k vykonávání jejich aktivit v krajině důležitá přítomnost značených turistických tras (Murdych 1983b, Čapek a kol 1992, Voženílek 1999).

Horský svět, to nejsou pouze skály a terénní útvary, ale také flóra a fauna, tedy objekty, které je dobré představit také na mapě. V mapách se nalézají například ve formě obrázků na místech, která nejsou přeplněná jiným mapovým obsahem, kde se nenalézají žádné další podstatné elementy ani názvosloví (Siwicki 2005).

Pro turisty jsou nejdůležitější turistické trasy. V exponovaných úsecích bývají zakresleny informace o technických pomůckách na cestě (řetězy, žebříky) (Siwicki 2005). V mapách vysokohorského prostředí bývají označeny i bivakovací místa, pakliže to tam je povoleno (Maling 1988). V poslední době se samozřejmou informací na mapách staly obecné časy nebo vzdálenosti přechodu mezi jednotlivými rozcestími. Zajímavé je hodnocení cest pomocí série 4 piktogramů v barvách odpovídajících turistickým cestám, ale o různém obsahu - procházkové cesty, lehčí trasy pro každého návštěvníka, mírné trasy, které mohou být delší a náročnější, černé piktogramy označují trasy náročné. Fenomémem konce dvacátého století a začátku století jednadvacátého se stala cykloturistika, cykloturistické trasy bývají ve zjednodušené formě taktéž zakresleny v turistických mapách. Pro zimní použití je dobré znázornit také lyžařské tratě a sjezdovky a vleky. Na většině map se nalézají oblasti lavinového nebezpečí (Siwicki 2005).

Na mapách jsou také informace o turistické suprastruktuře, jako jsou turistické chaty a horské bufety, parkoviště aut, autokempy, veřejné telefony (Harwey 2001). Velice důležitou informací pro pěší turisty je umístění horské služby (Siwicki 2005), na kterou by mělo být samozřejmě uvedeno mimo mapové pole nouzové telefonní číslo.

Zadní strana mapy obsahuje často bližší popis cest nebo souhrn informací o zobrazeném území, jeho pozoruhodnostech (Čapek a kol 1992; Hake, Grunreich, Meng 2002). Můžeme zde také nalézt plány východišť do hor a také mapy o větším měřítku turisticky nejatraktivnějších území v horách. Neměl by chybět ani turistický informátor s telefony a adresami důležitých objektů. Pro zatraktivnění produktu se zde umísťují pohledové mapy, panoramatické fotografie a další nadstavbové kompoziční prvky (Siwicki 2005).

V anglosaském světě jsou rozšířené „mapy jedné turistické trasy“ (route maps), kdy mapovým polem prochází jedna turistická trasa a znázorněno je pouze její bezprostřední okolí (Barbour 2001, Harwey 2001). Volné plochy podél mapového pole slouží k zobrazení turisticko vlastivědných informací jednotlivých pozoruhodných míst na trase. Vhodné použití takto koncipované turistické mapy pro pěší turistiku je pro dálkové trasy či pro vícedenní putování, kdy by se celá trasa nevešla do klasické turistické mapy standardního měřítko – např. poutní cesta do Ciudad de Compostely. Mapa na shodném principu koridoru podél trasy bývá dominantně používána pro vodácké mapy a mapy vodních cest.

4.1.3.1 POHLEDOVÉ MAPY

Někdy se za turistické mapy pokládají i mapy pohledové (Čapek a kol 1992).

První panoramatické pohledy pro masovou veřejnost jsou datovány do 16. století a vznikaly především v Alpách. Díky zpřístupnění Alp v pozdím 18. a 19. století a díky

expandujícímu cestovnímu ruchu kolekce prací významně rostla, turismus dal významný podnět pro jejich masivnější použití. Nádherné panoramatické pohledy malířů jako Heinrich Berann a jeho současníků a předchůdců si zaslouží speciální místo v archívech a dějinách horského bádání a turismu. Panoramatická pohledová mapa je umělecká forma, která výrazně nabývala na významu v 19. století, rozvíjela se a dál se i dnes rozvíjí především v Alpách (Wood 2001).

Obliba pohledových map celosvětově narůstá, například v Alpách jsou vytvořeny a používány pro většinu údolí (Kraak 2006). Ani ta nejlepší mapa v klasickém ztvárnění nemůže uživateli ukázat tak snadno pochopitelnou výstižnou prostorovou představu krajiny jako mapa pohledová (Belková 1994). Používá se při představování regionu (horský celek, údolí ...), ukázání jeho charakteru a polohy nejvýznamnější turistické suprastruktury. Pohledové mapy jsou dnes široce užívané pro podporu turismu, pro vykreslení vzhledu hor a měst (Seaton, McWilliam 1995). Dnes se často u pohledových map pracuje s leteckými fotografiemi.

4.1.4 Cykloturistické mapy

Od poloviny 19. století se začíná rozvíjet cyklistika a cykloturistika. Roku 1871 vznikl Britský cyklistický klub, roku 1883 Algemeene Neerlandsche Wielrijdersbond (ANWB), nizozemský cyklistický klub, v Německu roku 1884 Deutscher Radfahrer-Bund a roku 1886 Allgemeine Radfahrer Union / Deutscher Touren Club. (Nicholson 2004). Hlavní náplní klubů bylo organizování různých vyjížděk a výletů. Rozvoj cykloturistiky v Evropě byl zbrzděn dvěma světovými válkami. V druhé polovině 20. století v souvislosti s masivním rozvojem cestovního ruchu a díky novému trendu zdravého životního stylu se rekreační cyklistika stává jednou z základních forem aktivního odpočinku (Zahradníčková 2006). Cykloturistika začala mít v Česku významnější postavení v rámci domácího cestovního ruchu až v poslední dekádě 20. století.

Rekreační cyklista je ten, kdo preferuje jezdit na kole spíše pomalu na překrásných cestách s malým provozem. Cyklistická vzdálenost je většinou krátká mezi 20 a 60 km. Pro tento typ lidí je cyklistika užíváním volného času (Van Leeuwen, Van Elzakker, Massop 2001).

S masivním rozšířením cykloturistiky mezi veřejnost se začal cykloturistický obsah zakreslovat do map pro účastníky cestovního ruchu. Objevuje se v turistických mapách pro pěší turistiku, v plánech měst či v různých regionálních informačních letácích. Vznikají však i speciální cykloturistické mapy věnované účelem a obsahem přímo rekreační cyklistice (Kudrnovský 2003a; Kudrnovský 2003b).

Nejvhodnějším měřítkem cykloturistické mapy je měřítko mezi 1:50 000 a 1:100 000. Oliver (2001) volí sice jako optimální měřítko 1:100 000 – 1:125 000, menší měřítko sice ukazuje lepší celkový pohled na krajinu a cyklisté nemusí mapy tak rychle překládat, v mapě však je obsaženo méně orientačních bodů, menší měřítko také nedovoluje dostatečně znázornění bohatých topografických a turistických informací nezbytných pro cyklisty (Van Leeuwen, Van Elzakker, Massop 2001). Nejvhodnějším kompromisem je měřítko 1:75 000 (Kudrnovský 2003b). Podstatná je dobrá reprezentace reliéfu kolem cest, větší interval vrstevnic než 30 metrů je příliš velký na ukázání zvlnění krajiny (Oliver 2001).

Cykloturistická mapa je užitečná a naprosto nepostradatelná, když jsou cyklistické ukazatele v krajině zničené nebo úplně chybějí. Měla by tudíž obsahovat hodně místních názvů a orientačních bodů. Mapa musí být aktuální, což se týká především malých cest, které zanikly, nebo končí při stavbě hlavní cesty. Nedávný nárůst počtu městských cyklistických tras dělá nezbytným jejich alespoň zjednodušené vykreslení v cykloturistické mapě. Mapa by měla mít vhodnou velikost papíru (Oliver 2001).

V mapách pro rekreační cyklistiku by měly být znázorněny na podrobném topografickém podkladě trasy vhodné pro cykloturistiku, turistické trasy, pamětihodnosti, přírodní, kulturní a společenské zajímavosti (Voženílek 1999), chybět by neměly obecné a cyklistické služby i turistická suprastruktura.

Hlavním prvkem cykloturistických map je zobrazení průběhu cyklistických tras doplněné o znázornění nebezpečných komunikací pro cyklisty, velkého stoupání, kilometráže, označení cest, zákazu vjezdu, změny značení, vhodných míst pro zastavení a tabulí informujících o místních pozoruhodnostech (Kudrnovský 2003a, Kudrnovský 2003b). Velkou prioritu by mělo mít rozřídění cest na cesty široké a úzké, praktické je také rozlišení kvality povrchu cesty. Cyklisté se pak mohou vyhnout cestám špatným. Měl by být také znázorněn přístup k jednotlivým cestám. Na některých místech se nalézají cyklistické branky, aby se tam nedostali lidé na motorkách (Van Leeuwen, Van Elzaker, Massop 2001). Velká pozornost by měla být věnována nepřehledným a špatně identifikovatelným spojením a místům (Barbour 2001).

Dalším důležitým prvkem jsou orientační body jako kostely, věže, hrady, Významné je také zobrazení speciálních cyklistických směrovníků a ukazatelů. Mapy obvykle obsahují i další elementy důležité pro cyklisty – přívozy pro cyklisty, pouze pro pěší, schody (např. na mostech) s chodníkem pro kola (Van Leeuwen, Van Elzaker, Massop 2001) a cykloslužby – prodejny kol, opravny, půjčovny kol, úschovny kol, železniční stanice doporučené pro napojení na cyklistickou trasu (Kudrnovský 2003a, Kudrnovský 2003b).

Chybět samozřejmě nemůžou ubytovací a stravovací zařízení, informační centra, supermarkety, zdravotnická zařízení, parkoviště a turistické pozoruhodnosti podél cesty.

4.1.5 Mapy pro vodní turistiku

Třetími nepoužívanějšími mapami v kategorii map s dostatečně podrobným topografickým podkladem sloužících zejména pro outdoorové aktivity jsou mapy pro vodní turistiku. Prudší vodní toky se sjíždějí na raftech, kánoích a kajacích, na splavných řekách a vodních kanálech zejména v západní Evropě se rozvíjí rekreační jízda na zapůjčených či vlastních lodích s přespaním v jejich kajutách či na břehu. Na mořích a oceánech jsou organizovány okružní plavby na kompletně vybavených několikapatrových lodích, někteří křižují pobřežní pásmo okrajových moří na svých jachtách. Na pobřeží stojatých vodních ploch se často uskutečňuje příbřežní cestovní ruch a to obvykle SSSS cestovní ruch (Sand, Sea, Sun, Sex Tourism) (Pásková a Zelenka 2002). Pobřeží stojatých vodních ploch bývá znázorněné na plánech turistických středisek, automapách, turistických mapách pro pěší turistiku, cykloturistických mapách, mapách turistických atraktivit regionu a propagačních mapách v turistických reklamních prospektech. Speciálním druhem map, který se používá také

pro vodní turistiku, jsou námořní navigační mapy, tyto kartografické produkty však patří do map dopravních.

Na vodních tocích i stojatých plochách se také rybaří. I když podle Murdycha (1987) bývá rybářská problematika někdy spojována s vodáckou do stejné mapy, speciální rybářské mapy zařazujeme mezi mapy území zobrazující dominantně jednu tematiku.

Pro sjíždění prudkých vodních toků na raftech, kánoích a kajacích existuje v české literatuře (Pásková a Zelenka 2002) souborné označení vodácká turistika, jejíž účastníci využívají při vykonávání svých aktivit vodácké mapy.

Vodácké mapy se vydávají pro významné trasy vodní turistiky (Murdych 1987, Voženílek 1999), bývají podobné mapám pěší turistiky, zvláště terén o bohaté velmi komplikované vodní síti. Nejčastěji se jedná o tzv. mapy předepsaných cest, v kterých je znázorněna vodní cesta a terén okolo. Samozřejmě jsou znázorněny všechny objekty vodáckého cestovního ruchu (Ratajski 1973a). Mapy bývají obvykle bez výškopisu (Čapek a kol 1992).

Optimální měřítko map vodních cest splavných řek a vodních kanálů (cruising map) je stejně jako u všech klasických map této kategorie map s dostatečně podrobným topografickým podkladem sloužících zejména pro outdoorové aktivity 1:50 000 - 1:100 000. Nejdůležitějšími zobrazenými informacemi jsou informace o vodních cestách. Na mnohých mapách je šířka splavných toků významně zvětšena oproti ostatnímu obsahu, aby mohly být znázorněny všechny možné překážky na trase – nebezpečná místa, jezy, přelomy, místa vírů, vzdálenostní značky a další. Podél vodních tras se nalézá navigace (cesty pro vlečení lodí). V mapě nesmí chybět specifické služby pro vodní turistiku, zobrazeny jsou místa pro zakotvení lodí, veřejná přístaviště, místa pro nabrání pitné vody, odpadkové koše, čističky odpadních vod, místa pro přívod paliva, pro přívod elektřiny. Ke kompletizaci informací o vodních cestách je třeba uvést výběr míst vhodných k vidění, od muzeí a galerií po historická sídla a hrady. Volnočasová zařízení obsahují aktivity na vodních cestách jako lodní projížďky, pronájmy lodí a vodní sporty stejně jako přírodní rezervace, golfové kurzy a sportovní centra. Kromě těchto informací je nutné znázornit síť cest, železnic, zastavěné území, parky a zalesněné území a objekty veřejných služeb a obecné turistické suprastruktury. Vedle mapy hlavní bývají součástí produktu i mapy vedlejší – plány měst na trati s přesnou topografickou lokalizací specifických služeb pro vodní turistiku (Spence 2001).

4.1.6 Ostatní mapy s dostatečně podrobným topografickým podkladem sloužící zejména pro outdoorové aktivity

V zimním období je velmi rozšířené lyžování, samostatné lyžařské mapy (někdy nazývané jako zimní turistické) se však samy o sobě příliš nevytvářejí, lyžařské informace nejčastěji najdeme v turistických mapách pro pěší turistiku. Rozšířené jsou pohledové mapy zimní lyžařsky využívané krajiny a lyžařské mapy jako součást propagačních materiálů lyžařských turistických center. Přesto pro některé zvláště lyžařsky atraktivní oblasti můžeme na kartografickém trhu nalézt i samostatné lyžařské mapy.

Lyžařské mapy mají místo turistických značených cest zákres tyčemi vyznačených tras, dále obsahují lavinové svahy, vleky (Čapek a kol 1992), tratě pro sjezdové lyžování s uvedením obtížnosti sjezdu (Murdych 1983b), vybavenost pro zimní sporty (Voženílek 1999),

samozřejmostí je přítomnost turistické suprastruktury a veřejných služeb. V kartografickém díle bývají často na vedlejších mapách znázorněna největší střediska ve větším měřítku.

Další mapy patřící do této kategorie map s dostatečně podrobným topografickým podkladem sloužících zejména pro outdoorové aktivity nejsou užívány širokou veřejností, jsou vytvořeny pro specifické úzké skupiny lidí, k takovým mapám patří mapy pro orientační běh nebo mapy pro horolezce. Tyto mapy nejsou objektem zájmu předložené práce.

4.1.7 Automapy

Moderní automapy nemají příliš tradici, ale díky bouřlivému rozvoji motorové dopravy a speciálně právě automobilismu ve 2. polovině 20. století patří k veřejností neužívanějším kartografickým dílům (Murdych 1987). Po druhé světové válce začal obrovský rozvoj map speciálně s turistickými znaky. Automapy dostaly nově znaky pro účastníky cestovního ruchu, začaly se znázorňovat např. panoramatické cesty, monumenty, hrady, historicky důležitá místa a jeskyně. V šedesátých letech se ustálila situace se znaky pro turistické účely, doplnily se lyžařské zóny, přírodní parky, splavná jezera a řeky (Cresta, Uboldi 2001). Kolem roku 1960 automobily přestaly být luxusním zbožím, stal se z nich univerzální prostředek (Nicholson 2004).

Hlavním cílem automap je poskytnout jeho uživatelům informace o cestovní síti a službách pro motoristy (www.svrr.zcu.cz/Geografiecestovnihoruchu.doc). Oproti mapám s dostatečně podrobným topografickým podkladem sloužícím zejména pro outdoorové aktivity není v automapách zapotřebí tak přesný a bohatý topografický podklad, méně důležité prvky jsou vynechány a naopak se zvýrazní cesty, které se také označí, klesání, obslužné služby pro motoristy, ubytovací a stravovací zařízení podél silnic (Ratajski 1973a). Neměla by chybět také kilometráž u jednotlivých silnic (Voženílek 1999). Důležitou informací pro turisty může být, kde jsou silnice jak upravené, kde je led a sníh (Preston 1980).

Uživatel dále potřebuje vědět, kde je co k vidění (scenérie, historické rysy), kde jsou kolem silnic ubytovací a stravovací zařízení, kde jsou umístěna rekreační území. K turistickým informacím v automapách patří tedy také místa rozhledu, pobřežní scenérie, přístup k plážím, města a historické památky. Všechny mapy mají města rozříděna podle velikosti počtu obyvatel. U populačně většího města je větší pravděpodobnost výskytu služeb a turistické suprastruktury (Preston 1980). Frankling (2001) ke znázorněným informacím přiřazuje dokonce v automapách naprosto ojediněle používaný symbol veterinární nemocnice.

Obvyklé měřítko automap je 1:400 000 - 1:500 000. Pro automapy kontinentů se používá měřítko i několikanásobně menší (www.svrr.zcu.cz/Geografiecestovnihoruchu.doc).

Vedle hlavní mapy automapy bývají umístěny mapy vedlejší, pro základní navigaci v městském prostředí slouží průjezdní plány měst (Čapek a kol 1992).

Zvláštním druhem automap jsou tranzitní mapy. Území, kterým účastník cestovního ruchu projíždí, neslouží jako jeho cílová destinace. Pozornost na tranzitních mapách je upřena na správné vykreslení nejvýznamnějších dopravních tahů a znázornění turistické suprastruktury, obslužných služeb a případně historických, kulturních, společenských a přírodovědných atraktivit podél těchto silnic.

V západní Evropě a severní Americe jsou vydávány specializované mapy pro motoristy motorkáře, mapy v podstatě odpovídají automapám, jediný rozdíl je, že větší pozornost je věnována menším cestám, motorkáři jako účastníci cestovního ruchu obvykle nejezdí po hlavních tranzitních tazích, naopak oblíbené jsou přejezdy z údolí do údolí přes vysokohorské průsmyky (zejména v Alpách).

4.1.8 Mapy území zobrazující dominantně jednu tematiku

Mapy zobrazují pouze vybranou tematiku, které je přizpůsoben obsah a komentář mapy. Patří zde například mapy národních parků, chráněných území, kulturních a historických památek, autokempinků (www.svrr.zcu.cz/Geografiecestovnihoruchu.doc). Mapy se často využívají v cestovním ruchu. Murdych (1987) je zařazuje mezi všeobecně vzdělávací mapy a atlasy společně s atlasy světa a atlasy dějin, opomíjí však jejich turistickou funkci. Trendem v mapách území zobrazujících dominantně jednu tematiku speciálně pro účastníky cestovního ruchu je znázornění vybrané dominantní tematiky formou obrázků. Do půdorysného podkladu je nakreslena turistická atraktivita - hrady, zámky, kostely, lázně, přírodní rezervace, jeskyně a další (Imhof 1972). U zemí a oblastí (Svatá země), které jsou charakteristické dominantním tématem atraktivit, může tento druh map sloužit i pro propagační účely regionu (Collins-Kreiner 1997; Collins-Kreiner 2005).

Mezi takto koncipované mapy řadíme i mapy rybářské, Voženílek (1999) je uvádí jako mapy rybářských revírů a mapy lovecké.

4.1.9 Mapy pro účastníky cestovního ruchu propagující přednosti znázorněného území sloužící zejména pro reklamní účely

Většina regionů není monotematických, návštěvníci cestovního ruchu zde nemíří pouze za jedním druhem atraktivit. Tyto mapy slouží pro ucelené vykreslení předností oblastí. Hrají významnou roli v podpoře turistické destinace, potenciálně ovlivňují návštěvníky v jejich výběru cest a destinací (Grant, Keller 1999).

V mapách jsou zvýrazněny nejdůležitější dopravní tahy (dálnice, železnice), letiště a přístavy. Velká pozornost však musí být dána místům vhodným k rekreaci a navštívení. Je třeba lokalizovat parky rozlišené podle svého významu. Samozřejmostí je zobrazení vhodných oblastí pro lyžování, vodní aktivity, módní golf a dalších. Případně může být uvedena speciální mapa jen s těmito aktivitami. Atraktivní pro veřejnost jsou místa určená k pozorování zvláštních druhů živočichů, rafting, jezdeckví na koních (Grant, Keller 1999). Z míst vhodných pro účastníky cestovního ruchu by neměly chybět rozhledny, místa výhledu, lázně, parky, kláštery, hrady, věže, kostely, významné galerie, architektonické a přírodní památky (Naef 2006.) Rossi a Naef (2006) uvádějí ještě v některých oblastech důležitá prehistorická místa a naleziště, v industriálním prostředí se v poslední době stávají turisticky vyhledávanými raně průmyslové stavby a ucelené komplexy budov.

Významnou podskupinou mezi mapami pro účastníky cestovního ruchu propagujícími přednosti znázorněného území jsou reklamní mapy v propagačních turistických materiálech, občas se však setkáváme i s takto koncipovanými samostatnými kartografickými díly vyrobenými na zakázku jednotlivých turistických uskupení. Hlavním smyslem reklamních map

v turistických prospektech je ukázat uživateli mapy turistické zvláštnosti a atrakce daného území, mapa však může dávat uživateli také obraz dominantního charakteru regionu (Ratajski 1973a; Lindberg 1997).

Reklama musí vytvořit obraz, který je přitažlivý, musí být potlačeno znázornění špatných nebo matoucích věcí, které by odváděly pozornost. Mapy používané k reklamním účelům jsou obvykle generalizovanější a často je v nich kartograficky zkreslována skutečnost. Mapa je využívána k tomu, aby přeháněla kvalitu regionu, v širším prostorovém kontextu mapa může také zdůrazněním jednoho nebo několika málo míst představovat obraz výhodnosti nebo exkluzivity (Monmonier 2000).

4.1.10 Schematizované mapy v propagačních materiálech

Poslední skupinou map pro cestovní ruch jsou silně schematizované mapy v propagačních materiálech, letáčích ubytovacích a stravovacích zařízení, katalozích cestovních kanceláří a turistických průvodcích. Topografický podklad je silně redukován, někdy dokonce téměř celý vypuštěn. V letáčích zařízení turistické suprastruktury situační mapa obvykle ilustruje vlastní text, mnohdy však nalezneme mapu suplující pouze grafickou ozdobu (Kowalczyk 2002).

V informačních materiálech regionálních sdružení a v katalozích cestovních kanceláří se často můžeme setkat s mentálními mapami, pomocí kterých jsou přiblíženy nejdůležitější atraktivity regionu. Je zde snaha, aby byl u účastníka cestovního ruchu vzbuzen zájem poznávat, prožívat a obohatit se o přednosti navštívené oblasti. Použití mentálních map v reklamě na produkty cestovního ruchu přispívá k prohloubení zájmu o jejich nákup (Zelenka 2004; Štýrský 2006).

Uvnitř obrysu regionu jsou pomocí obrázků vyzdvihnuty hlavní atraktivity oblasti. Obrázky nejčastěji ilustrují pobřežní a horskou krajinu, unikátní či atraktivní zvířata, ptáky, květiny a stromy, lokální historii, umění a architekturu, pozůstatky dávných civilizací, staré budovy, hrady, muzea a galerie umění. Na mentálních mapách také nalezneme barevné rybářské lodě, lokální řemesla, speciální specifické produkty, obrázky místních obyvatel oblečených v místních kostýmech, mnohé mapy znázorňují také místní zábavu od opery po noční kabaret, od divadla po oslavy a festivaly. Rekreační aktivity jako například lyžování, golf, jízda na koni, plavání, nebo slunění a kvalita služeb je zobrazena mnohem méně (Dilley 1986).

4.2 Hodnocení map a mapového obsahu z hlediska potřeb účastníků cestovního ruchu

Hodnocení kartografických produktů by mělo být vždy prováděno s ohledem na způsob jejich užití, mělo by být tedy přizpůsobeno konkrétnímu dílu a také jeho uživatelům, cílem je zjištění kvality a vhodnosti pro daný účel (Hojovec 1987; Čapek a kol. 1992; Voženílek 1999; Bláha 2006a, Čerba 2006).

Kovařík, Veverka (1980) a Hojovec (1987) se při úplném hodnocení kartografických děl zaměřují na konstrukční základ (matematické prvky), úplnost obsahu, soulad se skutečností

(kvalitu generalizace), soudobost obsahu (aktuálnost obsahu), geometrickou přesnost, kvalitu kartografického vyjádření (kvalitu kartografické interpretace) a na vědeckou hodnotu. Čapek a kol. (1992) hodnotí obecné údaje, doplňkové a konstrukční údaje, výběr obsahu a metody jeho znázorňování, čitelnost a estetiku mapy, soulad mapy se skutečností a technické provedení. Nejpoužívanějším současným hodnocením kartografických děl je komplexní hodnocení tematických map Voženílka (1999), kterého zajímají obecné údaje, kompozice mapy, matematické prvky, úplnost a náplň obsahu, obsahová správnost a aktuálnost obsahu, čitelnost mapy, věrnost znázornění reality, kvalita technického provedení kartografické interpretace, estetika mapy a vědecká hodnota. Poněkud odlišná kritéria pro hodnocení map vytvořil Miklošík (2005). Autor se zaměřuje na obsah map, přesnost zobrazení objektů a jevů v mapě, aktuálnost obsahu mapy, význam území zobrazovaného v mapě pro uživatele, technické zpracování mapy a estetickou úroveň mapy.

U kartografických děl pro veřejnost, a tedy zejména u map pro účastníky cestovního ruchu rozhodnutí o prodejnosti a užívání mapy často závisí na prvním dojmu a kráse mapy, laická veřejnost často na základě pouhého pohledu do mapy tuto mapu přijme a bude preferovat či ji jednoznačně zavrhně (Čapek a kol. 1992). Při podrobnějším užívání kartografických děl však lidé zjistí, které všechny informace jim mapa podává, a naopak které informace v mapě jim na základě vlastních potřeb a zkušenosti chybějí, což se jistě promítne do příštího výběru a nákupu map. Důležitou vlastností kartografických děl je tedy úplnost obsahu vzhledem k potřebám uživatelů a informační náplň mapy (Miklošík 2005).

Čapek a kol. (1992) hodnotí výběr obsahu posuzováním úměrnosti zastoupení jednotlivých prvků. Náplň mapy posuzuje v závislosti na účelu a uživateli kartografického díla. Mapy určené k získávání polohy hledaných míst musí mít náplň co nejbohatší, a to i za cenu malé přehlednosti, naproti tomu školní mapy musí být podstatně méně naplněny, vytvářejí se s důrazem na výraznost a přehlednost. Voženílek (1999) pod úplností a náplní obsahu rozumí počet zobrazených objektů a jevů na mapě a jejich strukturu, objem všech podávaných informací. Stejně jako Čapek a kol (1992) i Voženílek (1999) posuzuje jednotlivé prvky obsahu mapy z pohledu vhodnosti jejich zastoupení a náplň mapy ve vztahu k účelu mapy, kdy mapy přehledné by měly mít nižší náplň nežli mapy podrobné, které slouží k vyhledávání objektů pomocí rejstříku. Miklošík (2005) za primární hledisko hodnocení podle obsahu map bere úplnost obsahu vzhledem k potřebám uživatelů. Obsahem mapy rozumí souhrn všech objektů a jevů a jejich charakteristik vyjádřených v mapě kartografickými znaky. Podle Miklošíka (2005) obsah mapy rozhodujícím způsobem ovlivňuje schopnost mapy plnit pro uživatele informační funkci, obsah přináší uživateli informace, které on může využít při řešení svých konkrétních úloh. Kartografické dílo by však mělo také umožňovat studovat vztahy, plánování a projektování, usnadňovat řízení, ilustrovat sdělování a být kartografickým podkladem.

Kudrnovský (2003a) rozděluje obsah cykloturistických map na topografický obsah a tematický obsah a ten dále dělí na obsah vlastivědně turistický a obsah tematický. Vlastivědně turistický obsah hodnotí podle přítomnosti turistických tras pro pěší turistiku, chráněných území, služeb a prvků sportovního využití, cykloturistický obsah podle přítomnosti vlastních cyklistických tras a jeho doplňkových prvků charakterizujících vlastní průběh cyklistických tras a obsažnou sféru cykloturistiky.

Podle Markowské (in Kowalczyk 2002) znaky na mapách pro cestovní ruch můžeme rozdělit na znaky představující krajinné hodnoty, znaky představující turistická zařízení a jiné znaky. V první skupině nalezneme znaky představující přírodní objekty a také objekty historicko - kulturní (historické, památky architektury, sbírky uměleckých děl). Skupinu znaků představujících turistická zařízení tvoří ubytovací a stravovací zařízení a jiné služby a komunikace pro účastníky cestovního ruchu. Do třetí skupiny jiných znaků náleží objekty nevystupující bezprostředně v oblasti turistických služeb.

Ratajski (1973b) rozděluje turisticky atraktivní objekty na objekty přírodní, kam například náleží singulární přírodní objekty, rezervace a parky, na místa významných historických a sakrálních událostí a místa poutí. Třetí skupinou turisticky atraktivních objektů jsou budovy a objekty lidského působení, kam patří světské i sakrální architektonické pamětihodnosti, kulturní objekty a objekty hospodářsko-společenské (hřebčiny, industriální architektura, významné školy, ...). Do skupiny kulturních objektů Ratajski (1973b) zařazuje ubytovací a restaurační zařízení, komunikace (silnice, turistické a cyklistické trasy), sportovně turistická zařízení (např. stadióny, bazény, také turistická informační centra), veřejné služby zajímavé pro turisty (pošta, veřejný telefon, atd.), kulturní objekty (divadla, kina, koncertní sály, ...) a administrativní úřady a instituce.

5 Kartografický trh

Český kartografický trh na začátku 21. století patří mezi standardní vyspělé evropské kartografické trhy. Charakteristickým rysem je posilování největších hráčů (Břeň 2003). Podíváme-li se do nejdůležitějších států západní Evropy, uvidíme jasnou dominanci jedné či několika málo společností na národních trzích. Ve Velké Británii spolu soupeří zejména Geographers' A-Z Map Company a Collins Bartholomew, aktivní je také britský zeměměřičský úřad Ordnance Survey. Francii vládne kartografická divize koncernu Michelin a Institut Géographique National (IGN) a bez výraznější distribuce v zahraničí, na francouzském trhu však významný Blay Foldex. Italský kartografický trh je tradičně rozdělen mezi DeAgostini a Touring Club, v Německu hraje prim MairDuMont, evropská jednička s produkty pro cestování, a vydavatelství německého automobilového klubu ADAC Verlag. Mimo vydavatelství z Velké Británie, Francie, Itálie a Německa je nejvýznamnější kartografickou společností rakouský freytag&berndt.

Největší českou kartografickou společností je v současnosti jednoznačně SHOCart, v posledních letech překročil hranice Česka a zřejmě nebude dlouho trvat a stane se velkým kartografickým hráčem přinejmenším ve střední Evropě. Vydal kompletní mapové dílo Česka, vlastní největší distribuční společnost u nás GeoClub i na Slovensku Svet máp. V roce 2006 posílila i Kartografie Praha díky nákupu Geodézie ČS, jedné z největších kartografických firem devadesátých let, tempu společnosti SHOCart však ani tato akvizice zdaleka nestačí. Slovensko bylo dlouho známé dominancí VKÚ Harmanec, v posledních letech se však na slovenském trhu výrazně prosazuje právě SHOCart.

5.1 Historie a současnost českého komerčního kartografického trhu

Před rokem 1989 jsme si mohli koupit kartografické produkty vydávané státním Geodetickým a Kartografickým podnikem, k dostání byla jediná edice turistických map, plány největších českých měst a minimum automap a autoatlasů Československa. Po roce 1989 skončil v tehdejším Československu monopol na výrobu map daný zákonem o geodézii a kartografii č. 46/1971 Sb. Geodetický a Kartografický podnik byl rozdělen na Zeměměřičský úřad a státní podnik Kartografie Praha, který se stal roku 1992 akciovou společností. Po roce 1989 po uvolnění soukromého podnikání se objevily nové kartografické společnosti, geodetické firmy se privatizovaly a transformovaly, ke své geodetické činnosti si přibraly i kartografii. Tak vznikly například dva významné kartografické subjekty první poloviny devadesátých let – Geodézie Brno a Geodézie ČS. Po roce 1989 je možné zakládat nové soukromé společnosti, mnohé začínaly s mapami pro orientační běh a postupem času přešly na mapy pro širokou veřejnost, tento vývoj je charakteristický pro SHOCart. I grafické společnosti ucítily šanci podnikat na kartografickém trhu, na rozdíl od výše uvedených společností se však produkce map pro ně stalo jen doplňkovou činností. Po roce 1989 se český kartografický trh otevřel i zahraniční konkurenci, německý Mairs Geographischer Verlag, dnešní MairDumont, a rakouský

freytag&berndt si na našem území ihned začátkem devadesátých let vybudovaly své dceřinné distribuční společnosti, po nákupu kartografické divize Geodézie Brno na přelomu dvacátého a jednadvacátého století se freytag&berndt stal dokonce jedním z největších kartografických vydavatelství v Česku (Zmrzlík 2004; Zmrzlík 2005c; Mikšovský 2006).

Kartografické produkty v Česku jsou v porovnání se západní Evropou několikrát levnější, společnosti tak na nich moc nevydělávají, jen ti nejlepší obchodníci s nejlepší distribucí mohou uspět. Na samotném konci devadesátých let skončila kartografie v Geodézii Brno, Geodézie ČS po velké krizi na přelomu dvacátého a jednadvacátého století byla koupena v roce 2006 Kartografií Praha, která se sama řadu let potácela v častých vlastnických změnách, tahanicích, problémech ze ztráty výsadního postavení na trhu a krachu své partnerské tehdy největší české distribuční společnosti Geomedia. V průběhu devadesátých let a prvních roků století jednadvacátého se na českém trhu vyprofilovala situace shodná se západoevropskými kartografickými trhy. Vydávání kartografických děl vládne SHOCart se svou distribuční společností GeoClub, konkurovat se jí pokouší Kartografie Praha se svou dceřinnou společností Geodézií ČS a vlastní distribucí, freytag&berndt a distribuční firma německého koncernu MairDumont Marco Polo. Ostatní subjekty se snaží využít skulinky v edičních plánech velkých zavedených společností, orientovat se na zakázkovou tvorbu kartografických děl, zaměřit se na jeden typ map a na tomto poli vynikat, případně podnikat na regionální úrovni. Některé společnosti vytvářejí rozsáhlejší kartografická díla na zakázku pro zahraniční kartografické subjekty, produkce ve střední a východní Evropě stojí totiž mnohem méně než v nejvyspělejších částech světa (Spence 2003).

Po teroristických útocích 11. 9. 2001 vydavatelský sektor v západní Evropě a USA pocítil signifikantní pokles v tržbách. Následkem globální politické nestability zejména cestování do vzdálených destinací zaznamenalo obrovský úpadek (Spence 2003). Počet účastníků cestovního ruchu po roce 2000 se několik let nezvedal, krize nejvíce postihla Severní Ameriku a speciálně USA, výraznější růst byl zaznamenán až v roce 2004 (www.unwto.org). V důsledku krize vydavatelského sektoru zaniklo v západní Evropě a Severní Americe zvětšené množství kartografických společností, většinou šlo o menší nezávislé firmy, které se orientovaly právě na výjezdový cestovní ruch (Spence 2003). Tato krize však Česko významně nepostihla.

Výrazným impulsem pro cestování je současný velmi rychlý rozvoj nízkonákladové letecké dopravy (Spence 2003), mnohem více lidí podniká víkendové výlety do měst, Praha se stává jedním z hlavních center nízkonákladových aerolinií v Evropě, jsou vytvářeny mnohem větší náklady plánů účastníky cestovního ruchu nejnavštěvovanějších a dopravně nejpřístupnějších měst v mnoha jazykových mutacích.

Po roce 1989 vznikla síť specializovaných prodejen pro cestovatele. Největší vydavatelství také vstoupila do nespécializovaných obchodních sítí, které vedou mapy jako dodatkový sortiment. Z celkového objemu map se v hypermarketech a supermarketech prodá více než čtvrtina celkové produkce (Břeň 2003).

Mapy pro cestovní ruch jsou nejvýznamnějším vydavatelským artiklem kartografických společností, v Česku jich existuje několik desítek, které v různé míře a nákladu vytvářejí mapy pro účastníky cestovního ruchu. Společnosti podnikají ve vysoce konkurenčním prostředí ojedinělém na celém světě. Kde jinde můžeme najít zmapované a vydané celé území země

v několika edicích turistických map? Kde jinde najdeme zmapovanou oblast i na deseti vydaných kartografických dílech? Kde jinde najdeme tolik autoatlasů zobrazujících území celého státu? Kolik vydavatelství ve světě vydává autoatlasy celého státu v tak podrobném měřítku 1:100 000? Na trhu turistických kartografických produktů také jednoznačně dominuje společnost SHOCart. Trendem v západní Evropě je vytváření vlastní série map největšími světovými vydavatelstvími turistických průvodců. I na českých trh se již dostaly cestovatelské mapy od britské společnosti Rough Guides a v roce 2006 i mapy pro účastníky cestovního ruchu společnosti Merian, které byly dokonce díky českému knižnímu nakladatelství Jan Vašut stejně jako turistické průvodce Merian kompletně přeloženy do češtiny.

Do produkce map zahraničního území se pouští jen největší subjekty na českém trhu, častěji jsou mapy zahraničního území řešeny formou distribuce největších zahraničních kartografických společností. Segment map a průvodců často kopíruje zájem účastníků cestovního ruchu o moře. Ze zahraničních titulů vítězí destinace, kde Češi tráví svou dovolenou (Vyčichlo 2004). Významná část map a průvodců je prodávána pro pasivní cestovatele, kteří se zajímají o exotická místa, ale sami je navštívit nechtějí (Spence 2003).

Před rokem 1989 jsme se v knihkupectvích mohli setkat pouze s plány krajských měst, po roce 1989 s nástupem tržní ekonomiky, rozvojem cestovního ruchu a nárůstem pravomocí místních samospráv vznikly a vznikají plány většiny obcí, mnohé jsou dělány na zakázku.

Turistické trasy protínají prakticky všechna místa naší země, Češi patří k národům, kteří provozují pěší turistiku nejvíce. Od roku 1991 vydává Klub českých turistů (KČT) turistické mapy v měřítku 1:50 000, na začátku devadesátých let dvacátého století bylo vyprodukováno ucelené edice turistických map celého území Česka mimořádným počinem. Dnes panuje na českém trhu s turistickými mapami mimořádná konkurence, do vytváření tohoto druhu map se pustily všechny větší kartografické společnosti, několik edic několika subjektů pokrývá celý stát.

Cykloturistika se stala během posledních patnácti let velmi využívaným trávením volného času. Cykloturistickými mapami se na českém kartografickém trhu proslavil SHOCart, a i když dnes již cykloturistické mapy vytváří větší renomovanějších firem podnikajících na českém komerčním kartografickém trhu, stále mnohdy platí přirovnání cykloturistická mapa se rovná SHOCart, zejména v produkování cykloturistických map na zakázku se chová monopolně.

SHOCart se právě zaměřuje zejména na mapy pro outdoorové aktivity, nejznámější vodácké mapy a lyžařské mapy najdeme tedy také v jejich edičním plánu.

Od šedesátých let dvacátého století se na území Česka nedělaly plastické mapy a ve větší míře ani mapy pohledové. Po roce 2000 se však na českém trhu objevila společnost Kartografie HP z Jičína, která zpočátku měla úspěch s pohledovými mapami, renomé si však vydobyla až v roce 2004, kdy vyprodukovala plastickou mapu Beskyd, firma si zajistila popularitu u laické i odborné veřejnosti, její produkty byly oceněny v několika kartografických soutěžích. Firma pokračuje ve vytváření plastických map i úplně nových produktů v Česku se zaměřením na trojrozměrné mapy.

Na poli automap a autoatlasů hrály dlouho prim Geodézie ČS a Geodézie Brno, již v polovině devadesátých let přišly na trh s autoatlasem České republiky v měřítku 1:100 000,

po zániku kartografie v Geodézii Brno, Geodézie ČS pokračovala sama v každoroční aktualizaci a opětovném vydání tohoto úspěšného titulu. SHOCart v roce 2005 vsadil na podrobný autoatlas Evropy a na (v Česku unikátní) zpracování automap evropských zemí s přehlednou tranzitní mapou okolních států.

Monotematické mapy a mapy atraktivit regionů jsou vytvářeny velkým počtem kartografických společností, svým netradičním zpracováním se v této oblasti tvorby map stal známým B.A.T. Program. Tato společnost byla především velmi oblíbená mezi regionálními sdruženími, téměř každý okresní úřad si u B.A.T. Programu nechal dělat svou vlastní mapu turistických atraktivit. Kromě toho firma vydala nejširší edici monotematických map České republiky, která měla třináct titulů. B.A.T. Program vždy spolupracoval s SHOCartem a v roce 2005 pod něj také přešel.

Schematizované mapy v propagačních materiálech jsou doménou grafických agentur a oddělení, kartografické společnosti v Česku se do vytváření tohoto druhu map v důsledku zvýšené konkurence moc nepouštějí.

6 Kvalitativní výzkum

Kvalitativní výzkum je jakýkoli výzkum, jehož výsledků se nedosahuje pomocí statistických procedur nebo jiných způsobů kvantifikace (Strauss, Corbinová 1999). Zahrnuje popis a interpretaci sociálních problémů s cílem o nich vytvořit ucelený obraz. Důraz je kladen na to, jakým způsobem lidé interpretují sociální jevy a svou zkušenost, snahou je právě porozumění těmto jevům a zkušenostem (Hendl 1997). Kvalitativní výzkum také studuje každodenní život lidí v jejich přirozených prostředích a v pro ně přirozených situacích (Petrušek 1993).

Naproti tomu kvantitativní výzkum je založen na ověřování platnosti teorií vytvořených na základě konceptů a měření čísel, využívá náhodné výběry a silně strukturovaný sběr dat, získaná data jsou analyzována za pomoci statistických procedur. Cílem je zjistit, zda jsou vytvořené teorie skutečně pravdivé (Hendl 1997, Hendl 2005).

Kvalitativní metody mohou pomoci získat o zkoumaném jevu detailní informace, jejich cílem je také odhalení podstaty jevů a získání nových názorů na ně (Strauss, Corbinová 1999), vytvoření nových teorií, hypotéz, nového porozumění (Disman 2006).

Pro kvalitativní výzkum je charakteristický sběr mnoha informací u malého počtu jedinců. (Disman 2006) Na rozdíl od kvantitativního výzkumu není až tak důležitý počet respondentů, v kvalitativním výzkumu jde především o porozumění zkoumaného problému (Jírovcová 2001). Kvalitativní výzkum se řídí induktivní logikou. V sesbíraných datech se pátrá po strukturách a pravidelnostech, které v nich existují (Disman 2006).

6.1 Určení kvalitativního výzkumu

Pro konkrétní kvalitativní výzkum je třeba zvolit vhodnou strategii. Nejvhodnější pro náš výzkum se jeví deskriptivní případová studie, která je zaměřena na podrobný popis a rozbor několika málo případů (Hendl 2005). Snahou je zachytit charakteristiky daných případů, popsat je v jejich celistvosti, dojít tak k přesným závěrům, speciálně u deskriptivní případové studie je cílem dodat jejich úplný popis. Ve výzkumu je možné aplikovat dosavadní teorie, abychom zjistili, která data máme zjišťovat, abychom určili účel popisu a seznam dílčích témat, která chceme popsat (Hendl 1997).

Nejběžnějšími technikami sběru informací v kvalitativním výzkumu je pozorování, dotazování a analýza dokumentů (Disman 2006). V dotazování se nejčastěji využívá dotazníku a rozhovoru (Bláha 2006b). K přístupům v kvalitativním dotazování patří projektivní a asociativní techniky, REP technika, strukturovaný otevřený rozhovor, rozhovor s návodem, polostrukturovaný rozhovor, neformální konverzační rozhovor, etnografický rozhovor, narativní rozhovor, skupinová diskuze a skupinový rozhovor. Odlišují se mírou strukturovanosti otázek a standardizace jejich pořadí, získanými informacemi a přístupem k rozhovoru (Hendl 1997).

Pro náš výzkum a deskriptivní případovou studii jako strategii kvalitativního výzkumu bylo použito techniky sběru dat rozhovoru pomocí návodu.

„Návod k rozhovoru představuje seznam otázek nebo témat, které je nutné v rámci interview probrat. Tento návod má zjistit, že se skutečně proberou všechna pro tazatele zajímavá témata. Tazatel má volnost, jakým způsobem a v jakém pořadí získá informace, které osvětlí daný problém. Tazateli zůstává volnost přizpůsobovat formulace otázek a jejich pořadí podle situace“ (Hendl 1997, s. 89).

6.2 Charakteristika respondentů kvalitativního výzkumu

Pro sběr dat je třeba se rozhodnout a vybrat vzorek lidí, se kterými provedeme vlastní výzkum a z kterých skupin tito jedinci mají pocházet. Hlavním postupem pro sběr dat v kvalitativním výzkumu je teoretický výběr (theoretical sampling), kde se rozhodnutí o tom, kdo bude vybrán, provádí v samotném průběhu výzkumu. Proces sběru dat pokračuje do doby, kdy informace od nových jedinců nevedou k dalším poznatkům, nepřinášejí nic nového, sběr dat končí dosažením úplného teoretického nasycení (saturace) (Hendl 1997; Disman 2006).

Mého kvalitativního výzkumu, který jsem prováděl prostřednictvím rozhovorů pomocí návodu, se zúčastnilo 50 účastníků cestovního ruchu, všichni s českým státním občanstvím. Cílem bylo dosažení teoretického nasycení získaných informací.

Mezi respondenty bylo 31 žen a 19 mužů. Pokud se týká věkového složení, do 20 let bylo 5 účastníků rozhovorů, 21 – 30 let mělo 13 účastníků rozhovorů, 31-40 let 10 účastníků rozhovorů, 41-50 let 8 účastníků rozhovorů, 51-60 let 8 účastníků rozhovorů, rozhovorů se zúčastnilo i 6 lidí starších 60 let. Podíváme-li se na vzdělání, 24 respondentů mělo dokončené vysokoškolské vzdělání, 12 absolvovalo pouze střední školu, 14 respondentů bylo v současné době ještě studujících.

Velmi důležitou informací o respondentech pro náš výzkum byla preference forem cestovního ruchu. Pěší turistiku aktivně provozuje 42 účastníků rozhovorů, cykloturistiku 19 dotazovaných osob, lyžování 31 respondentů (z toho 28 sjezdové lyžování, 19 běžecké lyžování), vodáckou turistiku 12 účastníků rozhovoru, hippoturistiku 1 dotazovaná osoba. Historická města a kulturní památky navštěvuje 40 respondentů, poznávací cestovní ruch po cizích regionech a zemích jich provozuje 24, SSSS (Sand, Sea, Sun, Sex) cestovní ruch 44 účastníků rozhovoru, rekreaci na chatách a chalupách tráví 27 dotazovaných osob. V lázních a sanatoriích pobývá 9 respondentů, stacionární pobyt v rekreačních zařízeních mimo SSSS cestovní ruch preferují 4 účastníci rozhovoru. Veletrhy cestovního ruchu či turistické informační kanceláře přímo v místě pobytu navštěvuje 42 dotazovaných osob.

6.3 Návod k rozhovoru

Data pro kvalitativní výzkum byla sbírána technikou sběru dat rozhovorů pomocí návodu.

Tabulka č. 1: Návod k rozhovoru

Okruhy	Získané informace
Destinace a způsob cest. ruchu	Formy cest. ruchu Druhy map pro cest. ruch
Typický den	Popis typického dne doprava na místo, přestávky k odpočinku (+ informace z výzkumu map a literatury)
Aktivita a mapy	K čemu jsou využívány mapy
Očekávání od souhrnu aktivit cest. ruchu	Proč se účastní souhrnu aktivit cest. ruchu Co od toho očekává
Výběr místa pro aktivitu	Podle čeho si vybírá místo pobytu

Zdroj: vlastní

Otázky byly opakovány pro různé destinace a způsoby cestovního ruchu. Cílem bylo postihnout tyto formy cestovního ruchu: pěší turistika, cykloturistika, další outdoorové aktivity (vodní turistika, běžecké a sjezdové lyžování, hippoturistika), návštěva měst, kulturních a architektonických pamětihodností, autoturistika a poznávací cestovní ruch, SSSS cestovní ruch a další stacionární formy cestovního ruchu.

Závěrečná skupina otázek se týkala propagačních materiálů. Zaměřena byla na to, jestli se respondenti na propagační materiály dívají, co je v nich nejvíce zaujme a jestli se podle nich řídí a jsou nimi ovlivněni.

7 Zjištění znázorněných informací z map pro účastníky cestovního ruchu

Pro zjištění znázorněných informací na již existujících mapách určených pro účastníky cestovního ruchu bylo prozkoumáno 66 plánů měst, 34 turistických map pro pěší turistiku, 21 cykloturistických map, 11 ostatních outdoorových map, 21 automap, 18 tematických map a 31 map turistických atraktivit, dohromady tedy 202 map vhodných pro turistické účely.

Informace získané z map můžeme rozdělit na informace charakterizující silniční a ostatní dopravu; ubytovací a stravovací zařízení; rekreační a ostatní infrastrukturu; historické, kulturní a přírodní památky; velkoplošná chráněná přírodní území; reliéf a trasy pro účastníky cestovního ruchu s jejich obslužnou sférou – pro pěší turisty, cyklisty, běžecké a sjezdové lyžaře, vodáky a další účastníky outdoorových aktivit. Mapy se mohou odkazovat i na přídatné informace, kartografická díla mnohdy obsahují i mapy vedlejší.

7.1 Plány měst, obcí a středisek cestovního ruchu

Ve většině hodnocených plánů měst je vhodně vykreslena plná síť ulic a průjezdních silnic (ulice 97 %; průjezdní silnice 95,5 %), nechybí ani znázornění chodníků mimo silnice a pěší zóny (chodník 81,8 %; pěší zóna 53 %). Čerpací stanice (65,2 %) a parkoviště (89,4 %) se na mapách obvykle vyskytují bez bližší specifikace (LPG 18,2 %; kryté parkoviště 18,2 %; placené parkoviště 13,6 %; parkoviště pro autobusy 13,6 %, parkoviště P+R 7,6 %). Nedostatečná je lokalizace autoservisů (18,2 %), světelné signalizace na křižovatkách (18,2 %) a stanovišť taxi (27,3 %), pro bezproblémový průjezd chybí zákazy vjezdu (16,7 %) a místa, kde může projet dopravní prostředek s maximální určenou výškou (4,5 %). K dobré orientaci v zástavbě slouží popisná čísla domů, které se však nalézají pouze na 22,7 % zkoumaných mapách, v kartografických produktech v románských zemích a Velké Británii úplně chybějí, naopak jsou na pěti polských plánech měst z osmi.

Z dalších dopravních zařízení nesmí v kartografických dílech chybět železniční infrastruktura (železniční stanice 90,9 %), letiště (28,8 %) a přístaviště výletních lodí (22,7 %) i velké průmyslové přístavy (9,1 %). Hromadná doprava je vedle železničních stanic (90,9 %) zastoupena i autobusovými zastávkami a stanicemi (81,8 %) a znázorněním sítě MHD (48,5 %) se zastávkami (42,4 %).

Ubytovací zařízení obvykle supluje znak pro hotel (71,2 %), z dalších se častěji vyskytují jen kempy (37,9 %), naopak nedostatečně jsou zastoupeny hostely (19,7 %), penziony (16,7 %) a další ubytovací zařízení. Z prostorů pro stravování se v kartografických dílech ve větším množství nalézají restaurace (30,3 %), které však mnohdy zastupují všechny objekty této kategorie, v německy mluvících zemích je stravování ukázáno pomocí mapové značky hostince.

Ze skupiny rekreační a ostatní infrastruktura se uživatelé z map nejčastěji dozvědí o infrastruktuře sociální. Kulturu nejvíce zastupuje lokalizace muzea (81,8 %), divadla (65,2 %) a kina (60,6 %), poněkud méně se na mapách nalézají galerie (40,9 %), které se někdy zahrnují mezi muzea, a knihovny (36,4 %) a koncertní síně (21,2 %). Informace o zdravotnictví jsou naprosto nezbytné a tedy i velmi frekventované v plánech měst (zdravotnická zařízení 92,4%; lékárna 60,6 %). Z dalších hojně zastoupených kartografických znaků můžeme nalézt reprezentaci pro poštu (89,4 %), policii (81,8 %), školy (74,2 %), úřady státní správy a místní samosprávy (65,2 %) a další. Ze sportovních zařízení se na plánech měst nachází nejvíce hřiště (78,8 %) a tenisové kurty a haly (56,1 %), následované koupališti (48,5 %) a krytými plaveckými bazény (42,4 %). Z venkovních sportovních aktivit si zaslouží pozornost golf, golfové hřiště najdeme na 19,7 % map (v německy mluvících zemích to je dokonce 66,7 %).

Naopak vzhledem ke svému významu pro návštěvníky jsou nedostatečně vykresleny směnárny a bankovní instituce (16,7 %) a bankomaty (10,6 %). S nástupem telekomunikační mobilní technologie ustupují veřejné telefonní automaty poněkud do pozadí (18,2 %), větším problémem je však znázornění veřejných WC pouze na 31,8 % plánů měst. Britská kartografická společnost Geographers' A-Z Map Co. jako jediná vyčleňuje i veřejné WC pro vozíčkáře. Pro mladší věkové ročníky účastníků cestovního ruchu vyznávající zejména baťůžkový cestovní ruch jsou nepostradatelné internetové kavárny, jejich poloha šla však pouze vyčíst ze 3 % zkoumaných plánů měst. Ačkoli jsou nákupní střediska, supermarkety a hypermarkety ukázány na 50 % map, kromě účastníků cestovního ruchu informaci o lokalizaci tohoto zařízení potřebují i místní obyvatelé i lidé přijíždějící do města za neturistickým účelem, je jejich znázornění na 50 % plánů měst nedostatečné, v románských zemích dokonce chybí úplně. V mapách obecně se jen výjimečně nalézají prostory pro rekreační aktivity vyjma výše zmíněných sportovišť.

V 61 plánech měst z 66 uživatel mapy najde informaci o turistickém informačním centru. Veřejné budovy jsou odlišeny od ostatní zástavby v 66,7 % případů, autoři do nich však mnohdy zahrnují i turisticky nejatraktivnější stavby, které jsou zvláště nezávisle na veřejných budovách pouze na 22,7 % map (v Česku nejsou vůbec). V některých plánech měst se pro lepší orientaci návštěvníků znázorňují některé turisticky nejatraktivnější stavby perspektivními kresbami a obrázky (24,2 %), toto je rozšířené zejména v mapách speciálně určených pro účastníky cestovního ruchu v románském světě (Itálie 37,5 %). V románských zemích je významné i barevné odlišení turistické zóny (městských čtvrtí) od ostatního území určeného zejména pro místní obyvatele (celkem 18,2 %; románské země 30,8 %).

Z pamětihodností je v obsahu mapy nejvíce zastoupena informace o kostelech (95,5 %), v Polsku mají několik mapových značek, vyčleňují i historický památný kostel (v Polsku 50 %) a kostel pravoslavných církví (v Polsku 25 %). Z dalších sakrálních památek jsou nejvíce znázorněny hřbitovy (81,8 %), z kterých se dále v Česku a v německy mluvících zemích oddělují hřbitovy vojenské (Česko 11,1 %) a hřbitovy židovské (Česko 25,9 %; německy mluvící země 33,3 %), kaple (43,9 %) a kříže (22,7 %). Na 56,1 % plánů měst najdeme pomníky a památníky, fontány a kašny na 21,2 % map, na 34,8 % židovské pamětihodnosti (většinou synagogy). Ve Velké Británii žije významnější komunita vyznávající muslimskou víru, na 40 % britských plánů měst proto najdeme zakresleny také muslimské

pamětihodnosti. Ačkoli je podobný počet muslimů i ve Francii, románské mapy jsou obvykle mnohem jednodušší a samostatně tyto památky zde nejsou ukázány. I když je Česko v zahraničí propagováno jako země hradů a zámků, v mapě se často samostatnými mapovými značkami neodlišují. Informace o poloze zámků najdeme na 33 % plánů měst, hrady se nalézají na 22,7 % map. Další pamětihodnosti jsou zastoupeny na méně než 10 % plánů měst.

Pro usnadnění orientace bývají zejména v německy mluvících zemích zakresleny věže (50 %) a vysílače (66,7 %), v ostatních zemích je však od jejich jednotlivého znázornění upuštěno (věže 16,7 %; vysílače 13,6 %). Ačkoli jsou pro účastníky cestovního ruchu velmi atraktivní pohledy na město a rozhledy, taková místa najdeme pouze na 13,6 % map (rozhledny dokonce jen 7,6 %).

Přírodní památky a plochy jsou vůči historickým a kulturním pamětihodnostem v pozadí. Pouze parky se nalézají na 87,9 % plánů měst. Méně než 10 % mají třeba prameny nebo památné stromy, u kterých bychom mohli očekávat, že se v území vyskytují častěji.

Ačkoli někteří odborníci na tematickou kartografii doporučují znázornění reliéfu měst pomocí vrstevnic, izohypsy byly použity pouze v 5 plánech měst, jež byly všechny vytvořeny českými kartografickými společnostmi.

Pro účastníky cestovního ruchu jsou v jednotlivých plánech měst užitečné i vyznačené trasy, prohlídkové trasy (10,6 %) seznamují návštěvníky s největšími pozoruhodnostmi města, značené cesty pro pěší turisty (15,2 %) a cykloturisty (22,7 %) ukazují lidem kudy projít (projet) orientačně náročnějším zastavěným územím. Zatímco prohlídkové trasy jsou zastoupeny na mapách ze všech oblastí Evropy, trasy pro pěší turisty a cykloturisty bývají ve zvětšené míře znázorňovány jen ve středoevropském prostoru – v německy mluvících zemích, Česku, Polsku a Slovensku.

Na mapách nebyly sledovány topografické informace o vodních tocích a plochách, landuse (zástavbě, polích, pastvinách, loukách, lesích), o rozmístění a druzích zástavby (residenční, komerční, industriální). Ze 66 plánů měst bylo zjištěno 218 informací užitečných pro účastníky cestovního ruchu, průměrný počet na jednu mapu je 39,3. České plány měst obsahovaly průměrně 38,9 informací, slovenské 40,3, polské 51,1, mapy z německy mluvících zemí 50,8, z románských zemí 29,6, speciálně italské pouze 29,1 a francouzské 33,3, v hodnocených britských plánech měst se průměrně nalézají 34,2 hledaných informací. Středoevropské kartografické společnosti (z Česka, Slovenska, Polska, Německa, Rakouska) znázorňují na svých mapách nejvíce informací, což je dáno tradicí užívání podrobných kartografických produktů a topografického mapování a vysokou kartografickou gramotností uživatelů. V německy mluvících zemích se již od konce 19. století dbá na správné čtení map, obyvatelé postkomunistických zemí střední Evropy také hodně cestují, jejich kartografická gramotnost je však na vysoké úrovni zejména díky socialistickému školství kladoucímu důraz na používání kartografických produktů při výuce.

Na rozdíl od středoevropského prostoru obyvatelé západní a jižní Evropy preferují mapy názornější, kde jim je usnadněno čtení a porozumění nejdůležitějších informací. Produkce v románském světě je více než kde jinde zaměřena na účastníky cestovního ruchu, na plánech se nezdá kdy objevují zvláště turistické zajímavosti, kreslené obrázky přímo v mapě věrně napodobují nejvýznamnější památky. Další informace jsou uživatelům prezentovány formou

mapových značek i názvosloví, které je zde velmi populární, avšak znesnadňuje či dokonce úplně brání správnému čtení lidem neovládajících místní jazyk. Ve Velké Británii místní kartografové preferují názorné ukázání jednotlivých skupin informací (obchodní plochy, plochy pro sport, ...) pomocí půdorysného barevného odlišení.

7.2 Outdoorové mapy

Mezi outdoorové mapy řadíme turistické mapy pro pěší turistiku, cykloturistické mapy a ostatní mapy jako jsou mapy lyžařské, vodácké mapy, turistické mapy pro hippoturistiku a další. Nejčastěji se setkáme s prvními dvěma druhy – mapami pro pěší turistiku a pro cykloturistiku.

I pro outdoorové mapy je nezbytné podrobné vykreslení dopravní sítě. Na většině map jsou zakresleny dálnice (tur.m. 76,5 %, cyklo.m. 85,7 %, ostat.m. 70 %), hlavní silnice (tur.m. 91,2 %, cyklo.m. 100 %, ostat.m. 90 %), ostatní silnice (tur.m. 100 %, cyklo.m. 100 %, ostat.m. 90 %), zpevněné cesty (tur.m. 91,2 %, cyklo.m. 76,2 %, ostat.m. 70 %) a polní a lesní cesty (tur.m. 73,5 %, cyklo.m. 66,7 %, ostat.m. 80 %). Pro pěší turisty je také užitečné znázornění pěších terénních stezek (tur.m. 55,9 %, cyklo.m. 23,8 %, ostat.m. 30 %). Obslužná dopravní sféra – čerpací stanice a parkoviště se nalézají nejvíce na podrobnějších turistických mapách pro pěší turistiku (čerpací stanice 64,7 %, parkoviště 82,4 %) a ostatních mapách lyžařských a vodáckých (čerpací stanice 70 %, parkoviště 70 %), u cykloturistických map jsou poněkud opomíjeny (čerpací stanice 28,6 %, parkoviště 52,4 %), autoservisy, LPG pumpy se v mapách prakticky neobjevují. Železniční dopravu je možné z map často identifikovat (vlaková stanice – 73,5 %, 81 %, 60 %, vlaková zastávka 58,8 %, 52,4 %, 60 %), naopak u autobusové hromadné dopravy autobusové zastávky a stanice jsou zakresleny na 50 % map pro pěší turistiku a pouze na 9,5 % map pro cykloturistiku. Předpokládá se zřejmě, že cykloturisté pro cesty do nástupního a z výstupního místa své trasy nepoužívají tohoto druhu dopravního prostředku, v poslední době však nabývají na významu cyklobusy.

Z dalších dopravních prostředků hrajících významnou roli pro účastníky cestovního ruchu nesmí chybět lanové dráhy, nejčastěji v mapách i v krajině zastoupené jsou sedačkové lanové dráhy (tur.m. 52,9 %, cyklo.m. 23,8 %, ostat.m. 40 %) a lyžařské vleky (tur.m. 64,7 %, cyklo.m. 23,8 %, ostat.m. 50 %). Na mapách jsou zachycena i letiště a vodní doprava v rozdílné podrobnosti podle druhu outdoorových map.

Ubytování je zakresleno ve velké míře, nejčastěji bývají ukázána hotelová zařízení (tur.m. 85,3 %, cyklo.m. 61,9 %, ostat.m. 80 %), pro která však zejména čeští autoři mnohdy používají shodnou mapovou značku jako pro turistické horské chaty. Vedle hotelů na mapách najdeme i informace o poloze penzionů (tur.m. 26,5 %, cyklo.m. 23,8 %, ostat.m. 40 %), ubytoven (tur.m. 23,5 %, cyklo.m. 0 %, ostat.m. 30 %), turistických chat (tur.m. 58,8 %, cyklo.m. 14,3 %, ostat.m. 0 %), často však zahrnutých pod hotelová zařízení a jiné ubytování (tur.m. 44,1 %, cyklo.m. 19 %, ostat.m. 50 %). Pro outdoorové aktivity má velký význam táboření a stanování, kempink (tur.m. 85,3 %, cyklo.m. 90,5 %, ostat.m. 30 %) a veřejná tábořiště (tur.m. 47,1 %, cyklo.m. 23,8 %, ostat.m. 20 %) patří k nejhojněji zaznamenávaným

informacím v mapě, největší význam je jim prisuzován u vodáckých map, naopak bezpředmětnými se stávají u map lyžařských.

Stravovacím zřízením jednoznačně dominuje restaurace, která je znázorněna na 61,8 % map pro pěší turistiku, 47,6 % map pro cykloturistiku a 70 % ostatních outdoorových map, mapová značka restaurace však i v tomto druhu map často supljuje celou kategorii stravovacích zařízení. Z dalších informací obsažených v mapách stojí za zmínku výskyt občerstvení (tur.m. 23,5 %, cyklo.m. 28,6 %, ostat.m. 20 %) a hospod a hostinců (tur.m. 29,4 %, cyklo.m. 19 %, ostat.m. 30%). Pro orientaci v lesnatém terénu je vhodné znázornění hájoven a mysliven (tur.m. 55,9 %, cyklo.m. 23,8 %, ostat.m. 30 %), jež v sezoně někde také slouží jako restaurační zařízení.

Kulturní zařízení v mapách zastupují výrazněji pouze muzea (tur.m. 70,6 %, cyklo.m. 66,7 %, ostat.m. 60 %), další se vyskytují na méně než 10 % outdoorových map. Sportovní aktivity a prostory pro sport představují zejména koupaliště (tur.m. 61,8 %, cyklo.m. 57,1 %, ostat.m. 20 %), kryté bazény (tur.m. 47,1 %, cyklo.m. 33,3 %, ostat.m. 50 %) a přírodní místa ke koupání (tur.m. 20,6 %, cyklo.m. 14,3 %, ostat.m. 10 %), mezi outdoorovými turisty je velmi oblíbená hippoturistika, jejíž objekty bývají často znázorněny i na turistických mapách pro pěší turistiku a cykloturistiku (tur.m. 32,4 %, cyklo.m. 28,6 %, ostat.m. 10 %). Pro pěší turisty jsou v krajině postaveny turistické přístřešky (tur.m. 32,4 %), podle znázornění na mapách cykloturisté využívají stejnou měrou turistické přístřešky (cyklo.m. 14,3 %) a obecnější odpočinková místa (19 %). Turistické informační kanceláře patří tak jako ve všech mapách pro účastníky cestovního ruchu i v outdoorových mapách k nejčastěji zobrazeným informacím (tur.m. 70,6 %, cyklo.m. 85,7 %, ostat.m. 80 %).

Obecná infrastruktura je na rozdíl od podrobnějších plánů měst v mapách pro outdoorové účastníky cestovního ruchu méně zastoupena, nenajdeme ji na produktech z alpských zemí. Mapová značka pošty se nalézá na 32,4 % map pro pěší turisty, 4,8 % map pro cykloturisty a 10 % ostatních outdoorových map. Nejčastěji se vyskytujícími informacemi jsou zdravotní zařízení (tur.m. 55,9 %, cyklo.m. 38,1 %, ostat.m. 50 %) a stanice horské služby (tur.m. 52,9 %, cyklo.m. 23,8 %, ostat.m. 30 %), další obecná infrastruktura se vyskytuje na méně než 10% hodnocených map, například hasiče na hodnocených mapách nenajdeme vůbec.

U map pro pěší turisty a cykloturisty je často ze samotné mapy odkazováno na turistický místopisný seznam doplňující turistického průvodce (tur.m. 29,4 %, cyklo.m. 23,8 %), nalézají se zde také vedlejší mapy nejdůležitějších středisek a rekreačních areálů (tur.m. 26,5 %, cyklo.m. 4,8 %, ostat.m. 40 %).

Historické architektonické pamětihodnosti ukázané návštěvníkům mapy v podstatě kopírují seznam památek u plánů měst, nejčastěji se můžeme setkat s kostelem (tur.m. 91,2 %, cyklo.m. 76,2 %, ostat.m. 80 %), kaplí (tur.m. 82,4 %, cyklo.m. 61,9 %, ostat.m. 70 %), křížem (tur.m. 70,6 %, cyklo.m. 47,6 %, ostat.m. 70 %), zříceninou hradu (tur.m. 67,6 %, cyklo.m. 61,9 %, ostat.m. 50 %), zámkem (tur.m. 67,6 %, cyklo.m. 76,2 %, ostat.m. 60 %), hradem (tur.m. 61,8 %, cyklo.m. 52,4 %, ostat.m. 40 %) a pomníkem a památníkem (tur.m. 52,9 %, cyklo.m. 57,1 %, ostat.m. 80 %). Proti plánům měst je mnohem méně zastoupen hřbitov (tur.m. 32,4 %, cyklo.m. 14,3 %, ostat.m. 30 %).

Pro orientaci v terénu je prospěšná lokalizace z dálky viditelných věží (tur.m. 29,4 %, cyklo.m. 28,6 %, ostat.m. 50 %) a vysílačů (tur.m. 41,2 %, cyklo.m. 33,3 %, ostat.m. 20 %). Rozhledny (tur.m. 41,2 %, cyklo.m. 14,3 %, ostat.m. 50 %) jsou kromě vhodných orientačních bodů v terénu také turisticky velmi vyhledávané i kvůli účelu, za jakým bývají stavěny – rozhledu, který je sám ukázán na 73,5 % map pro pěší turisty, 61,9 % map pro cykloturisty a 50 % ostatních outdoorových map.

Outdooroví účastníci cestovního ruchu se v krajině zajímají o přírodní pozoruhodnosti, na mapách bývají znázorněny přírodní památky (tur.m. 44,1 %, cyklo.m. 23,8 %, ostat.m. 30 %), přírodní zajímavosti (tur.m. 35,3 %, cyklo.m. 52,4 %, ostat.m. 30 %), jeskyně (tur.m. 73,5 %, cyklo.m. 61,9 %, ostat.m. 30 %), prameny (tur.m. 55,9 %, cyklo.m. 33,3 %, ostat.m. 20 %), minerální prameny (tur.m. 32,4 %, cyklo.m. 14,3 %, ostat.m. 10 %), památné stromy (tur.m. 55,9 %, cyklo.m. 19 %, ostat.m. 10 %) a vodopády (tur.m. 47,1 %, cyklo.m. 19 %, ostat.m. 10 %). Pro orientaci a snadný průchod (průjezd) terénem hrají významnou úlohu skály (tur.m. 64,7 %, cyklo.m. 38,1 %, ostat.m. 70 %), srázy (tur.m. 44,1 %, cyklo.m. 23,8 %, ostat.m. 20 %) a bažinatý terén (tur.m. 32,4 %, cyklo.m. 23,8 %, ostat.m. 50 %).

Pro aktivity vykonávané ve značně různorodém outdoorovém prostředí je nezbytné co nejpřesnější vykreslení terénu, u outdoorových mapách bývá obvykle užito vrstevnic. U turistických map pro pěší turisty čeští autoři nejčastěji používají nejmenší rozstup 10 metrů, na polských mapách obvykle najdeme rozstup dvacetimetrový, v mapách z oblasti Alp s velkými výškovými rozdíly a převýšením se setkáme s rozstupem až sto metrů. V Itálii jako zástupci románského světa i v nealpské oblasti při velkém měřítku mapy je obvyklý rozstup 50 metrů a větší, na úkor podrobnosti zde hraje nejdůležitější roli názornost a snadnost čtení. U cykloturistických map se vrstevnice používají méně, najdeme je pouze u map s dostatečně velkým měřítkem umožňujícím podrobné znázornění terénu především ve středoevropském prostoru. Výškové body se nalézají na většině map (tur.m. 97,1 %, cyklo.m. 81 %, ostat.m. 80 %).

Lokalizace chráněných území je také atraktivní informací pro účastníky cestovního ruchu. Nejčastěji bývají zvýrazněny národní parky (tur.m. 52,9 %, cyklo.m. 23,8 %, ostat.m. 20 %), chráněná krajinná území (tur.m. 52,9 %, cyklo.m. 42,9 %, ostat.m. 40 %) a další chráněná území (tur.m. 52,9 %, cyklo.m. 28,6 %, ostat.m. 30 %). Vždy záleží na způsobu a stupni ochrany a odstupňování chráněných území v jednotlivých státech.

Nejdůležitějším prvkem map pro pěší turisty jsou turistické značené trasy (100 %), tyto stezky jsou však základem i u cykloturistických map (66,7 %) i ostatních outdoorových map (50%). Kromě turistického značení spravovaného centrálně existuje i místní turistické značení, které je vytvářeno na regionální úrovni (tur.m. 32,4 %, cyklo.m. 14,3 %, ostat.m. 20 %). Existují však i speciální tematické naučné stezky seznamující návštěvníky s místními přírodními kulturními zajímavostmi s tabulemi a popisem místních pozoruhodností (tur.m. 38,2 %, cyklo.m. 19 %, ostat.m. 30 %). Pro pěší outdoorové účastníky cestovního ruchu je užitečné ukázání polohy turistických směrovníků tzv. rozcestníků, objevují se však pouze na mapách pro pěší turisty (20,1 %). V Alpách se turistické značené cesty neliší barvami jako v Česku, na mapách ale rozeznáváme různě zakreslené trasy podle své náročnosti od jednoduchých nenáročných cest, přes stezky obtížnější a hůře rozpoznatelné až po zajištěné cesty nazývané via

ferraty či také klettersteig. Celou Evropou procházejí kontinentální dálkové trasy (29,4 %), většími regiony poté regionální dálkové trasy (14,7 %). Na 17,6 % hodnocených map se našel u jednotlivých tras časový údaj pro přechod, v Česku se udává vzdálenost v kilometrech. Na zadní straně se u map z alpského horského pásma objevuje popis jednotlivých tras (23,5 %).

Hlavní náplní cykloturistických map jsou značené cyklistické trasy (85,7 %), ty však také najdeme na mapách pro pěší turistiku (55,9 %) a výjimečně i na ostatních outdoorových mapách (10 %). Na cykloturistických mapách najdeme i místní cykloturistické trasy (23,8 %), neznačené a plánované cykloturistické trasy (23,8 %), dálkové cyklotrasy (19 %), nebezpečné úseky pro cyklisty (19 %), nesmí chybět kilometráž jednotlivých značených či doporučených cest (33,3 %) a mimo samotnou mapu také jejich popis a profil trasy (47,6 %). Obslužná sféra cykloturistiky je nedostatečně zakreslena, pouze cykloservis je na 33,3 % cykloturistických map, další služby a trasy se nacházejí na méně než 15 % map.

Lyžařské mapy mají za základ lyžařskou tematiku, nacházejí se na nich nejvíce sjezdové tratě, běžecké tratě, z kterých se speciálně vyčleňují běžecké tratě udržované, běžecké tratě občas udržované a běžecké tratě závodní, nesmí chybět ani místa výskytu tyčového značení. Běžecké tratě se nacházejí i na 17,6 % turistických map pro pěší turistiku.

Mapy vodácké se zaměřují na vodní síť a splavnost jednotlivých vodních toků, ukazují také nebezpečí pro vodáky, opět je samozřejmostí kilometráž. Velkého významu zejména v přísně chráněných přírodních územích nabývá lokalizace odpočinkových míst, míst pro nástup a výstup na řeku, užitečná jsou také zakreslení vlakových stanic uzpůsobených pro naložení i vyložení lodí.

Outdoorové mapy obsahují i další turistické trasy. Můžeme na nich nalézt trasy pro vozíky, terénní koloběžky, kolečkové lyže, kolečkové brusle, nebo sáňkařské cesty. Nejpočetněji jsou zastoupeny trasy pro hippoturistiku (tur.m. 11,8 %), pro tuto formu cestovního existují i speciální mapy koňských stezek.

Ze zkoumaných 66 outdoorových map může uživatel získat dohromady 374 informací, hodnoceny opět nebyly informace o vodních tocích a stojatých plochách, zástavbě, polích, pastvinách, loukách a lesích.

V turistických mapách pro pěší turistiku můžeme nalézt od 14 informací v panoramatické mapě italské firmy Emilio Longa nebo 21 informací v tradiční turistické mapě pro pěší turisty od italského vydavatelství Editoriale Domus až po 122 informací v mapě od české společnosti SHOCart. Průměr znázorněných sledovaných informací je nejvyšší u turistických map pro pěší turistiku českých firem (84,7) i polské mapy (66,8) jsou nad celkovým průměrem, znázornění informací na německých a rakouských turistických mapách (47) pro pěší turisty se zaměřuje na podrobné a přesné vykreslení terénu na úkor ukázaní přídatných turistických informací, v Itálii (26,7) je na prvním místě názornost a jednoduchost mapy pro uživatele. Počet znázorněných zjišťovaných informací nezávisí na měřítku. Pomocí Spearmanova korelačního koeficientu pro závislost mezi měřítkem a počtem znázorněných informací vychází hodnota -0,86, což znamená, že dokonce čím je menší měřítko, tím je znázorněno větší množství různých sledovaných informací. V alpském prostoru a v Itálii je však obvyklejší znázorňovat turistické mapy pro pěší turisty ve větších měřítcích než v prostoru středoevropském. Počet znázorňovaných námi sledovaných informací záleží tedy převážně

na kulturní oblasti, kde byla mapa vytvořena, a na konkrétním tvůrci mapy. Obecně můžeme jen říci, že v panoramatických mapách jich je znázorněno méně než v tradičním topografickém zpracování.

Průměr znázorněných informací v hodnocených cykloturistických mapách je 46 znaků, v Česku to však je 55,9. I v této kategorii je znázorněno nejvíce námi sledovaných informací v neznámějších cykloturistických mapách v Česku – v produktech společností Kartografie Praha (117), SHOCart (116) a Trasa – Klub českých turistů (100), na opačném konci se nalézají cykloturistické mapy zahraniční provenience. I v této kategorii počet znázorněných informací závisí především na regionu, kde mapa vznikla, pro jaký účel byla vytvořena a kdo ji vydal.

I ostatní outdoorové mapy kopírují turistické mapy pro pěší turistiku a cykloturistiku. Průměr znázorněných informací českých lyžařských map je 53, pokud nepočítáme panoramatickou mapu společnosti Kartografie HP, nejvíce námi sledovaných informací nalezneme na lyžařské mapě společnosti SHOCart, a to 100.

Počet znázorněných informací v outdoorových mapách je podmíněn regionem, kde je mapa vytvořena, ve středoevropském prostoru, kde je velká kartografická gramotnost, je počet znázorněných informací vyšší než v západní a jižní Evropě. V Alpách s velkými výškovými rozdíly se klade důraz na správné a podrobné vykreslení terénu. Počet v mapě ukázaných informací také hodně závisí na samotném tvůrci mapy. V Česku se na outdoorové mapy specializuje společnost SHOCart, která také vytváří mapy s největším množstvím informací, synonymem pro turistické mapy pro pěší turistiku je také Klub Českých turistů, respektive VKÚ Harmanec, počet jimi znázorněných informací patří také k nejvyšším. I z tohoto důvodu jsou konkrétní outdoorové produkty těchto společností u veřejnosti, která outdoorové aktivity často provozuje, velmi oblíbené.

7.3 Automapy

Automapy a autoatlasy usnadňují především motoristům orientaci, navádějí je, kam jet a jak se nejrychleji dostat přes tranzitní území do cílového místa. S rozvojem cestovního ruchu v druhé polovině dvacátého století však začínají hrát významnou úlohu také v cestování, účastníci cestovního ruchu na mapě hledají, kam se vyplatí jet podívat, která území je užitečně poznat, nebo jen kde zastavit a odpočinout si při průjezdu územím.

Prioritní skupinou informací na automapách i nadále samozřejmě zůstávají informace o dopravě a silnicích. Dálnice jsou vyznačeny na 90,5 % map (chybí v regionech bez dálniční sítě), placené úseky jsou v 9,5 % zvýrazněny speciální mapovou značkou, mýtné brány jsou ukázány na 28,6 % automap (především v zahraničí). Dálnice se znázorňují také budované (52,4 %) a plánované (33,3 %). Kromě dálnic uživatel na automapách najde i expresní dálkové silnice (85,7 %), cestu první třídy (66,7 %), z které někteří autoři speciálně vyčleňují cestu první třídy s dělenými pruhy (38,1%), silnici druhé třídy (100 %), cestu třetí třídy nebo cestu vedlejší s pevným povrchem (90,5 %) i vedlejší cestu s neurčitým povrchem (52,4 %) a polní cesty (38,1 %). U silnic první a druhé třídy se speciálně značí budované (1. třída 47,6 %, 2. třída 33,3 %) a plánované (1. třída 28,6 %, 2. třída 14,3 %) úseky. Cesty, které je možné používat jen

s povolením a pro ostatní je vjezd zakázán, nalezneme na 23,8 % automap, čeští kartografové je však nezaznačují. Podstatné pro orientaci a navigaci v dopravní síti jsou čísla komunikací (57,1 %) a vzdálenosti jednotlivých úseků silnic (100 %), znázornění výjezdů a nájezdů na dálnice a expresní silnice (76,2 %) a dostatečně podrobné vykreslení mimoúrovňových křižovatek (33,3 %).

Na automapách zahraniční provenience jsou obvykle ukázány i strmé části cest (celkem 33,3 %), významná sedla a průsmyky (33,3 %) a největší tunely (38,1 %). Speciálně pro účastníky cestovního ruchu je užitečné zvýraznění komunikací atraktivních na výhledy (19 %), v automapách české provenience však mapovou značku pro tuto informaci nenalezneme. Obslužná sféra je ve větší míře zastoupena pouze čerpacími stanicemi (42,9 %) a méně parkovišti (19 %), autoservisy, LPG, odpočinková místa, parkoviště pro nákladní vozidla a další jsou zobrazeny na méně než 10 % hodnocených map. U automap, které zobrazují území celého státního celku nebo několika státních celků, je nezbytně nutné vyznačení hraničních přechodů, vhodné je je rozlišit podle jejich působnosti na přechody bez omezení (66,7 %), s omezením (28,6 %) a pouze pro pěší (4,8 %).

Další dopravu zastupuje především železnice (76,2 %), z níž se vyčleňuje úzkorozchodné (23,8 %) a vysokorychlostní dráhy (14,3 %). Vlaková stanice (23,8 %) se nalézá především na mapách větších měřítek. Autobusové zastávky a nádraží nenalezneme na mapách vůbec. Z dalších dopravních zařízení a infrastruktury jsou často znázorňována letiště (90,5 %), z kterých se především v zahraničí oddělují letiště sportovní či turistická (42,9 %), dále můžeme najít přístavy (38,1 %), pro automobilovou dopravu velmi důležité přívozy (28,6 %), na mořích a oceánech se často vyznačují i pomyslné trasy lodní dopravy a trajektů (19 %), v hornatém prostředí často návštěvníkům slouží lanové dráhy (pozemní 28,6 %, sedačkové 38,1 %, kabinkové 33,3 %).

Podrobnější znázornění terénu není pro samotnou dopravu důležité, vrstevnice se nacházejí pouze na 4,8 % map, pro cestovní ruch však reliéf určitý význam má.

Ubytování a stravování je proti mnohem podrobnějším plánům měst a outdoorovým mapám znázorňováno mnohem méně, větší význam na automapách sehrávají hotely (38,1 %), kempy (42,9 %) a v zahraničí poněkud překvapivě i turistické chaty (33,3 %), naopak motely sloužící speciálně motorizovaným návštěvníkům jsou pouze na 19 % hodnocených automapách. Jednotlivá stravovací zařízení jsou ukázána na méně než 10 % map, například motoresty (4,8 %) by si však jistě zasloužily větší pozornost.

Jelikož nejsou automapy natolik podrobné, aby umožňovaly zvýraznění velkého množství informací, a jsou určeny především k orientaci a snadné navigaci motorizovaným řidičům, rekreační a ostatní veřejná infrastruktura zde ustupuje do pozadí. Více než v 15 % automap jsou lokalizována pouze muzea (23,8 %) a zdravotnická zařízení (19 %), v hodnocených mapách české provenience se přes tuto hranici dostala i koupaliště (v ČR 16,7 %) a v zahraničí golfové hřiště (v zahraničí 20 %). Na českých mapách bývají také zvýrazněny zakázané vojenské prostory (v ČR 50 %)

Mimo hlavní mapu může uživatel přídatné informace získat z tabulky vzdáleností mezi největšími městy a hraničními přechody (42,9 %) a z map největších středisek ve znázorněném území (57,1 %).

V automapách bývá ukázána poloha nejdůležitějších pamětihodností, nalezneme na nich zvláště kostely (66,7 %), kaple (19 %), pomníky (33,3 %), tvrze (19 %), hrady (66,7 %), zříceniny hradů (57,1%), zámky (47,6%), kláštery (52,4%). Podchycena bývají i lázeňská města (47,6 %), turisticky pozoruhodná místa (42,9 %), památky UNESCO (28,6 %) a nejvýznamnější archeologická naleziště (33,3 %). Pro orientaci v příbřežních oblastech a i jako turistickou atraktivitu je vhodné zakreslit maják (42,9 %). Z přírodních pozoruhodností jsou na automapách významněji zastoupeny jen přírodní zajímavosti (33,3 %) a jeskyně (61,9 %).

Turisticky zajímavá území na automapách uživatel najde pomocí areálových mapových značek národních parků (57,1 %) a méně i přírodních parků (23,8 %), chráněných území (19 %) a chráněných krajinných oblastí (14,3 %). U znázornění jednotlivých chráněných přírodních území záleží na systému ochrany v jednotlivých státech.

Turistické značené trasy se na automapách prakticky vůbec nevyskytují (pěší značené trasy 4,8%, kontinentální dálková trasa pro pěší turisty 9,5 %, cykloturistické trasy 4,8 %).

V českých automapách je znázorněno méně informací, než je tomu běžné v mapách zahraniční provenience. V turisticky atraktivních zemích (Španělsko, Itálie, ...) a oblastech je zvykem do automap dávat více informací zaměřených speciálně na účastníky cestovního ruchu (golf, rekreační oblast pro lyžování, rekreační oblast pro vodní sporty, kluby jachet, místa ke koupání). Průměr mapových značek v Česku je 28, pro celý soubor sledovaných map je 40,5 znaků. Počet zobrazených znaků v automapách závisí na měřítku kartografické díla i na regionu a vydavateli. Ze sledovaných map s měřítkem větším než 1:150 000 uživatel získá průměrně 59,5 hodnocených informací, z map o měřítku mezi 1:150 000 a 1:300 000 47,6 informací, mezi 1:350 000 – 1:500 000 22,6 informací a ve sledovaných mapách s měřítkem nad 1:500 000 zjistí průměrně 28,7 hodnocených informací. Pokud by se v mapách malých měřítek znázornilo stejné množství informací jako například v automapě o měřítku 1:100 000, mapa by byla špatně či dokonce vůbec nečitelná. Nejvíce z 206 informací v sobě obsahuje mapa v měřítku 1:100 000 společnosti VKÚ Harmanec (93), nejméně naopak mapa v měřítku 1:500 000 české kartografické firmy Žaket (18). Specifikem ve znázorňování informací do automap jsou řecké kartografické společnosti, kdy se při velmi velkých měřítcích objeví jen málo hodnocených informací (Road Editions 1:50 000 – 26 informací, Adam Editions 1:100 000 – 18 informací).

7.4 Mapy území zobrazující dominantně jednu tematiku

Tematické mapy slouží k lokalizování objektů jednoho či několika málo konkrétních témat. Uživatelé se prostřednictvím tohoto druhu map pro účastníky cestovního ruchu dozvědí, kde se nalézají nejvýznamnější pamětihodnosti, přírodní pozoruhodnosti či turistická suprastruktura v závislosti na poloze dalších objektů stejného tématu. Nejčastěji vydávanými takto koncipovanými produkty jsou mapy hradů, zámků, národních kulturních památek, jeskyní, kempů. Obsah podkladové mapy je mírně potlačen, je upřednostněno názorné znázornění dominantní a nejdůležitější tematiky.

Dopravní infrastruktura na sledovaných mapách je zastoupena základními typy komunikací pro motoristy (dálnice 94,4 %, expresní dálková cesta 55,6 %, silnice 1. třídy

100 %, silnice 2. třídy 77,8 %, cesta 3. třídy a cesty vedlejší s pevným povrchem 66,7 %, vedlejší cesty s neurčitým povrchem 16,7 %), obslužnou sféru pro motoristy představuje ve větší míře pouze čerpací stanice (22,2 %), u znázornění celých státních útvarů by neměly chybět hraniční přechody (50 %). Z další dopravní infrastruktury je nepostradatelná síť železničních tratí (72,2 %), která je někdy doplněna o železniční stanice (22,2 %) a vlakové zastávky (16,7 %), a letiště (38,9 %).

Jelikož je obvykle znázorňováno rozsáhlejší území či dokonce celý státní útvar a daná konkrétní tematika, která nemá nic společného s terémem, v mapách území zobrazující dominantně jednu tematiku se neseťkáme s vrstevnicemi. Výškové body se nalézají pouze na 44,4 % sledovaných map.

U tohoto druhu map nemají ubytovací a stravovací zařízení až takový význam, mapa je vytvářena za jiným účelem, v mapách jsou ve větší míře zakresleny pouze mapové značky kempů (44,4%) a to zejména přímo na tematických mapách kempů.

Kvůli dominanci zobrazovaného tématu se do pozadí dostává i kulturní, sportovní a rekreační infrastruktura. Na více než deseti procentech sledovaných map jsou znázorněna pouze muzea (16,7 %) a vinné sklepy (11,7 %), jež ovšem souvisejí s dominantním tématem vinařství. Protože jsou mapy určeny pro účastníky cestovního ruchu, na 27,8 % map se nalézají turistická informační centra. Aby byla mapa pro uživatele atraktivní, nejdůležitější objekty daného dominantního tématu se vyobrazují pomocí obrázků (22,2 %)

Znázornění nejdůležitější kulturních a architektonických pamětihodností souvisí s tematikou mapy, protože jsou však tyto kartografické produkty určeny primárně pro účastníky cestovního ruchu, jsou jejich mapové značky často umístěny do podkladové mapy. Ve sledovaných dílech najdeme informace o poloze kostelů (22,2 %), hradů (72,2 %), zřícenin hradů (50 %), zámků (66,7 %), klášterů (38,9 %), lázní lázeňských měst (38,9 %), městských památkových rezervací (22,2 %) a památek UNESCO (22,2 %). Nechybí ovšem také všeobecně turisticky pozoruhodná místa (22,2 %) a tematicky pozoruhodná místa (22,2 %). Z přírodních památek mají větší význam pouze jeskyně (38,9 %). Velkoplošná přírodní chráněná území jsou zobrazena pouze na 15% map (národní parky 11,1 %, chráněné krajinné oblasti 16,7 %, přírodní rezervace 16,7 %).

S turistickými trasami se setkáme pouze v jednotlivých případech.

Mapy území zobrazující dominantně jednu či několik málo témat obsahují mnohem méně informací než předcházející uváděné druhy map, zaměřují se převážně pouze na problematiku, kvůli níž byly vytvořeny, snaží se o její co nejjasnější a nejnázornější vykreslení. Ve sledovaných osmnácti mapách je průměr 18,4 zobrazených informací. I tady se uživatel nejvíce dozví z produktů nejvýznamnější české kartografické společnosti SHOCart (34,33), naopak nejméně doplňkových informací se nalézá v mapách reklamních agentur (Jako 6) a poněkud překvapivě i takových kartografických společností jako je Kartografie Praha (8). Pokud by měla být takto tematicky koncipovaná díla určena pro účastníky cestovního ruchu, měly by v nich být, a to zejména ve středoevropském prostoru, kde je kartografická gramotnost neustále na vysoké úrovni, obsaženy základní nejdůležitější turistické informace vhodné pro uživatele – nejvýznamnější architektonické, historické i přírodní památky. Samozřejmostí však musí být nejvýraznější a nejdominantnější znázornění zobrazovaného tematiky.

7.5 Mapy pro účastníky cestovního ruchu propagující přednosti znázorněného území

Mapy pro účastníky cestovního ruchu propagující přednosti znázorněného území slouží zejména pro reklamní účely jednotlivých regionů, obvykle bývají k dostání zdarma či jen za velmi mírný poplatek v turistických informačních centrech a na veletrzích cestovního ruchu. Snahou je prostřednictvím takto koncipovaného kartografického díla ukázat potencionálnímu návštěvníkovi přednosti oblasti a tyto uživatele mapy tak do znázorněného území nalákat. Vedlejším cílem je budování image regionu u veřejnosti. Na rozdíl od map území zobrazujících dominantně jednu tematiku se snaží pokrýt co nejširší spektrum atraktivit oblasti a tedy i potřeb a zájmů budoucích hostů. V románských zemích, především v Itálii, se tyto mapy pro účastníky cestovního ruchu překrývají s automapami a říká se jim turistické automapy.

Infrastruktura pro automobilovou dopravu je zastoupena jednotlivými druhy silnic (dálnice 83,9 %, expresní dálnková cesta 67,7 %, silnice 1. třídy 80,6 %, silnice 2. třídy 77,4 %, silnice 3. třídy a cesty vedlejší s pevným povrchem 51,6 %). Ve Francii se obvykle u silnic první třídy vyčleňují silnice 1. třídy s dělenými pruhy (Francie 55,6 %). Čísla jednotlivých komunikací jsou uváděna ve 32,3 % a vzdálenost v kilometrech v 16,1 % sledovaných mapách, v románských zemích (především ve Francii) se však neuvádějí. V Česku je na rozdíl od jihozápadní Evropy běžné znázornění čerpacích stanic (v Česku 50 %). Pokud je zobrazen celý státní útvar, obvykle nechybějí hraniční přechody (38,7 %).

Kromě silnic a obslužné sféry pro motoristy se z dopravní infrastruktury ve sledovaných mapách často vyskytuje železnice (51,6 %), která má mimořádný význam především ve střední Evropě (Česko 83,3 %), v mapách francouzské provenience uživatel naopak najde specializované železnice turistické (Francie 33,3 %), k dalším dopravním lokalitám patří letiště (67,7 %), přístavy (19,4 %), z kterých se ve státech s mořským pobřežím a velkými říčními toky oddělují přístavy říční (Francie 22,2 %) a přístaviště výletní lodí a jachet (Francie 55,6 %), jsou zde uváděny také převládající trasy vodní dopravy (Francie 44,4 %) a půjčovny lodí (Francie 22,2 %), v hornatých regionech mají pro cestovní ruch naopak velký význam lanové dráhy (Česko 33,3 %) a lyžařské vleky (Česko 50 %).

Na mapách pro propagaci území není obvyklé znázornění terénu pomocí vrstevnic, nejvyšší a nejvýznamnější vrcholy především v horských regionech jsou však vyznačeny (celkem 41,9 %, Česko 66,7 %).

Ubytovací zařízení zastupují mapové značky hotelů (22,6 %), ve středoevropském prostoru je obvyklé znázorňovat také kempinky (Česko 66,7 %), objektů sloužících ke stravování návštěvníků je na zobrazeném území příliš mnoho a jejich vyobrazení je možné pouze s radikálním selektivním výběrem, obvykle se tak stravovací zařízení nezakreslují vůbec.

Veřejná kulturní a sportovní infrastruktura se v mapách regionálních atraktivit vyskytuje ve větší míře než u map zobrazujících dominantně jednu tematiku. Uživatel zde může nalézt muzea (80,6 %), koupaliště (Česko 66,7 %) a vhodná místa ke koupání (Francie 22,2 %), novodobý fenomén golfových hřišť (celkem 54,8 %, Francie 77,8 %), horské rekreační oblasti (16,1 %), rekreační oblasti pro lyžování (29 %) a vodní sporty (32,3 %), místa pro rybaření (16,1 %), jezdectví a hippoturistiku (32,3 %), agroturistiku (25,8%), ve Francii oblasti

s významnými vinicemi (Francie 44,4 %), tematické parky (16,1 %), ZOO (Česko 33,3 %), mořská akvária (16,1 %). Nesmí chybět lokalizace turistických informačních center (48,4 %). V Česku je obvyklé znázorňovat nejvýznamnější pozoruhodnosti regionu pomocí obrázků (Česko 66,7 %) a odkazovat se také na místopisný seznam (50 %)

Pro nalákání potenciálních návštěvníků hraje významnou úlohu přítomnost historických, kulturních a architektonických pamětihodností a přírodních zajímavostí. Na některých mapách se označují sakrální památky jako celek (Francie 55,6 %), autoři především ve střední Evropě znázorňují jednotlivě kostely (Česko 83,3 %), kaple (Česko 50 %) a kláštery (Česko 50%). Z dalších památek se na mapách v Česku často objevují pomníky (Česko 66,7 %), technické (Česko 66,7 %) a židovské památky (33,3 %), v románských zemích pozůstatky po antické kultuře (Francie 33,3 %). Samozřejmostí je znázornění hradů (48,4 %), zřícenin hradů (32,3 %), zámků (51,6%), lázeňských zařízení a měst (64,5 %), městských památkových rezervací (32,3 %), národních kulturních památek (celkem 29 %, Francie 77,8 %), památek UNESCO (16,1 %) a archeologických nalezišť (51,6 %). V románských zemích se často používá souborné označení turisticky pozoruhodné místo (Francie 66,7 %). Česko je zemí rozhleden, ty najdeme i na 83,3 % českých map atraktivit regionu. Kromě rozhleden je nejen v Česku velmi rozšířené označení míst s dalekým, často panoramatickým, rozhledem (48,4 %), v zemích s mořským pobřežím účastníci cestovního ruchu pomocí mapy najdou nejdůležitější majáky (19,4 %). Pro lidmi nevytvořené památky se v mapách často vyskytuje informace o přírodních zajímavostech (35,5 %) a jeskyních (38,7 %). Jestliže se v mapovaném regionu nalézá velkoplošné chráněné území, informace o tom v mapě jen podtrhuje atraktivitu oblasti (národní park 12,9 %, chráněná krajinná oblast 29 %, přírodní park 12,9 %, přírodní rezervace 22,6 %, chráněné území 12,9 %).

Mapy propagující přednosti znázorňovaného regionu jsou také významným prostředkem destinačního managementu, nepřekvapí proto přítomnost 25,8 % (ve Francii 44,4 %) doporučených tematických tras ve znázorněném území. Ve státech a regionech s populárním přírodně orientovaným cestovním ruchem se v kartografických dílech nalézají pěší turistické (Česko 33,3 %) a cykloturistické trasy (Česko 50 %).

Ve 31 sledovaných mapách propagujících přednosti znázorňovaného regionu se nachází průměrně 31,8 hodnocených informací, celkem se jich alespoň v jednom titulu vyskytlo 228. Mapy českých vydavatelství obsahují průměrně 35,8 hodnocených informací, mapy italské provenience 35,3 a z Francie 27,2 hodnocených informací. Vysoké číslo u Itálie a u Česka je dáno velkým počtem znázorněných informací o dopravě (viz italské turistické automapy), ve Francii, kde má tento druh kartografických produktů pro účastníky cestovního ruchu velkou tradici a kde jsou velmi rozšířené, se v mapách propagujících přednosti regionu znázorňují zejména informace o turistické infrastruktuře a pamětihodnostech.

7.6 Srovnání znázorněných informací v jednotlivých druzích map pro účastníky cestovního ruchu

Plány měst, obcí a středisek cestovního ruchu, outdoorové mapy, automapy, mapy území zobrazující dominantně jednu tematiku i mapy pro účastníky cestovního ruchu propagující přednosti znázorněného území jsou užívány účastníky cestovního ruchu při cestování a poznávání nových zemí a oblastí. Jelikož slouží veřejnosti při shodném souboru aktivit, měly by ve všech druzích map být zaznačeny některé informace stejné.

Ve všech zmíněných druzích map pro turistické účely je dopravní síť zastoupena dálnicemi (48,5 % a více), kromě plánů měst, kde byly hodnoceny poněkud jiné kategorie (hlavní průjezdní silnice 95,5 %, ulice ve městě 97 %), i silnice 1.třídy (66,7 % a více), silnice 2. třídy (77,4 % a více) a silnice 3. třídy a cesty vedlejší s pevným povrchem (51,6 %). U podrobnějších outdoorových map hrají významnou úlohu také polní a lesní cesty (outdoorové mapy 66,7 % a více), pěšiny a chodníky se nalézají v mapách s největším měřítkem (turistické mapy pro pěší turistiku 55,9 %, plány měst 81,8 %). Nejvíce informací užitečných pro motoristy je vyznačeno v automapách, nejméně v mapách atraktivit regionů a mapách zaměřených na jednu tematiku, kde nemají až takový význam. Z dalších hojně znázorněných informací musíme jmenovat čerpací stanice (plány měst, outdoorové mapy, automapy 42,9 % a více), parkoviště (plány měst a outdoorové mapy 52,4 % a více, automapy pouze 19 %), hraniční přechody (38,1 % a více, u plánů měst je nízké procento způsobeno absencí sledovaných příhraničních měst).

Z další dopravy je nepostradatelné ukázání železniční sítě (51,6 % a více), zvýraznění vlakových stanic a zastávek a autobusových nádraží a zastávek závisí na měřítku a podrobnosti mapy. Naopak letiště jsou častěji vyznačena na mapách s menším měřítkem (automapy 90,5 %), na rozlohou menších územích se totiž mnohdy nevyskytují (plány měst 28,8 %). Na cca 20 % map uživatel nalezne vyznačenu infrastrukturu pro vodní dopravu – přístavy, přístaviště výletních lodí a přívozy. V hornatém prostředí jsou často uváděny lanové dráhy a lyžařské vleky (nejvíce na outdoorových mapách, kde mají největší význam).

Ubytovací zařízení jsou obvykle reprezentována hotely a kempinky, zatímco informace o hotelích uživatel najde častěji na podrobnějších outdoorových mapách a plánech měst, mapová značka kempů se nachází relativně souměrně ve všech druzích map pro účastníky cestovního ruchu (30 % a více). Stravovací možnosti jsou zakresleny pouze na podrobných outdoorových mapách a plánech měst, většinou je suplují restaurace a v německy mluvících zemích hostince. Největší kategorizaci ubytovacích zařízení a stravovacích služeb můžeme pozorovat na turistických mapách pro pěší turistiku a cykloturistiku.

Veřejná kulturní, sportovní a ostatní infrastruktura je rovněž častěji a ve větším rozsahu zvýrazněna v kartografických dílech s větším měřítkem, u méně podrobných map by její zakreslení způsobilo nečitelnost mapy. I přes tuto skutečnost můžeme nalézt informace, které se prolínají všemi druhy map pro účastníky cestovního ruchu. Ve více než 60 % outdoorových map, plánech měst a map atraktivit regionu jsou znázorněna muzea, ty se v menší míře (cca 20%) vyskytují jako součást podkladové vrstvy v tematických mapách a jako přídavná turistická informace v automapách. Ze sportovních zařízení mají největší význam, a to i na mapách

menších měřítek, koupaliště, kryté bazény a přírodní místa vhodná ke koupání. Pro náročnější návštěvníky je velmi vhodné znázornění zařízení pro velmi módní a velmi se rozvíjející trávení volného času – golfu. Novým trendem v cestovním ruchu je i návštěva farem a hippoturistika. Znázornění veřejných služeb (pošta, zdravotní zařízení) závisí především na podrobnosti kartografického díla, se vzrůstajícím měřítkem se zvyšuje jejich četnost vyobrazení, na málo podrobných automapách, mapách atraktivit a tematických mapách jsou tyto doprovodné veřejné služby znázorněny jen výjimečně.

Jednou z nejfrekventovanějších mapových značek kartografických děl pro účastníky cestovního ruchu je turistické informační centrum, na podrobnějších outdoorových mapách a plánech měst přesahuje jeho četnost 70 %, často je k vidění i v mapách atraktivit (48,5 %) i v podkladové vrstvě tematických map (27,8 %). Pokud má za úkol mapa představit nejdůležitější přednosti území (mapa atraktivit, mapa tematická, plán města), často se pro ně používají obrázky, které se kreslí přímo do mapového listu na polohu konkrétního objektu. U map oblastí bývají často součástí celého kartografického díla vedlejší mapy jednotlivých nejvýznamnějších středisek, u plánů měst zvětšené výřezy jejich historické turisticky nejatraktivnější části.

Velmi významnou podskupinou pamětihodností jsou sakrální památky. I tady platí, čím je mapa podrobnější, tím najdeme více druhů religiózní architektury a památek vůbec, nejméně se jich nalézá na mapách území zobrazujících dominantně jednu tematiku, kde tyto objekty obvykle patří do podkladové značně zjednodušené vrstvy (pokud nejsou právě zobrazovaným tématem). Kostely se nacházejí na více než polovině sledovaných map, v dílech s větším měřítkem ve větší míře najdeme i kaple a pomníky. Nejdůležitějšími a turisticky nejvděčnějšími pamětihodnostmi roztroušenými po krajině jsou hrady, zříceniny hradů, zámky a kláštery. K velmi populárním a poměrně často zvýrazňovaným místům patří i lázeňská města, městské památkové rezervace, památky UNESCO a archeologická naleziště. Účastníci cestovního ruchu vyhledávají také pohledy (nejlépe panoramatické) na krajinu, nepřekvapí proto v mapě výskyt rozhleden a míst dalekých rozhledů. V kartografických dílech pro turistické účely jsou poněkud opomíjeny přírodní památky, častěji na mapách nalezneme pouze přírodní zajímavosti a jeskyně (kromě plánů měst 30 % a více). Logicky nejvíce informací o přírodní krajině získá uživatel v outdoorových mapách pro přírodně orientované účastníky cestovního ruchu. Informaci o turistické atraktivitě a ochraně regionu může uživatel mapy získat díky zvýraznění národních parků, chráněných krajinných oblastí, přírodních parků a obecně chráněných území, kromě plánů měst je najdeme na více než 20% sledovaných mapách.

Reliéf bývá pomocí vrstevnic znázorněn v outdoorových mapách, výjimečně i v plánech měst, v ostatních mapách rozeznáme hornatiny od nížin pomocí barevného odlišení. Kromě plánů měst je obvykle zvýraznění nejdůležitějších vrcholů v mapovaném území (kromě plánů měst 41,9 % a více).

Ve sledovaných mapách jsou s různou intenzitou uváděny také turistické stezky. Nejčastěji bývají zakresleny turistické trasy pro pěší turisty a neustále se rozvíjející cykloturistické trasy, v menší míře se v kartografických dílech vyskytují i naučné stezky a dálkové (kontinentální, regionální) trasy pro pěší turisty a cykloturisty. Největší zastoupení turistických stezek je v outdoorových mapách, kde patří k nejdůležitějším prvkům obsahu.

Evropa je rozdělena na kulturní i jazykové skupiny, které můžeme aplikovat i na kartografický trh a na vydávání map pro účastníky cestovního ruchu. Ve středoevropském prostoru s tradicí používání map, v masovém měřítku provozovaným přírodně orientovaným cestovním ruchem a vysokou kartografickou gramotností se vytvářejí velmi podrobná kartografická díla s dostatečně velkou sumou informací, které lze z nich získat. Naproti tomu v západní a jižní Evropě (zejména v románských zemích) je silná potřeba po jednodušších mapách, které neobsahují tolik informací, jsou však názorné a pro široké vrstvy uživatelů čitelné. Mapy ze střední Evropy jsou charakteristické svým mnohostranným využitím, nejsou určeny pouze pro turistické účely (zejména plány měst), v zemích se silně rozvinutým destinačním managementem a cestovním ruchem (románské země) se jednotliví vydavatelé naopak snaží o vytváření kartografických produktů speciálně právě pro účastníky cestovního ruchu, které jsou sice jednodušší, ale pro uživatele názornější a mnohdy podávají i pro ně více relevantních lépe srozumitelnějších informací. Právě zde je obvyklé znázorňování nejvýznamnějších pamětihodností pomocí obrázků a produkování map atraktivit jednotlivých oblastí.

Specifickým regionem je alpský prostor, přechod mezi středoevropskou podrobnou a jihozápadní názornou kartografií. Téměř každé údolí, oblast má svou pohledovou mapu, která je velmi názorná pro laickou veřejnost, často jsou tato kartografická díla součástí informačních prospektů a buď v nich či samostatně zdarma k dostání v místních informačních střediscích. Vedle toho ovšem existují placené oficiální mapy renomovaných kartografických společností, které obsahují mnohem více informací a slouží především kartograficky zkušenějším uživatelům.

Trendem i ve střední Evropě (zejména v německy mluvících zemích) je především u menších pružnějších kartografických společností snaha o vytváření takových kartografických děl, která by postihla co nejvíce informací vhodných pro účastníky cestovního ruchu, ale zároveň byla dostatečně názorná a snadno čitelná i pro veřejnost používající mapu zřídka. Například v Německu se dnes můžeme setkat s kartografickými produkty velkých společností s velkou informační hodnotou, jež jsou znázorněny přísně topograficky, a s mapami menších firem úspěšně se orientujících na kartografický trh zaměřený na účastníky cestovního ruchu, jejich produkty jsou jednodušší, názornější, snáz pochopitelnější, často s obrázky přímo v mapovém poli a četnými fotografiemi kolem něho.

8 Kvalitativní výzkum mezi účastníky cestovního ruchu

Pomocí kvalitativního výzkumu mezi 50 respondenty byly zjištěny převládající preference a činnosti při cestování účastníků cestovního ruchu. Jedinci byli vybíráni podle zjištěných a u nich zjistitelných informací, jistou roli hrál i jejich věk a převládající forma jimi provozovaného cestovního ruchu. U kvalitativního výzkumu nehraje až tak významnou roli počet respondentů, cílem je sběr mnoha informací vhodných k analýze, rozboru a porozumění zkoumanému problému, charakteristický je sběr mnoha informací u malého počtu jedinců. Pro kvalitativní výzkum byla zvolena strategie deskriptivní případové studie, informace byly sbírány pomocí rozhovoru s návodem.

8.1 Pěší turistika

Účastníci cestovního ruchu do místa, kde vykonávají pěší turistiku, přijíždějí převážně hromadnou dopravou (autobus, vlak), méně vlastním dopravním prostředkem. Přestávky dělají většinou v místech s atraktivním okolím (louky, solitéry, jeskyně, člověkem vytvořené pamětihodnosti) a výhledy a kde se nalézají turistické přístřešky, lavičky a podobně. Delším zastavením a obvykle i častým cílem cesty bývají turistické chaty. Pokud se jedná o vícedenní dovolené, turisté hledají bydlení pod horami v penzionech a vydávají se paprskovitě, případně při vícedenní přechodech se ubytovávají na chatách po trase. Účastníci cestovního ruchu se téměř vždy drží značených cest. Mapy využívají obvykle k naplánování trasy, k orientaci v terénu a vylíčení atraktivit po trase i v okolí, k panoramatickým výhledům, zjišťování převýšení a členitosti terénu. Výběr místa provozování aktivity se uskutečňuje pomocí map, průvodců a zejména internetu. Velkou roli v rozhodování hraje také vlastní zkušenost s místem, doporučení známých, časová a finanční dostupnost, mnohdy se účastníci nechají ovlivnit přímo na místě, krajina a lokality musí být pro ně atraktivní. Veřejnost provozující tuto aktivitu často upřednostňuje kombinaci různých forem cestovního ruchu. Kromě hlavní převládající pěší turistiky obvykle navštíví místní pamětihodnosti (skanzen, kostel, hrad, zámek) nebo historické město, chtějí také například ochutnat místní speciality či se někde v blízkosti místa pobytu vykoupat.

8.2 Cykloturistika

Většina veřejnosti jezdí na kole v okolí svého dočasného bydliště na 30-50 km okruhy, zastavují na atraktivních místech a dalekých výhledech, cesty mnohdy neplánují. Do místa, kde provozují tuto aktivitu se obvykle dostávají železniční dopravou a vlastním dopravním prostředkem (automobilem), problémem autobusů je nedostatek prostoru pro uložení kol. V poslední době se však rozvíjejí speciálně upravené cyklobusy, které jsou účastníky této formy cestovního ruchu stále častěji využívány. Na značení se moc nedívají, spíše dávají přednost

značené sjízdnosti cest, obvykle jezdí po zpevněných cestách, někteří ale naopak dávají přednost přírodním stezkám. Cykloturistické mapy používají obvykle k základnímu naplánování trasy před samotnou cestou, terénní cykloturisté podle nich i jezdí, rekreační turisté mapy nepoužívají vůbec. Cesty si vybírají na místa, která znají oni sami nebo spolujezdci, která mají rádi, po zajímavých atraktivních cestách se zajímavostmi (+výhledy) kolem nich, záleží na terénu a okolí, na intenzitě automobilového provozu.

8.3 Ostatní outdoorové aktivity

Vlastním dopravním prostředkem a případně hromadnou dopravou se účastník dostane do místa, kde začne s provozováním vodácké turistiky. Má předem naplánovány úseky, které chce sjíždět, přestávky k odpočinku volí v místech s atraktivním okolím. Nejdůležitější jsou výhledy a atraktivita v bezprostředním okolí a sportovní zážitek. Stravují se většinou z vlastních zdrojů a v bufetech u řeky, kde mají dozor na loď a své věci.

Do míst provozování lyžařského cestovního ruchu se dostávají hromadnou dopravou nebo vlastním autem, hromadná doprava je optimálnější z důvodu rozdílného začátečního a cílového místa trasy. U lyžování dělají účastníci jen krátké přestávky na místech s atraktivním okolím a rozhledy, déle se zastavují na turistických chatách, protože tam je teplo, turistickým chatám dávají přednost před vícehvězdičkovými restauracemi. Vyhledávají většinou místa, která znají (u sjezdových tratí to platí téměř 100%). U sjezdového lyžování si obvykle vybírají různé trasy. I tady je nejvíce obohaceno rozhledy a zážitek z jízdy. Pokud se na místě zdržují několik dní, jsou ubytováni v obci, kde je sjezdovka, a večer odpočívají nebo se snaží mít kulturní program.

Mapy používají v místech, kde to neznají, pro orientaci v terénu a krajině (i propojených lyžařských středisek se systémem sjezdových tratí), vykreslení jejich atraktivit, k naplánování tras a doprovodných aktivit, znázornění upravovaných tratí. Důležitou úlohu kartografické produkty sehrávají u vodáckého cestovního ruchu při podrobné navigaci mezi překážkami v korytu řeky (jezy, kamenité úseky, peřeje). Účastníci si vybírají místa, která znají oni sami nebo jejich známí, porovnávají cenu a kvalitu, dostatek sněhu, upravenost a množství lyžařských tratí, lokalita musí mít dobrou reputaci, dobré reference a atraktivní životní prostředí. Pro výběr hrají důležitou roli mapy, průvodce a převážně internet.

8.4 Města a kulturní pamětihodnosti

Při návštěvě měst a kulturního dědictví se účastníci obvykle snaží vidět nejvýznamnější pamětihodnosti a procházet se a nasávat atmosféru daného místa. Atraktivní jsou i pohledy na město a daleké rozhledy. Do města se dostávají osobním automobilem či hromadnou dopravou. Po městě se pohybují pěšky nebo MHD často po předem naplánované trase. Stravují se a odpočívají v místních podnicích, na náměstích a v parcích. Pokud zůstanou ve městě i večer, snaží se být v kontaktu s místními lidmi poznat jejich kulturu a jejich způsob života.

Trasu obvykle vybírají podle koncentrace nejvýznamnějších pozoruhodností a rozhledů a pohledů na město, doporučené trasy většinou vítají. Plány měst turisté obvykle používají k naplánování prohlídky, orientaci v místě, ukázaní a případnému popsání pamětihodností (suplování turistického průvodce), rychlému nalezení hledaného cíle (občas např. i zastávek MHD, pošty, ...). Místa k navštívení si vybírají obvykle pomocí map, průvodců, TV a zejména internetu, důležitou roli hraje i doporučení známých a dobrá a výrazná prezentace a reputace místa.

8.5 Autoturismus a poznávací cestovní ruch

Účastníci cestovního ruchu jezdí většinou podle předem vytvořeného itineráře od místa k místu, která chtějí navštívit, místa si vybírají ty nejatraktivnější. Obvykle navštěvují kulturní, historické i přírodní zajímavosti. Zpravidla používají vlastní dopravní prostředek (automobil), mnozí však cestují i za pomoci hromadné dopravy. Častými zastávkami jsou také dílčí atraktivity a místa bohatá na rozhledy, nádherné scenérie a turistické cesty a místa charakteristické pro místní prostředí a zvyky. U tranzitního cestovního ruchu jde o co nejrychlejší dosažení cílového místa, přestávky proto probíhají na odpočívadlech přímo u tranzitních koridorů nebo u atraktivit těsně s těmito koridory sousedících. U ubytování se obvykle vyžaduje dřívější rezervace, případně turisty o něm informuje místní informační turistické středisko, kempy rezervaci většinou nepotřebují.

Mapy jsou používány k naplánování trasy, orientaci v terénu, navigaci, vykreslení předností regionu, získání informací o zajímavostech i umístění služeb a odpočinkových míst podél cesty, zjištění vzdáleností, často se s mapou současně používají i turistické průvodce. Někdy slouží také jako komunikační prostředek s místními obyvateli i cizinci. Místa, která účastníci cestovního ruchu navštíví, jsou vybírána na základě studia map, průvodců a dalších knih (i vypovídajících o historii a beletristických), internetu, místa také často doporučí známí a příbuzní i domorodí obyvatelé, mohou být již direktivně naplánovaná (třeba zájezd z cestovní kanceláří), mohou také zaujmout až přímo během cesty.

8.6 Pobytový (stacionární) cestovní ruch

Účastníci cestovního ruchu často jezdí po vlastní ose automobilem nebo hromadnými dopravními prostředky do míst kde provozují 4S cestovní ruch u vody (moře). Jejich obvyklý den sestává z dopoledního a odpoledního koupání a dalších aktivit v bezprostředním okolí i v samostatné vodní ploše. Přes poledne střídme obědvají a případně odpočívají ve svém dočasném bydlišti nebo v jedné z místních restaurací. Večeří ve středisku v restauraci, jdou se na místní promenádu projít a večer míří za zábavou. Obvyklé jsou také jednodenní (výjimečně vícedenní) zájezdy a výlety do okolí za účelem navštívení místních kulturních, architektonických i přírodních zajímavostí, míst s výhledem a vhodných pro outdoorové aktivity, nejkrásnějších pláží, obcí a oblastí s tradiční kulturou. Výlety jsou uskutečněny

vlastním či pronajatým automobilem, místními hromadnými dopravními prostředky nebo organizovaně s místními cestovními kancelářemi.

Mapy turisté využívají většinou při cestách do okolí, vybírání vhodných míst ke koupání a k nalezení cest k nim, ke zjištění vzdáleností, nalezení dalších možných cílů, ale také k základní orientaci ve středisku či dokonce jako zábava a trávení volného času při jejich studiu (např. při nepříznivém počasí). Destinace, které chtějí účastníci cestovního ruchu navštívit, jsou vybírány podle nabídky zájezdů cestovních kancelářů, průvodců, map a internetu, lidé se však rozhodují také na základě doporučení známých, předcházejících pobytů, finančních možností, dostupnosti, prezentace a image destinace a také momentálních pocitů.

Češi jsou známí vlastnictvím druhého bydlení, od velikonoc do podzimních prázdnin tráví většinu svého volného času na svých chatách a chalupách, kde odpočívají sami či s přáteli, dělají výlety do nejbližšího okolí. Často se na ně vydávají pěšky nebo na kolech, někdy i vlastním automobilem a jen výjimečně hromadnou dopravou. Pokud se v okolí nalézá vhodné místo a zařízení pro sport (lanové centrum, aquapark, bowling, lyžařská sjezdová dráha, přírodní říční splav, ...), hojně ho navštěvují. Ze svého trvalého bydliště se na chaty a chalupy dostávají obvykle vlastním automobilem, v mnohem menší míře i hromadnými dopravními prostředky. Mapy jsou používány především pro výlety do okolí.

Zejména starší lidé, v poslední době však narůstá i procento veřejnosti v produktivním věku v rámci rekondičních pobytů, navštěvují lázně. Typický program takové rekreace je následující: dopoledne procedury, odpoledne odpočinek a procházky po bezprostředním okolí sanatoria, večer společenský život v lázeňském areálu. Snahou návštěvníků je zlepšit svůj zdravotní stav, odpočinout si a významnou úlohu zde hraje i společenský život. Lázeňští hosté také obvykle podnikají výlety do okolí, pokud se areál nachází v blízkosti atraktivní (většinou horské) krajiny, provozují i pěší turistiku. Do lázní účastníci cestovního ruchu přijíždějí převážně vlastním automobilem, v malém procentu využívají i hromadné dopravní prostředky. Mapy slouží především k základní orientaci v lázeňském městě a areálu a jako podpora pro rozhodování o výletech do okolí a v navigaci na nich. Lázně jsou vybírány obvykle podle toho, co se v nich převážně léčí, a podle lokality.

8.7 Reklama jako podpora cestovního ruchu

Účastníci cestovního ruchu, návštěvníci různých cestovatelských veletrhů a turistických informačních center si na nich obvykle berou všemožné mapy a propagační materiály s velkým množstvím obrazových ilustrací. Zaujme je především profesionální grafika a fotografie. Při delším pobytu na daném místě je pro ně vhodný i program místních kulturních akcí a otevírací doby kulturních i sportovních zařízení. Sami účastníci cestovního ruchu přiznávají, že tato cílená reklama je ovlivní při rozhodování kam zajet a na co se podívat.

9 Navrhovaný obsah map pro účastníky cestovního ruchu

Jednotlivé druhy map pro účastníky cestovního ruchu by měly obsahovat s rozdílnou podrobností jednotlivé skupiny informací, záleží, pro koho jsou převážně určeny, ale i na měřítku mapy, na podrobnosti znázornění. Jelikož jsou všechny níže rozebírané druhy map určeny převážně pro účastníky cestovního ruchu, můžeme v nich nalézt některé vzájemné souvislosti a podobné oblasti, které by měly být v nich znázorněny.

Níže je navržen takový obsah jednotlivých map používaných pro turistické účely, aby splňoval potřeby účastníků cestovního ruchu a zároveň pro toto téma nejdůležitější všeobecné zásady tematické kartografie. Mapa pro veřejnost musí být jednoduchá, srozumitelná, prostorově názorná, dominantní téma mapy zvýrazněno a měla by být na něj upoutána největší pozornost při zpracování kartografického díla (Voženílek 1999, Čerba 2006).

Příklady poopravených map (plán města, turistická mapa pro pěší turisty, cykloturistická mapa, automapa), které jsou pro účastníky cestovního ruchu vhodnější než produkty originální, se nalézají v příloze (Příloha č. 1, Příloha č. 2, Příloha č. 3, Příloha č. 4).

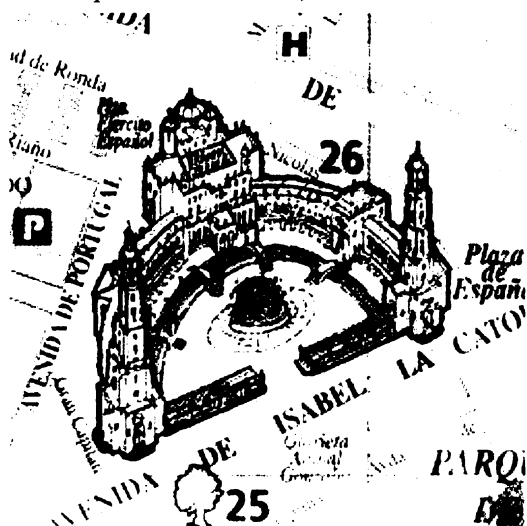
9.1 Plány měst, obcí a středisek cestovního ruchu

Účastníci cestovního ruchu při návštěvě města vyhledávají nejvýznamnější pamětihodnosti a místa s bohatým rozhledem na samotné historické centrum, po kterém se také rádi procházejí. Nejdůležitějšími informacemi v plánech měst určených pro turistické účely by mělo být podrobné a srozumitelné znázornění turistických atraktivit. Z kvalitativního výzkumu a z průzkumu map se jako nejvhodnější jeví zvýraznění památek pomocí barevné axonometrie (viz Obrázek 1), kdy se takto vyobrazená budova jednoznačně stane na mapě nejdůležitějším prvkem jejího obsahu (Voženílek 1999). Nemělo by se stát, že pamětihodnosti budou znázorněny stejnou barvou jako veřejné služby (školy, úřady a podobně) (viz Obrázek 2). V mapách měst by neměla chybět místa s rozhledem na samotné historické centrum, které by bylo vhodné od ostatních částí odlišit. Ve frankofonní oblasti je zvykem znázornění částí s dominancí turistických atraktivit jinou barvou od zbylé okolní zástavby (viz Obrázek 3), druhou užívanější možností je vedlejší mapa centra města ve větším podrobnějším měřítku. Návštěvníci obvykle poznávají město po předem naplánované trase, která vede v oblastech s největší koncentrací turistických pozoruhodností, uvítali by znázorněné doporučené trasy i s popisem nejvýznamnějších pamětihodností podél ní.

Účastníci cestovního ruchu se do svého cílového místa dostávají vlastními dopravními prostředky (automobily) i hromadnou dopravou (železnice, dálková autobusová doprava, lodní a letecká doprava), po samotném městě se obvykle pohybují pěšky v samotném centru, pro návštěvu vzdálenějších lokalit používají městskou hromadnou dopravu a v menší míře i své dopravní prostředky. Pro bezproblémový příjezd do města a samotnou navigaci po turisticky atraktivních částech města je nutné znázornění nejdůležitějších příjezdových komunikací (včetně různých omezení jako jsou jednosměrné ulice a zákazy vjezdu), záchytných parkovišť

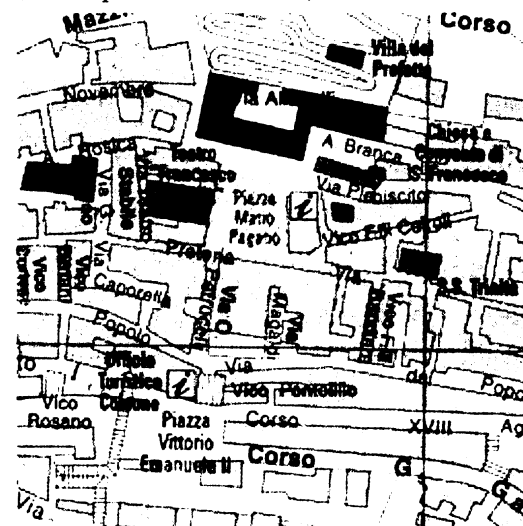
umístěných co nejbliže městských pozoruhodností, samozřejmě musí být zakreslení železničních stanic, autobusových nádraží a zastávek, kam zajíždějí dálkové spoje, mezinárodních i regionálních letišť, přístavišť lodí pro hromadnou dopravu pasažérů. Síť MHD i se zastávkami je vhodné ukázat přímo v samotném plánu města a nikoli na samotné mapce MHD, ve které se mnozí uživatelé plánu města hůře orientují. Účastníci cestovního ruchu rádi podnikají prohlídky ve výletních autobusech a na výletních lodích, jejich nástupní a výstupní místa by tedy měla být také v mapě vyznačena. Při samotné návštěvě města účastníci cestovního ruchu hledají také konkrétní budovy, převážně pro ně by proto mapa měla obsahovat plnou uliční síť (přínejmenším v centru a jeho bezprostředním okolí) s názvy ulic a orientačními čísly domů. Aby byl plán města jednoduchý a srozumitelný, obsahově nepřehledný, je vhodné čísla domů umisťovat pouze na začátek a konec ulice.

Obrázek 1: Výřez z plánu Sevilly
(150% původní velikosti)



Zdroj: Sevilla. Vidal & Equipo

Obrázek 2: Výřez z plánu Potenzi
(150% původní velikosti)



Zdroj: Potenza. 1:7 000, DeAgostini, 2004

Pokud bude na mapě od okolní zástavby odlišeno historické centrum, není třeba zbytečně zatěžovat mapu a ztěžovat její čtení uživatelům, do mapy zakreslovat restaurační a ubytovací zařízení, dá se předpokládat, že je nalezneme v centru města. U míst s velkou koncentrací návštěvníků, a tudíž i s velkým množstvím ubytovacích a restauračních zařízení na malém území, je navíc není možné při obvyklém měřítku plánu měst 1:10 000-1:15 000 všechny znázornit. Musel by se udělat selektivní výběr, ale tyto informace by mohly být poté hodně zavádějící a neúplné. Optimálnější by proto byl seznam ubytovacích a případně i restauračních zařízení uvést na druhé straně mapového listu. U ubytovacích zařízení je obvyklá předešlá rezervace a je tudíž pravděpodobné, že návštěvník zná adresu svého objednaného hotelu či penzionu.

Veřejné budovy a ostatní služby jako pošta, úřady, velké obchodní domy a supermarkety mohou být od ostatních budov odlišeny jinou barvou a případně i popsány. Lokalizace škol kromě univerzit pro účastníky cestovního ruchu nemá příliš velký význam. Naopak by na mapě neměla chybět zmínka o turistickém informačním centru a muzeích.

9.2 Turistické mapy pro pěší turistiku

Turistické mapy pro pěší turistiku slouží jejím uživatelům především k orientaci v krajině a navigaci po ní, snaží se rovněž vylíčit jednotlivé atraktivy ve zmapovaném prostoru.

Nejdůležitějšími prvky obsahu jsou znázornění terénu a turistické značené trasy. Terén bývá v mapách zaznačen obvykle pomocí vrstevnic, ve střední Evropě je zvyk zvýrazňovat vrstevnice v malých rozstupech, problémem ovšem je, že velké procento veřejnosti nevidí terén vytvořený izohypsami trojrozměrně ale pouze jako změť spolu nějak souvisejících 2D čar. U krajiny s výraznými tvarovými útvary navíc vrstevnice vypadají téměř jako souvislá jednobarevná plocha, jednotlivé výškové hladiny se na mapě v konkrétních místech s ostrými svahy skoro dotýkají. Výrazná koncentrace izohyps znesnadňuje uživatelům čtení mapy. V alpském prostoru je v důsledku velkých převýšení na malém území větší rozstup vrstevnic než v našich podmínkách obvyklých 10 metrů u měřítka 1:50 000 a 20 metrů u měřítka 1:100 000 (měřítkové číslo mapy x vrstevnicový interval 0,0002 m). V románských zemích i v mimoalpském prostoru je zvyk neznázorňovat terén pomocí vrstevnic s malým rozstupem, díky kterým by byl podrobně vykreslen terén, dávají přednost názornosti a jednoduchosti při čtení mapy i pro veřejnost, která běžně a často nepoužívá mapy. Skály a další překážky pro pohyb v terénu jsou do map zakreslovány samostatnými značkami a představují spíše možné atraktivy pro účastníky cestovního ruchu.

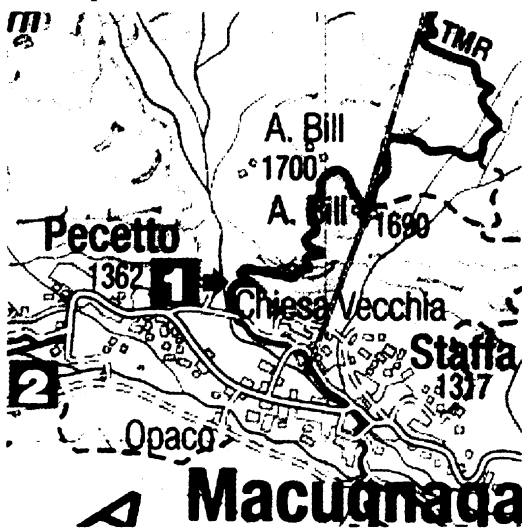
Středoevropské postkomunistické země a speciálně Česko mají nejkvalitnější turistické značení na světě (červená, modrá, zelená, žlutá a v Polsku i černá). V západní Evropě a zejména v alpských zemích se trasy pro pěší turisty značí jinak, cesty se od sebe odlišují číslem a znázorněním podle náročnosti od jednoduchých zpevněných až po zajištěné klettersteig a via ferraty. Druhým významným rozdílem je hustota značených tras přímo v krajině. V Alpách i v mimoalpském prostoru západní a jižní Evropy se jednotlivé cesty dělí do několika odnoží a jsou jedním číslem trasy znázorněny i zkratky, hustota cest je tak mnohem vyšší než ve střední Evropě. Česko je turistická velmoc, což se i na turistických mapách pro pěší turistiku odráží, mapy jsou kromě značených turistických tras zaplněny četnými místními turistickými a naučnými stezkami, které při měřítkách 1:50 000 -1:100 000 nadměrně zatěžují mapu. Mimo střední Evropu se s nimi setkáme jen výjimečně. Naopak převážně v Alpách a v románském prostoru nalezneme speciálně zaznačené doporučené trasy (viz Obrázek 5), které bývají na druhé straně mapového listu nebo v samostatném přiloženém sešitu popsány a představeny také pomocí bohaté obrazové přílohy. Účastníci cestovního ruchu doporučené trasy vítají. Důležitou informací je zakreslení obtížně průchozích úseků jako jsou skály, rokle, lomy, zajištěné úseky a místa lavinového nebezpečí, italská společnost Legenda Novara vhodně používá i mapovou značku pro nebezpečná místa, která vyžadují větší pozornost pěšího turistu.

Užitečné zejména ve středoevropském prostoru je zakreslení turistických rozcestníků, pro turisty často představují dílčí cíl jejich trasy, místo odpočinku, kde se mohou rozhodnout o další cestě. Na trase od rozcestníku k rozcestníku by měla být uvedena jejich vzdálenost v kilometrech a případně v časech, na českých turistických mapách pro pěší turisty však chybí. Kromě turistických rozcestníků účastníkům cestovního ruchu často slouží četné turistické

přístřešky a lavičky, jejich znázornění je jistě také užitečné, nestalo by se, že turisté odpočívají v nepříznivých podmínkách jen pár metrů od této pro ně vytvořené infrastruktury.

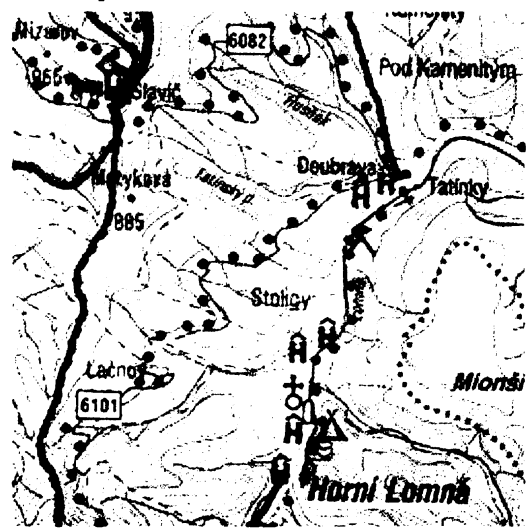
Významnou skupinou informací, kterou bychom měli najít na turistické mapě pro pěší turisty, jsou atraktivity vhodné pro účastníky cestovního ruchu. Turisté často kvůli nim navštěvují krajinu, rozhodují se podle jejich přítomnosti, kam se vydají, při samotné cestě v jejich blízkosti dělají krátké i delší přestávky. Při dostatku času u jednodenního výletu či vícedenních pobytech nejvýznamnější pozoruhodnosti také navštíví. Na rozdíl od plánů měst by měl být dán větší zřetel na přírodní atraktivity (solitéry, skály, jeskyně, louky, rezervace ...), turisté navštěvují krajinu obvykle právě kvůli nim. Nezbytnou a velmi vyhledávanou informací jsou místa rozhledu na okolí. K tomuto účelu bývají často stavěny rozhledny, které obvykle slouží přímo jako primární cíl cesty účastníků cestovního ruchu. Samozřejmě by neměly chybět i lidmi vytvořené pamětihodnosti, tvůrce mapy by se měl zaměřit na znázornění výjimečných staveb pro mapovanou oblast, nesmí však zapomenout na charakteristické památky pro konkrétní region. Mapa slouží také k nalákání účastníků cestovního ruchu, je proto vhodné vylíčit charakteristickou krajinu s charakteristickými přírodními i lidmi vytvořenými atraktivitami.

Obrázek 5: Výřez okolí Macugnagy
(150% původní velikosti)



Zdroj: Monte Rosa. 1:50 000, Editoriale Domus a Legenda, 2006

Obrázek 6: Výřez okolí Horní Lomné
(150% původní velikosti)



Zdroj: Beskydy, Javorníky. 1:100 000, Kartografie Praha, 2003

Turisté do místa vykonávání pěší turistiky přijíždějí hromadnou dopravou dálkovými autobusy a vlaky, u několikadenních pobytů preferují vlastní dopravní prostředek. Jelikož se turistické mapy pro pěší turistiku vytvářejí ve velkých měřítkách (1:25 000 – 1:100 000) s velkou podrobností, samozřejmě by mělo být detailní zakreslení dopravní infrastruktury – silnice, železniční a autobusové stanice a zastávky, lanové dráhy, záchytná parkoviště, čerpací stanice i LPG stanice, velké měřítko mnohdy dovolí i lokalizování autoservisů a půjčoven kol.

Místa vhodnými k delšímu zastavení i častými cíly cesty bývají turistické chaty, veřejnost vykonávající pěší turistiku se na svých trasách obvykle vyhýbá luxusnějším stravovacím a ubytovacím zařízením, pokud se však v krajině pohybují více dnů, často hledají

ubytování i ve vícehvězdičkových zařízeních či naopak v kempech a na tábořištích ve střediscích v údolích. Mapové značky pro turistické chaty a hotely by se měly lišit i proto, že turistické chaty na rozdíl od hotelů často slouží pouze jako restaurační zařízení. V Alpách se setkáme se speciálními mapovými značkami i pro bivačovací chatky, horské salaše poskytují občerstvení, bufety, navíc je zde obvyklý podrobný popis jednotlivých zařízení na druhé straně mapového listu.

Účastníci cestovního ruchu při vícedenních pobytech neprovozují jen pěší turistiku, turistické mapy pro pěší turistiku můžou využívat i veřejnost na stacionární dovolené. Tito lidé kromě výletů do okolí a pěší turistiky vyhledávají i zařízení vhodná pro turistické účely jako jsou stadióny, bazény, koupaliště a přírodní místa vhodná ke koupání, hřebčiny, skanzeny, zábavné parky, golfové hřiště, areály pro sjezdové lyžování a další. Protože měřítko turistických map pro pěší turisty obvykle umožní podrobnější mapový obsah, je vhodné tyto informace do mapy zakreslit. Samozřejmostí je i znázornění informačních center, z veřejných služeb mají větší význam pouze zdravotnická zařízení (speciálně nemocnice a stanice horské služby) a obchody mimo intravilány, v obcích se očekává, že tam základní služby účastník cestovního ruchu nalezne. Na nezbytně nutná zařízení (ambulance, policie, hasiči a horská služba) by měla být na druhé straně mapového listu uveřejněna nouzová telefonní čísla. Při vícedenním pobytu si uživatel mapy může kromě pěšího výletu udělat také vyjížděku na kole, pro něž by bylo vhodné zakreslení doporučených cykloturistických tras (viz Obrázek 6), tyto cesty však nesmí být znázorněny dominantně, pouze obsah mapy doplňují.

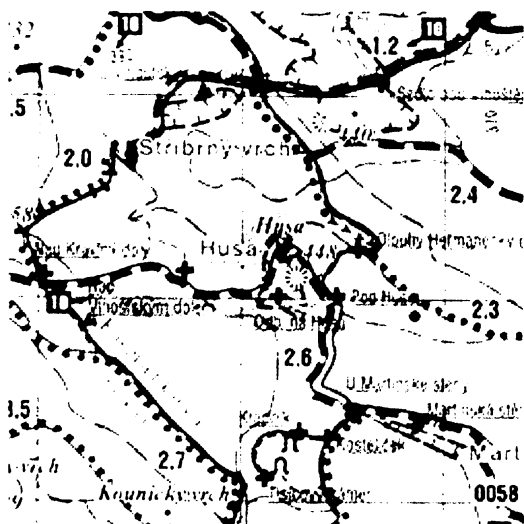
I turistické mapy pro pěší turistiku sehrávají mimořádnou úlohu při výběru místa návštěvy a pobytu, mapa by měla být atraktivní, s četnými fotografiemi a informacemi a radami pro její uživatele. Neměla by se zaměřovat pouze na jednu skupinu informací a ostatní skupiny podceňovat. Kdo by se rád vydal do hor podle mapy s pečlivě vykresleným terénem bez znázorněných atraktivit a turistické suprastruktury, odpočíval by na místech kousek od prostorů speciálně pro něj vytvořených, minul by bez povšimnutí jedinečné scenérie i pamětihodnosti, ubytoval se v prvním hotelu nedaleko od levnějších, rázovitějších či kvalitnějších ubytovacích zařízení, místo jízdy hromadným dopravním prostředkem do místa nástupu trasy by šel několik kilometrů po asfaltové cestě pěšky? Turistická mapa pro pěší turisty by měla pomocí textu i profesionálních fotografií vylíčit přednosti znázorněné krajiny.

9.3 Cykloturistické mapy

Cykloturisté stejně jako pěší turisté používají mapy k orientaci v krajině a navigaci po ní, pomocí nich se snaží poznat i jednotlivé atraktivity ve zmapovaném prostoru. I u cykloturistických map můžeme rozeznávat skupiny informací o terénu, pamětihodnostech, dopravě, ubytování a stravování, turistických a sportovních zařízeních a ostatních službách. Nejdůležitějším tématem jsou zakreslené cykloturistické trasy.

Cykloturistické trasy bývají v mapě znázorněny značené, doporučené, výjimečně se setkáme i s celkovou sjízdností cest a stezek. Z kvalitativního výzkumu převládá poptávka po sjízdnosti cest (viz Obrázek 7) nežli po značených a doporučených tratě, v zahraničí jsou

však velmi oblíbené dálkové cyklistické trasy jako stezky podél Innu či Dunaje. Většina rekreačních cyklistů dává přednost zpevněnému povrchu či povrchu nezpevněnému, za sucha však dobře sjízdnému, v horském terénu potkáme i cykloturisty na horských kolech (MTB), kteří si oblíbili náročný povrch. I u sjízdnosti cest je užitečné od sebe odlišit v terénu značené a neznačené trasy. Podobně jako u turistických map pro pěší turisty jsou zvýrazněny hůře průchodné úseky a případná omezení, v cykloturistických mapách je nezbytné ukázat zákazy vjezdu pro kola (např. dálnice), silnice nevhodné pro cykloturistiku (např. silnice 1.třídy), úseky které jsou natolik exponované, že jsou nesjízdné či jen velmi obtížně sjízdné, velká stoupání, na některých cyklostezkách dokonce existuje příkazný směr jízdy. Uvedení všech informací o trasách je nezbytně nutné pro bezproblémový průjezd, některé opomenuté či zamlčené informace mohou vést ke znepríjemnění samotné cesty a někdy až dokonce k fatálním následkům! Informacemi užitečnými zejména pro plánování jsou kilometráž tras přímo v mapě a na druhé straně mapového listu nebo v přiložené brožurě jejich profily a popis. V cykloturistických mapách by neměly chybět také lokalizace půjčoven kol a cykloservisů. Prodejnky a úschovny kol najdeme obvykle ve větších městech a na železničních nádražích. Pro přestávky cyklistů bývají vytvářeny přístřešky a odpočívadla, na trasách se také nalézají informační tabule.



Obrázek 7: Výřez CHKO Kokořínsko (150% původní velikosti)

Zdroj: Lužické hory, Českolipsko. 1:60 000, SHOCart, 2007

Znázornění terénu je shodné s ostatními outdoorovými mapami. U dálkových cyklistických stezek se od znázornění terénu opouští úplně případně se hypsometrie zvýrazňuje značně zjednodušeně pomocí metody barevných vrstev. Takto koncipované mapy jsou vytvořeny na bázi podrobnějších automap, cyklisté zde jezdí po málo frekventovaných cestách obvykle s pevným povrchem.

Cykloturisté mají jako pěší turisté stejné pohnutky k trávení volného času v krajině. Chtějí si psychicky odpočinout, poznat atraktivní prostředí a jednotlivé pozoruhodnosti. Znázornění přírodních i lidmi vytvořených památek a rozhledů by mělo být shodné s mapami pro pěší turistiku, jejich množství by mělo záviset jen na měřítku mapy.

Účastníci cestovního ruchu se do místa vykonávání aktivity dostávají vlastními dopravními prostředky, využívají také železnici. Autobusová dálková doprava není plně uzpůsobena přepravě kol, poslední dobou se však začínají objevovat první cyklobusy.

V cykloturistických mapách musí být proto dostatečně podrobně vykreslena dopravní infrastruktura – silnice, železnice, železniční zastávky a stanice, zastávky cyklobusů, veřejná parkoviště, benzinové a LPG pumpy, vhodné je také znázornění autoservisů.

Ubytování a stravování by mělo být znázorněno ve stejné míře jako v mapách pro pěší turistiku, větší důraz by měl být kladen na podrobné ukázání zařízení speciálně uzpůsobených pro cykloturisty (například s prostory pro odložení kol, venkovním posezením). Rekreační, sportovní a ostatní služby by se na cykloturistických mapách měly vyskytovat v podobném rozsahu jako na všech mapách outdoorových. Ve středoevropském prostoru se obvykle do cykloturistických map zakreslují i značené trasy pro pěší turisty. Cykloturisté však i při vícedenních pobytech pěší turistiku provozují minimálně, další zaznačené cesty v mapě znesnadňují její čtení, navíc mají cykloturisté nutkání se na tyto trasy vydat, ačkoli nejsou pro ně určené. Pokud je turistické značení znázorněno i na mapách cykloturistických, nesmí zde vynikat, mělo by být použito ve značně zjednodušené verzi jako doplňkový obsah map.

Stejně jako u všech map pro turistické účely i cykloturistická mapa je významným prostředkem pro podporu cestovního ruchu v regionech, slouží k nalákání potenciálního návštěvníka do oblasti, měla by tedy vhodně vylíčit přednosti i typické charakteristiky znázorněného území.

9.4 Ostatní outdoorové mapy

I ostatní outdoorové mapy (lyžařské, vodácké, pro hippoturistiku, ...) jsou vytvořeny na stejném základě jako mapy turistické pro pěší turistiku a cykloturistiku.

Lyžařské mapy na rozdíl od cykloturistických tras obsahují trasy pro běžecké lyžování, vhodné je od sebe odlišit značené tratě upravované a neupravované, úseky s výskytem tyčového značení, nebezpečná místa, lavinové svahy, vhodná je opět kilometráž. Lyžařské mapy (lepší je nazvat mapy pro zimní turistiku) mohou obsahovat i turistické trasy pro pěší turistiku, které jsou i v zimním období schůdné a nejsou zakázané. Kromě toho na nich najdeme také skokanské můstky a areály pro sjezdové lyžování s vyznačením sjezdových tratí rozdělených podle náročností (černé, červené, modré sjezdovky), pakliže některé jsou využívány i v noci, je třeba je jako přídatnou informaci také vyznačit. Na druhé straně mapového listu nebo po okrajích kolem hlavní mapy je vhodné umístit výřezy středisek sjezdového lyžování ve větším měřítku, u veřejnosti jsou velmi populární také názorné panoramatické mapy zimních lyžařských středisek, které jsou prakticky jako jediné používány sjezdovými lyžaři při vykonávání jejich aktivity. Pokud bychom toto kartografické dílo brali jako mapu pro zimní turistiku, měli bychom do ní začlenit i další zimní aktivity jako jsou například sánkařské a bobové dráhy či tratě vhodné pro skiering. Oproti mapám pro pěší turistiku by v lyžařských mapách měly být znázorněny objekty obslužné lyžařské sféry (půjčovny lyží, ski servisy, lyžařské školy), autobusové zastávky skibusů (nejlépe i s jízdními řády nebo se seznamem stanic na druhé straně mapového listu), v zimě uzavřené silnice. U lyžování se kromě horských turistických chat těší zvýšenému zájmu návštěvníků bufety u sjezdovek, naopak zařízení pro letní sportovní aktivity jako jsou koupaliště, tenisové kurty či golfové hřiště ztrácejí

na významu. Žádoucí je rovněž odlišit lyžařská střediska od ostatních obcí s ne tak propracovanou lyžařskou infrastrukturou. Informace o dopravě, atraktivitách a službách by měly být ve shodném rozsahu jako v dalších outdoorových mapách.

Mapy pro vodní turistiku (jízda na kajacích, kánoích, raftech i větších lodích) jsou charakteristické svým znázorněním, kdy středem mapy prochází splavovaný vodní tok a je kolem něj zakreslen pás území v šířce několika kilometrů, tyto mapy se nazývají mapami předepsaných cest. V Česku jsou velmi oblíbené vodácké mapy pro jízdu na kánoích a kajacích, které jsou vytvořeny na stejných základech jako mapy turistické pro pěší turistiku. Největší zřetel je však kladen na optimální průjezd vodáka územím, šířka vodního toku by měla být zvětšena oproti skutečnosti, aby v něm mohly být znázorněny všechny překážky – nebezpečné, průjezdné pouze při velké výšce vodní hladiny a neprůjezdné úseky, peřeje, jezy, práhy, mosty, lávky, potrubí a další. Pro plánování je nezbytně nutná kilometráž, užitečnou informací je i vodočet vodního toku. Podél hlavní mapy je vhodné umístit popis splavného vodního toku, neměly by chybět i vedlejší mapy obtížných míst (peřejnatých úseků a jezů) ve větším měřítku s podrobnějším obsahem. Z ubytovacích zařízení vodáci využívají vesměs kempů a tábořišť přímo podél řeky, ze stravovacích zařízení se jejich oblibě těší občerstvení na březích a hospody a restaurace v jednotlivých obcích, kde se nalézá i ubytování. Kolem vodního toku se nalézají i upravená odpočinková místa, v chráněném území jsou prakticky jedinou možností pro zastavení a vystoupení z lodí. Z vodácké obslužné sféry nesmí chybět půjčovny, opravny lodí a specializované cestovní kanceláře. V dopravě by měla být z železničních stanic vyčleněna nádraží uzpůsobená pro nakládání a vykládání lodí. Další služby, rekreační a sportovní zařízení a dopravní informace korespondují s turistickými mapami pro pěší turistiku. Do vodáckých map je vhodné znázornit i turistické a cykloturistické značené trasy.

I obsah dalších outdoorových map (map pro rekreační plavbu lodí, pro hippoturistiku) se odvíjejí od obsahu map turistických pro pěší turistiku a cykloturistiku. Mapy pro rekreační plavbu lodí se mohou lišit měřítkem, nejvhodnějším měřítkem pro účastníci této formy cestovního ruchu je měřítko 1:50 000 – 1:100 000 (stejně jako u ostatních outdoorových map), v některých případech však bývá měřítko i menší a obsah mapy se musí redukovat, obvykle se vypouští znázornění terénu pomocí vrstevnic a takto koncipované mapy jsou vytvořeny více na bázi automap (podobně jako cykloturistické mapy dálkových značených tras). Samozřejmě v každé z outdoorových map musí dominovat tematický obsah, kvůli kterému se kartografický produkt převážně používá (mapy pro rekreační plavbu lodí – vodní infrastruktura, mapy pro hippoturistiku – koňské stezky a infrastruktura pro hippoturistiku).

9.5 Automapy

Nejdůležitější skupinou informací v mapách pro motoristy jsou komunikace, které by měly být v mapách pečlivě vykresleny a popsány, neměly by u nich chybět i křižovatky (a to zejména mimoúrovňové), vjezdy na dálnici a rychlostní silnice, tunely, vysokohorské průsmyky, mýtné a jiná omezení (zákaz vjezdu, strmé části cest, vjezd povolen jen mimo zimní období, při sněhu vjezd jen s řetězy a další). Podél komunikací by měly být lokalizovány hlavní

odstavné plochy, ubytovací a restaurační zařízení určená speciálně pro motoristy (motoresty, motely), autoservisy, čerpací benzinové a LPG stanice (se zvýrazněním zařízení s dvaceti čtyř hodinovým prodejem). Pro plánování nesmí chybět kilometráž cest. Automapy slouží převážně k naplánování trasy, navigaci a k základní orientaci při cestě, na vykreslení dopravní infrastruktury by měl být proto v automapách dán největší důraz.

Nezbytně důležitými informacemi při krizových situacích na všech mapách pro veřejnost a speciálně na mapách pro účastníky cestovního ruchu je lokalizace zdravotnických středisek a záchrané služby, na mapě by neměla chybět ani telefonní čísla na ambulanci, hasiče, požárníky, odtahovou službu a další vhodnou pomoc při nesnázích.

Automapy můžeme rozdělit na mapy dopravní a tranzitní a klasické automapy pro účastníky cestovního ruchu. Mapy dopravní a tranzitní by měly být dostatečně jednoduché, neobsahovat nepotřebné informace (ani o cestovním ruchu), měly by sloužit převážně k bezproblémové navigaci znázorněným prostředím, dnes jsou již často nahrazovány (mnohdy hlasově naváděnými) GPS navigačními systémy do automobilů. Pokud by měly mít jistý přínos i pro účastníky cestovního ruchu, bylo by dobré na nich ukázat i nejvýznamnější atraktivity podél jednotlivých dopravních koridorů, kde by se motoristé mohli zastavit a udělat přestávku před další cestou.

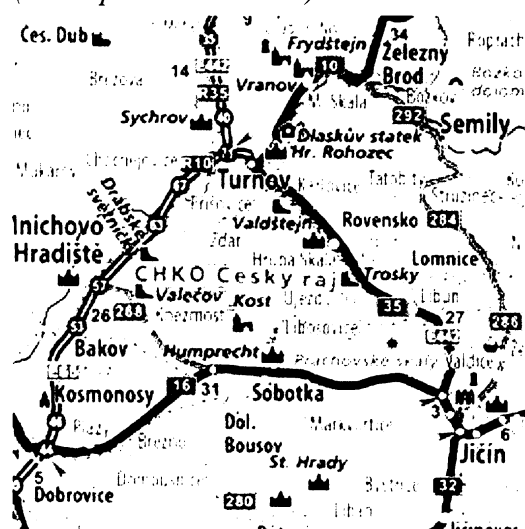
Druhou skupinou automap jsou mapy vhodné a prvotně také určené pro účastníky cestovního ruchu, stojící na pomezí klasických automap a map atraktivit. Vedle dominantně vykreslené dopravní infrastruktury by měly obsahovat i turistické atraktivity (viz Obrázek 8 a Obrázek 9), a to kulturní, historické i přírodní zajímavosti, obvyklý účastník cestovního ruchu dává přednost kombinaci různých atraktivit. Neměla by však chybět ani místa bohatá na výhledy, nádherné scenérie, speciální turistické cesty pro motoristy a místa charakteristická pro místní prostředí, osobnosti a zvyky domorodých lidí. Turisticky nejatraktivnější a nejpřitažlivější obce by měly být odlišeny od ostatních sídel.

Obrázek 8: Výřez okolí Locri
(150% původní velikosti)



Zdroj: Provincia di Reggio Calabria.
1:180 000, DeAgostini, 2004

Obrázek 9: Výřez CHKO Český ráj
(150% původní velikosti)



Zdroj: Czech Republic. 1:850 000,
PLANstudio, 2006

Ubytování a stravování je vhodné omezit na minimum, měřítko mapy nedovoluje jejich úplné vykreslení, můžeme očekávat že základní zařízení najdeme v jednotlivých obcích. Je možné znázornění autokempů a v nehostinných místech s velmi slabou turistickou infrastrukturou i základní ubytovací infrastrukturu.

Služby stejně jako předešlou skupinu informací najdeme ve větších městech v regionu.

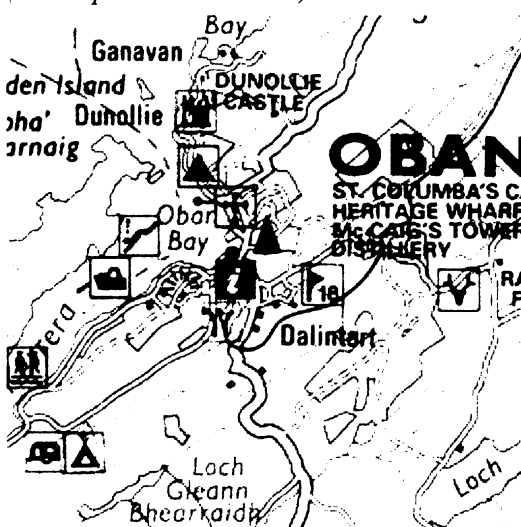
Účastníci cestovního ruchu v rámci svých stacionárních pobytů ze svého místa často podnikají výlety do okolí, kde kromě pamětihodností vyhledávají také zařízení pro ně speciálně určená jako jsou aquaparky a další tematické parky, pláže, skanzeny a další, i tato zařízení by proto měla být do mapy zakreslena.

Dominantním tématem tohoto druhu kartografických děl však musí být dopravní infrastruktura, turistické informace jen doplňují obsah mapy, tyto informace by mapu neměly příliš zatěžovat a znesnadňovat tak její čtení, mapa musí být názorná, srozumitelná, použitelná co největšímu počtu lidí.

9.6 Mapy pro účastníky cestovního ruchu propagující přednosti znázorněného území

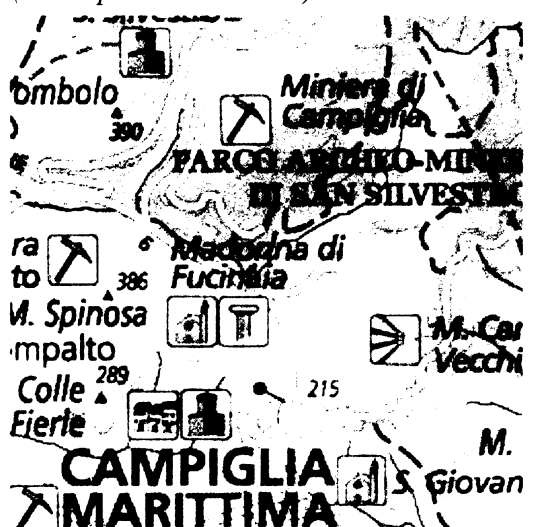
Na rozdíl od automap jsou nejdůležitější skupinou informací mapového obsahu atraktivita nalézající se ve znázorněném území. Mapy slouží k propagaci, ke vyzdvižení předností a zajímavostí v oblasti (viz Obrázek 10 a Obrázek 11), k budování image a nalákání potenciálních návštěvníků do regionu. Sami účastníci cestovního ruchu přiznávají, že je tento druh map výrazně ovlivňuje při rozhodování, kam zajet a na co se podívat.

Obrázek 10: Výřez okolí Obanu
(150% původní velikosti)



Zdroj: Loch Lomond. 1:150 000,
Estate Publications

Obrázek 11: Výřez okolí Campiglia
(150% původní velikosti)



Zdroj: Costa degli Etrusci. 1:100 000.
Legenda, 2000

Nejvýznamnější památky a další pozoruhodnosti by měly být ukázány v atraktivním designu, měly by zaujmout na první pohled, vhodné je jejich znázornění pomocí obrázků a siluet, někde se používá i dalších fotografií. Účastníci cestovního ruchu obvykle nepřijíždějí do daného regionu jen za účelem provozování jedné aktivity, snaží se oblast komplexně prozkoumat, vybírají si tedy nejen kulturní historické a technické pamětihodnosti, navštěvují také přírodní zajímavosti i speciálně pro ně vytvořená turistická zařízení jako jsou skanzeny, aquaparky, golfové hřiště, místa pro vodní sporty či třeba turistické minivlárky, a akce (slavnosti, poutě a další). Nemělo by se tedy stát, že na mapě propagujících přednosti znázorněného území potenciální návštěvník najde pouze jeden typ atraktivit.

Oproti automapám je vhodné na mapách propagujících přednosti regionů znázornit i outdoorové turistické stezky a nejdůležitější objekty pro outdoorové účastníky cestovního ruchu (například rozhledny).

Účastníci cestovního ruchu tyto mapy nepoužívají jen jako první kontakt s regionem a k plánování, mapa často slouží také jako základní prostředek k navigaci a orientaci přímo po oblasti, v základní míře by zde měla být vykreslena dopravní síť, na rozdíl od automap však pouze doplňuje dominantní obsah turistických atraktivit.

Ubytování, stravování a další služby není třeba stejně jako u ostatních map malého měřítka zakreslovat, najdeme je v jednotlivých střediskových obcích, jejich znázornění (i tak neúplné) by značně ztížilo čtení mapy. Výjimku však mohou tvořit něčím pozoruhodná a v širším okolí známá, které bychom mohli zařadit do skupiny informací atraktivit.

Mapa propagující přednosti regionu musí přehánět, musí se snažit ukázat znázorněnou oblast v superlativech, nesmí se stát, že bychom v mapovém poli objevily nepřitažlivé lokality, které by mohly odradit potenciální návštěvníky.

9.7 Mapy území zobrazující dominantně jednu tematiku

Převážně pro účastníky cestovního ruchu se vytvářejí i mapy území zobrazující dominantně jednu tematiku, setkáváme se obvykle s mapami hradů, zámků, jeskyní, rozhleden, kempů, rybářských a loveckých revírů.

U této mapy je znázorněná tematika dominantní, dominuje mapě, ostatní obsah je vypuštěn nebo velmi redukován, mapy slouží převážně jako jeden z podkladů při plánování a všeobecnému vzdělávání, na rozdíl od ostatních map pro účastníky cestovního ruchu se téměř nepoužívá přímo v terénu. Obsah mimo dominantní tematiku by měl být omezen na zasazení jednotlivých objektů zobrazeného tématu do prostoru. Při jeho dalších funkcích by jen odváděl od tématu a zbytečně zatěžoval celý obsah mapy. Pro větší užitečnost speciálně pro účastníky cestovního ruchu je možné do nich zanést jako krajní doplňkový obsah také největší turistické atraktivity. Veškerá pozornost by však měla být věnována jednotlivým objektům dominantní vrstvy, ty by měly být atraktivně vykresleny v mapě i bohatě popsány na druhé straně mapového listu, znázorněny by měly být ve velké podrobnosti, mapa kempů České republiky se zvýrazněnými 20 objekty nemá velký význam.

10 Hodnocení obsahu českých map pro účastníky cestovního ruchu

V Česku vytváří jednotlivé druhy map určené pro účastníky cestovního ruchu velké množství kartografických společností. Ne vždy jsou však tyto produkty pro účastníky cestovního ruchu skutečně optimální. Níže je uvedeno hodnocení obsahu map pro turistické účely z hlediska užitečnosti a optimálnosti pro účastníky cestovního ruchu v souladu s navrhovaným obsahem v 9. kapitole této práce.

10.1 Plány měst, obcí a středisek cestovního ruchu

Nejdůležitějšími informacemi pro účastníky cestovního ruchu v plánech měst jsou informace o atraktivitách, které stojí za to navštívit či alespoň vidět. Největší počet pozoruhodností z dvaceti sedmi map dvaceti sedmi českých vydavatelství najdeme na plánu města společnosti Daruma (41), nejméně na mapách společností Milan Holenda (3), Testudo (7) a Geodézie Krkonoše (7). Vážným nedostatkem se může zdát, že jednotlivá znázorněná území nejsou stejná, někde je více a někde méně turistických pozoruhodností. Podíváme-li se však na Prahu, ve znázornění města na mapě od společnosti Julius Pufler najdeme 8 atraktivit, u Bemy Praha 17, SHOCartu 21 a Kartografie Prahy 26. Navíc můžeme očekávat, že v Praze se nalézá více pozoruhodných míst než v Písku, který je znázorněn Darumou (41). Může se nabízet i další vysvětlení v podobě měřítka plánů měst, kdy u velkých měřítek můžeme do mapy zakreslit více různých informací. Porovnáme-li však měřítko mapy s množstvím znázorněných informací, nezjistíme mezi nimi výraznější závislost.

Skupinu atraktivit můžeme rozdělit na architektonické pamětihodnosti a kulturní a sportovní pozoruhodnosti a aktivity vhodné pro účastníky cestovního ruchu. I informacím v jednotlivých kategoriích je největší pozornost dána u plánu města Písek společnosti Daruma (19, 22). Společnost Euroverlag Plzeň se zaměřuje převážně na kulturní a sportovní atraktivity (16) a aktivity a naopak poněkud opomíjí architektonické pamětihodnosti (5), naopak firma Testudo u mapy Čeladné zvýraznila 6 architektonických pozoruhodností a pouze jednu kulturní a sportovní atraktivitu, ačkoli se u plánu tohoto horského střediska tyto informace přímo nabízejí.

Účastníci cestovního ruchu potřebují nejvýznamnější pamětihodnosti co nejrychleji nalézt a podle nich se také orientovat v okolním prostoru, proto by měly být odlišeny od ostatní zástavby jinou barevnou výplní a lépe ještě pomocí barevné axonometrie. V hodnocených mapách nenalezneme pamětihodnosti odlišené barvou od ostatních domů, často se však barvou řadí k veřejným obecným službám, obrázky nejdůležitějších staveb najdeme v plánech měst společností SHOCart, B.A.T. Program, Geodézie Krkonoše, Daruma, Bema Praha, Julius Pufler, Euverlag, Kartografie Praha a turistického informačního centra Lednice. U plánů měst menších měřítek je však charakteristická přítomnost siluet staveb pouze ve výřezu historického

centra, který často ukazuje lokalitu s největší koncentrací památek. V mapách společností JN-kart, Machovský, DK Studio, Daruma a Julius Pufler najdeme i v samotné hlavní mapě odlišené od okolních čtvrtí historické centrum města. Nepřesně a ne zcela vždy můžeme historické centrum města najít podle přítomnosti pěší zóny. Účastníci cestovního ruchu vítají v kartografických dílech zaznačené doporučené trasy městem, tyto trasy nalezneme však pouze v mapě grafické společnosti DK Studio.

Pro návštěvníky přijíždějící do města za turistickými účely jsou rovněž velmi atraktivní rozhledy a pohledy na město a speciálně jeho historické centrum, místa rozhledu se však nacházejí pouze na 6 hodnocených mapách (Kartografie HP, Testudo, Geodézie Krkonoše, DK Studio, Daruma a Kartografie Praha). Naproti tomu tradiční místa odpočinku - parky bývají vyznačeny ve většina plánů měst.

U veřejných budov je vhodné jejich odlišení do ostatní zástavby, zařízení nezbytně nutná při krizových situacích (policie, hasiči, zdravotnická zařízení, lékárny) by měla být v mapě lokalizována. Naprostá většina kartografických společností tyto informace znázorňuje, pouze Julius Pufler je opomíjí a DK Studio ukazuje jen zdravotnická zařízení.

Pro účastníky cestovního ruchu je velmi užitečná lokalizace turistického informačního centra, kde se mohou dozvědět další informace o turistické suprastruktuře a pamětihodnostech města i okolí, kartografické společnosti je také až na 3ADesign a Milana Holendu zaznačují.

Kromě ukázání atraktivit a služeb jsou pro účastníka cestovního ruchu nezbytně nutné informace, pomocí kterých se může orientovat ve městě, slouží k navigaci a informuje o dopravě. Můžeme je najít na většině plánů měst, neboť neslouží jen účastníkům cestovního ruchu, ale jsou velmi přínosné i pro samotné obyvatele města a návštěvníky, kteří přijíždějí za neturistickými účely. Průjezdni silnice, ulice, čerpací stanice, parkoviště, železniční stanice a autobusová nádraží najdeme až na výjimky na všech hodnocených plánech měst. Naproti tomu zákazy vjezdu a jednosměrné komunikace, důležité informace pro bezproblémový průjezd městem, na většině map chybějí, obě najdeme pouze na plánech měst společností Machovský, Prokart, Geodézie OnLine a Geodézie ČS. Pro pohyb městem je velmi významná městská hromadná doprava, i ta však není zaznačena ve všech plánech měst. V některých obcích být nemusí, ale v městech jako Pardubice, Olomouc či Plzeň ji jistě najdeme a je nezbytná pro pohyb návštěvníka z centra města do jeho cílového místa (například ubytování).

Nejen účastníkům cestovního ruchu ale i domácím obyvatelům slouží plán města často k nalezení požadované adresy, někdy bývají ulice i několik kilometrů dlouhé a jejich přechod by zabral velkou spoustu času a zbytečně vynaložené energie, proto se do plánů měst umísťují popisná čísla domů, aby však mapy nebyly příliš nepřehledné, najdeme je jen na začátcích a koncích ulic, a to pouze v produktech SHOCartu, Kartografie Prahy a v plánech měst s větším měřítkem.

Podíváme-li se na procentuální podíl výše popsaných informací na informacích celkem zjistitelných v plánech měst, Euroverlag Plzeň ukazuje na mapách pouze 14,3% dalších informací pro účastníky městského cestovního ruchu ne tolik užitečných, pod 20% hranici se dostala i Daruma. Naopak Geodézie Krkonoše, Kartografie HP, Prokart a 3A Design atakují 40% dalších znázorněných informací.

Pro účastníky cestovního ruchu se jako nejlepší plán města jeví mapa Písku od společnosti Daruma, nedostatkem je jen nedostatečné zpracování informací vhodných pro navigaci a dopravu (jednosměrné ulice, zákazy vjezdy, čísla domů, MHD). Naopak pro turistické účely nevhodnými plány měst jsou mapy od společnosti Testudo a Geodézie Krkonoše. Rovněž zpracování mapy Jiříkova Milanem Holendou není vytvořena pro účastníka cestovního ruchu, na rozdíl od společností Testudo a Geodézie Krkonoše však Jiříkov není tak turisticky atraktivní místo a nalézá se zde pro účastníka cestovního ruchu méně atraktivit.

10.2 Turistické mapy pro pěší turistiku

Terén jako jeden z nejdůležitějších prvků mapy je znázorněn obvykle pomocí vrstevnic. U českých topografických map se používá vrstevnicový interval měřítko $\times 0,0002$ m, což je u měřítka mapy 1:25 000 5 metrů, 1:50 000 10 metrů a 1:100 000 20 metrů (Čapek a kol. 1990), Imhof (in Čapek a kol. 1990) však pro středohorský reliéf doporučuje rozestup u měřítka 1:25 000 10 metrů, 1:50 000 20 metrů a 1:100 000 25 metrů. Jelikož turistická mapa musí být sice podrobná a ukazovat nejvýznamnější krajinné tvary, neměla by být vrstevnicemi zbytečně příliš zahuštěna. Proto rozestup vrstevnic Inhofa (in Čapek a kol. 1990) je pro turistické mapy pro outdoorovou turistiku vhodný. Ze třinácti hodnocených map pro pěší turistiku jedenácti českých kartografických společností je výše uváděný rozestup vrstevnic splněn na mapách o měřítku 1:25 000. Podrobnější zákres vrstevnic s lepším vykreslením reliéfních tvarů (ale díky tomu náročnější na čtení celého kartografického díla) obsahují mapy předních českých vydavatelů kartografických titulů pro pěší turisty (KČT, SHOCart a Kartografie Praha). Problémem těchto společností je vytvoření ucelené série map pokrývající území (nejen) Česka s jednotným značkovým klíčem pro nížinnou krajinu i horský terén. Série turistických map pro pěší turisty od již dnes neexistující společnosti Geodézie Brno byla vytvořena v měřítku 1:75 000 s rozestupem vrstevnic pouze deset metrů.

Nejdůležitější speciálně turistickou informační skupinou obsahu map pro pěší turisty je turistické značení. Jejich podrobné vykreslení je nutné pro bezproblémovou orientaci v terénu. Turistické značené trasy najdeme na všech hodnocených mapách, naopak na čtyřech chybí místní turistické značení a naučné stezky, přitom v zobrazeném území NP Podyjí či Moravskoslezských Beskyd se určitě nalézají. Naučné stezky spojují pěší turistiku s poznáváním a vzděláním pomocí jednotlivých informačních tabulí a jsou účastníky cestovního ruchu velmi vyhledávané, Geodézie OnLine, Rosy, Kartografie HP a Progeo je však v mapě vůbec nezobrazují, nebo je v ní najdeme, ale mapová značka není popsána v legendě mapy (příkladem je Kartografie HP), a tedy pro účastníka cestovního ruchu s ne příliš velkou kartografickou gramotností je nerozluštitelná. Ve čtyřech mapách mohou jejich uživatelé zjistit informaci o dráze evropských dálkových tras, jejich význam je však poněkud omezený. Nebezpečná místa v hodnocených mapách znázorněna nejsou.

Nedostatkem osmi map je nepřítomnost turistických rozcestníků, můžeme jen odhadovat, že se nalézají někde při křížení jednotlivých turistických tras, rozcestníky najdeme pouze na mapách větších měřítek 1:50 000 a 1:25 000. Nedostatkem je i absence vzdáleností

mezi jednotlivými místy (obvykle právě mezi rozcestníky), kilometráž turistického značení obsahuje pouze série nově upravených a vydávaných turistických map pro pěší turisty Klubem českých turistů, Kartografie Praha k turistickým mapám přidává samostatný list s kilometráží jednotlivých stezek, tento systém je však poněkud nepraktický. Pro účastníky cestovního ruchu zvýraznění vybraných doporučených tras a jejich popis v českých mapách úplně chybí. Turistické přístřešky můžeme najít na většině hodnocených map, nesetkáme se s nimi pouze v produktech firem Janda Design a Progeo, SHOCart je umísťuje pouze do své podrobnější řady v měřítku 1:50 000, kde jako v jediné mapě můžeme nalézt rovněž i značku pro odpočinkové místo.

Turistické mapy pro pěší turistiku jsou často používány i při dalších outdoorových aktivitách, jejich znázornění však může pouze doplňovat dominantní tematiku pěší turistiky. V hodnocených produktech se setkáme převážně s nejdůležitějšími cykloturistickými trasami, Klub českých turistů do svých turistických map pro pěší turistiku vhodně doplňuje i lyžařské běžecké a sjezdové tratě a nově se velmi rozvíjející trasy pro hippoturistiku.

Uživatelé turistických map kromě dominantního provozování pěší turistiky a dalších outdoorových aktivit vyhledávají i další sportovní činnosti a pro ně vytvořená zařízení a lokality, někteří se orientují na kulturu, obvykle vyhledávají muzea. Sportovních a kulturních zařízení nenajdeme v hodnocených turistických mapách pro pěší turistiku tolik jako v plánech měst, nejvíce se jich nalézá v produktech firem Janda Design (11), SHOCart 1:50 000 (11) a Kartografie Prahy (10), nedostatečně jsou zastoupena v mapách Geodézie ČS (2) a Kartografie HP(1).

Pěší turisté se po krajině pohybují proto, aby objevovali její kouzelná zakoutí, poznávali místní atraktivitu a na místech s výhledem se kochali nádhernými scenériemi. Nejvíce různých informací o atraktivitách najdeme v mapách od Kartografie Prahy (58) a Jandy Design (58), následovanými SHOCartem 1:50 000 (51) a Klubem českých turistů (50), naopak je tato tematika nedostatečně zpracována v mapě Progea (2). Atraktivní pro rozhodování o návštěvě návštěvníků může být i informace o chráněných plochách v území. Až na produkt Progea (pouze hranice chráněné krajinné oblasti) jsou chráněná území podrobně znázorněna ve všech hodnocených mapách.

Účastníci cestovního ruchu se do míst pobytu, kde vykonávají svou aktivitu, musí nějak dostat, pozornost by měla být věnována vykreslení dopravních tahů a obslužných zařízení. Ve všech sledovaných mapách najdeme alespoň čtyři různé druhy zpevněných komunikací, benzinové čerpací stanice, parkoviště, železnici a vlakové stanice. Uzavřené silnice či komunikace s omezením pro vjezd se však nacházejí pouze v produktech Geodézie Brno, Kartografie Prahy, Klubu českých turistů a Rosy. Účastníci cestovního ruchu se do místa nástupu a od místa výstupu zpět do svého bydliště dostávají často hromadnou dopravou, do horských údolí obvykle pomocí dálkových či regionálních autobusových linek, avšak pouze v pěti mapách (Kartografie Praha, Kartografie Praha starší, Geodézie On Line, Klub českých turistů, Janda Design) se nalézají autobusové zastávky. V místech, kde se mohou návštěvníci oblasti dostat pomocí lanových drah (sedačkových visutých, kabinových visutých, pozemních) do vyšších (nižších) nadmořských výšek, tato zařízení najdeme zakresleny i v turistických mapách.

Ubytování je v hodnocených mapách rozrůzněno, nejméně druhů najdeme v produktech od SHOCartu 1:100 000 (2) a Progeo (2), nejvíce od Geodézie Brno (5) a Geodézie ČS (5). Vážným nedostatkem českých map pro pěší turisty je jednotná mapová značka pro hotely, penziony a turistické horské chaty. Samostatnou jednoznačnou informaci o turistických chatách mají v sobě zahrnuty pouze produkty Geodézie Brno a Geodézie ČS. Kempink a tábořiště jsou znázorněny ve většině hodnocených map, kempink chybí u produktu Geodézie On Line, což je zřejmě zapříčiněno absencí tohoto druhu zařízení v národním parku Šumava a v mapě od společnosti Progeo. Polohu restauračních zařízení nezjistíme pouze z mapy od SHOCartu v měřítku 1:100 000, vhodné je restaurační zařízení rozdělit přinejmenším na restaurace a občerstvení (Geodézie On Line, Klub českých turistů, Rosy, SHOCart 1:50 000, Kartografie HP).

Jedním ze základních zařízení určených pro turisty je turistické informační centrum, které poněkud překvapivě nenalezneme na turistických mapách pro pěší turisty od společností Geodézie On Line, Geodézie ČS a Jena. V krizových případech je nezbytně nutná informace o zdravotních střediscích a stanicích horské služby, i přes to však obě zařízení chybějí v mapě Geodézie On Line, pouze jedno se nachází v kartografických dílech firem Jena a SHOCart v měřítku 1:100 000, v národním parku Podyjí (Rosy) také horská služba chybí, ale zde neočekáváme její přítomnost. Vhodné je jistě znázornění obchodů s potravinami mimo intravilány obcí, setkáme se s nimi však pouze u podrobné turistické mapy pro pěší turisty od Geodézie On Line.

Nejkvalitněji zpracovaný obsah turistických tras má Klub českých turistů, v dalších skupinách obsahu však zapadá do lepšího průměru spolu s Kartografií Prahou a SHOCartem 1:50 000, nejméně optimální turistickou mapou pro pěší turisty je mapa Moravskoslezských Beskyd od společnosti Progeo. Kromě produktu této společnosti můžeme tvrdit, že jsou jednotlivé mapy obsahově až na pár nedostatečných informací (turistická chata, autobusová zastávka, turistický rozcestník a kilometráž) zpracovány s ohledem na účastníka cestovního ruchu velmi vhodně.

10.3 Cykloturistické mapy

Cykloturistické mapy by měly mít podobný obsah jako ostatní mapy outdoorové, na rozdíl od kartografických produktů pro pěší turisty je však nejdůležitější skupinou informací cykloturistický obsah – cykloturistické trasy a obslužná sféra cykloturistiky. Bylo hodnoceno patnáct map pro cykloturisty čtrnácti českých kartografických společností, na poslední chvíli byla do seznamu zahrnuta i druhá mapa firmy SHOCart, která je od roku 2006 vydávána v úplně novém nejen na českém trhu přelomovém zpracování. Cykloturistická veřejnost si přeje ukázání sjízdnosti všech cest a tuto informaci jim jako první v Česku dává právě v nové sadě cykloturistických map v měřítku 1:60 000 SHOCart. Větší hustotu sjízdných cest (zdaleka však ne tolik jako SHOCart) obsahuje i mapa Klubu českých turistů. U ostatních map převládá tradiční klasické zpracování, kdy jsou do mapy zaznačeny pouze v terénu značené a několik neznačených doporučených bezpečně sjízdných cest. Samozřejmě i u prvních dvou titulů

(SHOCart a Klub českých turistů) tyto značené cykloturistické trasy najdeme. Jednosměrné úseky, nebezpečné, či dokonce nesjízdné úseky, úseky pro cykloturisty zakázané najdeme na mapách společnosti SHOCart a Václav Horák. Nebezpečné úseky se nalézají i v produktech firem Žaket, Nakladatelství Jakoubě a Kartografie Prahy. Velmi zajímavé a jistě také přínosné je u Václava Horáka rozdělení jednotlivých úseků stezek podle sklonitosti na cesty se středním, velkým a extrémním stoupáním. Některé společnosti také z cyklotras vyčleňují trasy tematické, z kvalitativního výzkumu mezi účastníky cestovního ruchu, však tato informace nemá příliš velký význam, mnohem vyhledávanější jsou vybrané doporučené cesty, které najdeme na mapách od Machovského, 3A Design, Planstudio a SHOCartu.

Na rozdíl od turistických map pro pěší turisty je kilometrůž tras zastoupena na více mapách (3A Design, Žaket, Nakladatelství Jakoubě, Kartografie Praha, Klub českých turistů a obě mapy od společnosti SHOCart). Pro plánování je nutné vedle hlavní mapy ukázat profily a popis jednotlivých tras, polovina společností je má, chybí u map určených pro cykloturisty menších měřítek.

Z obslužné sféry cykloturistiky má největší význam cykloservis a půjčovna kol. Informace o cykloservisech můžeme získat z osmi hodnocených map, půjčovny kol se nalézají pouze v produktech firem SHOCart, Avedon a Klub českých turistů. Pro účastníky cestovního ruchu vykonávající cykloturistiku jako svou dominantní aktivitu je jistě vhodné znázornit i pro ně speciálně uzpůsobená místa vhodná k odpočinku jako turistický přístřešek (Kartografie Praha, SHOCart, Klub českých turistů) a odpočinková místa (3A Design, Žaket, SHOCart).

Do cykloturistických map středních a větších měřítek se obvykle zakreslují i trasy turistické pro pěší turisty, tyto trasy by však měly pouze doplňovat dominantní cykloturistický obsah, a proto jejich přítomnost v mapě nebudeme hodnotit. U mapy společnosti Václav Horák se jako velmi zajímavé jeví přítomnost speciálních stezek pro terénní koloběžky, kolečkové lyže a brusle.

Terén bývá znázorněn pomocí vrstevnic. I u cykloturistických map převládají pro středohorský charakter terénu velmi malé rozestupy 10 metrů (Avedon 1:77 000, Kartografie Praha 1:70 000, SHOCart 1:60 000 a další).

Účastníci cestovního ruchu poznávají atraktivitu v okolí, nejvíce druhů jich je zakresleno na mapách od Kartografie Prahy (52), SHOCartu 1:75 000 (43), SHOCartu 1:60 000 (33) a Klubu českých turistů (31), naopak se jimi naprosto nedostatečně zabývá Nord Service (7). Vedle památek cykloturisté vyhledávají i kulturní a sportovní zařízení, nejvíce jich najdou na mapách od Václava Horáka (16) a Kartografie Prahy (13), naopak PLANstudio či Miroslav Horák je prakticky opomíjejí. Poskrovnu je najdeme i na mapách Geodézie On Line a freytag&berndt, tato kartografická díla jsou však v měřítku 1:100 000 a menším a jejich znázornění by zapříčinilo velké zatížení mapy, tato měřítko proto nejsou pro cykloturisty vhodná. Rozhledy najdeme až na mapy Geodézie OnLine, freytag&berndt a Avedonu ve všech hodnocených produktech. Přírodní chráněná území bývají podrobně v několika kategoriích vykreslena ve všech mapách, hranice národního parku chybí pouze v díle Václava Horáka.

Dopravní síť je vhodně znázorněna ve všech hodnocených mapách, u obslužné sféry však úplně chybí lokalizace autoservisů, parkoviště a čerpací stanice najdeme pouze v dílech

s měřítkem větším než 1:100 000. Zastávky cyklobusu zvýrazňuje pouze Žaket, autobusu Kartografie Praha a Avedon. Lanové dráhy bývají v místech výskytu také do mapy znázorněny.

Ubytovací zařízení jsou rozlišena do několika kategorií v mapách společností Kartografie Praha, SHOCart, Avedon, Václav Horák a Klub českých turistů, ani v jednom produktu však nenajdeme samostatnou mapovou značku pro turistickou chatu, u SHOCartu má shodnou s penzionem, u Klubu českých turistů dokonce s hotelem a ubytovacím hostincem. Kempinky jsou až na Nakladatelství Jakoubě ve všech mapách, tábořiště odlišuje a zaznačuje pouze Kartografie Praha, SHOCart, Avedon a Klub českých turistů. Restaurační zařízení je obvykle ukázáno souborně jedním symbolem, SHOCart však rozlišuje 3 druhy, Avedon dokonce 4.

Informační středisko opomíjí pouze PLANstudio, zdravotnictví nezaznačuje Miroslav Horák, freytag&berndt, Machovský, Nakladatelství Jakoubě, Nord Service, PLANstudio, Klub českých turistů lokalizuje pouze stanice Horské služby. Obchody s potravinami mimo intravilány nenajdeme vůbec.

Ze všech hodnocených map je pro účastníky cestovního ruchu nejvhodnější především díky znázornění sjízdnosti jednotlivých cest nové zpracování cykloturistických map společnosti SHOCart, z dalších map má kvalitní obsah také Kartografie Praha a Klub českých turistů. Zajímavá se rovněž jeví mapa od Václava Horáka, která se kromě cykloturistiky zaměřuje na letní sportovní aktivity. Naopak zcela nevhodná jsou kartografická díla menších měřítek (především freytag&berndt a Geodézie On Line).

10.4 Ostatní outdoorové mapy

I v ostatních outdoorových mapách by měly být znázorněny stejné informace jako v turistických mapách pro pěší turisty a cykloturisty.

Hlavní obsahovou skupinou informací lyžařských map jsou lyžařské běžecké značené trasy a lyžařské sjezdové areály. Z osmi hodnocených lyžařských map osmi českých kartografických společností Machovský, Kartografie Praha a Topograf nerozlišuje podle náročnosti, či dokonce nemá ve svém produktu zakresleny sjezdové areály. Žaket a Omphale ukazují lyžařské svahy s umělým zasněžováním a nočním lyžováním. Běžecké lyžařské tratě se nacházejí ve všech hodnocených mapách, Kartografie HP, Rosy a Žaket je však nerozlišuje podle toho, jak a jestli vůbec jsou upravované. Právě Žaket jako jediný ukazuje i neznačené doporučené lyžařské tratě. Pro běžeckého lyžaře je jistě přínosné a za snížených viditelnostních podmínek i nutné vyznačení tyčového značení a obtížných úseků, najdeme je však pouze na mapách od Rosy, SHOCartu a Žaketu. Pro plánování vhodná kilometráž se nalézá pouze v kartografickém díle společnosti Žaket. Taktéž obslužná sféra pro lyžařský cestovní ruch je zastoupena pouze na mapě firmy Žaket lokalizací půjčoven lyží a lyžařských škol. Žaket má rovněž ve své mapě jako velmi vhodnou atraktivitu znázorněnu sánkařskou cestu.

Naopak nedostatkem mapy společnosti Žaket je absence výřezu lyžařského střediska ve větším měřítku s větším stupněm podrobnosti, firma jednotlivá střediska pouze popisuje.

Vedlejší mapy lyžařských středisek chybějí i v mapě Topografu, která je ovšem více zaměřena na běžecké lyžování a obsahuje vedlejší mapy jednotlivých doporučených lyžařských běžeckých tratí i s jejich profily. Mapa Žaketu jako velmi užitečné informace obsahuje jízdní rády skibusů do největších lyžařských center v oblasti. Turistická informační centra najdeme na všech hodnocených mapách vyjma panoramatické mapy Kartografie HP, která však nemůže sloužit jako hlavní prostředek pro orientaci přímo v terénu.

Reliéf je vhodně vykreslen pomocí vrstevnic v rozpětí 10 metrů u map větších měřítek až po 25 metrů u Omphale v měřítku 1:55 000.

Nejvíce různých atraktivit obsahuje kartografické dílo SHOCartu (38), naopak nepočítáme-li panoramatickou pohledovou mapu Kartografie HP je nedostatečně vyzdvihuje Omphale (8), použití kulturních a sportovních zařízení je v zimním období omezenější, na hodnocených mapách se pohybují od jedné do čtyř. Chráněná území jsou nejpodrobněji vykreslena u Machovského a SHOCartu.

Dopravní síť je dostatečně znázorněna, pouze Rosy rozlišuje jen dva typy silnic a jako jediná společnost vyjma panoramatické mapy Kartografie HP neukazuje čerpací stanice. Parkoviště naopak jako jediná firma vypustila ze svého obsahu Kartografie Praha. I když účastníci cestovního ruchu cestují převážně po železnici nebo vlastními dopravními prostředky, někteří zejména v poslední době při rozvoji skibusů se do cílového místa dostávají autobusy, avšak pouze na mapě Topografu najdeme autobusové zastávky.

Ubytovací zařízení jsou na většině map rozdělena podle druhů na hotely a další ubytování, samostatná informace o poloze turistických chat však i zde úplně chybí. Machovský a SHOCart dokonce lokalizují i kempy. Vhodné je rovněž oddělení občerstvení či hostinců od restaurací, jak je ukázáno v produktech SHOCartu, Rosy a Omphale.

Nezbytnou informací je opět lokalizace zdravotnických zařízení (Machovský, SHOCart, Žaket) a horské služby (Machovský, Rosy, Žaket).

Z hodnocených lyžařských map vyniká nad ostatní především precizním zákresem lyžařských běžeckých a sjezdových tras a lyžařské obslužné sféry Žaket, i když kartografické zpracování a estetické hledisko jejich mapě notně ubírá na kvalitě.

Málo vydávanými dalšími mapami pro outdoorovou turistiku jsou vodácké mapy u nás vytvářené tradičně společností SHOCart a nově i Geodézií ČS (s poněkud méně podrobným turistickým obsahem, jinak velmi podobné) a mapy pro hippoturistiku firmou SOS art, která do podkladové mapy od Kartografie HP kreslí vrstvu jezdecké stezky se zařízeními speciálně uzpůsobenými pro účastníky cestovního ruchu provozující hippoturistiku.

10.5 Automapy

Nejdůležitější skupinou informací automap je dopravní síť a obslužná sféra pro motoristy. V této kategorii bylo hodnoceno šest automap státních celků šesti českých kartografických nakladatelství.

Všechny mapy obsahují dálnice, expresní cesty, silnice 1. třídy, silnice 2. třídy a cesty vedlejší s pevným povrchem či silnice třetí třídy. Kartografie Praha, freytag&berndt a Geodézie

ČS ukazují uživatelům i největší budované komunikace, Kartografie Praha do mapy zvýraznila i dálnice a cesty první třídy plánované a s Geodézií ČS i placené úseky. Horské cesty neudržované v zimním období nejsou vyznačeny. Nutnými informacemi pro bezproblémovou orientaci v dopravní síti jsou čísla komunikací, vzdálenost v kilometrech a nájezdy/výjezdy na dálnici a expresní silnici, všechny hodnocené mapy tyto prvky obsahují. Žaket ve své automapě vyznačuje i strmé části cest a podjezdy nižší než 4,2 metrů, Kartografie Praha upozorňuje na nebezpečné úseky. Ze služeb pro motoristy se na sledovaných mapách častěji vyskytují pouze čerpací stanice (chybějí u Žaketu a PLANstudia), LPG uživatel najde na mapě Kartografie Prahy, odstavná parkoviště u Geodézie ČS, ale například autoservisy se nenalézají ani na jedné hodnocené mapě.

Další dopravu představuje železniční síť, Žaket dokonce zakresluje i jednotlivé stanice, a letiště, která chybějí pouze u Kartografie Prahy.

I u automap je vhodné alespoň zjednodušeně znázornit nejvýznamnější zdravotní zařízení, ty však najdeme pouze u Geodézie ČS, uživatelé ostatních map musejí doufat, že je najdou ve větším městě podél komunikace. Nejužitečnějšími přídatnými i informacemi je tabulka se vzdálenostmi mezi největšími městy (Geodézie ČS, PLANstudio, SHOCart) a (průjezdni) plány nejvýznamnějších sídel v území (Geodézie ČS, Žaket, PLANstudio, SHOCart).

Pokud má automapa sloužit i účastníkům cestovního ruchu a nemá být kartografickým dílem pouze pro tranzitní dopravu, měla by obsahovat i informace o atraktivitách v území. Největší počet různých pozoruhodností obsahuje PLANstudio (16), naopak turistické zajímavosti zcela ignoruje Kartografie Praha (0) a Žaket (1), sportovní, kulturní zařízení a komunikace atraktivní na výhledy se v mapách nevyskytují vůbec. Jedině hranice národních parků najdeme u Geodézie ČS, PLANstudia a SHOCartu.

Ubytování a stravování je užitečné ukázat specializované pro motoristy podél jednotlivých komunikací, pouze v nejpodrobnějším díle z hodnocených map však najdeme zakresleny motely, restaurace a občerstvení u hlavních dopravních tratí, freytag&berndt do své automapy také znázornil velmi malý výběr restauračních zařízení u dálnic. Mimo dálnice a vůbec nejvíce zastoupenou informací mezi ubytovacími a restauračními zařízeními jsou kempy (Geodézie, freytag&berndt, SHOCart).

V Česku vytvářené mapy slouží převážně k navigaci a orientaci v dopravní síti, k pohybu tranzitním územím, jejich širší použití pro turistické účely snad až na mapu PLANstudia je poněkud omezené.

10.6 Mapy pro účastníky cestovního ruchu propagující přednosti znázorněného území

Nejdůležitější vlastností tohoto typu map je představit atraktivitu území svým potenciálním návštěvníkům, nalákat je do regionu. Hodnoceno bylo 6 map pěti českých vydavatelství a jednoho bývalého okresního úřadu, v devadesátých letech na tomto poli vynikal B.A.T. Program, v současné době ke škodě účastníků cestovního ruchu jsou v Česku mapy

propagující přednosti znázorněného území často vytlačovány cykloturistickými mapami vydavatelství SHOCart, naopak v zahraničí se těší obrovské popularitě. Hodnocené mapy ukazují od 19 (Geodézie ČS) různých pozoruhodností po 7 atraktivit B.A.T. Program. Kultura a sport jsou opomíjeni, jejich zaznačení se pohybuje v rozmezí 0 (Machovský) až 6 (Terra) lokalit. Chráněná území uživatel najde ve všech sledovaných mapách. Znázorněné informace musí propagovat přednosti území a dostat do regionu návštěvníky, nejvýznamnější pozoruhodnosti proto bývají ukázány pomocí barevných obrázků přímo v mapě (Geodézie ČS, Machovský, B.A.T. Program).

Mapa může sloužit i k základní navigaci a orientaci přímo v terénu, u tohoto typu map však musí pouze doplňovat dominantní znázornění atraktivit. Hodnocené mapy obsahují dálnice, silnice první druhé a třetí třídy. Geodézie ČS dopravní infrastrukturou zachycuje podrobněji, znázorňuje také silnice budované i cesty použitelné jen se zvláštním povolením. Vzdálenost mezi jednotlivými místy chybí úplně, naopak poněkud u tohoto typu map zbytečně Machovský, SHOCart a B.A.T. Program znázorňují čerpací stanice. V dopravní síti samozřejmě nesmí chybět železnice (není jen u Terry, protože je zobrazeno území v malém měřítku), nádraží, letiště, lanové dráhy (Geodézie ČS). Doprava je jednoznačně nejpodrobněji vyznačena u Geodézie ČS.

Pro účastníky cestovního ruchu je atraktivní i přítomnost různých značených tras pro outdoorové turisty (peší, cyklo, lyžařské, hippo, vodácké), vhodné je i znázornění doporučených naučných a tematických stezek (Okresní úřad Hodonín). Samozřejmě nesmí chybět lokalizace turistických informačních center (není u Geodézie ČS a Terry). Ubytovací a stravovací služby jsou až na nejvíce pozoruhodná zařízení v mapě nadbytečná, u větších měřítek kolem 1:100 000 (Okresní úřad Hodonín, B.A.T. Program) však základní hotely a kempy najdeme.

České mapy propagující přednosti regionu nemají velkou tradici (proslavila se jimi pouze dnes již neexistující společnost B.A.T. Program), je nedostatečně zpracována prezentace atraktivit v území, předností regionu vůči širokému okolí. Z hodnocených map nejlépe obstál produkt Geodézie ČS, i jeho mínusem je ovšem nedostatečné vykreslení atraktivit, a naopak nadbytečně věnovaná velká pozornost dopravě.

10.7 Mapy území zobrazující dominantně jednu tematiku

Na rozdíl od map propagujících přednosti znázorněného území se u nás častěji setkáme s mapami pro účastníky cestovního ruchu zobrazujícími dominantně jednu tematiku. Hodnoceno bylo třináct map deseti českých společností, i v této oblasti hraje významnou úlohu kartografická společnost SHOCart, od které jsou v hodnocení hned čtyři různě zaměřená díla.

Nejdůležitější skupinou informací obsahu mapy jsou prvky dominantního tématu (kempů, hradů, zámků, přírodních památek, lázní, ale třeba i turistických známkových míst). Pokud je možné téma vizualizovat pomocí obrázků, je žádoucí a pro uživatele mapy atraktivní tyto kresby do mapy zanést (pouze SHOCart).

Dominantní téma musí být zasazeno do prostoru, obvykle tomu napomáhá zakreslení dopravy, všechny hodnocené mapy obsahují síť dálnic, expresních silnic a cest první a druhé třídy, kromě Agentury Krátký Production, B.A.T.Program a Jako také cesty vedlejší. U tematických map kempů je vhodné podrobnější vykreslení dopravní sítě, SHOCart jako jediný do mapy zaznačuje i kilometráž cest. Pokud má tato mapa sloužit účastníkům cestovního ruchu, neměla by chybět ani železnice (není ve freytag&berndt, Paret 2 a Jako) a případně i další základní dopravní lokality jako jsou letiště.

Atraktivita, kulturní a sportovní zařízení mohou doplňovat samotnou mapu, nesmí však v ní vynikat a zároveň znesnadňovat její čtení. Opět u map kempů se očekává větší množství pozoruhodných lokalit jako možných cílů ubytovaných návštěvníků (Paret 2 – dohromady 18), atraktivitami však mohou být i objekty dominantního tématu (Jižní Morava - vinohrady a vinné sklepy SHOCart – 16).

Hodnocení tohoto typu map je poněkud problematické z důvodu nestejnosti dominantního tématu a shodných prvků dalšího obsahu, obecně jestliže má být toto kartografické dílo určeno pro účastníka cestovního ruchu, musí být tematicky smysluplné (což neplatí o produktu Geodézie ČS) a atraktivní, je-li to možné, hlavní téma mapy by mělo být zobrazeno pomocí obrázků a fotografií. Prvky dominantního tématu by měly být posléze na druhé straně mapy bohatě popsány. Ze všech hodnocených map se pro turistické účely obsahově nejvhodnější jeví série tematických map společnosti B.A.T. Program a jejího dnešního většinového majitele firmy SHOCart.

11 Závěr

Nejdůležitější obchodní činností kartografických společností je vydávání map a atlasů pro turistické účely. Tyto produkty by tedy měly být pro účastníky cestovního ruchu vhodné, měly by vycházet z jejich potřeb a očekávání.

Na základě literární rešerše, popsání kartografického trhu, rozboru již vydaných děl a kvalitativního výzkumu mezi účastníky cestovního ruchu jsem určil optimální informace, které by měly být znázorněny v jednotlivých druzích map určených pro turistické účely, a posléze jsem podle jejich přítomnosti či absence zhodnotil kartografické produkty jednotlivých českých vydavatelství, upozornil na chyby a vyzdvihнул nejlépe provedená díla. Tato práce se zaměřila na tituly pro širokou veřejnost, objektem zájmu tedy nebyly produkty specializované na úzkou zájmovou skupinu jejich uživatelů (např. mapy pro orientační běh, horolezecké mapy), rovněž se tato práce nezabývala mapám příbuzných znázornění (3D plastické mapy, pohledové mapy).

11.1 Potvrzení či vyvrácení hypotéz

V úvodu práce jsem si vytyčil hypotézy, jejichž potvrzením by byl dán předpoklad k dosažení cílů práce.

1) *Vydávané mapy určené pro turistické účely svou obsahovou náplní plně neodpovídají potřebám účastníků cestovního ruchu.*

Mapy vydávané pro účastníky cestovního ruchu by měly plně odpovídat jejich potřebám a přáním. Ve skutečnosti zejména ve střední Evropě však mapy nabízené jako produkt pro cestovní ruch často slouží k polyfunkčnímu užití a na samotný cestovní ruch se mnohdy zapomíná, informace užitečné pro jeho účastníky nejsou v mapách tolik zvýrazňovány. Typickým příkladem jsou plány měst či automapy.

2) *Ze všech druhů map vydávaných v Česku pro turistické účely se nejvíce potřebám účastníků cestovního ruchu blíží svou informační náplní turistické mapy pro pěší turistiku.*

Jelikož jsou outdoorové mapy určeny speciálně pro účastníka cestovního ruchu, informační náplň jednotlivých titulů by měla nejvíce odpovídat jejich potřebám, plány měst jsou v českých podmínkách určeny pro použití i domácím obyvatelům, návštěvníkům příjíždějícím za neturistickými záležitostmi, často slouží i k prezentaci místních podnikatelských uskupení, na účastníky cestovního ruchu se zde často zapomíná. Automapy české provenience postrádají větší turistický obsah.

V outdoorových mapách jsou nejpoužívanější mapy pro pěší turisty a cykloturisty, které jsou často stejně koncipovány, jsou zde vyznačeny značené a případně doporučené trasy. Z kvalitativního výzkumu mezi respondenty však vyplynulo, že cykloturisté před doporučenými a značenými trasami upřednostňují sjízdnost všech cest, kterou má ve svých nově koncipovaných cykloturistických mapách pouze SHOCart. Naproti tomu pěší turisté provozují svou aktivitu po značených trasách, jež bývají na mapách tradičně zakreslovány.

3) *Většina druhů map určených pro turistické účely by měla mít některé typy znázorněných informací shodných.*

Účastníci cestovního ruchu přijíždějí do oblasti poznávat krajinu, odpočinout si v ní a nabrat novou energii. K poznání potřebují mít znázorněny informace o místech, které jsou vhodné k navštívení, o atraktivitách regionu (architektonické, historické a přírodní památky, sport a kultura).

U podrobnějších map (plány měst, outdoorové mapy a automapy) bývá zaznačena i základní komunikační síť, návštěvníci se musí po území nějak pohybovat a dostat se do něj. U méně podrobných map s dominancí jedné tematiky a map propagujících znázorněné území nemá dopravní síť již takový význam, pomocí jejího základního vykreslení se však často další zvýrazněné prvky zanášejí do prostoru.

4) *Mapy z románských zemí jsou sice obsahově jednodušší než mapy v Česku, pro účastníky cestovního ruchu jsou však obsahově optimálnější.*

V románských zemích je dán největší důraz na názornost, jednoduchost, a tudíž i snadnost čtení mapy. Kartografická díla jsou zde určena pro co největší množství lidí, kteří nemusí být zbláhli v užívání map, kteří mají problémy číst složitý kartografický jazyk mapy. Jelikož je v těchto zemích mnohdy cestovní ruch rozhodující složkou národní ekonomiky, je zde historicky velmi rozvinutý a ovlivňuje velké množství činností celých států, mapy jsou zde zcela zaměřené na jeho účastníky z řad široké veřejnosti, obsahuje informace, které si uživatelé přejí a potřebují, vydavatele se zaměřují na uspokojení přání svých zákazníků.

Naproti nim mapy v Česku slouží často k polyfunkčnímu užití, mapy obsahují více informací nejen pro účastníky cestovního ruchu, jsou podrobnější, často jsou založené na jen málo redukováném topografickém základě.

5) *Z map pro turistické účely lze získat mnohem více informací, než účastník cestovního ruchu očekává.*

Jelikož zejména ve středoevropském prostoru jsou plány měst určeny nejen pro účastníky cestovního ruchu, používají je také místní obyvatelé a návštěvníci přijíždějící do města za neturistickými záležitostmi, plán města obsahuje velké množství znázorněných informací pro účastníka cestovního ruchu bezvýznamných. Najdeme zde ukázanu polohu škol, úřadů, dokonce i věznic či zahradnictví. Kromě toho vydavatelé často do mapy umísťují i odkazy na místní podnikatelské společnosti, které kartografické dílo sponzorují.

I outdoorové mapy obsahují zbytečně velmi podrobný zakres, vyznačeny jsou továrny, landuse, či vojenská území. Jen malé procento uživatelů mapy potřebuje informace o hotelových zařízeních (kromě turistických chat).

Naopak automapy jsou zaměřeny pouze na dopravu, která je vykreslena pro účastníky cestovního ruchu až moc podrobně (je určena spíše pro profesionální dopravce), a naopak na nich chybí cenné turistické informace.

Mapy s dominancí jednoho tématu jsou určeny k ukázání rozložení jednotlivých prvků tohoto tématu ve znázorněné oblasti, veřejnost zajímá právě dominantní tematika, vydavatelé však do map pomocí mnohdy nevýrazných mapových značek umísťují i četné atraktivitu cestovního ruchu, které však v takto koncipovaném díle postrádají větší smysl, účastníci je nevyžadují a ani na mapách neočekávají.

Nejpodrobnější a pro účastníky cestovního ruchu s neoptimálnějším obsahem jsou outdoorové mapy. Až na výjimky především topografického rázu a mnohdy příliš velké podrobnosti a horší čitelnosti celého díla neobsahují velké množství informací, které by účastník cestovního ruchu nevyužil. Do ostatních druhů map je však dáván obsah, který účastník ruchu neočekává a ani nevyužije.

6) *Na kartografickém trhu s produkty pro cestovní ruch působí velké množství kartografických společností, přesto na něm dominuje jedna firma SHOCart.*

Některé z druhů map pro účastníky cestovního ruchu vytváří několik desítek českých společností, nejprodávanější plány měst, turistické mapy pro pěší turistiku a cykloturistiku a automapy vydává SHOCart, Kartografie Praha a Žaket. SHOCart však zejména díky vynikajícímu marketingu zaměřenému přímo na účastníky cestovního ruchu, nápadu na tvorbu cykloturistických map, pro uživatele svých map atraktivnímu designu produktů a v neposlední řadě i rapidnímu zlepšení kvality obsahu (nová série cykloturistických map nemá nejen na českém trhu konkurenci) však trhu s mapami pro účastníky cestovního ruchu dominují. V plánech českých měst se mu málo úspěšně snaží konkurovat především freytag&berndt a Žaket, v turistických mapách pro pěší turistiku si trh rozdělil s tradičními mapami Klubu českých turistů, u cykloturistických map, i když existují i další vydavatelé, má SHOCart prakticky monopol, u vodáckých map byl až donedávna jediným producentem, vytváří i lyžařské mapy, které jsou na trhu hodně okrajovou záležitostí. V automapách je největší konkurence, tyto mapy vytváří největší české i zahraniční společnosti.

V devadesátých let dvacátého století nastal obrovský rozvoj cykloturistiky, která v prvních letech dvacátého století narostla do takových rozměrů, že zejména v propagaci oblastí vytlačila všechny ostatní kartografické produkty. A pro každý region je prestižní mít cykloturistickou mapu svého území vytvořenou právě společností SHOCart.

7) *Na českém trhu jsou veřejnosti nejoblíbenější outdoorové mapy společností, které je vytvářejí obsahově nejkvalitněji.*

U turistických map pro pěší turisty mají nejkvalitněji zpracován obsah Klub českých turistů, SHOCart a Kartografie Praha. V cykloturistických mapách nade všemi vyniká s novou sérií SHOCart, z dalších společností má kvalitně zpracovanou informační náplň mapy rovněž Klub českých turistů a Kartografie Praha. Ostatní outdoorové mapy již nejsou tak využívané, za pozornost stojí pouze vodácké mapy, které donedávna vytvářel pouze SHOCart, a omezeně i mapy lyžařské, kde svým precizním zákresem lyžařských běžeckých a sjezdových tras a obslužné sféry pro lyžaře vyniká Žaket.

Nejprodávanějšími a u účastníků cestovního ruchu nejoblíbenějšími společnostmi jsou Klub českých turistů a SHOCart, kterým méně úspěšně sekunduje právě Kartografie Praha a Žaket.

8) *Automapy české provenience nejsou příliš vhodné pro turistické účely.*

Automapy vytvořené českými kartografickými společnostmi jsou až na výjimky charakteru tranzitních map pro účastníky cestovního ruchu vhodných jen k co nejrychlejšímu projetí znázorňovaného území. S nástupem navigačních systémů v motorových vozidlech však takto koncipovaná díla ztrácejí na významu a pro účastníky cestovního ruchu se stávají zbytečnými.

Naopak v automapách v západní Evropě se jejich uživatel může dozvědět velké množství informací o atraktivitách regionů, o obslužné sféře motoristů i turistické suprastruktúře kolem dopravních koridorů. Vyznačena jsou nejpozoruhodnější místa vhodná k navštívení. Obvyklé je také zaznačení turisticky atraktivních cest.

9) *K propagaci regionů jsou v Česku často používány cykloturistické mapy, tento druh map však pro propagaci není ideální.*

Cykloturistické mapy jsou určeny převážně pro veřejnost, která je již zvyklá na používání map větších měřítek a podrobného obsahu s dostatečně přesným vykreslením terénních tvarů, topografických informací pro účastníky cestovního ruchu. V tomto druhu map není prvořadým zájmem autora propagovat region, ale poskytnout informace účastníkovi cestovního ruchu přímo v oblasti, mapy slouží k orientaci, navigaci a vykreslení atraktivit oblasti.

Oproti cykloturistickým mapám mapy určené přímo k propagaci znázorněného území se používají především ve fázi před samotnou cestou při nalákání potenciálních návštěvníků a posléze při základním plánování jako jeden z jejich zdrojů. Nejdůležitější funkcí je propagace regionu, což se obvykle děje pomocí ukázání nejvýznamnějších atraktivit území. Kartografické dílo je určeno pro co nejširší publikum, mělo by být proto mnohem názornější a snáz pochopitelnější než cykloturistické mapy, atraktivita musí v mapě vynikat, obvykle se pro ně používají obrázky či piktogramy. Speciálně vytvořené mapy sloužící k propagaci znázorněného území najdeme nejčastěji v zemích s nejvíce rozvinutým a historicky tradičním cestovním ruchem (Francie a Itálie), Česko je ovlivněno překotným rozvojem cykloturistiky v devadesátých letech dvacátého století.

11.2 Přínos práce

V práci byl na základě literární rešerše, rozboru map a kvalitativního výzkumu mezi účastníky cestovního ruchu ukázán optimální obsah map určených pro turistické účely. Mapy jednotlivých českých kartografických společností byly posléze zhodnoceny podle přítomnosti či absence takto vytvořené sumy informací.

Byla zodpovězena otázka, jaký informační obsah by měla mít optimální mapa pro účastníky cestovního ruchu, co si přejí, aby v ní bylo znázorněno, jaké informace vyžadují a potřebují.

Mapy jednotlivých českých společností byly poté hodnoceny, byly ukázány nejvýznamnější chyby a absence nejdůležitějších informací a vyzdvihnuty pro účastníky cestovního ruchu z hlediska obsahové náplně nejkvalitněji zpracované produkty.

Hodnocení obsahu a informační náplně mapy bylo posléze aplikováno v mezinárodní přehlídce TourMap 2007, soutěži map, průvodců a elektronických děl určených pro účastníky cestovního ruchu, kde na základě vytvořených kritérií se zaměřením na informační náplň produktů zvítězila obsahově jedinečná série nových cykloturistických map 1:60 000 vytvořená kartografickou společností SHOCart.

Tato diplomová práce se může stát jistě velmi přínosnou pro odbornou kartografickou veřejnost – jednotlivé vydavatele a tvůrce komerčně vydávaných map. Zajímavou však jistě je i pro laickou veřejnost zajímající se o mapy. Je zde charakterizována kartografie pro účastníky cestovního ruchu a hodnocena informační náplň jednotlivých produktů určených pro turistické účely na kartografickém trhu, doporučuje obsahově nejoptimálnější tituly pro účastníky cestovního ruchu, upozorňuje na nedostatky v informační náplni jednotlivých map.

Pokouším se podat ucelený pohled na turistickou kartografii a informační obsah všech druhů map určených pro účastníky cestovního ruchu. Velmi významné a jedinečné je zaměření na kartografické produkty ze strany jejich uživatelů. Mapy by měly sloužit k jejich plné spokojenosti, měly by být prostředkem ke splnění jejich přání a potřeb. Nejdůležitější vlastností kartografických děl pro veřejnost je úplnost obsahu a informační náplň mapy vzhledem k potřebám uživatelů. Význam této práce tkví právě v pohledu na mapy a jejich obsah ze strany jejich uživatelů!

Práce je jistě vhodnou i pro prodávající, pro které je nejdůležitějším obchodním pravidlem spokojnost svých zákazníků. Pomocí této práce a zjištěné optimální informační náplně map mohou určit, které mapy je vhodné nabízet, které jsou svým obsahem pro jejich potenciální uživatele nejvhodnější.

11.3 Možné směry práce do budoucna

O problematice využívání kartografie v cestovním ruchu existuje jen málo odborných publikací, proto by bylo jistě přínosné v tomto mezioborovém tématu pokračovat a dále je rozpracovat.

Účastníci cestovního ruchu potřebují pro bezproblémovou orientaci v prostoru mapy. Měly by v nich být vyznačeny všechny jimi potřebné a pro ně užitečné informace, které by měly být uživatelsky vstřícně vizualizovány.

V další práci by bylo jistě vhodné probrat jednotlivé vizualizační techniky a určit, které se nejlépe hodí k jednotlivým znázorňovaným informacím, pomocí kvalitativních a kvantitativních výzkumů zjistit, které znázorňovací metody jsou pro uživatele map nejvhodnější a uživatelsky nej přijatelnější.

Nemělo by se také zapomínat na celou koncepci mapového produktu, který není tvořen pouze samotnou mapou, obsahuje i místopisné seznamy, turistické průvodce, mapy vedlejší, čtenou obrazovou a fotografickou dokumentaci.

Cílem dalších zkoumání by bylo vytvoření po všech stránkách uživatelsky optimálních produktů pro účastníky cestovního ruchu. Na jeho základě by bylo pro samotné uživatele i pro tvůrce a prodejce jistě užitečné vytvoření speciálního podrobného nástroje pro hodnocení produktů určených pro turistické účely odrážející obsahovou i vizualizační stránku celého díla založené na pohledu samotného uživatele, na jeho potřebách a přáních.

12 Seznam obrázků

Obrázek 1: Výřez z plánu Sevilly	63
Obrázek 2: Výřez z plánu Potenzy	63
Obrázek 3: Výřez z plánu Grenoblu	64
Obrázek 4: Výřez z plánu Imstu	64
Obrázek 5: Výřez okolí Macugnagy	66
Obrázek 6: Výřez okolí Horní Lomné	66
Obrázek 7: Výřez CHKO Kokořínsko	68
Obrázek 8: Výřez okolí Locri	71
Obrázek 9: Výřez CHKO Český ráj	71
Obrázek 10: Výřez okolí Obanu	72
Obrázek 11: Výřez okolí Campiglie	72

13 Seznam hodnocených map

13.1 Plány měst

Boskovice. 1:11 000, JN-kart, 2007
Čeladná. 1:14 500, Testudo, 2003
Doksy. 1:7 500, Prokart, 2003
Harrachov. Geodézie Krkonoše, 1997
Hranice. Alpro, 2001
Jihlava. 1:11 000, Geodézie Brno, 1999
Jiříkov. Milan Holenda, 2000
Kroměříž. 1:12 000, freytag&berndt
Lednice. TIC Lednice, 2000
Louny. 1:10 400, Garp production, 2006
Mikulov. DK Studio, 2004
Nový Jičín. B.A.T. Program, 2003
Nýdek. 3ADesign, 2006
Olomouc. 1:20 000, Machovský, 2005
Opava. 1:11 500, P.F. art, 2003
Pardubice. Creance, 2006
Písek. Daruma, 2001
Plzeň. Euroverlag, 2003
Prague. 1:15 000, Bema, Praha, 2004
Praha. 1:15 000, Julius Pufler, 2003
Praha. 1:10 000, Kartografie Praha, 1999
Praha. 1:16 000, SHOCart, 2006
Přerov. 1:14 000, JENA, 2004
Smržovka. 1:7 500, Kartografie HP, 2004
Uherské Hradiště. 1:10 000, Geodézie ČS, 2000
Ústěk. 1:7 500, Žaket, 2004
Vimperk. 1:8 500, Geodézie On Line, 2005
Prague. 1:7 000, ITMB, 2006
Malmö. Malmö stadsbyggnadskontour, 2004
Tel Aviv. 1:14 500, MAP, 1997
Sevilla. Vidal & Equipo
Boreaux. Latitude Cartagene, 2006
Grenoble. Art'graphi Créations
Lille. Etudes et cartographie, Lille, 2004
Lyon. Blay-Foldex
Alloa. Harvey
London. Cosmographics, 2005

London. 1:20 000, Collins, 2003
Oxford. 1:16 895, Geographers' A-Z Map Co., 2004
Windsor. 1:6 000, David Haslam Publishing, 2006
Dresden. 1:20 000, ADAC, 2006
Frankfurt am Main. 1:12 000, Berndtson & Berndtson, 2006
Imst. 1:22 500, Schubert & Franzke, 2006
Innsbruck. 1:12 500, Wanderland Verlag, 2003
Mayrhofen. 1:6 250, KOMPASS Karten a Verlag W. Mayr
Wien. 1:20 000, Kompass, 2006
Bielsko-Biala. 1:25 000, Witański, 2001
Cieszyn. 1:15 000, Charta, 2004
Jelenia Góra. 1:15 000, PLAN, 2004
Rzeszów. 1:15 000, OPGK, Rzeszów
Kraków. 1:5 000, Wydawnictwo Gauss, 2006
Kraków. 1:20 000, PPWK, 2001
Warszawa. 1:26 000, Demart, 2004
Warszawa. 1:25 000, Pietruska & Mierkiewicz, 2006
Bratislava. 1:20 000, Mapa Slovakia Plus, 2005
Bratislava. 1:8 500, Mapa Slovakia Plus, 2006
Martín. 1:10 000, VKÚ, Harmanec, 1996
Trenčín. 1:12 900, Oscar, 1999
Firenze. 1:7 000, Legenda
Genova. 1:10 000, Belletti Editore
Novara. 1:10 000, Grafema, 2006
Potenza. 1:7 000, DeAgostini, 2004
Rimini. M&T Studio Grafico, 2006
San Salvo. 1:10 000, Geoplan, 2005
Siracusa. Etabeta, 2005
Verona. 1:12 000, LAC

13.2 Turistické mapy pro pěší turisty

Beskydy. 1:50 000, Geodézie ČS, 2001
Beskydy, Javorníky. 1:100 000, Kartografie Praha, 2003
Beskydy, Ostravsko. 1:100 000, SHOCart, 2001
Hrubý Jeseník. 1:50 000, Trasa (Klub českých turistů), 2006
Jeseníky. 1:75 000, Janda Design, 2003
Křivoklátsko, Rakovnicko, Karlštejn. 1:50 000, SHOCart, 2002
Moravskoslezské Beskydy. 1:25 000, Progeo, 1994
NP Podyjí. 1:25 000, Rosy, 2004
NP Šumava-jih. 1:25 000, Geodézie On Line, 2005

Okolí Smržovky. 1:35 000, Kartografie HP, 2004
Ostravsko. 1:100 000, Kartografie Praha, 1995
Pavlovské vrchy. 1:75 000, Geodézie Brno, 1998
Zábřežsko, Šumpersko. 1:50 000, JENA, 1997
Malá Fatra. 1:75 000, R.G.T. Press a VKÚ, Harmanec, 2004
Malá Fatra. 1:50 000, VKÚ Harmanec, 2002
Malé Karpaty. 1:75 000, Mapa Slovakia, 1997
Orava. 1:100 000, R.G.T. Press, 2003
Beskid Ślaski. 1:50 000, Eko-Graf, 2006
Bieszczady. 1:75 000, PPWK, 2003
Dukla i okolice. 1:40 000, JTR Kartografia, 2000
Janów a Żarki. 1:50 000, Compass, 2004
Powiat Bielski. 1:50 000, Witanski, 2006
Hochstubaí. 1:25 000, Alpenverein, 1996
Ötztal. 1:50 000, freytag&berndt, 2004
Zillertaler Alpen. 1:35 000, KOMPASS Karten a Verlag W. Mayr, 2003
Cinque Terre. 1:50 000, Kompass
Corni di Canzo. 1:15 000, Mottarella
Lago di Como. 1:35 000, ZetaBeta Editrice, 2001
Monte Rosa. 1:50 000, Editoriale Domus a Legenda, 2006
Strade di Pietra. 1:30 000, Legenda, 2000
Valle di Ledro. 1:25 000, Nature Dynamics, 2004
Alta Valtelina. Emilio Longa
Landkofel. Tappeiner
La Vallée du Garon. 1:25 000, IGN a Latitude-Cartagène, 2004

13.3 Cykloturistické mapy

Český ráj. 1:80 000, Nakladatelství Jakoubě, 1999
Cykloráj Podralsko. 1:100 000, Geodézie On Line, 2006
Jihomoravský kraj. 1:185 000, freytag&berndt
Karlštejnsko, Křivoklátsko, Slapy. 1:70 000, Kartografie Praha, 2006
Krkonoše. 1:50 000, Václav Horák, 2001
Lipensko. 1:60 000, Machovský, 2005
Lužické hory, Českolipsko. 1:60 000, SHOCart, 2007
Mladoboleslavsko – Cyklotrasa Pojizerská. 1:50 000, Miroslav Horák, 2006
Moravice. 1:100 000, NORD Service a DOMOVINA, 1998
Na kole po jesenicko-nyském pohraničí. 1:75 000, PLAN, 2005
Okolí Brna – sever. 1:100 000. Trasa (Klub českých turistů), 2006
Permoníkova cyklotrasa. 1:50 000, 3A Design, 2003
Slovácko, Bílé Karpaty. 1:75 000, SHOCart, 2002

Táborsko. 1:37 500, PLANstudio, 2004
Vinařské stezky. Avedon, 2003
Z Prahy na kole JIHOZÁPAD. 1:65 000, Žaket, 2006
Clackmannanshire. 1:30 000, Harvey
Inradweg Maloja-Passau. 1:125 000, Schubert & Franzke, 2003
Ober Österreich. Kompass
Lomellina. 1:50 000. Greppi Editore, 2005
Valle di Ledro, 1:25 000, Nature Dynamics, 2004
Rakovica. 1:50 000, IC Rakovica

13.4 Ostatní outdoorové mapy

Boží dar a okolí. 1:25 000, Rosy 1992
Česká Kanada. 1:50 000, Topograf, 2006
Jeseníky. Machovský
Jizerské hory. 1:50 000, Žaket, 2006
Krušné hory. 1:75 000, SHOCart 2005
Liberecký kraj. Kartografie HP, 2005
Skiregion Žďársko. 1:35 000, Kartografie Praha, 2007
Žďárské vrchy. 1:55 000, Omphale
Vltava. 1:55 000, SHOCart, 1999
Lužnice, Nežárka. Prima, Tábor
Polabská jezdecká stezka. 1:75 000, SOS Art, 2005

13.5 Automapy

Česká republika, Slovenská republika. 1:200 000, Geodézie ČS, 2004
Česká republika. 1:500 000, freytag&berndt, 2006
Česká republika. 1:500 000, Kartografie Praha, 2005
Česká republika. 1:500 000, Žaket, 2006
Czech Republic. 1:850 000, PLANstudio, 2006
Maďarsko. 1:500 000, SHOCart, 2002
Slovenská republika. 1:100 000, VKÚ, Harmanec, 1999
Croazia. 1:1 000 000, Geodetski inštiut Slovenije, 2005
Deutschland. 1:300 000, Kunth, 1998
España. 1:1 500 000, GCAR S.L., 2000
France. 1:200 000, Michelin, 2001
Italia. 1:250 000, DeAgostini, 2002
Provincia di Lecce. 1:150 000, LAC
Provincia di Lodi. 1:175 000. Touring Club Italiano, 2005

Provincia di Reggio Calabria. 1:180 000. DeAgostini, 2004
Maďarsko. 1:250 000, DIMAP, 1999
Polska. 1:250 000, PPWK, 2003
Samos. 1:50 000, Road Editions
Corfu. 1:100 000, Adam Editions
Euskadi. A.G.Elkar, 2003
Niederösterreich. 1:375 000, Schubert & Franzke, 1996

13.6 Mapy s dominancí jedné tematiky

Camping CZ. 1:800 000, SHOCart
Campings – Karlsbader Region. Paret 2, 2005
Česká republika – Podzemí. B.A.T. Program, 2002
Hrady a zámky České republiky. Vectris Rožnov, 2002
Jižní Morava – vinohrady a vinné sklepy. SHOCart, 2000
Kempy Jihomoravského kraje. 1:400 000, freytag&berndt, 2006
Lázně České republiky. Agentura Krátký Production, 1998
Národní kulturní památky a památkové chráněná území v Pardubickém kraji. 1:150 000, SHOCart, 2005
Okres Bruntál – přírodní zajímavosti. 1:125 000, SHOCart 1999
Plzeňsko – Mapa kempů. Euroverlag
Pohádkové regiony Čech, Moravy a Slezska, 1:500 000, Geodézie ČS
Turistická známková místa. Kartografie Praha, 2005
Židovské památky Moravy a Slezska. Jako
Rybářská mapa východních Čech. SHOCart, 2004
Mapa autokempingov – Slovenská republika. 1:500 000, VKÚ, Harmanec, 1998
Parma e il suo territorio - I percorsi del romantico. Edita 2005
France – the wine country. DSM/Mason de la France, 2004
Camping. 1:500 000, Ed. Hölzl

13.7 Mapy propagující přednosti regionu

Czech Republic. 1:850 000, Terra, 2006
Karviná a okolí. 1:115 000, SHOCart 1999
Okres Hodonín. Okresní úřad Hodonín, 1998
Okres Pelhřimov. B.A.T. Program
Ústecký kraj. 1:170 000, Geodézie ČS, 2006
Ślask Opolski. 1:200 000, Art Media Consulting, 2006
Turystyka aktywna na pograniczu. 1:130 000, PLAN
Romania. 1:1 150 000, National Authority for Tourism

Crimea. 1:1 000 000, Ukrgeodezskartographia, 2003
Waldwiertel. 1:160 000, Kartographie
Loch Lomond. 1:150 000, Estate Publications
Crete. Eastern Create Development Organization
Portugal. 1:800 000, Foeways
Bratislava a okolie. Mapa Slovakia Plus, 2006
Corsica. Media Cartes, 2005
Cote-d'Or in Burgundy. 1:165 000, IGN a Côte-d'Or Tourisme, 2006
Midi-Pyrénées. 1:500 000, imapping, 2005
Morvan. Office du Tourisme Saint-Brisson
Nievre en Bourgogne. Actual, 2004
Nord-Pas de Calais. Actual, 2006
Poitou-Charentes. Maps Graphic
Septimanie. Point de Repere, 2005
Touraine. 1:266 250, IGN, 2005
Andalucía. 1:600 000, edantur
Cádiz. Galeote & Blot Publicidad
Avelino. Gruppo Associati Pubblitaf
Carta Turistica Laghi. 1:100 000. DeAgostini, 2003
Costa degli Etrusci. 1:100 000. Legenda, 2000
Parco delta de Po. Cirelli & Zanirato, 2005
Provincia di Bologna. 1:200 000, LAC

14 Seznam literatury

- BAHAIRE, T., ELLIOT-WHITE, M. (1999): The Application of Geographical Information Systems (GIS) in Sustainable Tourism Planning: A Review. *Journal of Sustainable Tourism*, 2/1999, s.159-174
- BARBOUR, D. (2001): Maps for Fun and Profit: One Small Company's Experience. *The Cartographic Journal*, 1/38, s. 81-85
- BEEDASY, J., WHYATT, D. (1999): Diverting the Tourists: A Spatial Decision-Support System for Tourism Planning on a Developing Island. *ITC-Journal*, 3-4/1999, s. 163-174
- BELKOVÁ, E. (1994): Tvorba pohledových map pomocí počítače. *Magisterská práce, Katedra kartografie a geoinformatiky, Př.f. UK*, 113 s.
- BLÁHA, J. D. (2005a): Hodnocení české kartografické tvorby pro školy z hlediska estetiky. *Magisterská práce, Katedra aplikované geoinformatiky a kartografie, Př.f. UK*, 135 s.
- BLÁHA, J. D. (2005b): Hodnocení kartografických děl z hlediska estetiky a uživatelské vstřícnosti. *Kartografické listy*, 2005, s. 14-24
- BLÁHA, J. D. (2006a): Návrh postupu hodnocení kartografických děl z hlediska estetiky a uživatelské vstřícnosti. *Geodetický a kartografický obzor*, 5/52, s. 92-97
- BLÁHA, J. D. (2006b): Vybrané metody kvantifikace a objektivizace hodnocení kartografických děl z hlediska estetiky a uživatelské vstřícnosti. *Aktivity v kartografii 2006 – Zborník referátov zo seminára, Kartografická spoločnosť Slovenskej republiky a Geografický ústav SAV, Bratislava*, s. 35-47
- BOFFI, M. (2004): *Scienza dell'informazione geografica – introduzione ai GIS*. Zanichelli editore, Bologna, 174 s.
- BOFFI, M. (2003): Note sui tipi di mappe e sui dati. *Texty přednášky Cartografia turistica, Università degli Studi Milano – Bicocca, Facoltà di Sociologia, Milano*, 24 s.
- BONAPACE, U. (1984): I progressi della cartografia turistica. In: *90 anni di turismo in Italia*. Touring Club Italiano, s. 56-65
- BROWN, A. (2000): Web Map And Tourists. In: Kraak, M. J., Brown, A.: *Web Cartography - developments and prospects*. Taylor & Francis, London, s. 123 – 133.

- BROWN, B., LAURIER, E. (2005a): Designing electronic maps: an ethnographic approach. In: Meng, L., Zipf, A., Reichenbacher, T.: Map-based mobile services – Theories, Methods and Implementations. Springer Verlag. Heidelberg, s. 247- 257.
- BROWN, B., LAURIER, E. (2005b): Maps & journeying: an ethnomethodological approach. *Cartographica*, 4(3), s. 17-33.
- BROWN, B., PERRY, M. (2002): Of maps and guidebooks: designing geographical technologies. In: Proceedings of Designing Interactive Systems. London, s. 246-254, <http://www.informatik.uni-trier.de/~ley/db/conf/ACMdis/ACMdis2002.html>
- BŘEŇ, S. D. (2003): Automapy určují kurz. *Zboží & prodej*, 11, č. 94, s. 60 – 62.
- CLARKE, L. M. (1989): An Experimental Investigation of the Communicative Efficiency of Point Symbols on Tourist Maps. *The Cartographic Journal*, 2/26, s. 105-110
- COLLINS-KREINER, N. (1997): Cartographic Characteristics of Current Christian Pilgrimage Maps of the Holy Land. *Cartographica*, 4/34, s. 45-54
- COLLINS-KREINER, N. (2005): Maps and Meaning: Reading the Map of the Holy Land. *The Qualitative Report*, 2/10, s. 257-275
- CRESTA, E., UBOLDI, L. (2001): *La cartografia turistica – Elementi di riflessione*. Librerie CUEM, Milano, 124 s.
- ČAPEK, R. a kol. (1992): *Geografická kartografie*. SPN, Praha, 373 s.
- ČERBA, O. (2006): Hodnocení map. Text přednášky Tematická kartografie, Západočeská univerzita, Plzeň, www.gis.zcu.cz/cgi-bin/to.en/studium/tka/Slides/hodnoceni_map.pdf
- DEL CASINO, V. J., HANNA, S. P. (2000): Representations and Identities in Tourism Map Spaces. *Progress in Human Geography* 1/2000, s. 23-46
- DEL CASINO, V. J., HANNA, S. P. (2003): *Mapping Tourism*. University of Minnesota Press, Minneapolis, 219 s.
- DILLEY, R. S. (1986): Tourist Brochures and Tourist Images. *The Canadian Geographer*, 30/1986, s. 59-65
- DISMAN, M. (2006): *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Nakladatelství Karolinum, Praha, 374 s.

DUDYCHA, D. J. (2003): Introduction to Cartography and Remote Sensing. Texty přednášky Geography 165, University of Waterloo, Faculty of Environmental Studies, Department of Geography, <http://www.fes.uwaterloo.ca/crs/geog165/index.htm>

DWYER, O. J. (2003): Memory on the Margins. In: Del Casino, V. J., Hanna, S. P. (2003): Mapping Tourism. University of Minnesota Press, Minneapolis, s. 28-50

FARSARI, Y., PRASTACOS P. (2003): GIS Contribution for the Evaluation and Planning of Tourism: A Sustainable Tourism Perspective. Proceedings of the International Leisure and Tourism Symposium, ESADE, Barcelona, 16 s.

FOOTE, K. E., CRUM, S. (2000): Cartographic Communication. The Geographer's Craft Project, Department of Geography, The University of Colorado at Boulder, http://www.colorado.edu/geography/gcraft/notes/cartocom/cartocom_f.html

FORREST, D., CASTNER, H. W. (1985): The Design and Perception of Point Symbols for Tourist Maps. The Cartographic Journal, 1/22, s. 11-19

FRANKLIN, P. (2001): Maps for Reluctant. The Cartographic Journal, 1/38, s. 87-90

GLEASON, V. (1987): Maps for Parklands. The American Cartographer, 3/14, s. 233-236

GRANT, L. A., KELLER, C. P. (1999): Content and Design of Canadian Provincial Travel Maps. Cartographica, 1/36, s. 51-61

GUERRA, F., BOUTOURA, CH. (2001): An Electronic Lens on Digital Tourist City-Maps. 7 s., http://circe.iuav.it/labfot/download/2001icc_electronic-lens.pdf

HAKE, G., GRUNREICH, D., MENG, L. (2002): Kartographie. Walter de Gruyter, Berlin, 604 s.

HALL, C. M., MULLER, D. K. (2004): Tourism, Mobility and Second Homes. Channel View Publications, Clevedon, 304 s.

HALL, C. M., PAGE, S. J. (1999): The Geography of Tourism and Recreation. Routledge, London/New York, 309 s.

HARVEY, R. (2001): Harveys and Walking Maps. The Cartographic Journal, 1/38, s. 73-80

HENDL, J. (1997): Úvod do kvalitativního výzkumu. Karolinum, Praha, 243 s.

HENDL, J. (2005): Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Portál, Praha, 408 s.

HOJOVEC, V. (1987): Kartografie. GKP, Praha, 660 s.

HOLEČEK, M., MARIOT, P., STRÍDA, M. (1999): Zeměpis cestovního ruchu. ČGS, Praha, 99s.

HYBÁŠEK, J. (1993): Topografická a tématická kartografie. CERM, Brno, 84 s.

IMHOF, E (1972): Thematische Kartographie. Walter de Gruyter, Berlin/New York, s.360

INNOCENTI, G. (2002): Geografia del turismo. Carocci editore, Roma, 221 s.

JACOBSEN, E. E. (2000): Concepts and Language Mechanisms in Software Modelling. Disertační práce. Faculty of Science and Engineering, University of Southern Denmark, Odense, 153 s.

JÍROVCOVÁ, M. (2001): Metody kvalitativního výzkumu a jejich využití v demografii (jejich aplikace na výzkum ukrajinské komunity v Čechách). Magisterská práce, Katedra demografie a geodemografie, Př.f. UK, 60 s.

JONES, Ch. (1997): Geographical Information Systems and Computer Cartography. Pearson Education, Harlow, 319 s.

KANIS, J. (1997): Česká kartografie v r. 1997. www.zememeric.cz/11-97/czkart.html

KAŇOK, J., VOŽENÍLEK, V. (1998): Apel aneb pozor na kartografii. Geoinfo, 6/98, s. 4-6.

KAŇOK, J. (1999): Tematická kartografie. Ostravská univerzita v Ostravě, Ostrava, 318 s.

KAPROWSKI, W. (1973): Potrzeba opracowywania map turystycznych na podkladzie mapy topograficznej. In: Problemy kartografii turystycznej, Materiały Ogólnopolskich Konferencji Kartograficznych Kraków 1970, Kraków-Warszawa, s. 46-51

KARANIKOLAS, N., SARAFIDIS, D. (2006): Tourist Cartography on the Internet, a Proposal for the City of Thessaloniki. In: Bandrova, T.: International Conference on Cartography and GIS, Borovets, 9 s., http://www.datamap-bg.com/conference_cd

KINNEAR, P. R., WOOD, M. (1987): Memory for topographic contour maps. British journal of psychology, 3/78, s. 395-402

KONEČNÝ, M. (2005): Multimediální učebnice kartografie a geoinformatiky. Geografický ústav PřF MU Brno, <http://www.geogr.muni.cz/ucebnice/kartografie>

KOKKONEN, P., PELTONEN, A. (1999) - Mapping Lakelands: Challenges of Map Design for Tourism. Proceedings of the 19th International Cartographic Conference, Ottawa, 7 s., <http://karttaikkuna.sicom.fi/lakeland.pdf>

KOPEĆ, W. (2006): Przemiany prezentacji treści turystycznej na planach miasta Łodzi wydanych po 1989 roku. *Turyzm*, 2/2006, s. 121 – 128.

KORYCKA-SKORUPA, J. (2002a): Od danych do mapy. Část I. *Polski Przegląd Kartograficzny*, 2/2002, s. 91 – 102.

KORYCKA-SKORUPA, J. (2002b): Od danych do mapy. Část II. *Polski Przegląd Kartograficzny*, 3/2002, s. 175 – 188.

KOVAŘÍK, J., VEVERKA, B. (1980): *Kartografická tvorba*. Vydavatelství ČVUT, Praha, 180 s.

KOWALCZYK, A. (2000): *Geografia turizmu*. Wydawnictwo Naukowe PWN SA, Warszawa, 287 s.

KOWALCZYK, A. (2002): Miejsce mapy w turystycznych materiałach promocyjnych. In: Szwichenberg, A.: *Kreowanie wizerunku turystycznego regionów, gmin i miast*, *Zeszyty Naukowe Wydziału Ekonomii i Zarządzania*, 9, Politechnika Koszalińska, Koszalin, s. 33-40

KRAAK, M.-J. (2006): Maps, Influence and Being Influenced. *Kartographische Nachrichten*, 3/56, s. 127-131

KUDRNOVSKÝ, E. (2003a): Kartografické hodnocení cykloturistických map na současném trhu v České republice. *Geodetický a kartografický obzor*, 5/49, s. 90-97

KUDRNOVSKÝ, E. (2003b): Návrh znakového klíče cykloturistického obsahu map pro volný čas. *Kartografické listy*, 2003, s.37-45

LINDBERG, E. (1997): Finnish tourist brochure maps and their information value. Abstrakt magisterské práce, Department of Surveying, Helsinki University of Technology, <http://www.tkk.fi/Units/Cartography/theses/master/1997/Lindberg.htm>

MCADAM, D. (1999) The Value and Scope of Geographical Information Systems in Tourism Management. *Journal of Sustainable Tourism*, 1/1999, s. 77-92

- MACEACHREN, A. M. (1982): The Role of Complexity and Symbolization Method in Thematic Map Effectiveness. *Annals of the Association of American Geographers*, 4/72, s. 495-513
- MACEACHREN, A. M. (2004): *How Maps Work – Representation, Visualization, and Design*. The Guilford Press, New York, 513 s.
- MALING, D. (1988): Maps for Mountaineers. *The Cartographic Journal*, 1/25, s. 29-36
- MARIOT, P. (1983): *Geografia cestovného ruchu*. VEDA, Bratislava, 245 s.
- MIKLOŠÍK, F. (2005): *Teorie řízení v kartografii a geoinformatice*. Karolinum, Praha, 263 s.
- MIKŠOVSKÝ, M. (1987): *Kartografie*. GKP, Praha, 209 s.
- MIKŠOVSKÝ, M. (2006): Activities of the State and Private Cartography in the Czech Republic. In: *Kartografia w nowej ekonomicznej i politycznej sytuacji we Wschodniej i Centralnej Europie*, Sborník abstraktů z konference, Wrocław, s. 39-43, http://www.gislab.ar.wroc.pl/SKP/7/Konf_SKP_Book%20of%20Abstract.pdf
- MONMONIER, M. (2000): *Proč mapy lžou*. Computer Press, Praha, 221 s.
- MORANDA, S.(2000): *Maps, Markers and Bodies: Hikers Constructing the Nation in German Forests*. Seminární práce, University of Wisconsin - Madison, *Geography* 918, 35 s., <http://www.nationalismproject.org/pdf/moranda.pdf>
- MUEHRCKE, P. C., MUEHRCKE J. O. (1992): *MAP USE – Reading, Analysis and Interpretation*. 3rd Edition, JP Publications, Madison, 631 s.
- MURDYCH, Z. (1978): *Koncept a kresba map*. SPN, Praha, 151 s.
- MURDYCH, Z. (1983a): *Tematická kartografie I*. SPN, Praha, 196 s.
- MURDYCH, Z. (1983b): *Tematická kartografie II*. SPN, Praha, 178 s.
- MURDYCH, Z. (1987): *Tematická kartografie*. MŠMT, Praha, 248 s.
- NAEF, M. (2006): Carte turistiche di Terni e provincia. *La cartografia*, 10/4, s. 6-15
- NICHOLSON, T. (2004): Cycling and Motoring Maps in Western Europe 1885–1960. *The Cartographic Journal*, 3/41, s. 181-215

- NORRIE, M., SIGNER, B. (2005): Overlaying Paper Maps with Digital Information Services for Tourists. In: Proceedings of ENTER 2005, 12th International Conference on Information Technology and Travel & Tourism, Innsbruck, 12 s.
<http://www.globis.ethz.ch/script/publication/download?docid=374>
- NOVÁK, V., MURDYCH, Z. (1988): Kartografie a topografie. SPN, Praha, 318 s.
- NOVÁKOVÁ, E. (2004): Vnímání dopadů cestovního ruchu rezidenty Českého ráje. Magisterská práce, Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, Př.f. UK, 108 s.
- OLIVER, R. (2001): Mapping for Cycle Touring in Britain; Past, present, and a Possible Future. *The Cartographic Journal*, 1/38, s. 48-60
- OSTROWSKI, W., OSTROWSKI, J. (1973): Zagadnienie turystyczno-informacyjnych planow miast. In: *Problemy kartografii turystycznej, Materiały Ogólnopolskich Konferencji Kartograficznych Kraków 1970*, Kraków-Warszawa, s. 19-24
- OSTROWSKI, W., OSTROWSKI, J. (1975): Zakres treści i rozwiązanie graficzne turystycznych planów miast. *Polski Przegląd Kartograficzny*, 1/1975, s. 7-12
- PAWLAK, W. (1973): Rzeźba terenu na mapie turystycznej. In: *Problemy kartografii turystycznej, Materiały Ogólnopolskich Konferencji Kartograficznych Kraków 1970*, Kraków-Warszawa, s. 52-59
- PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. (2002): Výkladový slovník cestovního ruchu. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha, 448 s.
- PÁSKOVÁ, M. (2003): Změny geografického prostředí vyvolané rozvojem cestovního ruchu ve světle kriticko-realistické metodologie. Disertační práce, Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, Př. f. UK, 200 s.
- PEARCE, P. L., BLACK, N. (1984): Dimensions of National Park Maps: A Psychological Evaluation. *Cartography*, 3/13, s. 189-203
- PELTONEN, A. (2003): Mapping Lakes for Tourists - Some Examples of Correct Messages but Wrong Conceptions. *Muuttuva Matkailu*, 2/2003, s. 57-63
- PETRIE, G. (2001): John Keates and Recreation Mapping: Personal Recollections. *Cartographic Journal*, 1/38, s. 7-17
- PETRUSEK, M. (1993): Teorie a metoda v moderní sociologii. Karolinum, Praha, 204 s.

- PHILLIPS, R. J. (1990): An Experimental Approach to the Design of Cartographic Symbols. *Applied Cognitive Psychology* 4, s. 485-497
- PORTER, R., TARRANT, M. (2001): A Case Study of Environmental Justice and Federal Tourism Sites in Southern Appalachia: A GIS Application. *Journal of Travel Research*, 40/2001, s. 27-40
- PRESTON, P. R. (1980): Six Road Maps of Tasmania: An assessment. *Cartography*, 3/11, s. 153-160
- RATAJSKI, L. (1973a): *Metodika kartografii społeczno-gospodarczej*. PPWK, Warszawa, 380 s.
- RATAJSKI, L. (1973b): Problematyka międzynarodowej unifikacji znaków kartograficznych i jej zastosowanie do map turystycznych. In: *Problemy kartografii turystycznej, Materiały Ogólnopolskich Konferencji Kartograficznych Kraków 1970*, Kraków-Warszawa, s. 74-78
- ROBINSON, A. H., MORRISON, J. L., MUEHRCKE, P. C., KIMERLING, A. J., GUPTILL, S. C. (1995): *Elements of Cartography*. 6th edition, John Wiley & Sons, Toronto, 674 s.
- ROSSI, V., NAEF, M. (2006): La nuovissima cartografia multifunzionale. *La cartografia*, 11/4, s. 16-25
- SEATON, T., MCWILLIAM, F. (1995): Mapping for Pleasure, *Geographical*, 2/67, s. 38-40
- SELVINI, A., GUZZETTI, F. (1999): *Cartografia generale – tematica e numerica*. Unione Tipografico-Editrice Torinese, Torino, 358 s.
- SHIELDS, R. (2003): Political Tourism. In: Del Casino, V. J., Hanna, S. P. (2003): *Mapping Tourism*. University of Minnesota Press, Minneapolis, s. 1-27
- SIWICKI, M. (2005): *Mapy górskie*. <http://www.mapyatr.net/CECHY/cechy.htm>
- SPENCE, M. (2001): Mapping the Waterways. *The Cartographic Journal*, 1/38, s. 91-102
- SPENCE, M. (2003): Changes in Commercial Cartography in the UK and Prospects for the Future. *The Cartographic Journal*, 2/40, s. 117-119
- STRAUSS, A., CORBINOVÁ, J. (1999): *Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Nakladatelství Albert. Boskovice, 195 s.

ŠTĚPÁNEK, V., KOPAČKA, L., ŠÍP, J. (2001): Geografie cestovního ruchu. Skriptum Přírodovědecké fakulty UK a Jihočeské univerzity, Karolinum, Praha, 228 s.

ŠTYRSKÝ, J. (2005): Mentální mapy v cestovním ruchu. COT Business, 2/2005, s. 64-66

TOMASIAK, M. (2003): Ogólnoinformacyjny plan miasta Lubartowa. Praca magisterska. Uniwersytet Marii Curie – Skłodowskiej w Lublinie, Lublin, 65 s.

TVERSKY, B. (2003), Some Ways that Maps and Diagrams Communicate. Department of Psychology, Stanford University, Stanford, 8 s.,

<http://graphics.stanford.edu/projects/depict/documents/mapscommunicate.pdf>

URRY, J. (1990): The Tourist Gaze. SAGE, London, 176 s.

Úvod do geografie a cestovního ruchu. www.svrr.zcu.cz/Geografiecestovnihoruchu.doc, 71 s.

VAN LEEUWEN, A. W. S., VAN ELZAKKER, C. P. J. M., MASSOP, E. (2001): Investigations into the Use of Dutch Cycling Maps and their Results. The Cartographic Journal, 1/38, s. 41-47

VYČICHLO, P. (2004): Mapy, atlasy a průvodci. Zboží & prodej, 12, č. 107, s. 67.

VEVERKA, B. (1995): Topografická a tematická kartografie. Vydavatelství ČVUT, Praha, 202 s.

VOŽENÍLEK, V. (1999): Aplikovaná kartografie I.-tematické mapy. Univerzita Palackého v Olomouci, Olomouc, 168 s.

VOŽENÍLEK, V., KAŇOK, J. (1999): Tvorba tematických map v GIS – 1. část. Geoinfo, 4/99, příloha ŠKOLA, 20 s.

Výsledky ankety v Cykloatlase ČESKO.

www.shocart.cz/cs/story.php?zprava=175&rubrika=2

WEGER, G. (1999): Cartographie. École Nationale des Sciences Géographiques, Marne-la-Vallée Cedex, 141 s.

- WOKOUN, R., VYSTOUPIL, J. (1987): Geografie cestovního ruchu a rekreace I. SPN, Praha, 250 s.
- WOOD, D. (1992): The Power of Maps. The Guilford Press, New York/London, 248 s.
- WOOD, M. (2001): The Mountain Panorama and Its Significance in the Scottish Context. *Cartographica*, 1-2/38, s. 103-118
- WOOD, M. (2003): Some Personal Reflections on Change . . . The Past and Future of Cartography. *The Cartographic Journal*, 2/40, s. 111-115
- YARNAL, C. M. M., COULSON, M. R. C. (1982): Recreational Map Design and Map Use: An Experiment. *The Cartographic Journal*, 1/19, s. 16-27
- ZAHRADNÍČKOVÁ, J. (2006): Možnosti cykloturistiky v okolí Dalešické přehrady. Bakalářská práce. Katedra sportovní edukace, Fakulta sportovních studií MU, 47 s.
- ZELENKA, J. (2004): Kognitivní matrice a jejich dynamické změny. Rozbor řešení projektu 406/03/0115 GAČR. Univerzita Hradec Králové, 96 s.
- ZIPF, A. (2002): User-Adaptive Maps for Location-Based Services (LBC) for Tourism. *Proceedings of the International Conference in Innsbruck*, Springer-Verlag, Wien, s. 329-338
- ZMRZLÍK, J. (2001): Kartografie. Seminární práce z geografie. Gymnázium Karviná, Karviná, 16 s.
- ZMRZLÍK, J. (2004): Využití tematické kartografie v cestovním ruchu. Ročníková práce. Katedra aplikované geoinformatiky a kartografie, Př.f. UK, 56 s.
- ZMRZLÍK, J. (2005a): Abecední seznam firem na českém kartografickém trhu.
<http://www.zememeric.cz/default.php?clanek.php?zaznam=1647>
<http://www.geoinformace.cz/index.php?id=1647>
- ZMRZLÍK, J. (2005b): Český komerční kartografický trh. *Zeměměřič*, 4/2005, s. 10-11
- ZMRZLÍK, J. (2005c): Historie českého komerčního kartografického trhu. *Zeměměřič*, 3/2005, s. 29
- ZMRZLÍK, J. (2005d): Hodnocení vybraných plánů měst. *Zeměměřič*, 12/2005, s. 12-13
- ZMRZLÍK, J. (2005e): Novinky na českém kartografickém trhu. *Zeměměřič*, 5/2005, s. 12-13

ZMRZLÍK, J. (2006a): Geodézie ČS v rukou Kartografie Prahy.
<http://www.zememeric.cz/default.php?clanek.php?zaznam=2288>
<http://www.geoinformace.cz/index.php?id=2288>

ZMRZLÍK, J. (2006b): Kartografie na veletrzích cestovního ruchu. *Zeměměřič*, 5/2006, s. 16

ZMRZLÍK, J. (2006c): Ohlédnutí za Frankfurter Buchmesse.
<http://www.zememeric.cz/default.php?clanek.php?zaznam=2341>
<http://www.geoinformace.cz/index.php?id=2341>

ZMRZLÍK, J. (2006d): Svět knihy Praha – „Svátek kartografie“.
<http://www.zememeric.cz/default.php?clanek.php?zaznam=2105>
<http://www.geoinformace.cz/index.php?id=2105>
<http://www.shocart.cz/cs/story.php?zprava=98&rubrika=1>

ZMRZLÍK, J. (2006e): VKÚ je už také v České republice.
<http://www.zememeric.cz/default.php?clanek.php?zaznam=2291>
<http://www.geoinformace.cz/index.php?id=2291>

15 Seznam pramenů

Advanced map reading made easy. Materiály britského zeměměřičského úřadu, Ordnance Survey, Southampton, 12 s., http://62.25.96.205/leisure/mapreading/pdfs/adv_map_reading.pdf

CADforum

<http://www.cadforum.cz>

Cartographie routière - Les cartes régionales. IGN Magazine, 5/2001, s. 6-8

Géomarketing et tourisme. IGN Magazine, 5-6/2004, s. 12-13

Introduction to maps. Materiály britského zeměměřičského úřadu, Ordnance Survey, Southampton, 8 s., http://62.25.96.205/leisure/mapreading/pdfs/intro_to_maps.pdf

Les éléments constitutifs de la carte. Materiály francouzského národního geografického institutu, IGN, Paris, 4 s.,

<http://www.ign.fr/telechargement/education/fiches/lecture/elements.pdf>

Lire et utiliser une carte. Materiály francouzského národního geografického institutu, IGN, Paris, 4 s., http://www.ign.fr/telechargement/education/fiches/lecture/lire_carte.pdf

Map reading made easy. Materiály britského zeměměřičského úřadu, Ordnance Survey, Southampton, 12 s., http://62.25.96.205/leisure/mapreading/pdfs/map_reading_made_easy.pdf

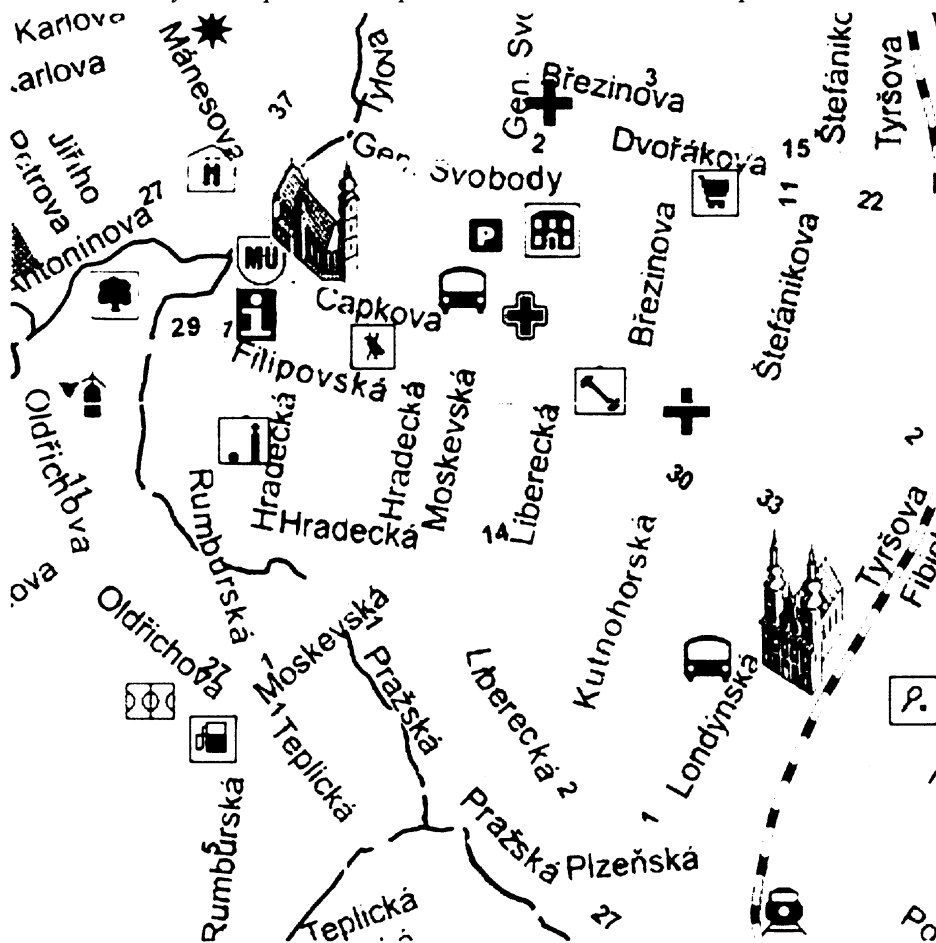
Obec Špindlerův Mlýn. www.spindleruv-mlyn.cz

Se représenter le terrain d'après la carte. Materiály francouzského národního geografického institutu, IGN, Paris, 7 s., <http://www.ign.fr/telechargement/education/fiches/lecture/terrain.pdf>

World Trade Organization

www.unwto.org

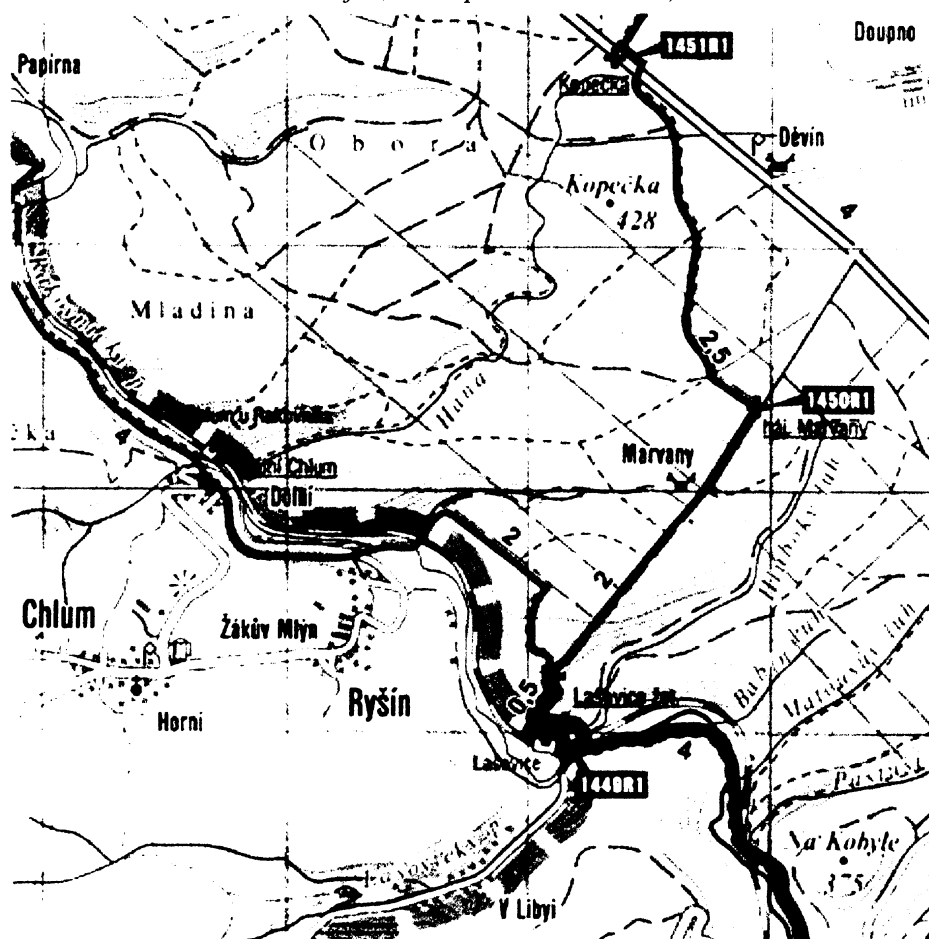
Priloha č. 1: Výřez z upraveného plánu města Jiřikov (150 % původní velikosti)



Zdroj: Plán města Jiřikov. Milan Holenda, 2000

Do plánu byly dodatečně vizualizovány informace o vzhledu kostelů, které jsou nejvýznamnějšími pamětihodnostmi města. Přidány byla také: turistické informační centrum, historická architektonická stavba, park, supermarket, lékárna, autobusové zastávky v centru města, benzinová čerpací stanice, posilovna, bowling (tělocvična), společenský sál a tenisové kurty. Pro snazší orientaci ve městě mapa obsahuje uliční síť s popisnými čísly domů.

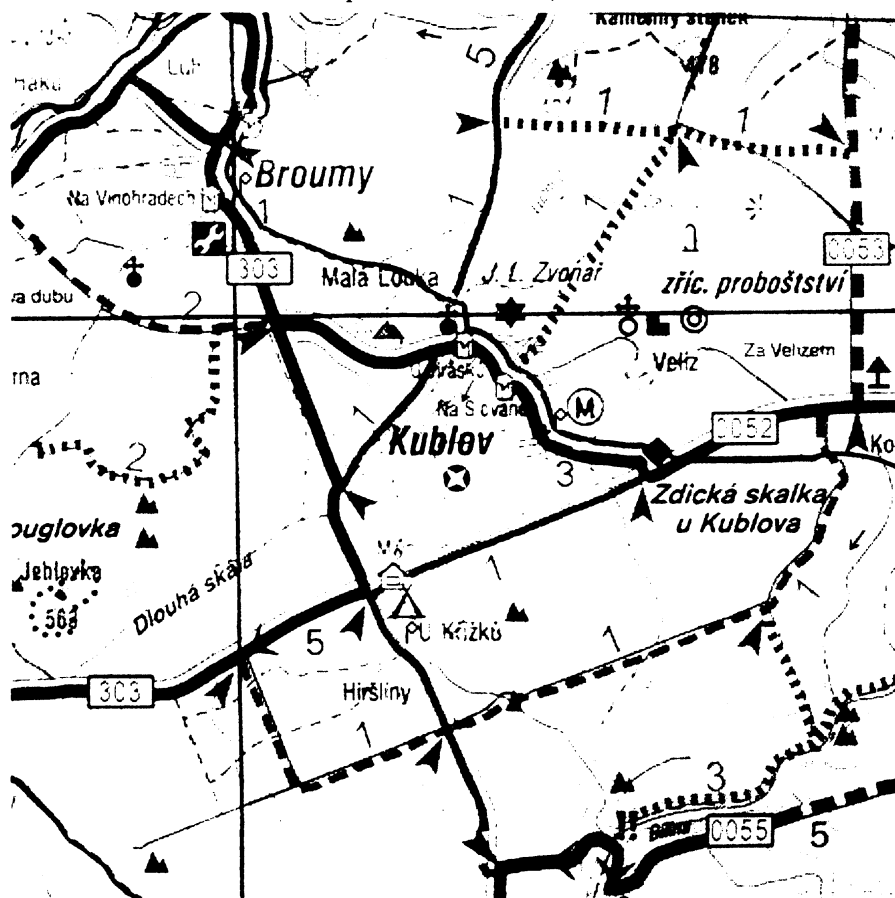
Príloha č. 2: Výřez z upravené turistické mapy pro pěší turisty Křivoklátsko, Rakovnícko, Karlštejn (150% původní velikosti)



Zdroj: Křivoklátsko, Rakovnícko, Karlštejn. 1:50 000, SHOCart, 2002

Do turistické mapy pro pěší turisty byla dodatečně přidána kilometráž jednotlivých úseků značených stezek mezi turistickými rozcestníky, zastávkami autobusů a místem rozhledu.

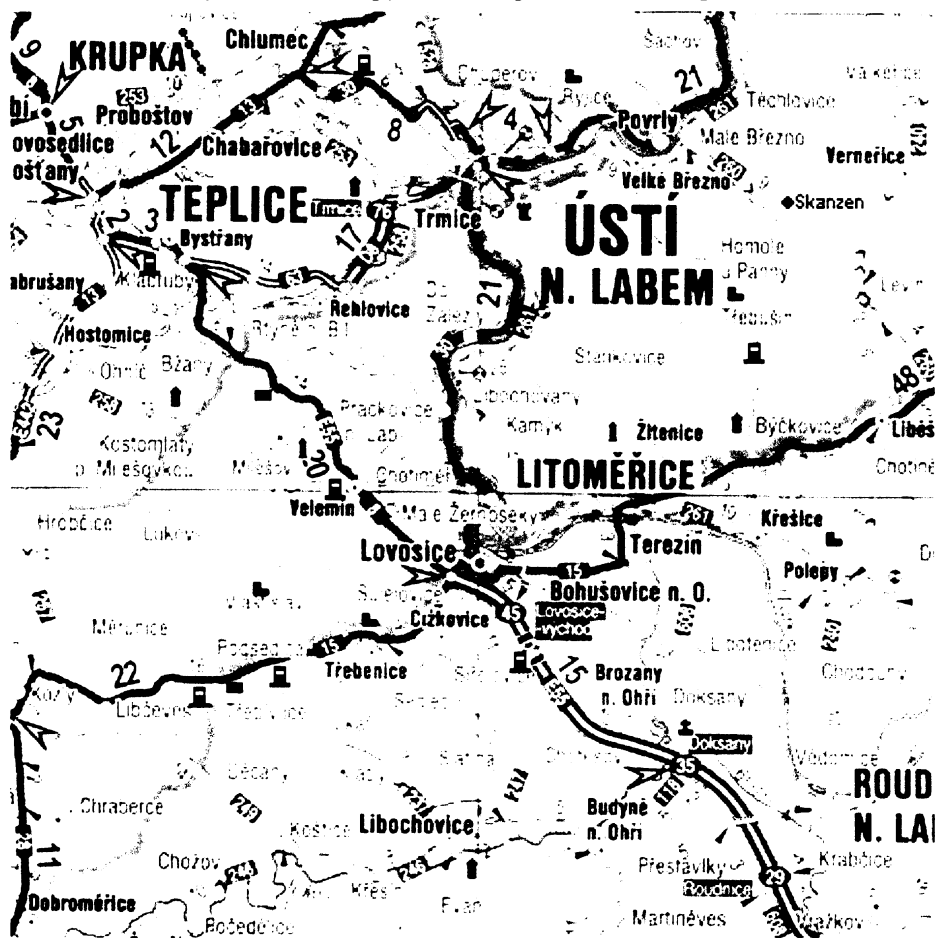
Příloha č. 3: Výřez z upravené cykloturistické mapy Karlštejnsko, Křivoklátsko, Slapy. (150% původní velikosti)



Zdroj: Karlštejnsko, Křivoklátsko, Slapy. 1:70 000, Kartografie Praha, 2006

Do cykloturistické mapy byly vizualizovány v krajině neznačené cesty, rozlišeny byly podle sjízdnosti na cesty zpevněné dobře sjízdné, cesty terénní po lesních a polních cestách a cesty terénní jen obtížně sjízdné. U jednotlivých úseků cest je rovněž uvedena kilometráž. Do mapy byly také přidány mapové značky cykloservisu, autobusové zastávky, lidové architektury a místa rozhledu.

Priloha č. 4: Výřez z automapy Česká republika (150% původní velikosti)



Zdroj: Česká republika. 1:500 000, freytag&berndt, 2006

Na automapě lze nově lokalizovat nejvýznamnější pamětihodnosti v krajině (hrady, zámky, zříceniny, kláštery), další pozoruhodná místa (skanzen), rozhledny, koupaliště, lanovky. Pro motoristy jsou nezbytné čerpací stanice. Rovněž můžeme zjistit, kde se rozkládá chráněná krajinná oblast.