

Univerzita Karlova

Filozofická fakulta

Ústav obecné lingvistiky

Diplomová práce

Bc. Kateřina Hanušová

**Jazykový management na objektech s
organizovanou prohlídkou**

**Language management in historic buildings
with organized tours**

Praha 2018

Vedoucí práce: Mgr. Tamah Sherman, Ph.D.

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí práce za její podnětné a srozumitelné připomínky a trpělivé vedení. Dále bych ráda poděkovala zaměstnancům NPÚ, kteří se podíleli na výzkumu a umožnili mi tak tuto práci napsat.

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

V Praze dne 18.8.2018

Bc. Kateřina Hanušová

Diplomová práce pojednává o jazykovém managementu na šesti památkových objektech pod správou Národního památkového ústavu. Tyto objekty byly sledovány z několika hledisek. Prvním hlediskem byl organizovaný jazykový management, a to především užívání jazyků při komunikaci s návštěvníky, při propagaci objektu a organizaci prohlídek. Z hlediska jazykové krajiny se jednalo především o orientační a informační systém jednotlivých památek, který se ukázal jako stěžejní pro zkoumání užívání různých jazyků v prostoru. V neposlední řadě byla předmětem výzkumu otázka, jaké jazykové ideologie ovlivňují procesy rozhodování, k nimž v organizaci jazyků dochází, a jak tyto ideologie utvářejí jazykové hierarchie. Posledním sledovaným aspektem je organizační struktura NPÚ a úrovně, na nichž k jednotlivým rozhodnutím o jazyce dochází. Práce si klade za cíl popsat chod těchto objektů z výše zmíněných hledisek a přiblížit tak proces jazykového managementu v turistické sféře.

Klíčová slova: Jazykový management, jazyková krajina, turismus, multilingvismus, NPÚ

The presented thesis studies the language management of six historical objects currently maintained by the National Heritage Institute (NHI). With each, several different aspects were studied. Firstly, the aspect of organized language management, particularly the use of language when communicating with visitors, presenting the object publicly and organizing tours. The linguistic landscape analysis focused primarily on the visitor information system of each of the heritage objects. This provided crucial data for the study of the spatial use and distribution of languages. Furthermore, the matter of language ideologies and their influence on the language hierarchies was addressed. The last, aspect to be scrutinized, was the organizational structure of the NHI, particularly the levels responsible for language-related decisions. The thesis aims to describe the workings of such heritage sites from the aforementioned viewpoints, thus illustrating the language management process in the tourist industry.

Key Words: Language management, linguistic landscape, tourism, multilingualism, NPÚ

Obsah

1. Úvod.....	7
2. Teoretický základ.....	8
2.1 Jazykový management.....	8
2.2 Jazykové hierarchie.....	10
2.3 Jazykové ideologie.....	10
2.4 Jazyková krajina.....	11
3. Metoda.....	13
4. NPÚ.....	15
Předchůdci NPÚ.....	15
Současná struktura NPÚ.....	16
5. Objekty.....	18
5.1 Český Krumlov.....	19
5.2 Hluboká.....	22
5.3 Červená Lhota.....	25
5.4 Dačice.....	28
5.5 Landštejn.....	29
5.6 Vimperk.....	31
6. Úrovně jazykového managementu.....	34
6.1 Ministerstvo kultury.....	34
6.2 Generální ředitelství.....	34
6.3 Územní památková správa.....	37
6.4 Vedení objektu.....	38
6.5 Průvodci.....	46
7. Jazykové ideologie.....	51
8. Jazykové hierarchie.....	52
9. Jazyková krajina.....	55
10. Diskuze.....	58
11. Závěr.....	61
12. Literatura a zdroje.....	62

1. Úvod

Tato diplomová práce se bude zabývat organizovaným jazykovým managementem na památkových objektech, a to konkrétně na památkových objektech ve správě Národního památkového ústavu (dále NPÚ), spadajícího pod Ministerstvo Kultury. Jedná se tedy o památky spravované státem, které všechny spadají pod jediného vlastníka. Na rozdíl od objektů v soukromém vlastnictví je tedy rozhodování o objektech ve správě NPÚ centralizováno a má jasně danou podnikovou strukturu. Tento široký okruh více než stovky objektů byl pro účely výzkumu zúžen na šest objektů ve správě jihočeské větve NPÚ (viz kapitolu 4.1), které byly vybrány na základě své návštěvnosti, polohy a významnosti.

Cílem práce je zmapovat jazykovou situaci na sledovaných památkových objektech z několika hledisek. Tím hlavním je podoba organizovaného jazykového managementu a jeho realizace v chodu objektu, což je předmětem kapitoly 5. Dále podoba daných jazykových rozhodnutí a úrovně, na nichž k těmto rozhodnutím dochází v rámci organizace NPÚ, což je předmětem kapitoly 6. V této kapitole se nejvíce projeví rozdílné přístupy jednotlivých složek managementu NPÚ. Jazykové ideologie stojící za jednotlivými jazykovými rozhodnutími a projevující se při organizovaném jazykovém managementu na objektech jsou popsány v kapitole 7. V neposlední řadě sem pak patří otázka, jakým způsobem jsou jazyky v rámci sledovaných objektů hierarchizovány, což je předmětem kapitoly 8. Poslední součástí této práce je rozbor jazykové krajiny na základě několika příkladů cedulí týkajících se sledovaných objektů v kapitole 9.

Výzkumné otázky, které by tato práce měla zodpovědět, jsou následující:

Jak vypadá cizojazyčná nabídka na objektech?

Jakým způsobem jsou realizovány návštěvy zahraničních návštěvníků?

Jakým způsobem ovlivňují jazykové požadavky přijímání zaměstnanců?

Jaké jazyky se užívají při propagaci památek?

Na jakých úrovních NPÚ dochází k jednotlivým rozhodnutím o jazyce?

Jaké jazykové ideologie se projevují v managementu problematických situací?

Existuje mezi používanými jazyky nějaká hierarchie?

Projevuje se tato hierarchie v jazykové krajině?

2. Teoretický základ

2.1 Jazykový management

Teorie jazykového managementu sahá do období 70. až 80. let minulého století. Jazykový management vychází z teorie jazykové korekce (Neustupný 1978, citováno z Nekvapil et al. 2013). Později byl formulován samotný management jako směr k jazykovým problémům a jejich řešení.

V teorii jazykového managementu lze hledat paralely s jazykovým plánováním, které se začalo vyvíjet už v 60. letech minulého století. Jazykové plánování bylo zaměřeno na celou společnost, nezabývalo se jednotlivými interakcemi, ale jednalo se o součást sociálního plánování. To vyžadovalo politickou autoritu, například státní, která jazykové plánování prováděla (Nekvapil 2012: 6).

Naopak teorie jazykového managementu, jak ji Neustupný popsal, se přesunula od makroúrovně směrem na mikroúroveň, na úroveň komunikačních aktů. Stále ještě do této teorie spadá i organizovaný management, ale teorie sama vychází z jednotlivých interakcí, které ovlivňují výsledné plánování na mikro- i makroúrovni.

Autoři vyčleňují jednoduchý a organizovaný jazykový management. Jednoduchý jazykový management se zabývá samotnými interakcemi, při nichž dochází k metajazykovému chování (Jernudd & Neustupný 1987, citováno z Neustupný & Nekvapil 2003). V příkladu památkových objektů by bylo možné považovat za takové situace interakce na pokladně mezi pokladní a cizojazyčnými návštěvníky nebo interakce mezi průvodcem a těmito návštěvníky. Vyznačuje se okamžitým řešením, tedy problém se vyskytne a je vyřešen, zatímco konverzace pokračuje.

Na druhou stranu organizovaný jazykový management neprobíhá při jedné konkrétní situaci, ale jedná se o systematické přizpůsobování užívání jazyka idealizovanému stavu. Často bývá institucionalizován a ovlivněn jazykovou ideologií (Neustupný & Nekvapil 2003: 185). V případě památkových objektů sem spadá většina rozhodnutí o jazyce, která učiní jedna z úrovní managementu objektu, často se jedná o plošná rozhodnutí pro více objektů či všechny prohlídky, oproti okamžitým rozhodnutím v jednotlivých interakcích.

Oproti managementu jednoduchému podléhá tento delšímu cyklu úvah a většímu množství jednotlivců, kteří se na něm podílejí. Z tohoto hlediska ho lze nazvat komplexnějším, zároveň však také náchylnějším k narušení cyklu rozpoznání chyb a implementace oprav. Taktéž samotná organizace jazyků je složitější a může mít více podob.

Cyklus jazykového managementu má čtyři fáze, během nichž dochází k vyhodnocení jazykových problémů (Neustupný & Nekvapil 2003: 185). První fází je povšimnutí. Jedná se o zachycení momentu, kdy v komunikaci nastalo místo vyžadující jazykový management. Ať už to bylo přerušnutí, nepochopení obou komunikačních partnerů nebo výraz, který posluchač vnímá jinak než mluvčí, jedná se o místo, kde konverzace nemůže pokračovat.

V takovém případě nastává druhá fáze, fáze hodnocení. V této fázi posluchač i mluvčí hodnotí, jak tuto odchylku hodnotí, zda negativně, pozitivně či neutrálně.

Na základě tohoto rozhodnutí dojde k plánování úpravy, která má za cíl danou překážku v konverzaci odstranit.

Následně může dojít k úpravě daného jevu, a to mluvčím i posluchačem. Tato úprava následně umožní pokračovat v komunikaci.

Kimura (2014, citováno z Nekvapil et al 2013) navrhuje doplnit tento cyklus ještě fází pátou, zpětnou vazbou. Nekvapil však oponuje, že tuto zpětnou vazbu lze nahradit také opakováním cyklu, které ukáže, zda je ještě nějaká překážka v konverzaci (Nekvapil et al. 2013).

Za tři dimenze označuje Neustupný a Nekvapil dimenzi jazykovou, komunikační a sociokulturní (Neustupný & Nekvapil 2003: 185).

S tématem této práce také úzce souvisí tzv. předinterakční management. Jedná se o proces organizovaného i jednoduchého jazykového managementu, který předchází interakci a tím i potenciálnímu problému. K jazykovému managementu může docházet jak v případě jednotlivých interakcí a z osobní iniciativy mluvčích, tak z iniciativy samotné organizace. Do této oblasti spadají různé metajazykové činnosti, jako vyhledávání slovníkové zásoby, vyhýbací strategie, řeč orientovanou na cizince v případě okamžitých interakcí, v případě korporátního jazykového managementu se to týká cizího jazyka jako požadavku pro přijetí zaměstnance, prezentace vlastních jmen a komunikačních pravidel

(Nekvapil & Sherman 2009). To bude důležité pro jazykový management na památkových objektech, a to především v kapitolách 5 a 6, kde uvidíme, jaké strategie používá management památkových objektů.

2.2 Jazykové hierarchie

V komunitě, kde funguje několik jazyků najednou, je třeba se mezi nimi neustále rozhodovat. V závislosti na situaci tak jeden jazyk „vítězí“ nad druhým. Vzniká tedy hierarchie jazyků, ty na vrcholu se stávají dominantními a ty vespuďu žebříčku se stávají marginálními.

Jazykové hierarchie se mohou projevat střídáním kódů na úrovni jedinců, ale také v globální jazykové politice. Jazykovými hierarchiemi především na globální úrovni se zabývalo mnoho lingvistů (Graddol 1996, Rampton 1995), na lokální úrovni však tolik zdrojů k dispozici není. Studie Risager z roku 2012, zaměřená na dánské prostředí, hierarchizuje jazyky nejprve podle počtu mluvčích, zároveň však upozorňuje na afektivní, sociální a politické důvody pro hierarchizování jazyků. Nelze tedy globálně říci, na jakém základě jsou které jazyky preferovány.

2.3 Jazykové ideologie

Koncept jazykových ideologií vychází z antropologie. Za první text v tomto směru lze považovat Michaela Silversteina (1979). Součástí jeho stati bylo, že ideologie jsou „set domněnek o jazyce, skrze něž mluvčí vysvětluje a omlouvá strukturu jazyka.“ (Silverstein 1979).

Kathryn A. Woolard a Bambi Schefellin označila jazykové ideologie za „potřebný most mezi jazykovědou a sociologií,“ (Schiefellin & Woolard 1994: 72), čímž upozornila na vzájemný vliv mezi jazykovými ideologiemi a sociálními reprezentacemi.

Jazyková ideologie je v článku *Language ideologies* Ingrid Piller prezentována jako přesvědčení, pocity a jazykové koncepce (Piller 2015: 4). Piller dále tvrdí, že jazyk jako znak existuje pouze v interakcích, kdežto ideologie mu dodávají nadčasovost. Jako příklad pak uvádí ideologii *jeden národ – jeden jazyk*, která vychází z předpokladu hranic národa daných společným jazykem.

Jazykovými ideologiemi na pracovišti se zabývá text Nekvapila a Sherman z roku 2013, kteří studovali jazykové ideologie v prostředí multilingvních firem, na základě čehož vyčlenili několik jazykových ideologií.

2.4 Jazyková krajina

Posledním tématem, kterým se tato práce bude zabývat, je jazyková krajina. Jazykovou krajinu definuje Landry a Bourhis jako viditelnost a salienční jazyků na veřejných a komerčních cedulích na daném území (Landry & Bourhis 1997: 23)¹. Studium jazykové krajiny vzniklo jako součást studia jazykového plánování. První pozorování vznikla na bilingvních územích, jako je například Belgie (Tulp 1978, citováno z Gorter 2013) nebo Quebec (Monnier 1989, citováno z Gorter 2013), kde se projevovaly v organizaci jazyka ve veřejném prostoru (Landry & Burhis 1997: 24). Více než 30 zemí má nějakým způsobem zákonem regulovanou jazykovou krajinu (Leclerc 1994, citováno z Landry & Burhis 1997: 24). Durk Gorter však tvrdí, že jejich výčet je nedostatečný, neboť typů cedulí je větší množství, než oni uvádějí (Gorter 2013: 191). Sám pak uvádí definici „Užívání jazyka v jeho psané podobě ve veřejném prostoru je hlavní cíl studia jazykové krajiny,²“ kde cituje svou práci z roku 2006 (Gorter 2013: 191).

Jak Landry s Burhisem argumentují, jazyková krajina je důležitá pro vyznačení hranic území, na kterém pobývá daná jazyková komunita. Cedule jsou dále ukazatelem toho, že daným jazykem je možné v dané oblasti hovořit. Poskytuje sociolingvistické informace pro okolí. A v neposlední řadě znamenají sdílené informace mezi mluvčími daného jazyka.

Autoři vyčleňují soukromé cedule, kam spadají komerční cedule, reklamní značky a prostory v dopravních prostředcích, a státem vlastněné cedule, jako je dopravní značení, místní názvy a orientační značení (popisy veřejných budov) na daném území (Landry & Burhis 1997:26).

Autoři také zmiňují symbolickou funkci jazykové krajiny, která vyčleňuje členy skupiny, kteří daným cedulím rozumí.

Scollon and Wong Scollon (2003, citováno z Gorter 2013) přišli s označením *geosemiotics*, jehož studium se zakládalo na sociokulturních

¹ „Linguistic landscape refers to the visibility and salience of languages on public and commercial signs in a given territory or region.“

² „The use of language in its written form in the public space is the main focus of linguistic landscape studies.“

kontextech jazykové krajiny. Podle těchto autorů lze z jazyka na cedulích zjistit dvě věci: geopolitickou lokaci, tedy danou komunitu, a sociokulturní asociace, tedy asociace, které ale s jazykem výchozí komunity nelze spojit (Gorter 2013: 194). Příkladem tohoto může užívání italských názvů pro zaktraktivnění restaurací mimo Itálii.

Gorter také rozvádí teoretické přístupy k jazykové krajině. Teorie volby jazyka Spolskyho a Coopera (1991, citováno z Gorter 2013: 196), existují tři podmínky: (a) pisatel a jeho kompetence v jazyce, kterým ceduli píše; (b) předpokládaný čtenář; a (c) symbolická hodnota daného jazyka.

Tématem jazykové krajiny na památkových objektech v České republice se zabývá práce Neila Bermela a Ludka Knittla, která vychází z výzkumu ve městě Turnově a na zámku Hrubý Rohozec (Bermel & Knittl 2018).

3. Metoda

Hlavním cílem tohoto výzkumu bylo zmapování jazykové situace v českém turismu. Památkové objekty s organizovanými prohlídkami byly vybrány z toho důvodu, že organizace prohlídek navádí k organizovanému jazykovému managementu více než jiné prostory, například celá města či přírodní památky. Přesto se ve výzkumu objevuje i památkový objekt, který prohlídky přímo neorganizuje, ovšem stále se jedná o uzavřený objekt s jasně určenou správou a návštěvností, který výklad průvodce nahrazuje alternativami, u nichž je však třeba taktéž rozhodovat o jazyce.

Objekty pod správou NPÚ byly vybrány především proto, že jejich organizace se řídí jasnou firemní hierarchií, jejíž podobu si tato práce také klade za cíl popsat. Tato hierarchie bude blíže popsána v následující kapitole, jednotlivé úrovně rozhodování o jazyce jsou součástí poslední kapitoly.

Jižní Čechy pak byly zvoleny jak pro množství památek, které se v této oblasti nacházejí, tak pro různorodost těchto památek. V neposlední řadě byla tato oblast zvolena, jelikož autorka práce zde sama pracovala a měla tak snazší přístup do terénu. Kritéria, na jejichž základě byly objekty vybrány, byla následující: a) lokalita, tedy vzdálenost od hranic; b) návštěvnost, tedy objekty se statisícovou a objekty s desetitisícovou návštěvností; c) nabídka, tedy počet a typ návštěvnických tras; d) typ objektu, tedy hrad, zámek či zřícenina. V této proměnné chybí zastoupení kategorie klášter, jelikož se autorce nepodařilo pořídit rozhovor na objektu tohoto typu. Na základě těchto kritérií bylo vybráno šest objektů tak, aby pokrývaly všechny proměnné: Český Krumlov, Hluboká, Červená Lhota, Dačice, Landštejn a Vimperk.

Na jednotlivých objektech byl nahrán rozhovor s kastelánem nebo osobou zodpovědnou za chod objektu, ať už z hlediska styku s veřejností nebo organizace prohlídek (zástupce kastelána nebo pracovník pro styk s veřejností). Rozhovory vycházely ze strukturovaného dotazníku, který pro účely výzkumu vznikl. Dotazník obsahoval čtyři části a takto byl také prezentován participantům, ti však často odpovídali na více otázek najednou, struktura tedy byla pouze orientační.

Jelikož sami kasteláni (nebo jiné osoby z prvních rozhovorů) často také zastávají pozici průvodce, vychází patřičný oddíl práce i z jejich poznatků a výpovědí. Kromě těchto rozhovorů byl navíc nahrán rozhovor s průvodkyní z Nových Hradů a Zlaté Koruny. Přestože kasteláni těchto objektů se výzkumu odmítli zúčastnit, byl tento rozhovor použit, a to především proto, že, jak se ukázalo na základě ostatních rozhovorů, hledisko průvodce je podobné na všech objektech.

V případě vyšších úrovní NPÚ byly nahrány rozhovory s pracovníky pros styk s veřejností. Nahrávky byly pořízeny na telefon Huawei Y6 Pro, následně byly ortograficky přepsány. V případě použití citací v této práci jsou citáty použity v neupravené podobě a objekty, z nichž citáty pocházejí, jsou označeny v závorce za citací iniciálami daného objektu.

Druhou částí bylo pozorování terénu. Vzhledem k tomu, že se nejednalo o konkrétní mikrointerakce, ale především celkovou makroorganizaci, spočívalo pozorování především v prostudování jazykové nabídky, dokumentaci jazykové krajiny a pozorování konkrétní nabídky na pokladně. Jelikož výzkum probíhal mimo hlavní sezónu a rovnou měrou z důvodu organizace cizojazyčných prohlídek nebylo na objektech možné navštívit přímo cizojazyčnou prohlídku.

4. NPÚ

Památková péče má v České republice (a jejích předchůdcích) dlouhotrvající tradici. Národní památkový ústav, přestože ve své současné podobě velmi mladý, je tak podnikem založeným na předchozích podnicích s podobnou funkcí, avšak jinou strukturou. Pro lepší přehlednost je v této práci zařazena následující kapitola, která přibližuje historii památkové péče v České republice a současnou strukturu tohoto podniku.

Předchůdci NPÚ³

Funkce Národního památkového ústavu vychází z mnoha předcházejících institucí, které zde fungovaly již před více než sto lety a jejichž úloha se v průběhu let proměňovala. Historie památkové péče na našem území tak sahá už do dob Rakouska-Uherska.

První takovouto institucí byla Centrální komise pro výzkum a zachování stavebních památek, která byla založena v roce 1850. V roce 1918 její činnost převzal Státní památkový úřad, od něž se v roce 1920 oddělil Státní památkový úřad pro Moravu a Slezsko se sídlem v Brně. Památková správa se tak rozdělila mezi Čechy a Moravu a Slezsko. Během II. světové války působil na území protektorátu Památkový úřad, který sídlil jak v Praze, tak měl pobočku v Brně.

V roce 1946 byla zřízena Národní kulturní komise, která měla za úkol spravovat zestátněné památky získané konfiskačními dekrety z roku 1945, kam spadala také většina objektů sledovaných v této práci. Tato komise však fungovala mimo památkové úřady, kterými v té době byl Státní památkový úřad v Praze a Státní památkový úřad v Brně. Oba tyto úřady spadaly pod Ministerstvo školství a osvěty, na rozdíl od dnešního NPÚ spadajícího pod Ministerstvo kultury.

V roce 1951 nařízení vlády o reorganizaci státní památkové péče č. 112/1951 Sb. určilo za orgány památkové péče krajské úřady a ministerstvo. V roce 1953 však vznikla opatřením ministra školství a osvěty Státní památková správa. První památkový zákon v Československu č. 22/1958 byl podepsán

³ Vratislav Nejedlý, Historie Národního památkového ústavu, <<https://www.npu.cz/historie-npu>>. naposledy navštíveno: 2. 7. 2018.

v roce 1958. Památková péče později prošla další proměnou a restrukturalizací v podobě vzniku Státního ústavu památkové péče a ochrany přírody, Krajská střediska státní památkové péče a Ústředí státní památkové péče – ústředního ředitelství, které propojovalo předchozí ústav s ministerstvem kultury⁴.

V současnosti platný zákon o památkové péči vešel v platnost v roce 1988 a jedná se o zákon č. 20/1987, na základě tohoto zákona také vznikl NPÚ.

V roce 1991 se oddělila ochrana přírody, která od té doby spadá pod kompetenci Ministerstva životního prostředí. Kulturní památky měl nadále na starosti Státní ústav památkové péče se sídlem v Praze, krajská střediska se následně sloučila do Památkového ústavu, později Státního památkového ústavu. Národní památkový ústav ve své současné podobě vznikl 1.1. 2003 sloučením obou předchozích na základě rozhodnutí Ministerstva kultury s číslem jednacím 11617/2002. K poslední strukturální úpravě došlo v roce 2013, kdy se Územní odborná pracoviště pracující na úrovni jednotlivých krajů rozdělila na Územní památkové správy s dohledem nad zveřejněnými památkami a Územní odborné správy, které mají na starosti samotnou památkovou péči. ÚPS však sdružují více krajů, jsou čtyř: v Praze, na Sychrově, v Českých Budějovicích a v Kroměříži.

Současná struktura NPÚ⁵

V současnosti spadá Národní památkový ústav pod Ministerstvo kultury, které je jeho zřizovatelem.

Nejvyšším orgánem NPÚ je Generální ředitelství sídlící v Praze. To koordinuje činnost celého aparátu, ať už administrativních pracovníků či památkářů.

Pod ním jsou již zmíněné Územní památkové správy (ÚPS). Úkolem územních památkových správ je správa hradů, zámků a ostatních památek v majetku státu. Jsou tedy mezičlánkem mezi samotnými objekty a generálním ředitelstvím. ÚPS v Českých Budějovicích, která je součástí výzkumu, spravuje asi 28 objektů v jihočeském kraji, v Plzeňském kraji a na Vysočině.

⁴ Není jasné, kdy památková péče přešla pod ministerstvo kultury.

⁵ Vychází z internetových stránek NPÚ, <<https://www.npu.cz/pracoviste-npu#ups>>. naposledy navštíveno 3.7. 2018.

Územních odborných pracovišť (ÚOP) je celkem čtrnáct a jejich úkolem je dokumentace, odborná péče a ochrana památek. Oproti ÚPS, která spravují památky z hlediska prezentace, ÚOP zajišťují památkovou péči, restauraci a rekonstrukce památek. Jedná se o samostatnou větev na stejné úrovni jako ÚPS, která však pro tuto práci není relevantní, jelikož nezasahuje do provozu památkových objektů.

Územní památkové správy dále spravují jednotlivé památky, mají tedy pod sebou zaměstnance správy objektů. To jsou zpravidla kasteláni, jejich zástupci, zaměstnanci pro styk s veřejností a podobné funkce. Správy objektů jsou tedy posledním článkem organizace. Na malých objektech mohou být ve správě památkových objektů zpravidla dva lidé, na větších objektech je však i správa daného objektu složitým aparátem s několika větvemi.

Nejnižší v hierarchii jsou řadoví zaměstnanci a brigádníci. Ti už nezaujímají místo v organizační hierarchii objektů, avšak pro účely této práce jsou stále důležití. Spadají sem zahradníci, uklízečky a hlavně průvodci, kteří, ač nejnižší postavení, rozhodují o výsledné podobě jazykového provozu památek nejvíce.

5. Objekty

Objekty byly posuzovány z několika hledisek. Ta jsou zde přiblížena i s problematikou, která se jich týká.

Prvním hlediskem je geografická poloha a jejich historie jakožto návštěvnického objektu. Důvodem pro tento popis je snaha o zasazení objektů do prostoru a relevantní časové osy. Objekty, které jsou státní dlouho, mohou mít dokonalejší pracovní systém než objekty, které se státními staly nedávno, jelikož mají za sebou delší zkušenosti s návštěvnickým provozem. Naopak však nové objekty mohou mít zavedené novinky, zatímco objekty, které jsou ve správě delší dobu, mohou mít naopak zafixované staré fungování. Jazyková historická situace je však ne vždy na záměrech dohledatelná, stejně jako historie systému prohlídek.

Dalším hlediskem je nabídka tras. Každá památka má jednu hlavní trasu a případně i nějaké další, vedlejší. Rozdíly mezi počtem tras a jejich obsahem se projevuje v zájmu návštěvníků, což se může odrazit i v otázce jazykové organizace těchto tras.

Návštěvnost. Návštěvnost se v objektech NPÚ specificky nepočítá, údaje proto vychází z odhadů zaměstnanců. Tyto odhady jsou založeny především na prodeji vstupenek. Je však třeba si uvědomit, že u objektů s více trasami se každá vstupenka počítá zvlášť, jeden člověk, navštíví-li tři trasy, se tedy počítá jako tři lidé. Co naopak v návštěvnosti není započítáno jsou návštěvníci, kteří prošli památkou, aniž by navštívili prohlídku, například nádvoří nebo zahrady. Stejně tak cizojazyční návštěvníci jsou započtení pouze ti, kteří si koupí lístek na cizojazyčnou prohlídku, nikoliv ti s cizojazyčným textem v české prohlídce. I v případě těchto údajů se tedy jedná pouze o odhad zaměstnanců na základě interakcí na pokladně a prodeje cizojazyčných prohlídek, především zájezdů.

Dalším sledovaným hlediskem je počet zaměstnanců a jejich jazyková vybavenost. Cílem tohoto oddílu je popsat, zda je jazyková vybavenost požadována po zaměstnancích, na jaké úrovni a jak se testuje. Součástí je také zjištění, zda je podmínkou práce na objektech znalost češtiny. Průvodci v cizím jazyce mají vyšší plat než čeští, dostávají ho ale až zpětně, poté, co jeden rok

odprovázeli, aby nenaslibovali něco, co nesplní. Mají také vyšší plat paušálně, nejen za danou cizojazyčnou prohlídku.

Cizojazyčná nabídka. Do této oblasti spadají všechny cizojazyčné možnosti, které se návštěvníkovi na památce nabízí, tedy prohlídky, audioguidy a texty.

Propagace zahrnuje veškeré způsoby, jakými se památka propaguje mezi návštěvníky, kteří nejsou na objektu fyzicky. Spadá sem tedy jazyková a obsahová podoba webových stránek včetně srovnání české a cizojazyčné mutace. Taktéž sem spadají propagační materiály a brožury.

Informace zde uvedené vychází z rozhovorů s managementem daných objektů a z autorčina pozorování v terénu.

5.1 Český Krumlov

Město český Krumlov se nachází v jižních Čechách 25 km od Českých Budějovic. Město bylo v roce 1992 zapsáno na seznam světového dědictví UNESCO a spolu s ním i hrad a zámek Český Krumlov. Ten je ve správě státu od roku 1949, zabaven byl na základě Lex Schwarzenberg Hlubocko-krumlovské větvi tohoto rodu a zůstal státní až do současnosti. Zápis na seznam světového dědictví UNESCO výrazně proměnil jak charakter města, tak návštěvnost zdejšího zámku.

Státní hrad a zámek český Krumlov (dále jen Český Krumlov) navštívilo v loňském roce necelých 370 000 návštěvníků, jedná se tedy o jeden z nejnavštěvovanějších objektů v České republice. Samotné muzeum v zimních měsících navštíví 300 až 500 lidí denně, v sezóně je to na celý areál pět až sedm tisíc platících návštěvníků. Nelze spočítat ty, kteří pouze procházejí areálem, ať už samostatně nebo v rámci celkové prohlídky města, ale kteří si nekoupili vstupenku na žádnou z tras. Více než polovina návštěvníků jsou cizinci, a to především v měsících mimo sezónu, kdy Češi jezdí na zámek pouze minimálně. Jedná se tedy o jediný ze sledovaných objektů, kde převažují cizojazyční návštěvníci nad česky mluvícími.

Hrad a zámek má v současné době pět tras, z nichž tři mají prohlídku s průvodcem a dvě jsou individuální. Hradní muzeum je otevřené celoročně. První trasa je otevřena od dubna do října, a to od úterý do neděle, v okrajové měsíce od devíti do čtyř hodin, od června do září o hodinu déle. Druhá trasa je

otevřena od června do srpna od úterý do neděle do pěti hodin, v září pouze o víkendech do čtyř hodin, na jaře a v říjnu vůbec. Zámecké divadlo je otevřeno od května do října, ovšem s přestávkami pro divadelní představení.

Za hlavní trasu je považována trasa 1, nazvaná „renesanční a barokní apartmány,“ která návštěvníka provází po nejstarších interiérech ze 16. až 18. století. Tato trasa jako hlavní okruh představuje průřez dějinami Českého Krumlova, jeho majiteli a mobiliářem. Tato trasa trvá padesát pět minut.

Druhou trasou je trasa 19. století zaměřená na rod Schwarzenbergů. Na trase je instalováno přes 3000 předmětů, zabývá se interiéry z 19. a 20. století a tímto jediným rodem, jedná se tedy už o trasu specializovanou. Trasa trvá taktéž padesát pět minut.

Poslední trasou s průvodcem je barokní zámecké divadlo, tedy třetí okruh. Trasa trvá čtyřicet pět minut a pokrývá dochované barokní divadlo, jeho historii a způsob, jakým v baroku divadla fungovala. Jedná se o jedno z mála dochovaných barokních divadel na území České republiky, proto se jedná o výběrový prohlídkový okruh, na který je nutno se předem objednat.

Trasa hradního muzea a věže je individuální, tedy je možné ji navštívit bez průvodce na libovolně dlouhou dobu. Na této trase jsou k vidění předměty ze zámku z nejstarších období, historické dokumenty a její součástí je i návštěva hradní věže.

Stejně tak je individuální trasa konírna, sedlárna, která je otevřena pouze v červenci a srpnu. Součástí trasy jsou kočáry, saně a vybavení pro projížďky.

Všichni zaměstnanci Českého Krumlova jsou Češi, není to však podmínkou pro jejich přijetí. Na krumlovském zámku již v minulosti pracovali průvodci, kteří česky nehovořili nebo hovořili pouze částečně. S ostatními zaměstnanci se tedy dorozumívali jazykem, který měli společný. Kmenových zaměstnanců je na zámku přibližně třicet osm, tam spadají nejenom průvodci, ale také údržba, úklid, zahradníci a administrativní správa zámku. Jenom průvodců je během sezóny využito třináct až čtrnáct denně. Část z nich jsou stálí průvodci, část jsou sezónní brigádníci. Znalost cizích jazyků se na zámku testuje, a to přímo při přijímacím pohovoru v rámci testování mluvního projevu, preferována je

angličtina a němčina, ale přijímají se i další jazyky. Externě je na zámku zaměstnaný také průvodce v japonštině.

Zámek nabízí prohlídky na všechny okruhy v češtině, v angličtině a němčině, což jsou jazyky, na něž se prohlídky přímo vypisují na pokladně. V ruštině, francouzštině, španělštině je pak možné si prohlídku předem objednat nebo je možnost je vypsát v případě zájmu a dostupných průvodců. Jazyková nabídka se tak odvíjí především od přítomných průvodců a jejich jazykových schopností. Mimo sezónu jsou prohlídky také pouze na objednání. Příplatek za cizojazyčnou prohlídku je 75%.

Mimo cizojazyčné prohlídky nabízí na zámku alternativu v podobě cizojazyčných textů, ale pouze na první a druhý prohlídkový okruh, nikoliv na třetí. Tyto texty nabízí v angličtině, němčině, francouzštině, italštině, španělštině, ruštině a holandštině. V současnosti se pracuje na překladu do korejštiny a do budoucna je v plánu také čínština. V případě hradního muzea jsou texty v angličtině, němčině, ruštině, francouzštině, japonštině a korejštině. Tyto informační materiály jsou k dispozici samostatně pro každou místnost muzea. Na této trase je navíc možnost zapůjčit si audioguidy se stejnými jazyky.

Cizojazyčné texty vychází ze stejného sylabu jako texty prohlídek, tedy se od českého výkladu v základních informacích neliší. Zbytek informací závisí především na průvodci a jeho osobní volbě detailnějších témat.

K propagaci zámku slouží pouze letáčky vyhotovené centrálně na generálním ředitelství. V suvenýrech je možné si zakoupit brožuru s informacemi o zámku, tyto brožury se prodávají ve dvanácti jazycích, nepochází však z produkce NPÚ.

Webové stránky má zámek dvoje. Ty starší stále působí a jsou v češtině, angličtině a němčině. Ty novější jsou standardizované pro celý památkový ústav. Ty jsou v angličtině a češtině. Anglická mutace obsahuje stejné informace jako česká, v případě aktualit se však vyskytuje pouze jeden příspěvek informující o uzavření trasy, zatímco v češtině zůstávají i zprávy jiného druhu. Ty zdá se nejsou považovány za relevantní pro zahraniční návštěvníky, na rozdíl od zpráv o změnách otvírací doby.

5.2 Hluboká

Státní zámek Hluboká se nachází v obci Hluboká nad Vltavou v jižních Čechách. Na zámku se provázelo už za knížete Schwarzenberga, od konce 19. století. Kníže se v tomto inspiroval Anglií a Francií, kde se také zpřístupňovala šlechtická sídla. Prohlídka stála 1 zlatku a provázel klíčník, pravděpodobně v češtině. Státní se Hluboká stala po II. světové válce na základě Lex Schwarzenberg.

Hlubokou ročně navštíví kolem 300 000 návštěvníků. Převážná část návštěvníků pochází z Čech, nejčastějšími cizinci jsou pak Rusové, Němci a Číňani. U cizinců se často jedná o organizované zájezdy, objevují se však také individuální návštěvníci, nejčastěji v sezoně, tedy červenci a srpnu.

Zámek má celkem šest tras; Reprezentační pokoje (označované jako hlavní trasa nebo trasa I), Soukromé apartmány (označované také jako trasa II), Kuchyně (trasa III), Hostinské pokoje (trasa IV), Věž a Zimní trasa. V případě zahraničních turistů je největší zájem o hlavní trasu, tedy reпрезентаční pokoje, a zimní trasu. O ostatní trasy spíše okrajově, například kuchyň je populární u Němců.

Zámek je otevřený celoročně. Přes zimu funguje zimní trasa, což je část letní trasy II., a to od úterý do neděle, v listopadu a prosinci od 9:00 do 16:00, v lednu až březnu od 10:00 do 16:00. V sezoně, tedy v červenci a srpnu, má Hluboká otevřeno celý týden včetně pondělí na všech trasách (Reprezentační pokoje, Hostinské pokoje, Soukromé apartmány, Kuchyně a Věž). Prohlídky zde vychází po sedmi minutách. Od března do května je otevřený pouze okruh Reprezentační pokoje, a to celý týden, prohlídky vychází o víkendech po deseti minutách, ve všední dny po patnácti minutách. V těchto jarních měsících přijíždějí především ruští turisté, kteří mají v té době prázdniny, případně o velikonocích také čeští turisté. V květnu se otvírají všechny okruhy, ale pouze o víkendech, přes týden je otevřená pouze hlavní trasa, s intervaly opět deset, respektive patnáct minut.

Zaměstnanců je v sezoně potřeba dvacet, z toho sedmnáct průvodců. V zimě je pro provoz objektu potřeba minimálně pět průvodců. Sedm průvodců je stálých, tedy zaměstnaných na zámku na úvazek. Tito průvodci pokrývají

zimní měsíce, na jaře a v létě jsou najímáni brigádníci. Stálí průvodci musí provádět v kombinaci dvou cizích jazyků mimo češtinu, což je testováno i v přijímacím řízení. Jeden ze zaměstnanců hovoří dokonce pěti jazyky. Po všech průvodcích je vyžadována jazyková znalost, stejně tak je po nich vyžadována znalost češtiny. Žádný takový průvodce, který není mluvčím češtiny, na zámku nepracuje.

Po průvodcích na Hluboké vyžadují jazykovou vybavenost, kterou zjišťují během přijímacího řízení a testují ještě před jeho úplným nástupem. Potenciální průvodce dostane za úkol odvézt prohlídku v cizím jazyce, testuje se takto nejen jeho znalost jazyka, ale také schopnost mluvit spatra a reagovat v daném jazyce. Každý průvodce-brigádník musí umět alespoň jeden cizí jazyk. Prohlídky se průvodcům nevypisují předem, musí tedy počítat s tím, že půjdou na prohlídku česky i v jazyce. V případě, že by na ně vycházel jazyk, který neovládají, vyměnili by se s kolegou, který jazyk ovládá. Vzhledem k nabídce cizojazyčných alternativ se však zdá, že cizojazyčné prohlídky ustupují těmto alternativám, v případě větších skupin audioguidům, v případě jednotlivců textům.

Audioguide se na Hluboké používá skupinový, tedy bez sluchátek, který použít v jednotlivých místnostech sám průvodce. Audioguide funguje pouze na hlavní trase a je nahraný v ruštině, polštině, maďarštině, slovinštině a čínštině. V plánu je přidělat také jeho italskou verzi. Audioguide stojí 280 Kč, česká prohlídka 180 Kč a cizojazyčná 320 Kč. I cenová hladina tedy může být důvodem, proč si návštěvníci vybírají audioguide, přestože v jejich jazyce zámek prohlídky nabízí, jako je tomu u ruských návštěvníků. Ceny cizojazyčných prohlídek určuje NPÚ, památka podává návrh. Například nejnovější trasa, tedy Hostinské pokoje, má cizojazyčné texty teprve v překladu, přestože ceník pro prohlídky v cizím jazyce už existuje. To je mimo jiné dáno i malým zájmem cizojazyčných návštěvníků o jiné prohlídky než hlavní trasu.

Cizojazyčné prohlídky se vypisují na pokladně v červenci a srpnu, v ostatních měsících jsou pouze na objednávku. Je to proto, že v červenci a srpnu mají prohlídky intervaly sedm minut, kdežto mimo hlavní sezónu je to deset nebo patnáct minut a předem objednané zájezdy často vyprodají zámek i několik dní dopředu. Je tedy třeba, aby zbylá volná místa zůstala rezervována pro

prohlídky v češtině. S českou prohlídkou se například počítá mimo sezonu v každou celou hodinu, tam tedy není možné vypsát cizojazyčné prohlídky. V červenci a srpnu se však cizojazyčné prohlídky vypisují, a to v angličtině, němčině a francouzštině. Online nákup vstupenek přes webové stránky NPÚ je však složitější. Pro audioguide nejsou vypsány jazyky, v nichž je možné ho objednat, koupit vstupenku je možné jen na cizojazyčný výklad v „english, Deutsch nebo francouzsky.“ V době vzniku práce však ještě nebyly vypsány termíny pro jednotlivé prohlídky.

Kromě cizojazyčných prohlídek a audioguidů nabízí na Hluboké také texty, které si mohou individuální turisté na trasy zapůjčit. Ty nabízí na všechny trasy v několika jazycích, jsou mezi nimi i české texty pro neslyšící. Texty využívají především individuální návštěvníci, kteří si z nějakého důvodu (většinou časového) zakoupili vstupenku na českou prohlídku. V takové případě platí cenu české prohlídky a s českým průvodcem projít zámek. Texty obsahují méně informací než průvodce nebo audioguide, aby si návštěvníci stihli jak přečíst informace, tak prohlédnout místnosti. Také obsahují oproti textu průvodce informace o předmětech, které by mohly být návštěvníkovi blízké, jako jsou v čínském textu informace o čínském porcelánu, naopak jsou zkráceny informace o dějinných událostech, které jsou specifické pro české prostředí, ale zahraničnímu návštěvníkovi nic neřeknou.

Návštěvníci si také mohou v suvenýrech zakoupit brožury, které však nespádají pod správu zámku. Prodejci si je sami píšou a fotí do nich fotografie. Propagační letáčky má Hluboká dvojí: za prvé jsou to červené brožury, které vydává NPÚ centrálně, které mají v češtině, němčině a angličtině. Za druhé jsou to vlastní brožury, které si nechali na zámku vyrobit za výhru Kudy z nudy, a to v angličtině, francouzštině, němčině a ruštině. Letáčky v obou případech obsahují informace o historii Hluboké a jednotlivých trasách.

Webové stránky má zámek pouze v češtině a v angličtině. Ačkoliv mají zájem i o němčinu, do tohoto jazyka zatím nebyly stránky přeloženy. Hluboká je zároveň jediným ze sledovaných objektů, který používá doménu .eu namísto .cz. V tom lze spatřovat směřování do světa namísto cílení na lokální návštěvníky.

Od zestátnění zámku byla Hluboká otevřena pro veřejnost, její klientela se však v čase značně proměňovala. Za komunismu jezdili návštěvníci na

překlady z ruštiny (Kubánci do španělštiny, Rumuni do rumunštiny), dále ti, kteří rusky uměli, tedy Rusové, Poláci apod. Průvodci museli povinně hovořit rusky. Číňané však chodili v angličtině.

Po pádu železné opony začali přijíždět další národnosti, především delegace, a to z Izraele, Ameriky, Británie. Žádoucím jazykem proto začala být angličtina, jejíž mluvčích však byl v Čechách nedostatek. V devadesátých letech navštěvovali zámek Němci, po roce 2005 to začali být také Francouzi. V posledním desetiletí jsou to, jak již bylo řečeno, především Rusové a Číňani. To se také projevuje na jazykových požadavcích na zaměstnance.

5.3 Červená Lhota

Státní zámek Červená Lhota se stal státním podobně jako ostatní v roce 1945 na základě Benešových dekretů. V roce 1947 ho přijala Národní kulturní komise a v roce 1949 byl otevřen pro veřejnost. K poslední velké aktualizaci prohlídkové trasy došlo v roce 2016, týkala se trasy prvního patra.

Zámek je otevřen v dubnu, květnu a říjnu pouze o víkendech, v červnu a září od úterý do neděle od 9:30 do 16:00 a v červenci a srpnu o hodinu déle.

Zámek nabízí tři prohlídkové okruhy. Za hlavní okruh je považována trasa prvního patra, která obsahuje společenské, soukromé a hostinské pokoje. Návštěvníkovi nabízí průřez historií zámku, jeho majiteli a předměty od 16. do 20. století. Prohlídka trvá padesát minut.

Druhou trasou jsou podkrovní pokoje, často označované jako „byt posledních majitelů“ nebo „dětské pokoje.“ Tato trasa je kratší, třicetiminutová, a provádí návštěvníky životem posledních majitelů z rodu Schoenburg-Hartenstein.

Poslední trasou je patnáctiminutový okruh nazývaný Sklepy. Tento okruh je k dispozici pouze v červenci a srpnu, tedy hlavní sezóně, a to pouze o víkendech. Okruh provází návštěvníky dvěma sklepy, vrací se do nejstaršího období zámku a hovoří se zde o architektuře a stavebním vývoji zámku.

Roční návštěvnost zámku činí 80 000 osob. V hlavní sezóně, tedy červenci a srpnu, je to zhruba 1100 návštěvníků denně, v okrajových měsících

méně. V květnu a červnu tvoří převážnou část návštěvníků české organizované zájezdy, a to nejčastěji školy nebo seniory.

Největší procento návštěvníků je českých. Z cizinců jsou nejvíce zastoupeni Němci, s čímž souvisí také nejčastější cizojazyčné prohlídky, které bývají v němčině. Ostatní národnosti přijíždí na zámek spíše výjimečně, ať už ve skupinách s cestovní kanceláří nebo individuálně. Populární býval zámek v 90. letech minulého století u francouzských návštěvníků, které tam vozila cestovní kancelář. Ta měla smlouvu i na prohlídky v pondělí, kdy má zámek standardně zavřeno. Tyto prohlídky už se však v současnosti nerealizují a zastoupení francouzských prohlídek kleslo. V současnosti na zámek přijede odhadem dvacet objednaných cizojazyčných zájezdů do roka, převážná většina z nich je v němčině, zbytek v angličtině.

U cizinců se jedná především o individuální návštěvníky, kteří na zámek zavítají buď na kole – Červená Lhota leží na cyklostezce Praha-Vídeň – nebo v rámci cesty po jižních Čechách. Zjednodušeně lze říct, že každý den přijede na zámek alespoň jeden individuální cizojazyčný návštěvník. Celkový počet cizojazyčných návštěvníků však není možné určit i s ohledem na to, že mnohé skupiny využívají překladu vlastního průvodce, tedy jsou počítány v rámci pokladního systému jako česká prohlídka.

Požadavek na jazykovou způsobilost u zaměstnanců se liší podle toho, o jakou pozici se jedná. Stálí zaměstnanci jsou tři; pokladní, kastelán a zástupce kastelána. Dále se o zámek starají uklízečky a zahradníci. Brigádníky jsou pak průvodci, kterých je mimo sezónu potřeba dva až tři, během sezóny sedm až osm. Z průvodců jsou vyčleněni vybraní jedinci, kteří vedou cizojazyčné prohlídky, což reflektuje jejich smlouva a mzdová sazba. Ne všichni průvodci tedy mají povinnost provázet v cizích jazycích. Speciální průvodci jsou vyčleněni na angličtinu a němčinu.

V případě personálu, který do styku s cizinci nepřichází, není vyžadována jazyková znalost. V případě stálých zaměstnanců a průvodců je jazyková znalost vyžadována a zjišťována při přijímacím řízení. Požadavek je na alespoň jeden cizí jazyk kromě češtiny. Jazyk však není u přijímacího řízení zkoušen a není na něj kladen hlavní důraz.

Zámek vypisuje v sezóně i mimo ni prohlídky pouze v češtině, na objednávku je možné domluvit si průvodce v angličtině a němčině. Na vyžádání je možné poskytovat i prohlídky v ruštině, návštěvníci však této možnosti spíše nevyužívají, zájem je o němčinu a angličtinu. V roce 2006 byly pravidelně vypisovány prohlídky v aj bez nutnosti rezervace, o ty však nebyl zájem a brzy tedy byly zrušeny.

Průvodci dostávají jako základ pro cizojazyčné prohlídky anglický nebo německý překlad průvodcovského textu, prohlídku však mohou říkat vlastními slovy. Obsah tak závisí na konkrétním průvodci, vychází však z totožného textu jako prohlídka česká. Cizojazyčná prohlídka je však možná pouze na hlavní trase a minimální počet návštěvníků, který je třeba, aby se prohlídka uskutečnila, je 12 osob. Na webových stránkách však nelze tyto informace zjistit, pouze cenu cizojazyčné prohlídky, která činí 180 Kč oproti ceně české prohlídky 100 Kč, cizojazyčná prohlídka je tedy téměř dvojnásobek⁶. Stejná cena, jako platí pro prohlídku v češtině, platí také pro prohlídku s vlastním překladatelem a cizojazyčným textem.

Cizojazyční návštěvníci si mohou také vzít na prohlídku vlastního překladatele, který překládá českou prohlídku vedenou průvodcem. Tyto prohlídky se v základním obsahu neliší od prohlídek pro české návštěvníky, kvůli tlumočení jsou však celkově kratší a informací se tedy k návštěvníkovi dostane méně.

Individuální návštěvníci Se také mohou připojit k české prohlídce. V takovém případě mají na zámku k dispozici texty v italštině, španělštině, holandštině, maďarštině, ruštině, angličtině, němčině a francouzštině. Tyto texty jsou sepsány pouze pro první patro, pro druhé je zatím v nabídce angličtina a němčina. Tyto texty obsahují průřez informacemi, které říká průvodce, je jich ale méně stejně jako v překládané prohlídce. Texty však pokrývají historii i interiér, nezaměřují se na konkrétní předměty ani na obecná historická fakta.

Audioguidy zámek nenabízí. Na Červené Lhotě začínal projekt MAUDE (viz Dačice), který se však na zámku neuchytil z důvodu špatného wifi připojení a

⁶ Uvedená cena je plné vstupné, v případě sníženého je to 70 Kč za prohlídku v českém jazyce a 130 za prohlídku v cizím jazyce, v případě rodinného vstupného je to 270 Kč, respektive 490 Kč.

nedostatečného signálu. V současnosti se neuvažuje o pořízení nové verze audioguidů.

Webové stránky má zámek v angličtině, němčině a ruštině. V jiných jazycích než češtině poskytují webové stránky základní informace o objektu, jeho historii, ceně vstupenek a fotogalerii. V češtině navíc poskytuje informace o svatbách a aktuálních projektech. Informace o objektu jsou taktéž rozšířené o filmové a literární působení objektu, reportáže a pověst.

Jedná se také se studenty hispanistiky, kteří objektu v rámci školního projektu nabídli překlad stránek do španělštiny, ten však ještě nebyl realizován.

Propagační materiály má zámek červené od památkového ústavu. V suvenýrech je možné zakoupit brožury, na kterých zámek spolupracoval, ale nejsou pod jeho správou.

5.4 Dačice

Zámek v Dačicích byl zestátněn v roce 1945 na základě Benešových dekretů, od roku 1949 se na něm provází. K poslední úpravě prohlídkové trasy došlo v roce 2012. Zámek má přeshraniční spolupráci.

Zámek je otevřený v dubnu a říjnu pouze o víkendech, v květnu a září od úterý do neděle od 10:00 do 16:00 a v červnu, červenci a srpnu o hodinu déle.

Dačice mají jednu prohlídkovou trasu, která návštěvníky během padesáti minut provede budovou zámku. Tato prohlídková trasa vede průřezem architektury, historie a rodů, které zámek vlastnily.

Zámek navštíví ročně přibližně 14 000 návštěvníků. Návštěvníky jsou především Češi, cizinci zavítají na zámek spíše výjimečně. Za rok 2017 navštívily zámek pouze dvě objednané skupiny, a to v sezóně, obě prohlídky probíhaly v němčině.

Ze stálých zaměstnanců má zámek kastelánku, jejího zástupce, jedna uklízečka a čtyři zahradníci v zámeckém parku. Mimo sezónu na obstarání prohlídek stačí jeden průvodce, přes léto jsou potřeba dva. Všichni jsou Češi a hovoří česky. Po zaměstnancích se požaduje jazyková znalost, ale není součástí přijímacího řízení. Zájem je především o němčinu. Přijímání stálých zaměstnanců se liší, předchozí kastelán například měl přijímací pohovor na svou pozici v angličtině, ale stávající kastelánka ne.

Prohlídky vypisují na zámku pouze v češtině, na objednání jsou možné v angličtině nebo němčině. Pokud by přijel návštěvník hovořící jiným jazykem, pokusili by se mu vyhovět, ale výsledek se odvíjí od personálních možností. Nicméně nestává se to. Cena české prohlídky je 100 Kč, cena cizojazyčné prohlídky je 140 Kč.

Na zámku také nabízejí cizojazyčné texty, a to v němčině, angličtině a francouzštině. Texty mají také v češtině pro neslyšící návštěvníky. Naposledy byly aktualizované v roce 2012, kdy se předělávala prohlídková trasa.

V současné době se připravuje audioguide. Jednou z variant je projekt EE, který vznikl jako závěrečná práce Kristýny Dvořákové na Masarykově univerzitě v Brně a který funguje na principu aplikace stažitelné do mobilního telefonu. MAUDE prezentovala pro každou místnost obrázek, k němuž si posluchač mohl vyslechnout krátký obecný úvod k dané místnosti, a následně si na obrázku mohl vybrat, ke kterým předmětům chce slyšet více informací. Audioguide fungoval v angličtině a němčině. Jelikož je MAUDE audiovizuální program, do budoucna by v tomto programu mohlo fungovat také video znakového průvodce. Není však jisté, že MAUDE bude použita pro audioguidy na Dačicích. Jakýkoliv budoucí audioguide však bude počítat s angličtinou a němčinou a následně dalšími jazyky dle potřeby. Audioguide by se dal používat také jako pomůcka pro špatně slyšící osoby v českém jazyce.

Červené propagační brožury jsou jen v angličtině, ale pracuje se na německých, které by se mohly rozdávat i do zahraničí. Zámek má také mluvící stojan v Jihlavě. Na zámku také poskytují Průvodce po památkách, kterého vydal NPÚ česky a anglicky. Průvodce představuje návštěvníkům památky ve své správě, jejich historii a nabídku.

Webové stránky má zámek v češtině a angličtině.

5.5 Landštejn

Státní hrad Landštejn je v kontextu ostatních sledovaných objektů specifický tím, že se jedná o zříceninu hradu, kterou je možno si projít zcela volně, bez průvodce. To je zajímavé jak z hlediska návštěvnosti, jelikož objekt není limitován počtem míst na jednotlivých prohlídkách, ale především z jazykového hlediska. Objekt díky tomu neřeší problémy spojené s organizací

prohlídek, což jeho provoz zjednodušuje, vystávají z toho však problémy jiné, například otázka alternativy k průvodcovskému textu.

Landštejn byl otevřen pro veřejnost 1. července 1990 po rozsáhlé rekonstrukci s počátkem v 70. letech. Do té doby to byla „volně přístupná zřícenina, životu nebezpečná.“ Od devadesátých let patřil hrad státu.

Jelikož na Landštejně nemají cizojazyčné prohlídky, cena se neliší pro různé jazyky, dospělá osoba stojí 100 Kč, snížené vstupné činí 70 Kč.

Landštejn stojí ve stejnojmenném městečku pouhých pět kilometrů od hranic s Rakouskem, na což na věži poukazuje i jedna ze směrůvek. Návštěvnost z Rakouska je tedy očekávatelná. Nejbližšími městy jsou tři kilometry vzdálené Staré město nebo dvanáct kilometrů vzdálená Bystřice. Samotné město Landštejn čítá pouze desítky obyvatel, podobně jako vesnice Pomezí hned pod ním.

Hrad v roce 2017 navštívilo přibližně 55 000 návštěvníků, což je nárůst o 20 00 oproti roku 2014. V sezóně, tedy v červnu a srpnu, to bývá i 700 návštěvníků denně, mimo sezónu ve všední dny 40-50 návštěvníků denně, o víkendech 100 až 200 návštěvníků denně. Jedná se převážně o Čechy, cizinců je z tohoto čísla přibližně 1000 až 2000 osob. Toto číslo je však pouze odhadem kastelánky. V případě cizinců se jedná především o německy hovořící návštěvníky, na Landštejn také pravidelně přijíždí skupiny Američanů. Z původních dvou zájezdů týdně však jejich návštěvnost klesla na jednu až dvě skupiny týdně po osmi až šestnácti lidech, přičemž se jedná pouze o všední dny mimo sezónu. Mezi další skupiny návštěvníků patří Rusové, Slováci, o svátcích také Poláci. Ostatní jazyky pouze v malém procentu.

Stálé zaměstnance má objekt tři; kastelánku, jejího zástupce (a zároveň údržbáře) a pokladní. Mezi brigádníky patří v létě dva, kteří pomáhají se zelenými a údržbářskými pracemi a čtyři brigádníci na parkovišti, které poslední dva roky patří NPÚ⁷.

Jelikož se na hradě neprovází, je průvodcovský výklad suplován cedulemi a panely ve velké věži, které jsou v češtině, angličtině a němčině. Tyto popisky jsou dvou typů. V areálu se nachází popisové cedule, které se týkají místa, u něhož se nachází. Druhým typem jsou informační panely, které se

⁷ Srov. Červená Lhota, Hluboká a další.

nachází především v donjonu⁸ a velké věži, které se zabývají stavebním vývojem, historií a opravou hradu. Tyto panely jsou na dvou patrech a stejné panely v různých jazycích se nenachází u sebe, což může komplikovat návštěvnickou recepci. Tyto byly instalovány v roce 2016, do té doby byly informace na hradě pouze v češtině. Výjimkou je expozice a bylinková zahrada, které mají cedule pouze v češtině, cizojazyční návštěvníci k nim mohou dostat texty v angličtině nebo v němčině. Dříve bývaly objekty v expozici označeny také německy psanými cedulkami. V plánu do budoucna je vytvořit nové cedule i do expozice, které by byly v češtině, angličtině a němčině.

V červenci a srpnu se navíc dvakrát denně v jedenáct a ve tři hodiny koná úvod na nádvoří, který vede kastelánka, případně její zástupce. Jedná se o půlhodinové (?) shrnutí historie objektu. Tyto úvody jsou pouze v češtině, o úvodech v jazycích (v němčině) se uvažuje, ale zatím nejsou realizovány a ani nejsou pevně naplánovány do budoucna.

Na zvláštní dny, jako jsou například Dny světového dědictví (podzim) nebo mezinárodní den archeologie a mezinárodní den architektury se konají jednou nebo dvakrát denně komentované prohlídky, které vede sama kastelánka.

Audioguidy se na hradě nepoužívají a používat neplánují, veškeré informace pochází z informačních cedulí a panelů nebo z nabízených textů (k expozici a bylinkové zahradě).

Webové stránky má hrad v angličtině a němčině, sjednocené NPÚ. Informační brožury má hrad také pouze tištěné z NPÚ, a to pouze v češtině a němčině, anglické nebyly vytištěny na popud kastelánky. Dále je možné zakoupit brožuru v češtině, angličtině a němčině.

Před nástupem současné kastelánky se používaly texty pro cizince a tištěné prodejné brožury.

5.6 Vimperk

Státní zámek Vimperk byl součástí majetků, které byly rodu Schwarzenbergů zabaveny v roce 1947 na základě Lex Schwarzenberg, zámek následně sloužil jako kanceláře a byty Jihočeské správy lesů. Muzeum zde bylo otevřeno už v roce 1961. V roce 1991 zámek koupilo Ministerstvo pro životní

⁸ Obytná věž.

prostředí, sídlila zde správa NP a CHKO Šumava. Národní kulturní památkou byl zámek vyhlášen v roce 2010 a do správy NPÚ se dostal až v roce 2015⁹. V návštěvnickém provozu tedy fungoval pouhé tři roky a v době výzkumu byl provoz omezen z důvodu rozsáhlé rekonstrukce objektu financované z IROP. Zajímavé tedy je jak to, jakým způsobem zámek fungoval v počátečním období, tak to, jak bude fungovat v provizorním provozu následujících let a také to, jaké jsou plány na jeho fungování do budoucna.

V letech 2015-2018 měl zámek dvě trasy a muzeum. První trasa vedla Horním zámekem a zabývala se historickým vývojem. Jelikož se v zámku nedochovalo původní vybavení, věnovala se prohlídka více historii, ať už zámku, nebo celkovému kontextu. Druhou trasou byl Dolní zámek, tato trasa se věnovala stavebnímu vývoji, architektuře a památkové péči. Třetí částí objektu bylo muzeum, které mohli návštěvníci navštívit bez průvodce.

V současnosti funguje na zámku pouze trasa Dolního zámku, a to pouze v červenci, srpnu a září. Důvodem je rekonstrukce budovy.

Od roku 2021 by se měly otevřít trasy tři: Středověký okruh a Vlčková věž, Horní zámek a Dolní zámek. Zámek by měl také fungovat i v zimě, kdy by byl v provozu jeden okruh. Celoročně by mělo být otevřeno také muzeum.

Státní zámek Vimperk ročně navštívilo pod 11 000 návštěvníků. V červenci a srpnu je to 2500 až 3000 návštěvníků, tedy více než polovina během hlavní sezóny. Rozdělení návštěvy prohlídek a muzea je přibližně půl na půl.

Na zámku pracuje v současné době množství lidí na různé druhy úvazku. V komunikaci s návštěvníky jsou důležití kastelán, jeho zástupkyně, pokladní. Mimo sezónu na zámku o víkendech provázeli dva průvodci a ve všední dny jeden nebo sami stálí zaměstnanci zámku, v sezóně tři. V současném provozu budou pouze dva. Znalost cizího jazyka se požaduje po kastelánovi, jeho zástupci, kurátorovi v muzeu a pokladním-průvodci. U těchto pozic je jazyk předmětem přijímacího řízení, kde se i testuje, požadavek na jazykovou znalost je však i u průvodců. Požadavek je alespoň na jeden jazyk, a to především angličtinu nebo němčinu.

⁹ Webové stránky hradu Vimperk, naposledy navštíveno 16.6. 2018
<<http://www.vimperk.cz/cz/zamek-vimperk/28/>>.

V provozu mezi 2015-2018 nenabízel zámek prohlídky v cizím jazyce, ani texty pro cizince k zapůjčení. Na to se na zámku objevily stížnosti. V muzeu se nacházely trojjazyčné popisky (čeština, angličtina, němčina), proto byl cizojazyčný provoz směřován tam. Přesto se v malém množství případů vyskytl objednaný zájezd, který šel na prohlídku v angličtině, případně si sám překládal angličtiny do němčiny nebo jiného jazyka. Jen málo prohlídek bylo skutečně v němčině. Jednalo se o zájezdy především z Německa nebo Rakouska, jednou z Belgie, kdy byl pro skupinu dětí připraven i pracovní list v angličtině. V případě objednaných cizojazyčných prohlídek platila cena pro výklad v cizím jazyce. Takovéto prohlídky měl na starost někdo ze stálých zaměstnanců zámku, zámek nemá specializované průvodce na zahraniční prohlídky.

Do budoucna by však rádi pořídili texty a nabízeli na objednávku cizojazyčné prohlídky, určitě v angličtině, v němčině dle schopností personálu. Audioguidy na zámku nepoužívali a ani do budoucna s nimi nepočítají.

Propagování zámku bylo na půdě webových stránek, které jsou v současnosti v češtině, němčině a angličtině. Zámek má také Facebook, který je v současnosti pouze v češtině, zvažuje se ale také jeho anglická mutace. Zámek má také newsletter, který je v současnosti pouze česky. Ten by se případně po obnově překládal do němčiny, to však záleží na situaci v roce 2021. Brožuru měli pouze červenou z NPÚ, a to kromě češtiny i v angličtině a němčině, ve které ho i exportovali do Německého Freyungu do infocentra. Směrovky k zámku jsou buď zámku nebo města, to je v jednání. Kolem zámku také vede naučná stezka a cedule, které jsou trilingvní, ale zastaralé a informace na nich jsou neaktuální.

6. Úrovně jazykového managementu

V této části práce se pokusím popsat, které úrovně organizace NPÚ se jakým způsobem podílejí na jeho jazykovém managementu. Kapitola je rozdělena podle jednotlivých úrovní a vychází z výpovědí jednotlivých aktérů. To se také projevuje v některých nejednoznačných informacích o sledované struktuře.

6.1 Ministerstvo kultury

Přestože není přímo součástí NPÚ, jedná se o zřizovatele tohoto podniku, a tedy je dobré zmínit alespoň částečně jeho úlohu. Rozhovor na ministerstvu nebyl přímo součástí výzkumu, i tato úroveň však byla během rozhovorů zmíněna. Na jejich základě se také ukázalo, že ministerstvo kultury se přímo na rozhodnutích o jazykovém managementu památkového ústavu nepodílí. Stanovy NPÚ vydané ministerstvem požadují památkovou péči a památkovou prezentaci, jazykové požadavky v nich však přímo zmíněny nejsou. Pouze část o prezentaci co nejširšímu publiku lze interpretovat tak, že je třeba prezentovat památky i v cizích jazycích, aby se kulturní informace mohly předávat co nejširšímu publiku, není to však přímo specifikováno ve stanovách.

6.2 Generální ředitelství

Podle statutu NPÚ Generální ředitelství „řídí celkovou činnost NPÚ a v rozsahu vymezeném vnitřními předpisy přímo zajišťuje úkoly státní památkové péče.“ Generální ředitelství dohlíží na správu všech 105 veřejně přístupných objektů i objekty, které pro veřejnost otevřeny nejsou. Vydat nařízení, které by pokrylo všechny, je náročný úkol. Jak navíc poznamenal jeden z jeho zaměstnanců, generální ředitelství samo se potýká především s administrativními záležitostmi, a praktické záležitosti jsou tímto upozadovány.

Prvním z požadavků generálního ředitelství je podoba webových stránek. Kromě sjednocení celkového designu pro všechny objekty obsahuje zadání i požadavek na anglickou mutaci stránek, kterou je povinen mít každý z objektů. Angličtina je v tomto případě chápána jako lingua franca zahraničních návštěvníků, tedy i na objektech, kde angličtina nepřevažuje, je primárním cizím jazykem (viz kapitolu 8). Způsob, jakým je tento požadavek naplňován, se však mezi aktéry liší stejně jako představa o tom, kdo tento požadavek naplňuje. Na

správách objektů se vyskytly dva názory: první, že jazykové mutace si dělá správa objektu sama, a to buď vlastními silami, nebo pro tu příležitost najatým odborníkem. Druhý názor byl, že překlady dělá samo Generální ředitelství nebo ÚPS v Českých Budějovicích. Rozhovor v Generálním ředitelství a na ÚPS uvedl na pravou míru, že primárně dochází k překladům na jednotlivých objektech, v případě potřeby pak na ÚPS, příležitost by to pak bylo možné i centrálně, pokud byly k dispozici texty, které by bylo možné použít.

Generální ředitelství samo tedy překlady stránek nezařizuje, rozhodnutí o povinnosti jazykových mutací však od něj pochází. Kromě angličtiny však není požadavek na žádný další jazyk, ty už jsou ponechány na uvážení správy objektu. Součástí požadavku na webové stránky je také požadavek, aby anglická nebo jiná cizojazyčná mutace byla obsahově srovnatelná s českou. Tento požadavek je splňován v základním obsahu stránek jako se ceník, otevírací doba, prohlídkové okruhy a historie památky, aktuality však na webových stránkách uváděny v cizím jazyce nejsou.

Dalším z nařízení Generálního ředitelství, které se v současnosti zavádí, je sjednocení informačního a orientačního systému. Toto sjednocení se týká především vizuální podoby cedulí, které se v současnosti na žádném z objektů ještě nenalézají a jejich pilotní provoz na vybraných objektech je v plánu na letošní rok. Součástí požadavku jsou však také cizojazyčné mutace textu, které by měly být „menším, méně výrazným písmem.“ Tato mutace je opět vyžadována především v angličtině, ostatní jazyky dle uvážení. Vzhledem k velikosti těchto cedulí je však nepravděpodobné, že by na nich byly další jazyky kromě angličtiny a češtiny.

Posledním ze tří nejdůležitějších nařízení pocházejících z Generálního ředitelství je cena cizojazyčné prohlídky. Ceny českých prohlídek jsou taktéž stanoveny Generálním ředitelstvím a odvíjí se od několika faktorů, jako je počet tras objektu, jeho velikost, jeho návštěvnost. Objekty jsou rozděleny do pěti kategorií na základě těchto faktorů a všechny objekty v dané kategorii mají podobnou cenovou hladinu prohlídek. Cena cizojazyčných prohlídek je pak stanovena na 170 až 200% ceny české prohlídky. Ceny prohlídek jsou navrhovány z jednotlivých objektů, které svůj návrh předávají na danou ÚPS a ta

následně předává návrh Generálnímu ředitelství. O výsledné podobě cen tedy rozhoduje právě Generální ředitelství.

Zvyšování ceny vstupenek, ať už českých nebo na základě toho cizojazyčných je dle rozhovoru na Generálním ředitelství zvýšena proto, aby NPÚ pokrylo IROPy¹⁰. Zároveň však, dle rozhovoru na ÚPS, reflektuje to, že cizojazyční průvodci mají vyšší platy a pro objekt znamenají další výdaje jako jsou překlady průvodcovských sylabů.

Plány na implementaci cizího jazyka se do budoucna týkají také vstupenek, které ve starší verzi byly většího formátu a ze zadní strany měly informace o památce, v češtině, angličtině a němčině. Nové vstupenky, které se v současnosti na objektech uvádí do provozu, jsou menší, tedy se na ně informační text nevešel. Naopak je však snaha, aby základní tisk (tedy místo, čas a trasa prohlídky) byly na vstupenky na cizojazyčné prohlídky tištěné taktéž v cizím jazyce, a to nejdříve v angličtině, v pozdějších fázích v jazyce dané prohlídky. Zatím však ani anglický text není realizován.

Tyto kroky lze považovat za předinterakční management, jak byl popsán v článku Sherman a Nekvapila (Nekvapil a Sherman 2009). Jelikož aktéři ze samotného Generálního ředitelství přímo do styku s návštěvníky nepřicházejí, je jejich jednání příkladem předinterakčního managementu, kterým se snaží zamezit chybám v komunikaci. Tímto způsobem lze tedy nalézt několik strategií, jež Generální ředitelství sleduje. Je to snaha o zpřístupnění veřejně dostupných informací o památce i jiným osobám než jsou mluvčí češtiny. Sem tedy spadají překlady, ať už webových stránek či informačních cedulí, které představují snahu o zabránění nedorozuměním způsobeným nedostatečnou jazykovou nabídkou informací. Zároveň tyto cedule a podoba webových stránek snižují nároky kladené na zaměstnance, jelikož přebírají jejich funkci prvotního informačního zdroje. Zaměstnanci tedy mohou používat tyto nástroje namísto jazyka a s jejich pomocí řešit problémy s dorozuměním.

Jiným příkladem projektů Generálního ředitelství je Klíč k památkám, který byl původně projektem financovaným z Evropských fondů, a proto měl mutace hned v několika jazycích. Původní projekt nebyl dokončen, ale Klíč k památkám nadále zůstává v režii NPÚ. Přestože je v současnosti primárně zacílen

¹⁰ Integrovaný regionální operační program.

na českou klientelu, webové stránky nadále zůstávají v šesti jazycích, a to v češtině, francouzštině, angličtině, němčině, polštině a španělštině. Překlad klíče k památkám neslouží jako předinterakční management v původně zmíněném smyslu slova, jelikož neslouží k usnadnění následující komunikace. Jedná se především o způsob, jak rozšířit klientelu nabízené služby, a jazyková variabilita byla dána především mezinárodním původem projektu. O tom svědčí i fakt, že v současnosti je projekt propagován výhradně v češtině.

Jsou ale také rozhodnutí, do nichž Generální ředitelství vůbec nezasahuje. To se týká především podoby cizojazyčných prohlídek a alternativ k prohlídkám. Tato část jazykového managementu neprobíhá na úrovni Generálního ředitelství, které neprovádí žádnou z fází jazykového managementu vzhledem k těmto tématům.

V případě Generálního ředitelství se jedná primárně o administrativní dohled. Z jazykovědného hlediska zde dochází především k předinterakčnímu managementu, jehož cílem je nastavení prezentace NPÚ tak, aby zasáhl co největší množství klientů, kteří díky němu mohou získat co nejvíce informací ještě před vstupem na památku.

6.3 Územní památková správa

Územní památková správa je jakýmsi mezičlánkem propojujícím Generální ředitelství a samotné objekty. Každá správa má na starosti objekty ze tří až čtyř krajů, tedy spravuje pouze část majetku NPÚ. Jinak je však tato úroveň neoddělitelná od Generálního ředitelství z hlediska rozhodování, což se projevilo i při rozhovoru.

V případě ceny vstupenek, jak již bylo zmíněno, podávají objekty návrh právě na ÚPS. ÚPS následně návrh předává Generálnímu ředitelství, a až tam se rozhoduje, zda bude návrh přijat nebo pozměněn.

Stejně tak v případě webových stránek ÚPS kontroluje, že byl proveden požadavek na překlady, který však pochází, jak již bylo zmíněno, z úrovně Generálního ředitelství. Zároveň, pokud objekt sám nemá kapacitu si texty překládat, může pro něj ÚPS zařídit překlad.

Z jazykového hlediska jsou však toto nejdůležitější rozhodnutí, k nimž na této úrovni dochází. Do podoby a chodu návštěvnického provozu a jeho jazykové

organizace ÚPS nezasahuje, nebo zasahuje pouze na úrovni kontrolní. Z hlediska jazykového managementu zde tedy dochází především k fázi druhé, tedy povšimnutí, a fázi třetí, tedy hodnocení. Změny jsou však navrhovány a prováděny až na úrovni následující.

6.4 Vedení objektu

Jak potvrzují i předchozí části kapitoly 6, k nejkonkrétnějším rozhodnutím o jazyce dochází až na úrovni správy objektů. Stejně tak na této úrovni dochází k rozhodnutím o konkrétní podobě návštěvnického provozu památky, což s výše zmíněným rozhodnutími o jazyce úzce souvisí. Ukazuje se, že zatímco z vyšších úrovní přichází platné pro všechny objekty, cyklus jazykového managementu, jak byl popsán v kapitole 2, probíhá především na této úrovni.

Prvním důležitým aspektem jazykových rozhodnutí je otázka personálu, především jazykových požadavků na něj a způsob testování jazykových schopností. V současnosti jsou všichni zaměstnanci sledovaných památkových objektů Češi a kromě Českého Krumlova objekty ani neměly zkušenost s cizojazyčným zaměstnancem. Ve Vimperku se objevila přihláška cizojazyčného zájemce o pozici kurátora v muzeu, tento zájemce se však na pohovor nedostavil. Podobně na Dačicích je zaměstnán původem Slovák, který však provází i komunikuje s kolegy i návštěvníky v češtině.

Názory na to, zda přijmout či nepřijmout cizojazyčného zaměstnance, se podobaly napříč objekty. Primárně se nejdůležitější v diskuzi ukázala pozice, na kterou by se případný cizinec hlásil, což v rozhovoru přímo zmínili kasteláni z Vimperka a Landštejna, jak ukazují následující citace.

„Pokud to bude člověk, který není v přímém kontaktu s návštěvníky, tak by mi to vůbec nevadilo.“ [L]

„Třeba po zahradníkovi nepotřebuju cizí jazyk a v zásadě se ho na to ani neptáme.“ [V]

„Pozice, na které se požaduje znalost cizího jazyka, na kastelána samozřejmě, na pracovníka vztahu k veřejnosti taky, na kurátora v muzeu a potom ten, co se schovává pod pokladní-průvodce.“ [V]

Z těchto ukázek je jasně patrný rozdíl v jednotlivých pozicích. Tento rozdíl lze zjednodušeně popsat jako rozdíl mezi pozicemi, které komunikují s návštěvníky, a mezi pozicemi, při nichž ke komunikaci s návštěvníky nedochází,

jako je často zmiňovaná pozice zahradníka. U druhých zmíněných povolání by cizojazyčný mluvčí byl překážkou pouze v případě, že by daný zaměstnanec nedokázal komunikovat s kolegy a se svými nadřízenými. Jedná se tedy opět o formu předinterakčního managementu, kdy se správa objektu snaží předejít problémům v komunikaci s návštěvníky tím, že na pozice, jejichž součástí je komunikace s potenciálními cizinci klade nároky na jazykovou znalost výrazně větší než na pozice, u nichž je potřeba komunikace pouze s ostatními zaměstnanci. Lze tedy předpokládat, že v tomto případě stačí jako ověření jazykových schopností samotný přijímací pohovor, který je příkladem komunikace mezi zaměstnanci. Požadavek na specifické jazykové znalosti se tedy týká pouze zaměstnanců z první kategorie.

Otázka jazykových schopností zaměstnanců na pozicích, které vyžadují komunikaci s návštěvníky, je však složitější. Dobrým příkladem kontrastu jsou následující výpovědi z Vimperka.

„Ale není to tak, že by přišel životopis od Němce, tak bychom ho rovnou hodili do koše.“ [V]

„Kdyby se hlásil na průvodce, ono mnohem víc záleží na tom konkrétním projevu. A taky, prostě ve chvíli, kdy mu je rozumět, tak by to podle mě problém nebyl. Ale u průvodce je to velmi specifické, protože tam potřebujeme, aby ten návštěvník přesně věděl, co říká.“ [V]

První citace se týká jakéhokoliv cizojazyčného průvodce, druhá se týká specificky mluvčích slovenského jazyka. Obě citace se shodují, že cizí jazyk není hendikepem v první instanci a v obou případech záleží rozhodnutí o přijetí uchazeče na jiných faktorech. Přesto kastelán ve druhé citaci jasně zdůrazňuje, že u průvodce je nejdůležitější srozumitelnost průvodce, a to i v tomto případě v komunikaci s českými návštěvníky. Na tom, že i slovensky mluvící průvodce by musel vést prohlídky v češtině, se shodují i další, například na Hluboké. Důvodem pro toto opatření je opět snaha o zjednodušení komunikace s návštěvníky, ať už českými, kteří by nerozuměli slovenštině, ale zároveň cizojazyčnými. Poslední citace navíc opět ilustruje rozdělení zaměstnanců vyčleněním průvodců, na které jsou požadavky jiné než na další pozice.

Jediným objektem, který s cizojazyčnými průvodci neměl problém, byl Český Krumlov, který už zaměstnával i mluvčí jiných jazyků než češtiny, kteří

česky hovořili minimálně nebo vůbec. Přijímáním cizojazyčných průvodců na zámku usnadňují komunikaci s návštěvníky hovořícími mateřským jazykem tohoto průvodce. To je podmíněno také tím, že na průvodce je požadavek, aby hovořili více než jedním jazykem, tedy se předpokládá, že se mohou s cizojazyčnými kolegy dorozumět.

Poněkud specificky se k problematice cizojazyčných průvodců vyjadřuje kastelánka z Dačic, která situaci popsala tak, že vzhledem k nízkému počtu cizojazyčných návštěvníků na Dačicích v současnosti není pro takového průvodce uplatnění, kdyby se situace změnila, mohl by se změnit i přístup k cizojazyčným průvodcům. To zapadá i do dříve nastíněného schématu o rozdělení zaměstnanců, tentokrát však v globálním měřítku. U zaměstnanců libovolného objektu, kteří do styku s cizojazyčnými návštěvníky nepřijdou, je požadavek na jazyky menší než u zaměstnanců objektů, kde je cizojazyčných návštěvníků více. Zároveň však vzrůstá u průvodců požadavek na češtinu, která je hlavním jazykem komunikace. To ilustrují i následující tři citace.

„Kdyby chtěl provázet a neuměl česky, tak bychom ho moc nevyužili, protože těch cizojazyčných prohlídek moc není. Ale kdybychom měli pro něj nabídku, že by jezdilo hodně cizinců, tak by to bylo super.“ [D]

„Ale kdyby přišel někdo, o kom bych nevěděla nic, a měla bych někoho jiného, kdo bude mluvit jenom česky, tak bych brala toho Čecha.“ [D].

„Ještě je otázka třeba u toho kurátora, jestli by v tom výsledném výběru, kdyby zůstal mezi těmi třemi, jestli by ho nehandicapovalo třeba psaní, kurátor musí psát texty v češtině, musí psát popisky.“ [V]

Druhá a třetí citace se shodují na tom, že ačkoliv by cizí jazyk nebyl přímo sám o sobě hendikepem na stejné úrovni jako například neschopnost vyjadřování nebo neznalost tématu, mohla by se stát hendikepem v případě, že by podobné kvality projevu projevovalo více uchazečů a někteří by navíc byli mluvčími češtiny.

Požadavky na konkrétní úroveň jazykové kompetence se také na jednotlivých objektech liší, což dokládají následující citace.

Prvním příkladem je citace z rozhovoru na Červené Lhotě. Zde vidíme, že očekávání se týkají „obecné znalosti,“ která však, když je blíže specifikována,

obsahuje značnou kompetenci. Jako základ je zde tedy chápána poměrně vysoká úroveň jazyka.

„Když přijímáme zaměstnance stálý, tak vždycky mám požadavek, aby uměli alespoň pasívně, tzn. tak že jsou schopni v tom jazyce číst, odpovědět na maily, komunikovat po telefonu, když někdo zavolá, tak aby aspoň němčinu nebo angličtinu měli aspoň na týhleť základní komunikační úrovni.“ [L]

Druhým příkladem je citace z Landštejna, která taktéž ilustruje požadavek základní znalosti, tentokrát však v jiném smyslu.

„Když rozumějí, že přijede prostě ten Rakušák nebo já nevím Angličan, a oni jsou schopný mu říct aspoň v nějaké řeči aspoň tu číslovku, aspoň kolik stojí to parkovné, když se zeptá.“ [L]

Nutno podotknout, že v případě obou citací se jedná o pozice stálých zaměstnanců, ne průvodců brigádníků. Naopak jiné objekty, jako například Hluboká a Český Krumlov, vyžadují aktivní znalost cizích jazyků, aby zaměstnanci byli schopni komunikovat na dostatečné úrovni.

Samotné testování jazykové kompetence se napříč objekty liší. Zde byli předmětem hovoru jak stálí zaměstnanci, tak průvodci brigádníci, rozdíl je však spíše v pozicích (viz výše). Zde se tedy zaměřujeme především na pozice, které při vykonávání svého povolání komunikují s návštěvníky.

Na Červené Lhotě a na Dačicích je jazyková znalost jednou z otázek při pohovoru, testuje se však spíše zřídka. Ve Vimperku se na cizí jazyky taktéž ptají u přijímacího pohovoru a přímo je v rámci něj i testují. V případě Hluboké se znalost cizího jazyka testuje přímo při prohlídce v cizím jazyce, totéž platí pro Český Krumlov. Ještě více zde tedy vidíme rozdíl mezi objekty s velkou cizojazyčnou návštěvností a objekty s malou cizojazyčnou návštěvností. Způsob testování znalostí uchazečů o pozice odpovídá nutnosti této znalosti. Součástí tohoto cyklu je také jiné rozdělení úloh zaměstnanců – na Červené Lhotě a na Dačicích jsou specializovaní průvodci na jazyky, ostatní tedy cizí jazyky v práci používat nemusí, a tedy nejsou důležité pro pracovní pohovor. Naopak na Hluboké a v Českém Krumlově musí cizí jazyky ovládat každý průvodce, tedy jsou testovány mnohem detailněji. K tomuto rozdělení se také vážou následující dvě citace z Vimperka, které ilustrují, že ne vždy je toto rozdělení možno dodržet.

V takovém případě následují řešení problému uzpůsobující komunikaci nastalé situaci.

„My jsme prohlídky v angličtině a v němčině sice nenabízeli, ale stejně k nim párkrát došlo, takže i ti průvodci, když dostali lidi k sobě, který neuměli česky, to se stávalo, že ten člověk trval na tom, že půjde i když neumí česky, tak potřebujeme, aby si s tím dokázali poradit a alespoň nějaký základ přeložit. V nabídce to nebylo.“ [V]

„Protože nebyly ty texty přeložené do angličtiny, tak jsme si to pokrývali ze zaměstnanců, kteří uměli jazyk natolik dobře, že to byli schopni odmluvit bez textu na základě znalosti toho českého.“ [V]

V následující citaci se také objevuje poslední bod, který je třeba zmínit k otázce testování jazykové kompetence. Z ukázky je patrné, že způsob testování jazykových znalostí často podléhá nejen vlivu postavení v dané pozici, ale také vlivům externím.

„Angličtina němčina nás zajímá, němčinu si teda netestujeme, protože není jak, moc, a angličtinu jo, aspoň jako základní, jestli dokážou reagovat na otázku.“ [V]

K volbě jazyků, v nichž budou prohlídky nabízeny, taktéž dochází na úrovni správy objektů. Z výzkumu je patrný vliv jak poptávky, tak nabídky. Jazyky, o něž mají návštěvníci hlavně zájem, jsou zpravidla nabízeny nejčastěji. To je vzhledem k blízkosti hranic němčina, kterou nabízí všech šest objektů. Dále se prosazují ostatní jazyky majority návštěvníků, tedy v případě Hluboké je to požadavek na ruštinu a čínštinu, na Českém Krumlově japonštinu. Tento trend je však vystaven omezením z důvodu nabídky, která způsobuje, že jazyky, které by byly žádoucí z hlediska návštěvníků, nejsou k dispozici z hlediska personálu. V rozhovorech se tak často objevoval nedostatek němčinářů jako hlavní důvod pro omezení německých prohlídek, přestože návštěvníci by tento jazyk preferovali. To se projevilo například na Českém Krumlově, kde byly v den výzkumu německé prohlídky zcela zrušeny pro nedostatek personálu.

„Ty jazyky, který se nabízí místně, ty jazyky, který se na gymplu v Dačicích učí, mají potenciál být tady.“ [D]

Citace ukazuje, že hlavními potenciálními zaměstnanci jsou v oblasti nabídky studenti, kteří se nejčastěji ujímají rolí průvodců. S tím také souvisí

největší nedostatek průvodců ve zkouškovém období, období maturit a dalších na studium náročných měsíců.

Zajímavá ukázka organizovaného jazykového managementu se v tomto směru objevila ve Vimperku a dokládá ji následující citace.

„U té angličtiny nás to tolik nebolí, protože tu jsme schopni si obstarat sami, ale tu němčinu neumíme ani my. Tam se tomu snažíme předejít tím, že jsme se začali německy učit sami.“ [V]

Management objektu zde dospěl k závěru, že jazyková vybavenost je nedostatečná a nabídka ze strany zaměstnanců je nejistá. Na situaci se proto rozhodli reagovat tím, že se sami začali učit německy, aby mohli požadavky návštěvníků pokrýt ze stálých zaměstnanců.

Ne vždy však jazyková kompetence zaměstnanců stačí pokrýt veškeré potřebné jazyky. V takových případech dochází k zajímavým ukázkám jazykového managementu, jako je citace níže.

„Přišel mi email v azbuce. Tak jsem dala přes translater odpověď a pod to jsem to napsala ještě anglicky, abych nenapsala něco úplně mimo. Takže to jsou bilingvní emaily.“ [D]

Mluvčí obdržela email v jazyce, který sama neovládá a očividně neměla k dispozici dalšího mluvčího daného jazyka. Rozhodla se však udržovat komunikaci v jazyce, v němž komunikace začala, a tedy odpovědět taktéž rusky. Aby však nedošlo k nepochopení textu, rozhodla se této možnosti předejít tím, že text napsala také v angličtině, kterou ovládá ona, ovšem znalost recipienta není v tomto případě jistá. Emailová komunikace tedy proběhla ve dvou jazycích, aby mluvčí zajistila porozumění.

S podobnou premisou jako o jazykových požadavcích na zaměstnance rozhodují správy objektů i o volbě alternativ k prohlídkám. Zde nejsou tolik limitováni nabídkou, jelikož tyto alternativy je třeba přeložit jednorázově a nevyžadují fyzickou přítomnost překladatele, vychází tedy především z poptávky. S tím souvisí také fakt, že tyto alternativy bývají nabízeny ve více mutacích, než bývají nabízeny prohlídky, včetně jazyků, v nichž nejsou prohlídky nabízeny nikde, jako je maďarština nebo čínština.

Zda se bude jednat o audioguidy či papírové texty je taktéž rozhodnutí správy objektů, toto rozhodnutí bývá důležitější než konkrétní použité jazykové

mutace, a to z toho důvodu, že samotné překlady musí být adaptovány na vybrané médium. Audioguidy používají ze sledovaných objektů pouze Hluboká a Český Krumlov. Níže následují tři citace, z nichž první dvě pochází z Vimperka a představují argumenty proti audioguidům, poslední pochází z Dačic a představuje názor pro audioguidy.

„S čím nepočítáme jsou audioguidy. Tam jde o to, že nesouhlasíme s tím principem. Není nic otravnějšího, než když jste ten cizinec, máte text a on nenavazuje.“ [V]

„Nehledě na to, že ten audioguide se při každé změně musí přemluvit. Nemusíte na to sehnat herce. Tam musíte přemluvit celý odstavec, kdežto do textu vložíte jedno slovo.“ [V]

„Když čteš text, tak si neprohližíš ty věci, když máš sluchátka a někdo ti to povídá, tak se můžeš rovnou dívat.“ [D]

„Mně to i přijde, že to ruší, ono by to muselo bejt na sluchátka, jakmile to máte na sluchátka, je to už zase nákej hygienickej...“ [V]

„A přijde mi to takový víc profi, víc moderní, přístupnější.“ [D]

Otázka hygieny byla uvedena i v případě audioguidů, i v případě textů. Co je však důležité pro jazykový management je diskuse, zda jsou aktualizovatelnější audioguidy nebo texty, pro což pro obojí se objevily argumenty v rozhovorech. Zároveň je důležitým argumentem, že zatímco text je třeba pouze přeložit, audioguide je třeba také nahrát, tedy sehnat patřičného mluvčího pro každý použitý jazyk.

Výsledná forma cizojazyčného textu tedy závisí na správě objektů. Ty mají také jasnou představu o tom, jak text má nebo nemá vypadat. Texty zpravidla vycházejí z průvodcovského sylabu, jsou však upravené pro potřeby návštěvníků, a to jak formou, tak obsahem, jak naznačují následující dvě citace z Vimperka.

„Ono se to zaseklo na tom, že jsem ten text přepisovala, protože se mi nelíbí ten způsob, kdy se dává cizincům ten přeložený text, že mi to přijde jako nesmysl, aby si četli to, co dostane průvodce jako podklad.“ [V]

„I ta představa, že bychom měli třeba dvě varianty toho textu, jeden evropský a druhý světový, protože ve chvíli, kdy přijíždíte z Austrálie a je tam

přeložená šlechta, tak vy nemáte tušení, co to je, tak by měly být i jiné úrovně a mohly by se dát používat.“ [V]

Z ukázek je patrné, že jazykový management se netýká pouze formy, tedy daného jazyka jako celku, ale i volby formulací a informací obsažených v textu. Sociální kontext návštěvníků pocházejících z různých prostředí by tedy vyžadoval dvojí text ve stejném jazyce, zde předpokládejme angličtinu – text pro návštěvníky ze stejného sociokulturního zázemí a pro návštěvníky mimo něj.

Stížnosti cizojazyčných návštěvníků na to, když památky nemají žádnou tuto alternativu, potvrzuje jak Vimperk, který zatím texty návštěvníkům nenabízel, tak Landštejn, kde zavedli cizojazyčné cedule jen před pár lety. Objekty, které cizojazyčné alternativy mají zavedené, žádné stížnosti neuváděly, a to ani na nedostatečnou nabídku z hlediska prohlídek v cizím jazyce, tak z hlediska alternativ k prohlídkám.

Otázka jazyků těchto alternativ je pak také na správě objektů a jak již bylo řečeno, vychází především z poptávky. Úzce také souvisí s jazykovými ideologiemi (kapitola 7) a jazykovými hierarchiemi (kapitola 8), které se na daném objektu prosazují. Alternativy však zpravidla pokrývají jak jazyky, které jsou k dispozici i na prohlídkách, tak jazyky další. Jen některé objekty, Dačice a Hluboká, nabízejí alternativu i v českém jazyce, která je k dispozici především pro neslyšící. Na Dačicích však kastelánka upozorňuje na to, že text pro neslyšící není ideální, i proto propaguje audioguide MAUDE, který by mohl mít mutaci nahranou v českém znakovém jazyce.

Poslední součástí jazykového managementu na správě objektů je propagace v českém a cizím jazyce. Jak již bylo řečeno výše, z Generálního ředitelství pochází požadavek na minimálně dvě jazykové mutace webových stránek, a to v angličtině a češtině. Jak se ukazuje, objekty nepovažují toto minimum za dostačující, avšak liší se přístupy k tomu, jak situaci řešit. Na Českém Krumlově zůstávají funkční i staré webové stránky, které doplňují nabídku jazyků. Na Červené Lhotě nechali přeložit stránky také do němčiny a ruštiny, na Landštejně do němčiny. Naopak na Hluboké zůstali pouze u angličtiny, přestože si uvědomují, že jazyková nabídka je nedostačující.

O problematice dvojího obsahu na českých a cizojazyčných stránkách hovořili pouze ve Vimperku. Pro ostatní objekty toto téma není prioritou a jak je

vidět na stránkách, tato problematika se týká všech šesti objektů. Aktuality v angličtině můžeme vidět pouze na Českém Krumlově, kde se však týkají pouze změn v návštěvnickém provozu.

„Ať se nám neděje to, že v tom jazyce máte desetinu. Aby příspěvky vycházely aspoň česky a anglicky. V téhle době do sekce zprávy dáváme ty opravy, a já bych byla ráda, kdyby to bylo i v té angličtině, [...]“ [V]

Cedule informačního systému spadají pod několik úrovní, jejich výslednou podobu však určuje opět správa objektu. Ta rozhoduje o tom, jaké jazyky budou na cedulích použity, případně jaké informace se objeví v jakých jazycích. Podobou informačního systému se však zabývá kapitola 9, tedy bude podrobněji popsán až tam.

6.5 Průvodci

Průvodci jsou poslední instancí jazykového managementu. Lze namítat, že se už ani nejedná o organizovaný management v pravém slova smyslu, naopak se jedná o management samotných interakcí. Na tuto námitku lze však reagovat tím, že z hlediska organizovaného managementu jsou průvodci jeho vykonavatelem, tedy implementují (či případně neimplementují) návrhy oprav systému, které přichází z vyšších pozic. Tím se tedy stávají jejich mikrointerakce důležitou poslední fází organizovaného managementu v rámci struktury NPÚ.

Nejprve je třeba rozlišit průvodce podle objektů, na nichž provázejí. Průvodci na objektech, kde je po nich vyžadován cizí jazyk každý den v rámci běžně vypisovaných prohlídek, jako je tomu na Hluboké nebo Českém Krumlově, mají jiné podmínky než průvodci na objektech, kde mají pouze dedikované cizojazyčné průvodce a ani ti nechodí prohlídky pravidelně, jako je tomu na Červené Lhotě nebo na Dačicích. Tyto rozdíly se pak mohou projevat i ve způsobu, jakým tito průvodci řeší stejné situace.

Další dělení vychází z toho, že v souvislosti s cizím jazykem mohou vznikat různé typy situací. Za prvé jsou to situace, kdy cizojazyčná prohlídka nebyla naplánována nebo s ní sám průvodce nepočítal. To ilustruje vyprávění jedné z průvodkyň na Červené Lhotě, která se o své prohlídce v angličtině dozvěděla pár dní před samotnou prohlídkou, aniž by do té doby kdy nějakou prohlídku vedla či byla dedikovaným cizojazyčným průvodcem. Důvodem byla

v tomto případě nepřítomnost jiného jazykově vybaveného průvodce. V takovém případě správa objektu hledala řešení, tedy jiného průvodce, který jazyk ovládá, přestože není smluvním cizojazyčným průvodcem.

Podobné jsou situace, kdy cizojazyčná prohlídka vznikne z nouze. Takovým případem jsou prohlídky, na které, ač je prohlídka vypsána jako česká, si zakoupí lístky pouze cizinci. V takovém případě je průvodce na prohlídku připraven ještě méně, dozvídá se o ní v okamžik začátku prohlídky. Řešení těchto situací se u průvodců liší.

„Už se nám stalo všem, že jsme měli prohlídku, kde se sešli návštěvníci jenom s textama, tak v tu chvíli se i průvodce jako já, který neprovází v jazyce, snaží podávat ten anglický výklad.“ [D]

Tato citace vypovídá o přesně takové situaci, kdy řešením vzniklého problému byl přechod od českého výkladu do výkladu v cizím jazyce, v tomto případě angličtině. Podobnou situaci popisuje i další citace, opět s anglickým jazykem, tentokrát pro německy mluvící návštěvníky.

„To se mi třeba stalo, že přijela skupina deseti Němců a chtěla k normální prohlídce, ale protože jsem věděla, že už jich tam je moc, tak jsem je brala zvlášť a říkala jsem jim to anglicky, ale ti šli za standardní cenu, protože jsem je jenom oddělila, aby se to netáhlo.“ [V]

Tyto prohlídky také dotázaní průvodci hodnotí kladně, jelikož výklad srozumitelný návštěvníkům je v takovém případě pouze bonusem, nikoliv nutností. V takovém případě tedy průvodci necítí, že by na ně byly kladeny takové nároky, a zároveň se domnívají, že návštěvníci mají mnohem menší očekávání, jsou vděční za menší jazykovou vybavenost a sami se na překladu prohlídky do jim srozumitelného jazyka podílejí, pokud si průvodce nevzpomene na slovo nebo frázi.

Opačným případem jsou prohlídky, které jsou plánované, na něž jsou průvodci zvyklí a očekávají je, ať už se jedná o první typ průvodců nebo o druhý. Tyto nejsou z hlediska jazykového managementu tolik zajímavé, jelikož zde zpravidla nedochází k žádnému konfliktu, nýbrž očekávaný jazyk je stejný jako jazyk, v němž je prohlídka opravdu odvedená.

I tyto prohlídky však mohou být problematické, pokud se v dané skupině, zpravidla předem objednané, vyskytnou mluvčí češtiny. V takovém

případě je sice prohlídka stále cizojazyčná, dotazy se však mohou vyskytovat jak v češtině, tak v jazyce prohlídky. Podobný příklad uvedla průvodkyně z Nových Hradů, která tuto situaci hodnotila velmi negativně především kvůli zmatku.

Posledním typem prohlídek jsou pak prohlídky v češtině s cizojazyčnými návštěvníky, kteří používají text, audioguide či překladatele. Následující citace popisuje situaci, kdy návštěvníci alternativu nedostali.

„Vím od průvodců, že byly negativní ohlasy v tom smyslu, že nemáme ten text k té prohlídce. Že byli turisté, co se chtěli podívat na prohlídku a mrzelo je, že nemají možnost získat ty informace v jiném jazyce než v češtině. Ale to byl největší problém července a srpna. Protože když chodily větší skupiny lidí, kolem těch dvaceti, tak ten průvodce nemá čas se těm dvěma cizincům věnovat. Když přijeli třeba v květnu, tak se jim mohlo stát, že dostali prohlídku v cizím jazyce, protože byli sami a ten průvodce přešel do angličtiny.“ [V]

V základu však prohlídky s alternativami probíhají v češtině, alespoň do určité míry. Jazyk prohlídky tedy zůstává stejný, jako je avizováno na pokladně, průvodce se však navíc musí vypořádat s cizojazyčnými návštěvníky. Průvodkyně na Nových Hradech například uvedla, že na cizince v české prohlídce mluví jejich jazykem, pokud ho ovládá, když jim dává instrukce týkající se průběhu prohlídky, tedy, když jim kontroluje vstupenku, říká, kudy mají jít a žádá je o nasazení zámeckých papučí. Po zbytek prohlídky je však nechává pouze s textem. V případech, že se o objekt zajímali více, byla ochotna přejít ke dvojazyčnému výkladu, nejprve v češtině a pak v cizím jazyce, za cenu sníženého množství informací.

Podobně je tomu v případě, že návštěvníci, opět zpravidla objednaná skupina, mají vlastního překladatele. Množství informací je omezeno tím, že text je třeba za stejný časový úsek říct dvakrát oproti normální prohlídce. často se však stává, jak uvedla průvodkyně z Nových Hradů, že překladatelé přidávají informace, který průvodce neřekl.

Co se týče samotného obsahu prohlídky, informací může být v cizojazyčném výkladu méně, ale nemusí. Informace získávají průvodci z cizojazyčných textů, a to buď těch, které mají návštěvníci na prohlídkách k dispozici, nebo přímo v překladech průvodcovského sylabu. Množství informací se tak odvíjí od času a jazykových možností průvodce. Složitě

konstrukce z tištěného textu průvodci přizpůsobují vlastním jazykovým schopnostem. Jazyk je tedy u průvodců s nižší jazykovou znalostí jednoduchý a například průvodkyně z Nových Hradů přiznává, že může být i gramaticky nesprávný. Vychází však z podoby prohlídky, kterou užívá při českých prohlídkách. Nejdůležitější při přípravě cizojazyčné prohlídky je slovní zásoba, která je na památkových objektech velmi specifická. Opět průvodkyně z Nových Hradů si například sama udělala slovníček, který využívá pro prohlídky, čímž předchází chybám ve výkladu vzniklým nedostatečnou znalostí terminologie.

Podle této průvodkyně jsou prohlídky v cizím jazyce také mnohem méně variabilní co do formulací než prohlídky v češtině, což je dáno především obavami z nedostatečné jazykové znalosti. To se může lišit u jednotlivých jazyků, například tato průvodkyně tento problém pocítuje především u prohlídek německých, u anglických nikoliv.

Obsah prohlídek průvodci přizpůsobují návštěvníkům. Vynechávají se především české reálie a naopak se přidávají informace o událostech nebo osobnostech, které jsou daným návštěvníkům blízké. Jako příklad uvedla průvodkyně z Nových Hradů Evžena Savojského, který zajímá především Rakušany, zatímco Češi ho příliš neznají, tedy je předmětem německých, ale ne českých prohlídek. Naopak na Hluboké, kde o tomto částečně rozhoduje už management objektu, se snaží do cizojazyčných prohlídek zapojit informace o předmětech z dané země nebo událostech s ní spojených.

V případě, že návštěvníci a průvodce nehovoří žádným společným jazykem, ať už je pro návštěvníky k dispozici alternativa či není, uchylují se obě strany komunikace ke gestům, případně ukazování názvů v předmětu a jmen osob v textu a následně v expozici.

Jako motivaci pro vedení cizojazyčných prohlídek průvodkyně na Nových Hradech i managementy objektů, jako Vimperk, Hluboká či Český Krumlov sami uvádí, že cizojazyčné prohlídky využívají především jako způsob, jak si procvičit jazyk, čímž potvrzují domněnky vyšších orgánů NPÚ.

Závěrečná citace poukazuje na některé specifické požadavky cizojazyčných skupin. I takové situace vyžadují od průvodce dobrý jazykový management, především v oblasti slovní zásoby, která se pro každou takto specializovanou prohlídku může lišit.

„To byla moje první prohlídka, s francouzským zájezdem, kdy mi překladatelka řekla: „prosím vás, vynechte tu historii.“ [D]

7. Jazykové ideologie

Za jazykovým managementem na jednotlivých objektech se skrývají různé jazykové ideologie. Jednotliví aktéři podle nich utvářejí své jazykové chování a na jeho základě následně určují směřování celého provozu daného objektu.

Jednou z nejprominentnějších ideologií, která se za jazykovým chováním na daných objektech projevuje, je jazykový konzervatismus. Aktéři vychází z jazykové majority jak v lokalitě, tak v demografii návštěvníků, a tedy používají v komunikaci primárně její jazyk, tedy češtinu. Český hovořícím návštěvníkům se také přizpůsobují primárně všechny komunikační domény, což je viditelné například v aktualitách webových stránek, které jsou pouze v češtině.

Jazykovou ideologií, která se s předchozí do jisté míry odporuje, je globalismus, tedy snaha vyjít vstříc co nejširší možné komunitě. Ta je jasně viditelná například na Hluboké a Českém Krumlově, kde se také vyskytuje největší variabilita návštěvníků. Naopak na jiných objektech se tato ideologie zcela nevyskytuje.

Další ideologií je jeden jazyk – jeden národ, což se projevuje i v označování mluvčích jazyka jako národa – tedy Němci jako shrnující pojem pro Němce i Rakušany v rozhovorech s managementem objektů. Taktéž se však v rozhovorech objevoval opačný trend, zastřešující pojem Asiaté, který se však netýkal žádné konkrétní skupiny ani z hlediska jazykového, ani z hlediska národnostního, a spadal tam proměnlivý počet národností.

Často se také vyskytovala v rozhovorech ideologie dokonalého jazyka, tedy strach, aby byl cizojazyčný výklad na dostatečné úrovni, aby uspokojil návštěvníky. Ta se projevovala jak v rozhodování managementu o tom, jaké průvodce přijme, tak ji ale popisovali i sami průvodci. Zvláště s přihlédnutím k vyšší ceně prohlídky popisovali tento problém například na Hluboké, stejně tak si ho u sebe povšimla průvodkyně z Nových Hradů.

8. Jazykové hierarchie

Jak je patrné z předchozích kapitol, při rozhodování o jazyce na památkových objektech dochází k hierarchizování používaných jazyků. Tato hierarchie zde bude představena spolu s důvody, které k její podobě vedly. Z hlediska jazykové hierarchie je však třeba oddělit dva faktory: prvním je, v kolika doménách se jazyk vyskytuje, druhým, který z jazyků je nejčastěji na objektu používán. V jazykových hierarchiích se také odráží ideologie zmíněné výše, především ideologie dokonalého jazyka.

Nejdůležitějším jazykem na sledovaných památkových objektech je čeština, jakožto jazyk místní a jazyk majority návštěvníků. Informace o památkových objektech jsou v češtině dostupné všechny, ať už se jedná o aktuality na webových stránkách, popisy tras a veškeré psané materiály. Zároveň je čeština jazykem, kterým hovoří zaměstnanci a po zaměstnancích, kteří přichází do styku s návštěvníky, je tento jazyk s výjimkou Českého Krumlova přímo vyžadován. Není objekt, kde by některá informace nebyla dostupná v češtině, zato byla dostupná v některém z jiných jazyků. Naopak jsou však informace, které jsou k dispozici pouze v češtině. Informace v českém jazyce jsou také často větší a výraznější než informace v cizích jazycích.

Nejčastějším argumentem pro požadavek češtiny (častěji uváděno požadavek zaměstnanců Čechů, kdy byla čeština logickým důsledkem tohoto požadavku) jsou požadavky návštěvníků, z nichž majorita je s výjimkou Českého Krumlova česká. Český Krumlov také ukazuje hranici, kdy počet cizojazyčných návštěvníků dorovnává a mírně převyšuje počet českých návštěvníků, čímž oslabuje pozici češtiny jako hlavního jazyka komunikace s návštěvníky.

Nejdůležitějším jazykem po češtině je angličtina. Tu většina aktérů považuje za samozřejmost a tento jazyk považuje za univerzální. Angličtina tedy pokrývá roli lingua franca a je vnímána jako jazyk společný pro druhou návštěvnickou skupinu „cizinců“.

V angličtině jsou z nařízení generálního ředitelství webové stránky všech objektů, v angličtině je také psaný ceník a otevírací doba. Aktuální informace, jednorázové akce a menší cedule už však v angličtině nebývají, opět s výjimkou Českého Krumlova a Hluboké. Angličtina je také nejčastějším jazykem, kterým

hovoří zaměstnanci na prohlídkách. Ty jsou nabízeny nejen anglicky hovořícím návštěvníkům, ale všem cizojazyčným návštěvníkům, pokud památka nenabízí prohlídky v jejich jazyce.

Poptávka po angličtině se pak projevuje mimo jiné tím, že i návštěvníci, jejichž jazyk je v nabídce zámku, se vydávají na prohlídky v angličtině, buď z vlastní vůle, nebo z nedostatku personálu.

Vysoká pozice angličtiny může být dána také výše zmíněnou ideologií dokonalého jazyka, což vychází z předpokladu, že aktéři považují svou jazykovou vybavenost v angličtině za nejlepší z možných, a tedy ji prosazují na úkor ostatních jazyků.

„V naprosté většině to probíhalo anglicky, i když to byli Němci, protože máme problém sehnat někoho německy mluvícího.“ [V]

Třetím jazykem v hierarchii sledovaných objektů je němčina. Její výhradní postavení je dáno především vzhledem ke geografii oblasti, a to i na místech, kde přiznávají, že tam cizinci, a tedy ani Němci, příliš nejezdí. Zároveň je však třeba poznamenat, že němčině mimo tuto oblastní výhodu konkurují i jiné jazyky a její postavení je tedy sporné a na některých objektech je na podobné úrovni ruština, která se na některých objektech jako například na Hluboké objevuje dokonce častěji.

V němčině jsou informace o cenách a otvírací době jednotlivých památek, všechny objekty s prohlídkami také nabízí prohlídky v němčině. Stejně tak se německy tisknou informační brožury NPÚ, pokud není požadavek ze správy památky jiný. Některé z objektů mají v němčině i webové stránky, což je však pouze minorita.

Problémem užívání němčiny je především nedostatek mluvčích na české straně. Správy objektů se potýkají s nedostatkem německých mluvčích, což potvrzují především rozhovory na Dačicích a ve Vimperku ale i na Českém Krumlově, kde byly z tohoto důvodu rušeny prohlídky. Nedostatek mluvčích i v pohraničních oblastech tedy vede k menší nabídce němčiny. Ta však, jak se správy objektů shodují, stále dostačuje poptávce, což je řešeno prohlídkami na objednávku.

Posledním jazykem, který je možno snadno zařadit do hierarchie, je ruština. Ta například na Hluboké dominuje a je důležitější než výše zmiňovaná

němčina. Stejně tak na Českém Krumlově zastupuje důležitou roli a prohlídky v ruštině nabízí také na Červené Lhotě. Naopak webové stránky má v ruštině pouze Červená Lhota a tištěné materiály v ruštině NPÚ nevydává.

Podobně vysoko v hierarchii co do počtu uživatelů jsou čínština, korejština a japonština. Množství návštěvníků z těchto zemí především na Hluboké a na Českém Krumlově vedlo ke vzniku audioguidů, textů a na Krumlově v případě japonštiny také k prohlídkám v těchto jazycích. Na ostatních objektech jsou tyto jazyky zcela okrajové.

Mezi další jazyky v hierarchii lze zařadit italštinu, španělštinu, francouzštinu, polštinu a maďarštinu. V těchto jazycích se nabízí prohlídky na Hluboké a na Českém Krumlově, na Dačicích a na Červené Lhotě pro jejich mluvčí fungují texty. Vimperk ani Landštejn už s těmito jazyky nepočítají.

„S dalšími jazyky zatím nepočítáme. Ty okruhy než se úplně ustálí, bude lepší mít dva než překládat každý rok pět a ty jednotky většinou stejně umí jiný jazyk. Možná Poláci, ale i ti už umí anglicky nebo si přinejhorším umí přečíst českou verzi.“ [V]

9. Jazyková krajina

Jazyková krajina na památkových objektech se týká několika samostatných částí. Tou první je kulturní a turistické značení na silnicích a ve městech, který může patřit buď památkovému objektu, častěji je však přímo města a památkový objekt do něj může zasahovat pouze skrze dialog s městem. Informační systém u silnic je ve správě Ředitelství silnic a dálnic a má jasně daný formát (Pintérová 2015). Jedná se o hnědé cedule s bílou kresbou daného objektu a název tohoto objektu. Cedule jsou pouze v češtině, což však, jelikož se zpravidla jedná pouze o název dané památky, není tak patrné. Pod Ředitelství silnic a dálnic spadají také hnědé městské orientační cedule, které ukazují na důležité památkové a správní objekty. I tyto cedule jsou pouze v češtině. Jindy se ve městech vyskytuje samostatný informační systém, který však patří městu a nikoliv památkám a až na výjimky bývá pouze v češtině.

Například město Český Krumlov zařadilo i další jazyky, a to němčinu a angličtinu, na své veřejné značení (foto 1 a 2). V prvním případě se jedná o informační systém města. Na směrovkách vidíme jak ikony označující daná místa (například i pro informace, WC pro toalety nebo ikonu pro zámek), tak jejich popis. Dvě třetiny směrovky zabírá popis v češtině, v poslední třetině se nachází angličtina. Ta je značena polovičním písmem oproti češtině. Návštěvníkům tak mohou na jedné směrovce posloužit hned tři způsoby popisu: ikona, český text a anglický text.

V druhém případě se jedná o značení směru na silnici k nádraží. Cedule jsou v tomto případě dvě, jedna v češtině, psaná větším písmem a označená ikonou, druhá cedule obsahuje zbývající jazyky menším písmem a bez ikony. Lze tedy předpokládat, že cedule fungují jako soubor, kdy ikona vlaku je společná pro všechny, přestože je umístěna pouze na české verzi. Velikost písma pak určuje hierarchii jazyků.

Objevují se však i cedule, které patří přímo zámku, jako tomu bylo například v případě Vimperku. Cedule vedou od náměstí směrem k zámku. Jsou pouze v češtině. Podobně má vlastní cedule ukazující od parkoviště k zámku také

Hluboká (foto 3). Cedule jsou v tomto případě česky, německy a anglicky, velikostí ani jinými vlastnostmi se nápisy v jednotlivých jazycích neliší.

Dalšími prvky jsou pak systémy nesouvisející s objektem ani městem, jako je fotografie 11, zachycující znakové písmo v restauraci v Českém Krumlově. Tato cedule představuje přizpůsobení jazykové nabídky komunitě, která se v daném prostředí vyskytuje. Zájem asijských návštěvníků vedl majitele této restaurace k použití jejich řeči, aby svou restauraci zviditelnil právě u této klientely.

Druhou proměnnou je orientační a informační systém na samotné památce. Přestože NPÚ plánuje v budoucnosti sjednotit tyto cedule, v současnosti fungují na jednotlivých objektech jejich předchůdci, jejichž podobu do velké míry určovala přímo správa daného objektu.

Už sjednocené jsou hlavní informační cedule u pokladen (foto 4). Zde vidíme celkový pohled na informační tabuli u vstupu do pokladny na zámku v Dačicích. Tabule jsou rozděleny do tří informačních oblastí: část *expoziční*, která představuje v krátkosti obsah prohlídky, případně prohlídek dle nabídky objektu, část *historie*, která uvádí časovou osu se stručně poznamenanými událostmi týkajícími se daného objektu, a *ceník* informace o vstupném. Otvírací doba je zpravidla na samostatné tabulce (foto 6). Časová osa je pouze v českém jazyce, zbývající části jsou přeložené do němčiny a angličtiny, v tomto pořadí, což je lépe patrné na detailu, tentokrát z Červené Lhoty (foto 5). Ačkoliv je fotografie rozmazaná, potvrzuje se, že český jazyk je nadřazený ostatním jazykům ve velikosti písma i barvě písma, která je výraznější než v případě ostatních jazyků.

Fotografie 6 představuje tabuli s otvírací dobou u brány do zámku Červená Lhota. Jedná se o první informační tabuli, s níž se návštěvník setká při vstupu na objekt. Tato informační tabule má rovným dílem rozdělenou plochu mezi český jazyk a anglický/německý jazyk. Jazyky jsou rovnocenné co do prostoru, který dostávají, vezmeme-li v úvahu, že cedule pracuje s podobností pojmů v angličtině a němčině. Cedule tímto využitím podobnosti angličtiny a němčiny vytváří dvě sociolingvistické kategorie: místní a cizinci. I v cizojazyčné části jsou navíc časy uvedeny ve dvaceti čtyřhodinovém formátu, přestože zahraničním návštěvníkům by mohl být dvanáctihodinový formát bližší. Vidíme však také, že němčina je nadřazena angličtině v případě, že je mezi daným

lexikem v jazycích rozdíl, což, jak ukazují jazykové hierarchie, neodpovídá jejich postavení v jiných oblastech. Jelikož však zaměstnanci uvedli, že německy hovořící návštěvníci na zámku převažují, je možné, že v této písemné formě je jim dána přednost právě proto.

Vlastní ceduli má Landštejn, který uvádí pouze ceník a otevírací časy (foto 7). Tato informační cedule je rozdělena pouze na dvě části, a to otevírací doba a ceník. Na ceduli jsou použity jazyky čeština, angličtina a němčina, v tomto pořadí. mezi jazyky není rozdíl ve velikosti ani barvě písma, zdá se tedy, že jsou zde rovnocenné.

Stejně tak má vlastní ceduli Český Krumlov (foto 8), která je ve čtyřech jazycích. Ty jsou navíc přehledně označeny vlajkou daného státu.

Jelikož je Landštejn památkou bez prohlídkové trasy, vyskytuje se i v jeho areálu větší počet informačních cedulí, než jaký můžeme vidět na ostatních objektech. Ty zachycují fotografie 9 a 10. První z nich je z informačního systému v areálu hradu, který slouží návštěvníkům jako náhrada prohlídky. Zde můžeme vidět, že kromě českého jazyka si je návštěvník může přečíst i v angličtině a němčině. Druhá fotografie se netýká historie či architektury hradu, ale vystaveného exponátu muzea. Jak i sama kastelánka přiznala, tyto texty jsou zatím k dispozici pouze v češtině, cizojazyční návštěvníci si však mohou zapůjčit text.

10. Diskuze

Tato práce si kladla za cíl popsat několik jevů souvisejících s organizovaným jazykovým managementem na památkových objektech. Připomeňme si ještě jednu výzkumné otázky kladené na začátku.

Jak vypadá cizojazyčná nabídka na objektech?

Cizojazyčná nabídka se liší na jednotlivých objektech podle několika kritérií, které lze shrnout do dvou kategorií: možnosti zaměstnanců a požadavky návštěvníků. Ukázalo se, že přestože objekty vypisovaly v určitém období své existence cizojazyčné prohlídky, malý zájem o ně vedl ke zrušení této nabídky na většině objektů. Nabídka se tedy odvíjí od možností průvodců a jejich ochoty vyjít cizojazyčným návštěvníkům vstříc. Zde se však objekty setkávají s nedostatečným finančním ohodnocením, které vede k nedostatku kvalitních průvodců.

Naopak poptávka vychází především z jazykových schopností návštěvníků, ale i jejich finanční situace, jelikož prohlídky v cizím jazyce jsou vždy dražší než prohlídky v češtině. Může se tedy stát, že návštěvník zvolí levnější variantu cizojazyčného textu v české prohlídce. Roli hraje také faktor časový, zvláště v případech, kdy by měl návštěvník na prohlídku v cizím jazyce čekat dlouho, což by nechtěl nebo nemohl.

Nabídka spočívá za prvé v cizojazyčných prohlídkách, které jsou na všech objektech v němčině a angličtině a pak dle možnost objektu. Kromě Hluboké a Českého Krumlova jsou však cizojazyčné prohlídky možné pouze na objednání, v případě Landštejna, kde standardně nejsou prohlídky vůbec, záleží na časových možnostech zaměstnanců. Alternativami k prohlídce jsou potom audioguidy (ať už skupinové nebo individuální) a texty. Ty, ačkoliv v základu obsahují stejný typ informací jako prohlídka, jsou méně obsáhlé a drží se především základních informací. Problematika, která se v souvislosti s nimi řeší, se týká také hygieny, ať už v případě sluchátek či textů, které mnohdy na objektech slouží doslova do roztrhání. Druhým faktorem, který se promítá v rozdílných názorech na tyto alternativy, je pohodlnost, jak pro návštěvníka, tak pro fungování památky.

Jakým způsobem ovlivňují jazykové požadavky přijímání zaměstnanců?

Jazykové požadavky na zaměstnance se liší podle pozice, o kterou se jedná. Na pozice, které nepřichází do styku s návštěvníky, není kladen vysoký jazykový nárok, a kasteláni se shodli, že na tyto pozice není ani požadavek češtiny. Naopak na pozice, které jsou přímo ve správě objektu nebo přicházejí do styku s návštěvníky, jako jsou pokladní či průvodci, jsou kladeny jazykové nároky mnohem vyšší. V případě vyšších pozic se jedná o tabulkové platy, jejichž součástí je požadavek na patřičné vzdělání a s tím související znalost cizího jazyka. V případě brigádníků se jedná na všech objektech o požadavek alespoň jednoho cizího jazyka. Český Krumlov je zároveň jediným objektem, který zaměstnával jedince nehovořící česky. Na ostatních objektech byla tato teoretická otázka problematická.

Liší se však způsob, jakým jsou tyto znalosti testovány. Na objektech jako Hluboká nebo Český Krumlov, kde se průvodce s cizojazyčnými prohlídkami setkává denně je na schopnost provázet v cizím jazyce kladen větší důraz než na objektech, kde cizojazyčné prohlídky téměř nechodí nebo kde jsou pro ně určeni specializovaní průvodci. V prvních případech se schopnost komunikace v cizím jazyce testuje přímo ukázkou z prohlídky, ve druhém nemusí být ani součástí přijímacího pohovoru.

Jaké jazyky se užívají při propagaci památek?

Nejdůležitějším jazykem propagace památek je angličtina, a to i na místech, kde převažuje německy mluvící klientela. Angličtina je hlavní doménou cizojazyčných prohlídek, ale také webových stránek. Němčina je z tohoto důvodu na druhém místě. Dalšími často zmiňovanými jazyky jsou ruština, čínština a japonština. Naopak ostatní jazyky mají prioritu jen malou vlivem malé návštěvnosti osob hovořících těmito jazyky.

Na jakých úrovních NPÚ dochází k jednotlivým rozhodnutím o jazyce?

Rozhodování má de facto tři složky: generální ředitelství ve spojení s ÚPS, správu objektu a průvodce. První úroveň rozhoduje o podobě webových stránek, podobě informačního a orientačního systému a celkovém směřování památkové správy. Druhá úroveň rozhoduje o konkrétní podobě cizojazyčných prohlídek, jazycích, které se budou při prohlídkách používat a formě alternativ k prohlídce. Třetí úroveň rozhoduje o reálných jazykových interakcích, jak se bude obsahově

lišit česká a cizojazyčná prohlídka, zda cizojazyční návštěvníci v české prohlídce dostanou nějaké informace i ve svém jazyce.

Jaké jazykové ideologie se projevují v managementu problematických situací?

V managementu vícejazyčných situací se nejvíce projevuje ideologie dokonalého jazyka, která ovlivňuje užívání cizího jazyka aktéry. Dále se projevuje především souboj mezi konzervativním a globalistickým přístupem, na nichž závisí snaha o užívání více jazyků či naopak udržování stávajícího modelu bez rozšíření.

Existuje mezi používanými jazyky nějaká hierarchie?

Zatímco angličtina je hodnocena jako nutnost, některé jiné jazyky jsou zcela opomíjeny. Hierarchie se nejvíce projevuje v požadavcích při přijímacím řízení, kde jsou dané jazyky, které u zaměstnanců na objektu preferují. Dokladem je citace kastelánky Landštejna, že „*kastelán na Landštejně musí umět německy.*“ Jazykové hierarchie jsou nejvíce ovlivněny geografickými a globalizačními faktory.

Projevuje se tato hierarchie v jazykové krajině?

Jazyková krajina odpovídá jazykové hierarchii stanovené správou památky. Jazyky, které správa památky považuje za důležité, se objevují také na cedulích a směrovkách. V některých případech však bývají cizí jazyky psány menším a méně výrazným písmem než čeština, případně pouze některé jazyky se objevují na některých cedulích, zatímco jiné nikoliv.

Závěrem je třeba položit si otázku, nakolik se nabídka ovlivňuje s poptávkou – a zda by větší cizojazyčná nabídka nevedla k větší cizojazyčné návštěvnosti, což však tato studie neukázala, aktéři se však shodují, že nikoliv. Tato zkušenost vyplývá z nabízených cizojazyčných prohlídek, o něž nebyl zájem a také ze zkušeností s propagací památky v zahraničí.

11. Závěr

Výsledky práce ukazují, že jazykový management na památkových objektech je složitý proces, na němž se podílejí všechny úrovně NPÚ. Ačkoliv je na jednotlivých objektech finální produkt tohoto managementu často podobný, důvody pro jeho užití se liší. Nejdůležitější se pro jazyková rozhodnutí ukazuje úroveň správy objektu, která také ukazuje největší pluralitu názorů.

Z výzkumu je patrné, že jazyková situace na památkových objektech je řešena tak, aby nabídka pokryla poptávku. Přesto se to nedaří především z důvodů nedostatku dostatečně jazykově vybaveného personálu, tento problém je však třeba sledovat mimo hranice NPÚ.

Přínosem této studie by mělo být zmapování problematiky jazykového managementu na turistických objektech a vytvoření popisu šesti konkrétních objektů. V žádném případě nelze na základě těchto několika objektů dělat generalizace o jazykové situaci na všech památkových objektech v České republice nebo celkově v českém turismu. Jedná se však o vhled do této oblasti multilingvismu v České republice.

Do budoucna by tato studie mohla být rozšířena o jiné památkové objekty v jiné geografické oblasti České republiky, aby bylo možné odvodit obecně platné vzorce a specifická rozhodnutí daná geografickou polohou místa. Srovnání se soukromými památkami by naopak mohlo nabídnout bližší pohled na otázku vlivu finančního faktoru na jazykové možnosti správy památky. V neposlední řadě je pak třeba studii začlenit do kontextu dalších komunikačních situací v českém a následně světovém turismu.

12. Literatura a zdroje

- Bermel N. & Knittl L. (2018). The linguistic landscape of a Czech heritage site: Recording and presenting the past and present of Hrubý Rohozec. In: Nekvapil J. & Sherman T. (Eds.), *English in Business and Commerce: Interactions and Policies*. English in Europe, 194-228.
- Gorter, D. (2013). Linguistic Landscapes in a Multilingual World. *Annual Review of Applied Linguistics*, 33, 190-212.
- Irvine, J. T. & Gal, S. (2000). Language ideology and linguistic differentiation. In: P. V. Kroskrity (Ed.), *Regimes of language: Ideologies, politics, and identities*. 35-84.
- Landry, Rodrigue; Richard Y. Bourhis (1997). Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology*. 16 (1), 23-49.
- Neustupný, J. V. & Nekvapil, J. (2003). Language management in the Czech Republic. *Current Issues in Language Planning*, 4, 181-366. (Přetištěno v Baldauf, R.B. & Kaplan, R. B. (Eds.) (2005). *Language Planning and Policy in Europe*. Vol. 2. Clevedon: Multilingual Matters, 16-201).
- Nekvapil, J. & Sherman, T. (2009). Pre-interaction management in multinational companies in Central Europe. *Current Issues in Language Planning*, 10, 181-198.
- Nekvapil, J. (2012). From language planning to language management: J. V. Neustupný's heritage. *Media Komyunikeshon kenkyu / Media and Communication Studies*, 63. Sapporo: Hokkaido University, Research Faculty of Media and Communication, 5-21.
- Nekvapil, J. & Sherman, T. (2013). Language ideologies and linguistic practices: The case of multinational companies in Central Europe. In: E. Barát – P. Studer – J. Nekvapil (Eds.), *Ideological Conceptualizations of Language. Discourses of Linguistic Diversity*, 85-117.

- Piller, I. (2015). Language ideologies. In K. Tracy, C. Ilie, & T. Sandel (Eds.), *The International encyclopedia of language and social interaction*, Vol. 2, 917-927.
- Pintérová, T. (2015). Památky: některé mají kulturní a turistické značení, jiné na ně zatím čekají in *Moravskoslezský deník.cz*, naposledy navštíveno 12.8.2018,
<https://moravskoslezsky.denik.cz/zpravy_region/pamatky-nektere-maji-kulturni-a-turisticke-znaceni-jine-na-ne-zatim-cekaji-20150307.html>.
- Risager, K. (2012). Language hierarchies at the international university. *2012 (216)*, pp. 111-130. Naposledy navštíveno 21.7.2018,
<[doi:10.1515/ijsl-2012-0042](https://doi.org/10.1515/ijsl-2012-0042)>.
- Silverstein M (1979). Language structure and linguistic ideology. In R. Cline, W. Hanks, and C. Hofbauer (Eds.), *The Elements: A Parasession on Linguistic Units and Levels*. 193-247.
- Woolard, K. A., & Schieffelin, B. B. (1994). Language ideology. *Annual Review of Anthropology*, 23, 55-82.
- Nekvapil J., Dovadil V., Sloboda M., Nábělková M., *Teorie jazykového managementu a Managementový proces na stránce Jazykový management*, naposledy aktualizováno 2013,
<<http://languagemanagement.ff.cuni.cz/cs/teorie>>.
<<http://languagemanagement.ff.cuni.cz/cs/proces>>.
- webové stránky Národního památkového ústavu a jednotlivých objektů
<<https://www.npu.cz/cs>>.
<<https://www.zamek-cervenahota.cz/cs>>.
<<https://www.zamek-hluboka.eu/cs>>.
<<https://www.zamek-ceskykrumlov.cz/cs>>.
<<https://www.zamek-vimperk.cz/cs>>.
<<https://www.zamek-dacice.cz/cs>>.
<<https://www.hrad-landstejn.cz/cs>>.