



Univerzita Karlova

Filozofická fakulta

Ústav translatologie

Bakalářská práce

Veronika Böhmová

Komentovaný překlad brožury Turismo cultural: Una oportunidad para el desarrollo local

Annotated Translation: Turismo cultural: Una oportunidad para el desarrollo local

Praha 2023

Vedoucí práce: prof. PhDr. Jana Králová, CSc.

Poděkování

Chtěla bych poděkovat vedoucí své bakalářské práce prof. PhDr. Janě Králové, CSc. za její čas, cenné rady a připomínky, ochotu zodpovědět všechny mé dotazy a za doporučení odborné literatury.

Prohlášení

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

V Praze dne 24. 6. 2023

Veronika Böhmová

Abstrakt

Tato bakalářská práce se skládá z překladu první kapitoly brožury *Turismo cultural: Una oportunidad para el desarrollo local*, která byla vydána chilskou Národní správou pro cestovní ruch (SERNATUR) a zabývá se vlivem a potenciálem kulturního cestovní ruchu. Druhá část sestává z komentáře překladu; ten tvoří překladatelská analýza a metoda, dále jsou zmíněny překladatelské problémy, posuny a jejich následné řešení.

Klíčová slova: překlad, komentář, překladatelská analýza, překladatelský problém, překladatelský posun, kultura, kulturní cestovní ruch

Abstract

This bachelor's thesis consists of a translation of the first chapter from the booklet *Turismo cultural: Una oportunidad para el desarrollo local* published by National tourism service of Chile (SERNATUR) which deal with impact and potential of cultural tourism. The second part consist of annotation which includes translation analysis, method, translation problems and shifts describing their appropriate solutions.

Key words: translation, annotation, translation analysis, translation problem, translation shift, culture, cultural tourism

Obsah

1	Úvod	6
2	Překlad	7
3	Komentář	31
3.1	Překladatelská analýza textu	31
3.1.1	Překladatelská zakázka	31
3.1.2	Vnětextové faktory	32
3.1.3	Vnitrotextové faktory	37
3.2	Metoda překladau	42
3.3	Překladatelské problémy a jejich řešení	43
3.3.1	Lexikální problémy	43
3.3.2	Syntaktické a morfologické problémy	46
3.3.3	Kulturní problémy	52
3.4	Překladatelské posuny	53
3.4.1	Konstitutivní posun	53
3.4.2	Kondenzace	54
3.4.3	Zlogičťování	54
3.4.4	Nivelizace	55
4	Závěr	56
5	Bibliografie	57
5.1	Výchozí text	57
5.2	Použitá literatura	57
5.3	Internetové zdroje	58

1 Úvod

Tato bakalářská práce je složena ze dvou částí. První část tvoří překlad první kapitoly z brožury *Turismo Cultural: Una oportunidad para el desarrollo local*, která byla vydána pod záštitou chilské Národní správy pro cestovní ruch (SERNATUR) v prosinci roku 2014. Na publikaci se podílel celý tým odborníků, vydání pak měla na starost Loreto Pérez Respaldiza ze sekce pro cestovní ruch. Kniha vznikla v rámci projektu *Silné stránky cestovního ruchu Chile a Mexika: výměna sociokulturních zkušeností přispívajících k udržitelnosti tohoto odvětví (Fortalezas turísticas de Chile y México: intercambio de experiencias socioculturales que aportan a la sustentabilidad del sector)*, který byl financován z fondu chilsko-mexické spolupráce chilské Agentury pro mezinárodní spolupráci (AGCI) a mexické Agentury pro mezinárodní rozvojovou spolupráci (AMEXCID). Druhá část sestává z komentáře výchozího textu; konkrétně z překladatelské analýzy podle Christiane Nordové, dále jsou zmíněny překladatelské problémy, posuny a jejich vhodná řešení. V komentáři budu používat příklady z originálu (O) a překladu (P).

K překladu tohoto textu mě vedl zájem o kulturu, cestovní ruch a jejich vliv na dané oblasti. Osobně vidím v cestovním ruchu velký potenciál, proto jsem se chtěla o jeho fungování dozvědět více informací. Věřím, že text může být přínosný, protože kniha popisuje obecné platné principy, které mohou být aplikovány a využívány i na našem území, a pomoci tak k pochopení a rozvoji kulturního cestovního ruchu. Ačkoliv byla brožura publikována v Chile a zaměřuje se na rozvoj kulturního cestovního ruchu převážně v této zemi, jedná se o obecně platné principy a pojmy, které lze aplikovat globálně.

2 Překlad

Kapitola první

Co je to kulturní cestovní ruch? Pojmy, které musíme znát, abychom mu porozuměli

V této kapitole:

- Se dozvíme, jaký je vztah mezi cestovním ruchem a kulturou a projdeme si základní pojmy spojené s kulturním turismem, abychom mohli zvolené téma zpracovat a vytvořit společný jazyk, který usnadní vzájemnou komunikaci.
- Zaměříme se na souvislost mezi kulturou, cestovním ruchem a místním rozvojem a stanovíme základní hlediska, která se musí brát v potaz při práci směřující k rozvoji kulturního cestovního ruchu a upevnění jeho pozice v určité oblasti.

Pokud si položíme otázku, jaký je vztah mezi cestovním ruchem a kulturou, určitě nás napadne hned několik odpovědí. Důležitá část kulturního zážitku turisty totiž spočívá právě tom, že poznáváme navštívené destinace, místní obyvatele a kulturu. Úvaha o vztahu mezi těmito dvěma pojmy je však poměrně nová.

V průběhu 20. století byly kultura a cestovní ruch po většinu času považovány za dvě oddělené oblasti. Kulturní zdroje každého místa byly sice využívány, ale pouze na základě omezené definice kultury, která byla primárně spojena se vzděláváním společnosti a se zachováním místní, regionální a národní identity. Naopak cestovní ruch byl spojován především s volnočasovými aktivitami, oddělenými od kultury a každodenního života místních komunit (Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj, OECD, 2019).

Až od roku 1980 začala v akademické sféře a politice cestovního ruchu myšlenka kulturního cestovního ruchu nabírat na síle. Setkávala se však s jistými komplikacemi, na které se naráží dodnes. Oblasti kultury a cestovního ruchu totiž byly, a stále jsou, zaštiťovány odlišnými vědními odvětvími s vlastními přístupy a názory, které mezi sebou ne vždy spolupracují.¹

¹ Úvahy o kultuře vychází především z antropologie, sociologie, archeologie a z dějin umění, zatímco úvahy o cestovním ruchu především z aplikované ekonomie, regionální geografie, marketingu a komunikace.

Tato propast mezi turismem a kulturou je patrná i v rámci státu, který využívá při plánování a správě pro každý subjekt odlišné orgány.²

Jak ale zjistíme v této příručce, pokud se vztah mezi kulturou a cestovním ruchem rozvíjí s ohledem na udržitelnost, funguje synergicky a všem zúčastněným stranám může přinést velké výhody.

Proto je nutné pokročit ve tvorbě společného pracovního rámce mezi světem kultury a cestovního ruchu, který usnadní vzájemnou komunikaci jak mezi těmito dvěma sektory a ostatními oblastmi, tak i mezi nimi samotnými, a umožní jim se navzájem lépe pochopit. Díky tomu budou všichni moct porozumět výhodám a výzvám, které rozvoj kulturního cestovního ruchu v určité oblasti představuje, stejně tak jako povinností, jež s sebou přináší.

Vzhledem k tomu, že chceme přispět k používání společného jazyka, začneme tuto příručku přehledem a rozбором **čtyřiceti základních pojmů**. **Ty nám umožní pochopit vztah mezi cestovním ruchem a kulturou**, který je nutný k tomu, aby se posílila pozice Chile jakožto světové turistické destinace. **Probírané pojmy budou v příručce očíslovány.**



Obrázek č. 1 (dostupné z: O s. 15)

Kultura: identita, rozmanitost a její změna

V našich každodenních konverzích často používáme slovo **kultura 1**, i když často v jiném významu tohoto slova jako například:

- umělecká tvorba;
- vzdělávání nebo úroveň vzdělání jednotlivce či skupiny;

² V oblasti cestovního ruchu v Chile působí dva veřejné orgány: Sekretariát cestovního ruchu a Chilská národní správa cestovního ruchu. Oba jsou podřízeny Ministerstvu hospodářství, rozvoje a cestovního ruchu. Co se týče kultury a kulturního dědictví, existuje v Chile několik státních institucí. Patří mezi ně například Národní rada pro kulturu a umění, Správa knihoven, archivů a muzeí Chile nebo Rada pro národní památky.

- projevy našich předchůdců nebo jiných etnik;
- tradice určité komunity, ať už se jedná o malou oblast, region, nebo celý stát.

Jisté je, že pojem kultura v sobě ukrývá všechny výše zmíněné a mnohé další významy. Ve skutečnosti se jedná o složitý pojem, pro který bylo během desetiletí antropologického a sociologického výzkumu vytvořeno mnoho definic. Jak ale chápeme kulturu v této příručce?

Podle Organizace OSN pro vzdělání, vědu a kulturu (UNESCO) je kultura *soubor distinktivních duchovních a hmotných, intelektuálních i citových rysů, které charakterizují společnost nebo společenskou skupinu; kultura zahrnuje vedle umění a písemnictví také způsoby života, způsoby soužití, hodnotové systémy, tradice a přesvědčení* (UNESCO, 2001)³. Kultura se navíc zabývá všemi projevy a představami společnosti, díky kterým se utváří, zahrnující i způsoby, jakými chce vedle sebe daná společnost žít (UNDP, Rozvojový program OSN, 2002).

Podívejme se na některé charakteristiky kultury, které jsou pro propojení s cestovním ruchem podstatné:

- **Kultura je sdílená**, například malou skupinou, komunitou nebo národem; to nám umožňuje vytvořit si představu o sobě samých, do které zapadáme. Je to popis, s nímž se ztotožňujeme, vypovídá o tom, kdo jsme a jací jsme, a jaký je náš společný rámec chování, tedy nám vlastní způsob jednání. Když jsme uvnitř naší vlastní kultury, je těžké tyto společné prvky postřehnout. To se mění, když cestujeme do jiné země, kde jsou odlišné kulturní zvyklosti a dané rozdíly jsou tedy najednou lépe viditelné.
- **Kulturu se učíme**. Ve skutečnosti se žádné dítě nenarodí s tím, že už zná svou kulturu, ale je jí vystaveno od první minuty života. Kulturní kódy jsou díky rodině, škole, přátelům, médiím a dalším prostředkům přenášeny z generace na generaci.⁴
- **Kultura je dynamická**. Právě fakt, že kultura se přenáší z generace na generaci umožňuje její neustálé přetváření a postupem času se tak může měnit. To lze snadno pozorovat v jazyce, který je jedním ze základních projevů kultury. Nové generace do jazyka postupně přinášejí nová slova, jako je “*chatovat*”, a naopak jiná, například slovo “*paletó*”⁵, se přestávají používat.

³ Pozn. překladatele: v překladu citováno z: Všeobecná deklarace UNESCO o kulturní diversitě, 2001.

⁴ Jedná se o proces enkulturace a socializace.

⁵ Pozn. překladatele: mužský elegantní kabát

Je také důležité zmínit, že kultura se může proměnit z mnoha různých důvodů, z nichž některé uvedeme níže.

- **Kultura je symbolická.** Umožňuje člověku přenášet do přítomnosti prostřednictvím jazyka situace a myšlenky z minulosti nebo předměty, které se v ní fyzicky nenacházejí. To znamená, že kulturu můžeme pomocí symbolů předat další generaci, aniž bychom byli materialisticky vázáni. Kultura nám pomáhá uvědomovat si, čím jsme jako určitá skupina lidí byli a jsme, což se promítá do naší budoucnosti.
- **Žijeme v kulturně rozmanitém světě.** V tomto případě je nejvhodnější mluvit o kulturách v množném čísle, protože je jich tolik, kolik je na světě lidských společností a komunit. Příkladem kulturní rozmanitosti jsou latinskoamerické komunity, jako chilská, které jsou multietnické, multikulturní a mnohojazyčné (UNESCO, 2013).

Pojem **kulturní identita 2** je úzce spjat s představou, že kultura je sdílená. Kulturní identita je totiž spojována s pocitem příslušnosti k určité sociální skupině, se kterou sdílíme společné kulturní rysy jako jsou zvyky, hodnoty a víra.

Kulturní identita není stálá ani statická, přetváří se individuálně i kolektivně, a při tom je ovlivňována vnějšími vlivy. Kulturní identity jsou propojeny a vznikají právě díky odlišnostem a opětovným potvrzením mezi sebou navzájem. I přes to, že kulturní identita může překročit geografické hranice, třeba v případě migrantů, je od svého počátku spojována s konkrétním územím (Molano, 2007).

Kulturní identita se projevuje různými způsoby, například jazykem, vírou, sociálními vztahy, rituály, obřady, symboly, hodnotovými systémy a dalšími aspekty, které daná skupina lidí sdílí, a tvoří tím hmotné i nehmotné dědictví. Dědictví a historie jsou s kulturní identitou úzce spjaty, protože právě skrze ně se projevuje. Nemůže proto existovat bez paměti, pochopení minulosti a dalších symbolických prvků, které pomáhají budovat budoucnost (Molano, 2007).

Nyní si vysvětlíme pojem **kulturní diversita 3**. Jak už jsme nastínili, na světě existuje tolik rozmanitých kultur, kolik můžeme nalézt společností a lidských komunit. Jak uvádí UNESCO (2001) *kulturní rozmanitost je pro lidský rod stejně nutná, jako je biodiverzita nezbytná pro řád živého světa*⁶. Kromě toho je i „hybnou silou rozvoje”,

⁶ Pozn. překladatele: v překladu citováno z: Všeobecná deklarace UNESCO o kulturní diversitě, 2001.

a to jak pro hospodářský růst, tak pro více naplněný život z intelektuálního, emocionálního, morálního i duchovního hlediska.

Podle organizace UNESCO (2005) *se kulturní rozmanitostí rozumí mnohočetnost forem, jejichž prostřednictvím kultury skupin a společností nalézají své vyjádření. Tyto projevy se dále předávají uvnitř skupin a společností i mezi nimi.*⁷

S kulturní diversitou souvisí i pojmy **multikulturalita 4** a **interkulturalita 5**, které se někdy považují za synonyma, každý z nich však klade důraz na něco jiného.

Pojem multikulturalita se zabývá soužitím odlišných kultur na daném územním celku z pohledu etnického, národnostního, lingvistického a náboženského; nemusí však nutně znamenat, že jsou tyto kultury navzájem propojeny.

Naopak interkulturalita se týká vztahů, kulturní výměny a dialogu mezi kulturními skupinami na stejném území, a proto předpokládá existenci multikulturality. Interkulturalita je dynamický pojem, který je podle organizace UNESCO definován jako *existence a vyvážené vzájemné působení různých kultur a možnost vytvářet společné kulturní projevy prostřednictvím dialogu a vzájemného respektování.*⁸

Z pohledu interkulturality žijeme ve společnosti, ve které je kulturní diversita zákonitá a kulturní rozdíly se považují za společné bohatství, nikoliv za rozdělující faktor nebo problém. Nebere se v potaz ani nadřazenost některých kultur nad jinými (UNESCO, 2005).

Jako příklady můžeme uvést:

- Pokud domorodé obyvatelstvo žije na jednom území s nepůvodním obyvatelstvem, jedná se o multikulturalitu.
- Pokud domorodé obyvatelstvo žije na jednom území s nepůvodním obyvatelstvem, ale je s ním provázáno skrze různé mechanismy a orgány, jako je práce, formální a neformální vzdělávání, dialogy mezi komunitami a zdraví, jedná se o interkulturalitu.

Stejně důležitý jako pojem rozmanitost je i pojem změna. Jak jsme si již vysvětlili, kultura musí být předávána z generace na generaci a je třeba se jí naučit, může být ovlivněna i ekonomickými, politickými a sociálními faktory. Na druhou

⁷ Pozn. překladatele: v překladu citováno z: Úmluva UNESCO o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů, 2005

⁸ Pozn. překladatele: v překladu citováno z: Úmluva UNESCO o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů, 2005

stranu vstupuje do vztahu s dalšími kulturami prostřednictvím mnoha faktorů, což ji také ovlivňuje. Toto všechno umožňuje **kulturní proměnu 6**. Tímto pojmem v podstatě rozumíme proměnu jednoho nebo více kulturních prvků společnosti v průběhu času.

Mezi nejznámější mechanismy kulturní proměny patří: **difuze 7**, která je jednou z forem přenosu kulturních elementů, dále **akulturace 8**, tedy přejímání prvků z jiné kultury jako výsledek kulturní výměny a **invence 9**, kdy se vytváří nové kulturní prvky.

V souvislosti s kulturní změnou je nejdůležitější si uvědomit, že **kultura je dynamická, takže není možné, aby zůstala v průběhu času zcela neměnná**. To ovlivňuje i vztah mezi cestovním ruchem a kulturou, a to na různých úrovních.

Na jednu stranu skutečnost, že se kultury mohou měnit znamená, že pokud bychom rádi aktivně využili některých jejích složek pro cestovní ruch, **musíme být velice opatrní. Je potřeba zajistit, aby turistická aktivita negativně neovlivnila kulturní projevy nebo tradici, jež se snažíme vyzdvihnout**. Kulturní dědictví je křehké a může být výrazně postiženo, pokud systém řízení cestovního ruchu nebere v potaz aspekty sociokulturního udržitelného rozvoje.

Na druhou stranu od cestovního ruchu nemůžeme očekávat, že místní komunity, tedy tvůrci a obnovitelé kulturního dědictví, které chceme vyzdvihnout jako turistickou atrakci, budou své zvyky a způsoby života zachovávat v průběhu času neměnné. V tomto ohledu musíme být velice opatrní, abychom dané kulturní prostředí, které je předmětem našeho zájmu, neproměnily v „turistickou inscenaci“ (chilská Národní rada pro kulturu a umění, CNCA, 2012), tzn. neudělali z ní divadelní inscenaci, pohlednici, která neodpovídá realitě.

Výše zmíněná myšlenka otevírá velice zajímavou, ale složitou diskuzi o tom, co je ve spojitosti s kulturními zvyklostmi tradiční a co autentické. V každém případě je důležité, aby se bral v potaz názor komunity a jejích členů, tedy toho, co oni samotní považují za vlastní a autentické. K tomuto bodu a konceptu udržitelnosti se ještě vrátíme později.



Obrázek č. 2 (dostupné z: O s. 18)

Kulturní dědictví

Velice zajímavým kulturním aspektem, který souvisí s cestovním ruchem je schopnost zaznamenat plynutí času skrze **dědictví 10**.

Co tedy tento pojem znamená? Jeho původ sahá až do období Starověkého Říma, kde dědictví označovalo veškeré statky, které děti dědily po svých rodičích a prarodičích, což není tak vzdálené od dnešního významu tohoto slova. Ve skutečnosti **je kulturní dědictví tvořeno společností**, jelikož každá společnost či komunita, jež je tvůrcem a obnovitelem kultury, postupně vybírá, co je třeba zachovat a předat dalším generacím.

Komunita (či někteří její členové) proto spojuje myšlenky, významy a hodnoty s určitými místy, památkami, objekty a zvyky, a reprezentuje tak identitu a kulturu dané skupiny (Prats, 1997). To znamená, že dědictví není pevně dané, statické a neměnné, je to výsledek neustálého složitého a často polemického sociálního procesu mající za cíl vymezit společný význam a smysl tohoto pojmu. (Správa knihoven, archivů a muzeí Chile; Dibam, 2005). Každá generace může zahrnout změny v souladu s novými kritérii, zájmy, cíli a okolnostmi.

Během posledních desetiletí nabývá dědictví jakožto téma úvah a pole působnosti stále většího významu. Od 70. let 20. století organizace UNESCO systematicky pracuje na definicích v oblasti identifikace, vyhodnocení, ochrany, a také na mezinárodních úmluvách. Ty pak slouží v tomto ohledu pro státy jako závazek.

První zásadní rozdíl je mezi přírodním a kulturním dědictvím. Podle organizace UNESCO (1972) se **přírodní dědictví 11** týká přírodních památek, geologických a fyziografických útvarů, míst výskytu živočišných či rostlinných druhů a přírodních oblastí, které mají výjimečnou hodnotu z hlediska vědy nebo ochrany a přírodní krásy.

Definice **kulturního dědictví 12** byla však v průběhu času předmětem diskuzí a úprav. V Úmluvě o ochraně světového kulturního a přírodního bohatství z roku 1972 byl tento typ dědictví omezen na *památky, architektonická díla, struktury archeologické povahy, skupiny budov a lokality, kde se nachází výtvořiny člověka, jež mají výjimečnou světovou hodnotu z dějinného, estetického, etnologického či antropologického hlediska*.⁹ Tato definice se však postupem času rozšířila, aby zahrnovala další kulturní projevy, jak minulé, tak současné.

Dnes se tedy kulturní dědictví neomezuje pouze na památky a sbírky předmětů, ale zahrnuje také tradice a projevy zděděné po našich předcích, které předáváme našim potomkům. Mohou to být ústní tradice, interpretační umění, společenské zvyklosti, obřady, slavnostní události, vědomosti a zkušenosti týkající se přírody a vesmíru a dovednosti spojené s tradičními řemesly (UNESCO, 2003).

V tomto pojetí je široká definice kulturního dědictví ta, kterou na základě rozlišení vypracovaných organizací UNESCO vytvořila Správa knihoven, archivů a muzeí Chile:

„Kulturní dědictví je určitý soubor hmotných, nehmotných a přírodních statků, které jsou součástí společenských zvyklostí a nesou hodnoty, jež mají být přeneseny a přetvořeny z jednoho období do druhého, z pokolení na pokolení. Tímto způsobem se objekt stává, či přestává být, dědictvím nebo kulturním statkem. Jde o proces, kdy jedinec nebo kolektiv přijme svůj nový status za svůj¹⁰ (Dibam, 2005, str. 8).“

Jak jsme již viděli, kulturní dědictví má tedy dvě dimenze, hmotnou a nehmotnou:

Hmotné neboli **materiální kulturní dědictví 13** zahrnuje vyjádření kultury prostřednictvím hmotných projevů, například skrze památky či sbírky předmětů (UNESCO, 2001). Může být movité, tedy to, které lze přemístit z jednoho místa na druhé, a nemovité, které přemístit nelze (Plaza y Fabres, 2008).

Nehmotným neboli **nemateriálním kulturním dědictvím 14** se rozumí *zkušenosti, znázornění, vyjádření, znalosti, dovednosti, jakož i nástroje, předměty, artefakty a kulturní prostory s nimi související, které společnost, skupiny a v*

⁹ Pozn. překladatele: V překladu citováno z: Úmluva o ochraně světového kulturního a přírodního dědictví, 1972

¹⁰ Správa knihoven, archivů a muzeí Chile (DIBAM) má za cíl podporovat poznání, tvorbu, reprodukci a trvalé využívání kulturního dědictví a kolektivních památek země, a tím přispět k budování identity, rozvoji jednotlivců a národního společenství a k jeho mezinárodnímu začlenění. To znamená, že zachraňuje, zachovává, zkoumá a šíří národní dědictví v nejširším slova smyslu.

některých případech též jednotlivci považují za součást svého kulturního dědictví. Toto nemateriální kulturní dědictví, předávané z pokolení na pokolení, je společnostmi a skupinami lidí neustále přetvářeno v závislosti na jejich prostředí, na jejich interakci s přírodou a na jejich historii, dává jim pocit identity a kontinuity, podporuje takto úctu ke kulturní rozmanitosti a lidské tvořivosti¹¹ (UNESCO, 2001). Nemateriální kulturní dědictví se projevuje zejména v následujících oblastech (Světová organizace cestovního ruchu, UNWTO, 2013):¹²

- ústní tradice a vyjádření, včetně jazyka jakožto prostředku nemateriálního kulturního dědictví;
- interpretační umění;
- společenské zvyklosti, obřady a tradiční události;
- vědomosti a zkušenosti týkající se přírody a vesmíru;
- dovednosti spojené s tradičními řemesly.

Kromě zmíněného rozlišení je dědictví důležité, protože dokáže zaznamenat a doložit, kdo a jací v dané době jsme, a slouží tak jako kulturní svědectví. Dědictví, sloužící jako takový *cestovatel časem*, postupně utváří paměť dané lidské společnosti a bere při tom v potaz vývoj smýšlení, objevy a úspěchy společnosti (UNESCO, 2002). Paměť určité lidské společnosti umožňuje, že si každý z jejích členů vytváří životní příběh prožitý danou skupinou.

Materiální i nemateriální kulturní dědictví představuje obrovský zdroj příležitostí pro vytvoření nových, nebo obohacování již prožitých, zážitků v oblasti cestovního ruchu. To neplatí jen pro vyhlášené destinace, kde se nachází důležitá archeologická naleziště nebo proslulé slavnosti, ale i pro menší lokality, které sice nenabízí tak vyhlášenou turistickou nabídku, mají však vlastní příběh, kulturu a dědictví, jež jsou pro návštěvníky velice atraktivní.

Jak ale toto kulturní dědictví využívat? Na mezinárodní úrovni byly zásady pro tento proces stanoveny v Úmluvě o zachování nemateriálního kulturního dědictví, kterou UNESCO přijalo v roce 2003.¹³ Zmíněná úmluva se snaží zaručit a podporovat

¹¹ Pozn. překladatele: V překladu citováno z: Úmluva o zachování nemateriálního kulturního dědictví, 2003

¹² Pozn. překladatele: V překladu citováno z: Úmluva o zachování nemateriálního kulturního dědictví, 2003

¹³ Tuto úmluvu ratifikoval Národní kongres v roce 2009. Od té doby je za její dodržování zodpovědná Národní rada pro kulturu a umění, konkrétně sekce pro kulturní dědictví, v souladu se zákonem č. 19 891.

předávání různorodých kulturních projevů z pokolení na pokolení, a klade tak důraz na ochranu kulturní rozmanitosti a tvořivost národů.

Podařilo se tak dosáhnout konsenzu ohledně pojmu **zachování 15**, *kterým se rozumějí opatření, jejichž cílem je zajistit životaschopnost nemateriálního kulturního dědictví, včetně jeho identifikace, dokumentace, výzkumu, udržení, ochrany, podpory, zhodnocování, předávání, především prostřednictvím formální i neformální výchovy, jakož i revitalizace různých aspektů tohoto dědictví.*¹⁴

UNESCO (2003) uvádí, že **v procesu zachování nemateriálního kulturního dědictví je potřeba počítat s účastí komunit, skupin i jednotlivců, kteří jsou jeho nositeli.** Tato účast je klíčová, protože dědictví má smysl vytvářet jen z toho, co již samotná komunita přijala.

Aktivní účast komunit, tedy nositelů dědictví, vyžaduje předchozí procesy kolektivního uznání a ocenění. O sociálním přivlastnění dědictví hovoříme tehdy, když komunity uznají a ocení materiální i nemateriální prvky, které tvoří jejich dědictví a formují jejich kulturní identitu, a váží si jich.



Obrázek č. 3 (dostupné z: O s 21)

Kultura a cestovní ruch

Kulturu, tak jak jsme ji představili, je potřeba chápat jako proces symbolického vytváření idejí a smyslů, které se odráží jak v materiálních, tak nemateriálních projevech, a v případě, že je daná komunita uznává, mohou se stát dědictvím. Dědictví není součástí minulosti, ze které by bylo automaticky ožívováno, napřímo a kompletně, záleží totiž na tom, jaký mají současné společnosti a lidé vztah s těmito projevy (Správa knihoven, archivů a muzeí Chile; Dibam, 2005).

¹⁴ Pozn. překladatele: v překladu citováno z: Úmluva o zachování nemateriálního kulturního dědictví, 2003.

Nyní si projdeme některé pojmy týkající se cestovního ruchu, které nám pomohou lépe pochopit jeho vztah s kulturou.

Začneme pojmem **cestovní ruch 16**, který můžeme chápat *jako činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou jsou z navštíveného místa odměňováni.*¹⁵

Vhledem k tomu, že se kultura týká všech aspektů lidského života, můžeme říct, že i cestovní ruch je kulturní zážitek, protože veškerý pohyb osob uspokojuje lidskou potřebu rozmanitosti. Ta zvyšuje kulturní úroveň jedinců a zprostředkovává nové poznatky, zážitky a setkání (Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj, OECD, 2009). Při cestování a během pobytu v turistických destinacích tak dochází ke kulturní výměně mezi návštěvníky a místní komunitou. Když mluvíme o **turistické destinaci 17**, máme na mysli geografický prostor tvořený souborem přírodních a/nebo kulturních atraktivit, turistických služeb, doplňkových vybavení a infrastruktury, předpokladů dostupnosti, vzhledu, lidských zdrojů a místní identity, které podněcují pohyb turistů a rozvoj kulturních aktivit s ním spojených (Ministerstvo hospodářství, 2012, Chile).

Ačkoliv je celý cestovní ruch v širším slova smyslu kulturním zážitkem, existuje specifická forma cestovního ruchu, kde je kulturní rozměr hlavní atraktivitou a středobodem zájmu. V takovém případě hovoříme o kulturním cestovním ruchu.

Kulturní cestovní ruch spadá do kategorie **specifických forem cestovního ruchu 18**, jež můžeme definovat jako formy cestovního ruchu, které jsou založeny na specifických motivacích účastníků a přesahují běžné cíle turistických nebo dovolenkových cest (chilská Národní správa cestovního ruchu, 2008). Specifické formy cestovního ruchu jsou charakteristické přidanou hodnotou zaměřenou na autentičnost nabídky, nejsou masivní a berou v potaz environmentální a sociokulturní udržitelný rozvoj (chilská Národní rada pro kulturu a umění, CNCA, 2011).

Ale zpátky ke kulturnímu cestovnímu ruchu. Co ho odlišuje od jiných forem cestovního ruchu? Podívejme se na některé definice tohoto pojmu.

V 70. letech, kdy se začalo o této formě cestovního ruchu uvažovat, se vzniklé definice omezovaly na návštěvu určitých míst a památek (archeologických,

¹⁵ Pozn. překladatele: v překladu převzato od: Světová organizace cestovního ruchu, UNWTO

historických či památek nemovitého dědictví).¹⁶ Postupem času se však vytvořila širší vize této formy zahrnující scénické umění, kulturní akce, architekturu, design, řemeslnou výrobu a nehmotné dědictví obecně.

Jednu z nejvýznamnějších definic kulturního cestovního ruchu vytvořil Greg Richards (1997), jeden z nejdůležitějších badatelů v dané oblasti, který tento pojem chápe jako *pohyb osob ke kulturním atrakcím mimo jejich trvalé místo pobytu, se zaměřením získat nové informace a prožitky k uspokojení jejich kulturních potřeb*. Podle Richardse (2001) tyto kulturní potřeby nezahrnují jen *spotřebu kulturních produktů v minulosti, ale i současnou kulturu žití lidí v daném regionu*.¹⁷

Naopak podle mexického Ministerstva cestovního ruchu (2002), které se kulturním cestovním ruchem výhradně zabývá více než 10 let, je možné kulturní cestovní ruch definovat jako turistickou cestu motivovanou touhou poznat, porozumět a užít si soubor charakteristických rysů a prvků, tedy duchovních, materiálních, intelektuálních a citových, které jsou typické pro společnost nebo sociální skupinu určité destinace.

Chceme-li nyní shrnout hlavní myšlenky vyplývající z výše zmíněných definic, mohli bychom říct, že **kulturní cestovní ruch 19**, je taková forma cestovního ruchu, která je motivovaná poznáváním, prožíváním a pochopením odlišných kultur, způsobů života, zvyků, tradic, památek, historických míst, umění, architektury a slavností, které jsou typické pro určitou společnost a její obyvatele a odrážejí identitu destinace.

Můžeme tedy říct, že existují tři základní body, které jsou pro kulturní cestovní ruch typické¹⁸:

1. Touha návštěvníků poznat navštívená místa, movité předměty, hmotná díla, kulturní tradice a zvyky, místní obyvatele, a porozumět jim.
2. Využití jednoho nebo více produktů cestovního ruchu, které mají kulturní význam (historická města a oblasti, památky, umělecká díla, slavnosti a nehmotné tradice, výměna myšlenek, gastronomie, řemesla atd.)

¹⁶ Příkladem je definice Mezinárodní rady pro památky a místa (ICOMOS) z Charty kulturního cestovního ruchu (1976), která uvádí, že kulturní cestovní ruch je cestovní ruch, jehož cílem je, mimo jiné, poznávání historických památek a míst s uměleckou hodnotou, na které má pozitivní vliv, protože přispívá k jejich zachování a ochraně (i pro své vlastní účely).

¹⁷ Pozn. překladatele: V překladu převzato od: Richards (1996)

¹⁸ V originálu převzato od: Komise evropských společenství (1993), citováno Ballartem a Tresserrasem (2001).

3. Zásah zprostředkovatele, který má za úkol vyzdvihnout hodnotu a prezentaci kulturního produktu, včetně jeho prezentace, a přispět tak k pravdivé a autentické interpretaci toho, co je o produktu známo.

Kulturní cestovní ruch je tedy úzce spjat s místními komunitami, jelikož obyvatelé a jejich způsob života jsou tím, co dělá místo jedinečné a atraktivní. Právě to by měl být charakteristický znak, díky kterému je návštěva místa příjemná a jedinečná (chilská Národní rada pro kulturu a umění, CNCA, 2011).

V kulturním cestovním ruchu se také silně projevuje kulturní rozmanitost, zejména v ekonomické oblasti a oblasti produktivity, což je v souladu s tím, co uvádí v souvislosti s rozmanitostí organizace UNESCO (1982). Podle ní je to nepostradatelná složka pro snížení chudoby a dosažení cílů udržitelného rozvoje a vyzdvihuje kulturu prostředek je zvýšení produktivních ekonomických aspektů, které se vztahují ke kultuře konkrétní oblasti.

Jak vidíme, kulturní prvky určité komunity, kulturní rozmanitost a účast místních komunit jsou pro tento typ cestovního ruchu klíčové. Kulturní cestovní ruch tedy musí být realizován za účasti komunity a v souladu s jejím rozvojem, a je důležité, aby se obyvatelé v turistických oblastech aktivně účastnili procesu výzkumu, plánování a realizace (Ballart a Tresserras, 2001).

Kulturní cestovní ruch zahrnuje různé podtypy cestovního ruchu, pro které neexistují zcela shodné definice. Můžeme nicméně navrhnout základní typologii, spíše pro pedagogické než provozní účely. V praxi je dost možné, že se jednotlivé podtypy prolínají a mísí v závislosti na kulturních atraktivitách, které se v dané lokalitě nachází a také na odlišných zájmech návštěvníků. Turista totiž může snadno kombinovat více z těchto forem kulturního cestovního ruchu v rámci jedné cesty, kdy navštíví více destinací, a dokonce i v rámci jedné destinace.

Typ kulturního cestovního ruchu	Definice	Příklady typických míst či aktivit ¹⁹
Cestování za kulturním dědictvím	Přímo souvisí s interpretací a reprezentací minulosti. Týká se návštěv a aktivit, jejichž cílem je poznat památky, statky a projevy dědictví. Důležitou roli zde hrají všechna místa, která jsou na seznamu světového dědictví UNESCO (Smith, 2003).	<ul style="list-style-type: none"> - Návštěvy hradů, zámků a venkovských sídel; - archeologická naleziště; - památky; - architektura; - muzea.
Cestování za uměním	Týká se návštěv a turistických aktivit v oblasti umění jako divadlo, tanec, hudba, výtvarné umění, kino a další tvůrčí odvětví. Aktivity mohou mít podobu show, koncertů, výstav či představení (Smith, 2003).	<ul style="list-style-type: none"> - Návštěvy divadel; - koncerty; - umělecké galerie; - slavnosti, karnevaly a jiné akce; - literárně či filmově zajímavá místa.
Městský cestovní ruch	Jedná se o návštěvy různě rozlehlých městských center za účelem prozkoumat nebo znovu navštívit zajímavá místa, jako jsou parky, muzea, historické budovy, čtvrti a obchodní centra, či za účelem poznat určité tradice. (chilská Národní správa cestovního ruchu, SERNATUR, 2008).	<ul style="list-style-type: none"> - Historická města; - průmyslová města nebo lokality; - projekty na pobřeží; - umělecké památky a památky spojené s kulturním dědictvím; - nákupy; - noční život.
Venkovský cestovní ruch	Jedná se o aktivity, které se realizují ve venkovském prostředí, jinými slovy jde o zvyky a činnosti, které se odehrávají daleko od měst a průmyslových oblastí. Může se jednat například o vesnice nebo farmy (Světová organizace cestovního ruchu, UNWTO, 1998). Agroturistika je odvozená od venkovského cestovního ruchu a	<ul style="list-style-type: none"> - Vesnice, farmy a jiné agroturistické iniciativy; - ekomuzea; - kulturní krajiny; - národní parky; - vinařské stezky.

¹⁹ V originálu převzato od: Smith (2003).

	<p>vyznačuje se tím, že návštěvníkům přiblíží činnosti ze světa zemědělství a výrobní procesy. Ukazuje jim systém obdělávání půdy, sklizeň nebo systém zavlažování, a dává jim tak možnost podílet se na některých činnostech a seznámit se s životem na venkově. (chilská Národní rada pro kulturu a umění, CNCA, 2012)</p>	
Etnický cestovní ruch	<p>Etnický cestovní ruch zahrnuje všechny prostředky a způsoby, jejichž prostřednictvím se rozvíjí turistická aktivita, jež má za cíl seznámit se se způsobem života, kulturou a zvyky původních obyvatel. (zákon č. 20/423, chilská Národní rada pro kulturu a umění, CNCA). Domorodé obyvatelstvo se však nutně nemusí podílet na plánování a realizaci těchto aktivit.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Návštěvy komunit; - kulturní centra a muzea; - slavnosti; - umění a řemesla.
Cestování za kulturami původních obyvatel	<p>Jde o turistickou aktivitu, která se odehrává na venkově nebo v přírodě, v oblastech, které byly původně obydleny domorodými kmeny, a je zaštiťovaná a řízená přímo komunitami a/nebo domorodými rodinami. Spojuje jejich zvyky a tradice, jak pradávné, tak současné, a podporuje tím kulturní výměnu mezi domorodými obyvateli a návštěvníky či turisty. (Castro y Llancaleo, 1993).</p> <p>Na rozdíl od etnoturismu klade důraz na poskytování služeb samotnými domorodými komunitami či rodinami,</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Návštěvy komunit; - kulturní centra; - slavnosti; - umění a řemesla.

	dále do nabídky zahrnuje prvky charakteristické pro dané území a tradiční i současné projevy domorodých hostitelských skupin.	
Etnický a nostalgický cestovní ruch	Zahrnuje návštěvy míst, které souvisejí s vlastním původem nebo původem předků a jsou motivované touhou poznat své kořeny. Může se proto jednat o místa, kde návštěvník prožil část svého života, nebo o místa, kde žili jeho předkové. (Světová organizace cestovního ruchu, UNWTO, 1966; citováno chilskou Národní radou pro kulturu a umění, CNCA, 2011).	<ul style="list-style-type: none"> - Návštěvy míst biografického významu; - typická kuchyně.
Náboženský cestovní ruch	Náboženským cestovním ruchem rozumíme pohyb osob a aktivity motivované zejména, ale ne výhradně, vírou návštěvníků. Nejčastěji se jedná o poutě na místa, která se považují za svatá nebo mají významnou duchovní hodnotu, dále jde o náboženská setkání, náboženské či duchovní slavnosti a cesty vedoucí k poutním místům. (Světová organizace cestovního ruchu, UNWTO, 2007).	<ul style="list-style-type: none"> - Návštěvy náboženských míst: chrámů a/nebo posvátných míst; - náboženská setkání a slavnosti; - poutní cesty.
Tvořivý cestovní ruch	Umožňuje návštěvníkům rozvíjet jejich kreativní potenciál díky aktivní účasti na vzdělávacích zážitcích typických pro danou kulturní oblast. Jedná se o aktivity, které jsou spojeny s rozvojem kulturních oblastí. (Richards a Raymond, 2000). Jak ukazuje celosvětový trend, umělecké a kulturní organizace tak mají možnost vytvořit pro návštěvníky interaktivní a aktivní zážitky; ti totiž chtějí zažít něco, na čem se budou	<ul style="list-style-type: none"> - Fotografování; - malba; - keramické dílny; - místní kurzy vaření; - řemeslné dílny; - výuka jazyků.

	podílet, co pro ně bude výzvou a co jim umožní rozvinout jejich tvůrčí potenciál.	
--	---	--

Vzhledem k tomu, že tyto typy cestovního ruchu zakládají svou nabídku, atraktivitu i jedinečnost na kulturních zdrojích a zdrojích dědictví, a to jak hmotných, tak nehmotných, hraje zde velice důležitou roli udržitelnost.

Podle Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) je **udržitelný cestovní ruch** **20** *cestovní ruch, který plně zohledňuje své současné a budoucí ekonomické, sociální a environmentální dopady a řeší potřeby návštěvníků, průmyslu, životního prostředí a hostitelských komunit.*²⁰ Chilská Národní správa cestovního ruchu (SERNATUR, 2011) naopak chápe udržitelný cestovní ruch jako takový cestovní ruch, který optimálně využívá přírodní zdroje, respektuje sociokulturní autenticitu hostitelských komunit a z dlouhodobého hlediska zajišťuje možný hospodářský rozvoj, tzn., že zohledňuje tři oblasti udržitelnosti: přírodní, sociokulturní a hospodářskou.

I když udržitelné by měly být všechny typy cestovního ruchu (nebo pokud nejsou, alespoň k udržitelnosti směřovat), v případě kulturního cestovního ruchu je udržitelnost základem pro využití zdrojů, a to zejména v jeho sociokulturní oblasti. Pokud se proto nebere v potaz hledisko udržitelnosti, kulturním statkům hrozí nevratné poškození, které by mohlo znemožnit jejich budoucí využití jakožto zdrojů cestovního ruchu.

Příkladem výše zmíněného procesu je **koncept únosné kapacity** **21** lokality nebo území s turistickými atraktivitami. Tento pojem se definuje jako maximální využití ekonomických, sociálních, kulturních a přírodních zdrojů cílové oblasti, aniž by se snížila spokojenost návštěvníků, a aniž by vznikly negativní dopady na hostitelskou společnost nebo životní prostředí. A jak se lze předpokládat, cestovní ruch je efektivně udržitelný tehdy, pokud se nepřekročí únosná kapacita cílové oblasti (Recanatesi, 2011), což je důležité zejména při turistickém využití hmotného a nehmotného dědictví. Jako příklad můžeme uvést památky, archeologická naleziště nebo náboženské slavnosti a rituály. To vše jsou místa, která jsou velice náchylná na

²⁰ Pozn. překladatele: UNWTO. Definice udržitelného cestovního ruchu. V originálu dostupné z: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>; v překladu převzato od: Světová organizace cestovního ruchu, UNWTO

počet návštěvníků. Než začneme uvažovat o otevření místu turistům, je důležité zvážit únosnou kapacitu kulturních zdrojů, které jsou na daném území k dispozici.



Obrázek č. 4 (dostupné z: O s. 27)

Místní komunity, cestovní ruch a rozvoj

Kultura je středobod, příběh či obsah, na jehož základě můžeme uvažovat o udržitelném cestovním ruchu, který přináší zisky. Ten je zakotven ve společenství, díky kterému může daná kultura přežít. Kulturní cestovní ruch je tak činnost, jež může dokonale odrážet roli kultury v hospodářském rozvoji komunity.

Nemluvíme pouze o růstu, který je chápán jako zvýšení příjmů, hodnoty statků nebo nárůst sektoru služeb v zemi, což je založeno výhradně na hospodářských aspektech. Mluvíme o **rozvoji** zakládajícím se na kultuře, který kromě hospodářství zahrnuje i aspekty vedoucí ke zlepšení celkové kvality lidské společnosti.

Pro správné pochopení vztahu mezi kulturou a rozvojem, a mezi nimi a cestovním ruchem, je potřeba brát kulturu jako základní pilíř v procesu zhodnocování všech kulturních statků lidského společenství. Rozvoj je zde pak chápán jako ekonomický a sociální nárůst komunity, která cestovní ruch přijímá.²¹

V souvislosti s rozvojem narážíme na dva příbuzné pojmy. Prvním z nich je **místní rozvoj 22**, který působí v lokálním a regionálním měřítku a má za cíl reagovat na požadavky komunit. Tento typ rozvoje se zabývá souborem veřejných politik, které vydávají obce na základě reformy státu, a mají hospodářské, sociální a správní důsledky. (Aghón, Alburquerque y Cortés, 2001).

Druhým pojmem je **územní rozvoj 23**, který umožňuje volbu místní rozhodovací struktury, což je příležitost k decentralizaci (Boisier, 2004). Územní

²¹ Organizace Iberoamerických států. Kultura a rozvoj. V originálu dostupné z: http://www.oci.es/cultura/cultura_desarrollo.htm

rozvoj je proto základem pro národní hospodářský růst, podporuje sociální soudržnost a propojuje veřejnou politiku a občany. Jednotlivé regiony či obce proto nejsou pouze dalším členěním státu, ale tvoří samostatné celky s vlastní dynamikou, které zároveň významně přispívají k rozvoji celého území (Marcel, 2013).

Podle Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO, 1998) vyžaduje cestovní ruch, a konkrétně kulturní cestovní ruch jakožto činnost, která přináší výnosy, z ekonomického hlediska pro svou realizaci a ziskovost několik základních složek, jako jsou:

- atraktivní území s významnými zdroji cestovního ruchu, charakteristické prostředí, kde se nachází/žije místní obyvatelstvo²² a kde se střetává nabídka s poptávkou;
- ochota komunity začít se zapojovat do kulturního cestovního ruchu;
- skutečný, konkurenceschopný a kvalitní produkt, či produkty (*Jaké jsou produkty, služby či organizace turistického zážitku?*)
- existence mezinárodní nebo místní poptávky (*Kdo jsou mí spotřebitelé?*);
- cestovní kanceláře (*Které firmy a orgány zprostředkovávají propojení mezi nabídkou a poptávkou?*²³).

Když vezmeme v potaz nabídku (*Co návštěvníkovi nabídnu?*) a poptávku (*Co chci z jeho návštěvy získat?*) vidíme, že rozvoj cestovního ruchu v určité oblasti počítá s atraktivitami, produkty, turistickými trasami a balíčky a vyžaduje turistické inovace, které návštěvníky zaujmou. Už dříve jsme zdůraznili, že právě návštěvníci jsou ti, kteří se stávají klíčovými subjekty v **inovaci turistických aktivit**, jelikož hledají autentické kulturní zážitky, které jsou hlavní motivací při výběru turistických produktů.

Produkt cestovního ruchu 24 je definován jako soubor jednotlivých služeb či balíčku služeb (*package*)²⁴, které se využívají pro turistickou spotřebu určitými skupinami spotřebitelů (Světová organizace cestovního ruchu, UNWTO, v originále citováno Chilskou asociací společností cestovního ruchu, 2011).

Každý produkt cestovního ruchu je tvořen kombinací až tří faktorů (Evropská komise pro cestovní ruch a Světová organizace cestovního ruchu, 2013):

²² Ačkoliv samo o sobě není prvkem cestovního ruchu, je považováno za důležitý faktor soudržnosti nebo rozpadu, v závislosti na tom, jestli bylo při plánování turistických aktivit zohledněno (UNWTO, 1998).

²³ Patří sem cestovní kanceláře, dopravní společnosti pravidelných linek a veřejné i soukromé organizace, které jsou v rámci své profesní činnosti zodpovědné za organizaci a/nebo propagaci cestovního ruchu. (UNWTO, 1998).

²⁴ Pozn. překladatele: v překladu převzato od: Zelenka (2014)

- **zážitkové**: festivaly, aktivity, společenství, akce, jídlo a zábava, nákupy, bezpečnost, služby;
- **emoční**: lidské, kulturní a historické zdroje, pohostinství;
- **materiální**: infrastruktura, přírodní zdroje, ubytování restaurace.

Produkt kulturního cestovního ruchu se vyvíjí opakovaným sestavováním kulturních aktiv konkrétní destinace tak, aby odpovídal potřebám národních a mezinárodních klientů. V tomto slova smyslu může být kulturní turistický produkt kulturní atraktivita nebo atraktivita dědictví, hotel, hotelový komplex nebo restaurace, které do své nabídky zahrnují kulturní prvky destinace. Dále se může jednat například o divadla, aktivity, festivaly, akce a o mnoho dalších.²⁵

Zdroje, atraktivita a produkty cestovního ruchu mohou být propojeny. **Turistická trasa 25** je trasa, která spojuje několik turistických center nebo propojuje turistické atraktivita (již oceněné kulturní zdroje), jež jsou návštěvníkovi představeny uceleně a přehledně (Pos 2011).

Jak vidíme, produkt cestovního ruchu je schopen ovlivnit návštěvníkovo rozhodnutí cestovat a poznat dané místo, které se tak stává turistickou destinací. Ta je výsledkem proměn a komercializace, jež provádí obyvatelé, jednotlivci, instituce a firmy působící na sebe vzájemně v oblasti cestovního ruchu. Destinace je návštěvníky vnímána jako celek, který sdílí podobné charakteristiky dodávající mu identitu. Základním požadavkem je také to, aby destinace vytvářela mezi sebou a trhy mosty, a tím se otevřela světu (Capece, 2011).

V tomto komercializovaném procesu se objevuje pojem **turistický balíček 26**. Jedná o produkt, který je se na trhu uvádí kombinovaným a exkluzivním způsobem. Obsahuje dvě a více služeb turistického charakteru, jako je ubytování, stravování a doprava, za které se zaplatí jednotná cena. Spotřebitel pak není schopen určit cenu za každou poskytnutou službu individuálně. Balíček zahrnuje dopravu, ubytování a další služby cestovního ruchu.

Vysvětlili jsme tedy, že turistický balíček je způsob, jak celistvě komercializovat nabídku lokality. Jak ale této celistvé nabídky dosáhneme? Existuje typ propojení zejména ekonomické povahy nazývaný se *klastr*.

Klastr 27 je soubor regionálně propojených společností (podnikatelů) a přidružených institucí a organizací – zejména institucí terciárního vzdělávání – jejichž

²⁵ V originálu převzato z: Evropská komise cestovního ruchu a UNWTO (2013).

vazby mají potenciál k upevnění a zvýšení jejich konkurenceschopnosti.²⁶ Cestovní kanceláře nebo agentury budou vždy spoléhat na nabídku jiných firem, a zároveň ony samy budou nabídkou pro ostatní. Takto lze vytvořit **hodnotové řetězce 28**, jimiž se rozumí skupiny podniků, které kupují a prodávají své produkty nebo služby mezi sebou navzájem, a nacházejí se blízko sebe, což jim umožňuje snížit náklady, a lépe se přizpůsobit nabídce a poptávce.

V cestovním ruchu se používá i další pojem, v angličtině nazývaný **bundle 29**, neboli balíček, či kombo, což je soubor dvou nebo více produktů či služeb s výrazným snížením konečné ceny vzhledem k jejich ceně jednotlivé. Má za cíl zvýšit zisky firmy a spokojenost spotřebitelů (Fernández, s. f.). Ti balíček využívají, protože je pro ně výhodný; zaplatí totiž méně, než kdyby si každou službu nebo produkt koupili zvlášť.

Pro lokality, které chtějí rozvíjet kulturní cestovní ruch z těchto dvou pojmů vyplývá jasný závěr: **je potřeba se spojit**. Je potřeba spojit síly, schopnosti a záměry, aby se vytvořila nabídka kulturního cestovního ruchu, a aktéři pak společně reagovali na následnou poptávku. **Asociativnost 30** znamená, že je mezi jednotlivými aktéry vytvořena za účelem spolupráce síť, která umožňuje společně stanovit cíle přínosné pro všechny a způsoby, jak jich dosáhnout. Mezi tyto způsoby patří vytvoření dohod mezi členy, které počítají i s propojením mezi soukromými a veřejnými aktéry, jak v oblasti kultury, tak v oblasti cestovního ruchu.

Propagace turistické destinace proto vyžaduje účast místní komunity (Capece, 2011), která musí být uvedena na trh skrze vazby s externími subjekty, ať už soukromými nebo veřejnými.

Komercializace 31, neboli možnost směnit zboží a/nebo služby za peníze nebo jinou formu ohodnocení, je v tomto procesu klíčová. Budoucnost kulturního cestovního ruchu není perspektivní, pokud se nezváží vytvoření mostů mezi nimi, díky čemuž je možné nabízet kulturní produkty dané lokality.

Nabídka cestovního ruchu 32 je soubor turistických produktů a služeb, které jsou v dané destinaci k dispozici návštěvníkům pro jejich využití a spotřebu (Světová organizace cestovního ruchu, UNWTO, 1998).

²⁶ Pozn. překladatele: v překladu dostupné z: <https://www.czechinvest.org/cz/Sluzby-pro-male-a-stredni-podnikatele/Chcete-dotace/OPPI/Spoluprace>

Rozšířením tohoto pojmu je **nabídka kulturního cestovního ruchu 33** chápána jako produkt kulturního cestovního ruchu propagovaný prostřednictvím prodejních a/nebo komunikačních a propagačních sítí cestovního ruchu.

Doplňkovou nabídku 34 tvoří (Capece, 2011):

- **Infrastruktura:** soubor prvků a služeb, které slouží jako základ pro podporu celkového socioekonomického rozvoje.
- **Turistické vybavení nebo turistické služby:** závisí na potřebách a požadavcích poptávky a souvisí s různými motivacemi, které k cestě vedou. Zahrnuje zařízení, podniky, služby, profesionály, techniky atd.
- **Veřejné i soukromé organizace a instituce podporující produkci a prodej turistických služeb.** Souvisí s produkcí a prodejem služeb a také se vztahy, které z praxe cestovního ruchu vyplývají.

Pořadatelé zájezdů mají na starosti uvádění cestovního ruchu na trh, proto právě oni propojují nabídku a poptávku. Bez těchto aktérů by v oblasti kulturního cestovního ruchu nebylo možné uvedení na trh ani propagace atraktivit turistické destinace.

Poptávka v cestovním ruchu 35 je množství jednotlivých druhů statků a služeb cestovního ruchu, které jsou kupující ochotni při určité ceně na trhu koupit.²⁷ Podle nejnovějších trendů je možné současnou poptávku charakterizovat jako náročnou, osvědčenou, informovanou, zapojující se v oblasti životního prostředí a čím dál víc rozpolcenou podle zájmů a preferencí (Capece, 2011). To znamená, že v dnešní době jsou návštěvníci mnohem náročnější než dříve, a v mnoha případech je jejich motivací prožít zážitek založený na autenticitě daného místa a na znalostech, které mohou získat díky propojení s místní komunitou. Proto je potřeba v cestovním ruchu vytvořit inovace, které budou mimo jiné živeny **kulturními činnostmi 36** typickým pro lidské společenství. Tím se rozumí kulturní statky, které slouží hospodářství a rozvoji lokality.

Tyto inovace vyžadují tvůrčí proces, který se ve spojitosti s kulturním cestovním ruchem nazývá **tvůřivá turistická aktivita 37**. Týká se spolupráce mezi turisty a hostitelskými komunitami s cílem vytvořit zážitky, během kterých se návštěvníci aktivně účastní. Zakládá se na interaktivní vizi cestovního ruchu, kdy se

²⁷ Pozn. překladatele: UNWTO. Porozumění cestovnímu ruchu. Základní glosář. V originálu dostupné z: <http://media.unwto.org/es/content/enten-er-el-turismo-glosario-basico>; v překladu dostupné z: http://vzdelani.sso.cz/sablony/Ekonomika%20cestovn%C3%ADho%20ruchu/VY_32_INOVACE_EK_O_241-260/12%20Popt%C3%A1vka%20v%20cestovn%C3%ADm%20ruchu.pdf

nenabízí pouze produkt určený ke konzumnímu spotřebě, ale turistický zážitek, při kterém je návštěvník v kontaktu s hostitelskou komunitou.

Jak uvádí Pos (2011), kulturní cestovní ruch se snaží propojit s odpovědným cestovním ruchem, spravedlivou ekonomikou a udržitelností, ale nevymyká se komplexnosti cestovního ruchu jako takového, ani ekonomickému, sociálnímu a politickému systému.

Při realizaci cestovního ruchu v lokalitách můžeme spatřit i určitá nebezpečí; protože i přes to, že existuje množství výhod, které s sebou cestovní ruch svým rozvojem a upevňováním přináší, a to hlavně v rámci místních ekonomik, je potřeba brát v potaz i určité náklady a rizika ovlivňující místní obyvatelstvo a/nebo turistické oblasti. Proto je potřeba k rozvoji řízení cestovního ruchu přistupovat celistvě. Podle chilské Národní rady pro kulturu a umění, CNCA (2012) mezi některá rizika nutná vzít v potaz patří:

- **Turistická inscenace 38:** jedná se o cestovní ruch, který nakonec mění charakter komunity a udělá z ní „divadelní inscenaci“.
- **Exotizace kultury 39:** výrazné aspekty se vyzdvihují pro svou jedinečnost, exotičnost nebo přirozenost, aniž by se zohlednil její původ či místní kultura. To znamená, že je tendence objektivizovat, dekontextualizovat, a tím odtrhnout místa od reality a odcizit je od jejich majitelů, obyvatelů a tvůrců.
- **Gentrifikace 40:** *gentrifikace je proces, který se objevuje hlavně v prostředí velkých měst ve vyspělých státech. Jde o přesun obyvatelstva do nově opravených obytných míst v bývalých dělnických čtvrtích v centru města. Přesunují se specifické skupiny obyvatel – mladí, vzdělaní, profesionálové s vysokým příjmem, kteří často žijí individuálně nebo v malých domácnostech. Tento proces bývá často doprovázen ekonomickým vytlačáním původního, sociálně slabšího obyvatelstva.*²⁸
- **Využívání pracovních sil:** jedná se o využívání místních obyvatel jako levné pracovní síly bez záruky odborného zaškolení nebo účasti či možnosti komplexního rozvoj

Jak jsme v této kapitole mohli vidět, v souvislosti s cestovním ruchem a kulturou se propojuje a vzájemně prolíná mnoho pojmů. Tyto definice nám umožňují zamyslet se nad přínosy kultury do oblasti cestovního ruchu a naopak.

²⁸ Pozn. překladatele: v originálu převzato od: Clark (2005); v překladu citováno z: Toušek, Kunc, Vystoupil (2008)

V rámci toho, co jsme zatím zmínili, vyplývá několik závěrů:

- Z ekonomického hlediska je cestovní ruch jednou z nejdůležitějších činností na světě.
- Kultura nabízí zdroj, kteří návštěvníci od cestovní ruchu vyžadují: autentické zážitky.
- Požadavky návštěvníků v oblasti cestovního ruchu jsou kreativnější a inovativnější, čehož se dosáhne, když se cestovní ruch opírá o kulturu dané lokality.
- Na celém světě jsou lidé, kteří chtějí zažít autentické zážitky, a nejlepším prostředkem k jejich realizaci je kulturní cestovní ruch.
- Turistická kreativita a inovace tkví v chápání vlastní kultury jako základu místního rozvoje.

Každý z těchto bodů ve své oblasti působení spolupracuje s ostatními na vhodném a udržitelném rozvoji kulturního cestovního ruchu v daných lokalitách.

Nejde o to kulturu „prodat“ a tím ji banalizovat, ani o to, aby se vše kulturní stalo turistickou atrakcí. Jde o to sladit požadavky návštěvníků a potřeby místních obyvatel, a tím umožnit činnosti, ze kterých jdou zisky a jsou dlouhodobě udržitelné.

Ve druhé kapitole této brožury budeme používat pojmy, které jsme v první části vysvětlili, a na základě některých relevantních čísel a údajů uvedeme turistickou aktivitu a kulturní cestovní ruch ve světě a v Chile do kontextu. Tato kontextualizace nám umožní odpovědět na další otázku: Proč rozvíjet kulturní cestovní ruch?

3 Komentář

Jak již bylo zmíněno v úvodu, v komentáři budu používat příklady z originálu a z překladu. Ukázky z originálu budou označeny jako „O“, z překladu jako „P“.

3.1 Překladatelská analýza textu

Před tím, než dojde k samotnému překladu textu, je potřeba stanovit překladatelskou zakázku a provést překladatelskou analýzu. Oba body jsou klíčové, protože se od nich překlad odvíjí. Během analýzy budu vycházet z modelu německé translatoložky Christiane Nordové, konkrétně z publikace *Text analysis in translation: theory, methodology, and didactic application of a model for translation-oriented text analysis* (Nordová, 2005), podle kterého jsou faktory textu rozdělené na vnitrotextové a vněttextové. Každý z faktorů nejprve obecně charakterizují, a poté aplikují na vybraný text. Dále se zaměřím na stylistickou analýzu podle publikace *Vybrané problémy španělské stylistiky na pozadí češtiny* (Králová, 2012), funkce textu určím podle modelu ruského lingvisty Romana Jacobsona, které jsou součástí knihy *Poetická funkce* (Jacobson, 1995).

3.1.1 Překladatelská zakázka

Důležitou roli v procesu hraje překladatelská zakázka, na základě které lze stanovit cíl a účel překladu; ten musí mít překladatel po celou dobu na paměti. Jelikož v případě bakalářské práce nemám zakázku určenou, pokusím se vytvořit a podrobně popsat fiktivní zakázku.

Pro svůj překlad jsem využila první kapitolu knihy, která je úvodem do problematiky kulturního cestovního ruchu, a není nikterak vázána na konkrétní oblast, v tomto případě Chile. Text by proto mohl sloužit jako studijní materiál pro vysokoškoláky studující cestovní ruch, konkrétně by se mohl využít během kurzu zaměřeného na propojení cestovního ruchu s kulturou, například kurz *kulturní cestovní ruch I*. Jelikož se jedná o specifickou formu cestovního ruchu, která již předpokládá základní orientaci v oboru, publikace by byla vhodná pro studenty navazujícího magisterského studia. Jako fiktivního zadavatele jsem se proto rozhodla určit *Vysokou školu ekonomickou v Praze*, která má ve své nabídce studijní program cestovní ruch. Publikace by byla vhodná pro studijní účely, protože se snaží systematicky popsat fungování kulturního cestovního ruchu a vše podává v přehledné a jasně strukturované podobě. Bude tedy potřeba přesně přeložit pojmy a definice, pokud to bude možné,

nejlépe použít již existující a používané termíny, čímž se usnadní orientace v problematice. V případě, že čeština pro dané slovo či spojení neužívá specifický termín, pokusím se ho co nejpřesněji přeložit, zachovat jeho význam a zároveň ho přiblížit českému čtenáři.

Nyní, když jsme si určili překladatelskou zakázku, můžeme přejít k analýze vnitrotextových a vněttextových faktorů podle Nordové.

3.1.2 Vněttextové faktory

3.1.2.1 Autor a vysílatel

Nordová (2005, s. 43) rozlišuje pojem autor a vysílatel; vysílatel je osoba (nebo instituce), která text vysílá za účelem předat sdělení a/nebo vyvolat určitý efekt. Autor pak text píše na základě instrukcí vysílatele. V mnoha případech však zastává obě role stejná osoba. Nordová (2005, s. 43) dále uvádí, že existují i texty, které nemají uvedeného jednoho konkrétního autora, většinou se jedná o neliterární texty, které jsou určeny k praktickému použití. Podobný případ nastává i u této publikace.

Na vzniku brožury se podílel tým chilské *Národní správy pro cestovní ruch (El Servicio Nacional de Turismo, SERNATUR)*. Jedná se o organizaci, která vznikla v roce 1975 s cílem podporovat a rozvíjet turistickou aktivitu v Chile. Jejím předchůdcem byla *Správa cestovního ruchu (Dirección de Turismo)* z roku 1960 a *Regionální rada cestovního ruchu (Consejos Regionales de Turismo)* založena v roce 1969. SERNATUR se snaží o propagaci turistických destinací a atraktivit Chile, čímž chce přispět k hospodářskému, sociálnímu a kulturnímu rozvoji země.

Publikace proto nemá jednoho konkrétního autora, ale je výsledkem vzájemné spolupráce odborníků z několika odvětví organizace. Publikací byla pověřena Loreto Pérez Respaldiza, která v letech 2013–2016 v SERNATUR působila jako v sekci pro kulturní cestovní ruch. Na revizi pracovali Katrina Sanguinetti, Francisca Aylwin, Nicols Arce, Cristóbal Benítez, Cristina Gálvez, Magdalena García a Angie Almendra; dále se na publikaci podíleli Loreto Nvarrete, Constanza Vergara, Kapris Tabilo, Macarena Belcells, Helly Cárdenas, Camila González Herrera, Juan Jeager a Francisco Gálvez Pizarro.

Knihla vznikla v rámci projektu *Silné stránky cestovního ruchu Chile a Mexika: výměna sociokulturních zkušeností přispívajících k udržitelnosti tohoto odvětví (Fortalezas turísticas de Chile y México: intercambio de experiencias socioculturales*

que aportan a la sustentabilidad del sector), který byl financován z Fondu chilsko-mexické spolupráce chilské Agentury pro mezinárodní spolupráci (AGCI) a mexické Agentury pro mezinárodní rozvojovou spolupráci (AMEXCID).

3.1.2.2 Záměr vysilatele

Nordová uvádí (2005, s. 47), že záměr určuje vysilatel, konkrétně jeho úhel pohledu. Ten totiž komunikaci zahajuje s určitým cílem.

Záměr vysilatele úzce souvisí se záměry celé organizace SERNATUR, tedy podpora a propagace kulturního cestovního ruchu v Chile. Tato brožura si klade za cíl předat nejdůležitější informace o kulturním cestovním ruchu, které mohou podpořit turistickou nabídku v zemi, a také vyzdvihnout nejdůležitější turistické atraktivitu po celém Chile.

Jak uvádí Javiera Montes Cruz ze sekce cestovního ruchu v samotném úvodu, celý tým doufá, že bude tato metodická příručka vhodným podkladem jak pro úředníky pracující v organizaci SERNATUR, tak pro další odborníky, kteří jsou za řízení cestovního ruchu a kultury zodpovědní a snaží se ho podporovat na národní úrovni: „Esperamos que la guía metodológica “Turismo cultural: una oportunidad para el desarrollo local” sea un insumo útil para los funcionarios de Sernatur; los profesionales responsables de la gestión turística y cultural a nivel municipal y todos aquellos actores que desarrollan acciones vinculadas a esta temática con el propósito de promover y posicionar este tipo de turismo a nivel nacional para poner en valor de manera creciente, sustentable y participativa nuestro patrimonio cultural.“ (O, s. 6), záměr originálu je tedy jasný: popsat a podpořit kulturní cestovní ruch v zemi.

Záměr výchozího textu se bude mírně lišit, jak jsem již nastínila u stanovení překladatelské zakázky, půjde zejména o to popsat základní pojmy týkající se kulturního cestovního ruchu. K překladu jsem totiž zvolila pouze první kapitolu knihy.

3.1.2.3 Adresát a příjemce

U adresáta a příjemce je důležité zmínit, že se mohou u výchozího a cílového textu mírně lišit, protože se nacházejí v jiné komunikační situaci. Je však jeden aspekt, ve kterém se bude výchozí a cílový text lišit vždy: každý z nich je členem jiného kulturního a jazykového společenství (Nordová, 1995, s. 52).

U příjemce textu se předpokládají základní znalosti z oblasti cestovního ruchu. Může se tedy jednat o člověka, který již v daném sektoru působí, nebo o někoho, koho toto prostředí zajímá a chce se dozvědět více informací o jeho fungování.

V případě výchozího textu bude tedy příjemce pravděpodobně ten, kdo již s kulturním cestovním ruchem pracuje, což v úvodu zmiňuje i Javiera Montez Cruz. Naopak u překladu půjde spíše o člověka, který se v dané oblasti ještě přímo nepohybuje, ale chce o ní získat přehled; z toho vyplývá i určení překladatelské zakázky.

Adresátem cílového textu by proto mohl být například vysokoškolský student, který se potřebuje v této oblasti cestovního ruchu začít orientovat a naučit se základní pojmy a principy; ty jsou totiž v první, překládané, kapitole detailně popsány. Během překladu se tak budu snažit dané pojmy přeložit přesně z terminologického hlediska a nejlépe je nahradit již existujícími a používanými českými ekvivalenty.

3.1.2.4 Médium

Médium neboli kanál je prostředek, skrze který se text dostane ke čtenáři. Překladatele však zajímají méně technické rozdíly a více se zaměřuje na aspekt ukládání informací a předpoklady komunikační interakce. (Nordová, 2005, s. 56).

Překládaná kapitola je součástí knihy *Turismo Cultural: Una oportunidad para el desarrollo local*, která je volně dostupná ke stažení na internetu. U cílového textu by médium mohlo zůstat stejné, vybraná kapitola by tak mohla být dostupná na internetu, kde by si student mohl zdarma stáhnout. Dále by se mohla publikovat samostatně, pro studijní účely, a být dostupná i v tištěné podobě, například ve školní knihovně.

3.1.2.5 Místo a čas

Aspekt místa odkazuje nejen na místo vzniku samotného textu, ale také na místo recepce. I čas, ať už přímo nebo nepřímo, pak ovlivňuje příjemce (Nordová, 2005, s. 65).

Brožura byla vydaná elektronicky v prosinci roku 2014 v Chile, konkrétně v hlavním městě Santiago de Chile, kde sídlí organizace SERNATUR (Av. Providencia 1550, Providencia, Santiago – Chile, 7500548). Jak již bylo zmíněno výše, originální publikace je s danou oblastí úzce spjata, jedná se o národní organizaci Chile, která chce podpořit cestovní ruch hlavně v národním měřítku. Překládaná kapitola je však

úvodem do celé problematiky a obsahuje obecně platné principy a pojmy, které lze aplikovat globálně. Z toho důvodu by byla přínosná i pro jiné národnosti, například i pro české studenty. V některých případech příručka odkazuje na výzkumy či definice vytvořené chilskými organizacemi, ty pak bude potřeba překladem co nejvíce přiblížit českému systému.

Knihy vyšla v roce 2014, proto jsou některé citace staršího data (přibližně 1998–2012): „*La oferta turística se entiende como un conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario en un destino determinado, para su disfrute y consumo (OMT, 1998).*“ (O, s. 29) nebo „*En ese sentido, hay que tener mucho cuidado para no transformar el paisaje cultural que nos interesa mostrar dentro de una experiencia turística, en una “escenificación turística” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes [CNCA], 2012), es decir que hagamos de ella una puesta en escena (una “postal”) que no corresponde con la realidad.*“ (O, s. 18) Tyto definice jsou však stále platné a aktualizaci zpravidla nevyžadují.

3.1.2.7 Funkce textu

Jacobson ve své knize *Poetická funkce* (Jacobson, 1995) zmiňuje šest funkcí jazyka: referenční, fatickou, emotivní, konativní, poetickou a metajazykovou. Uvádí, že tradiční model jazyka, jak ho objasnil jmenovitě Bühler, se omezoval na tři funkce – emotivní, konativní a poznávací (Jacobson, 1995, s. 79). On pak k tomuto modelu ve své publikaci dodává další tři funkce. Nejčastěji se v textech vyskytuje funkce referenční, která je v dominantní i v případě této brožury. Je však potřeba zdůraznit, že jazykové sdělení nikdy nemá pouze jednu jedinou funkci. Další funkci, kterou můžeme v textu najít je funkce fatická; ta má za cíl udržovat konverzaci a čtenářovu pozornost. Je přítomna například u řečnických otázek: „*Pero, ¿qué comprenderemos por cultura en el marco de esta guía?*“ (O, 15) nebo „*¿Qué es lo que lo distingue de otros tipos de turismo?*“ (O, s. 22). Funkci metajazykovou, neboli vysvětlivkovou, najdeme u přímých citací definic: „*Comencemos por el concepto de turismo, que podemos comprender como “el conjunto de actividades realizadas por personas durante sus viajes y permanencias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, por motivos diferentes al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado” (Ley de Turismo N° 20.423).*“ (O s. 21). V tomto případě se část soustředí na kód, díky kterému dojde k vzájemnému pochopení obou stran. Další funkce je konativní, konkrétně persvazivní (v

Jacobsonově klasifikaci jazyka je persvazivní funkce zahrnuta ve funkci konativní). Ta je dobře viditelná například ve stručném popisu jednotlivých kapitol: „*En este capítulo: - Aprenderemos sobre la vinculación entre turismo y cultura, revisando los conceptos básicos asociados al turismo cultural que nos permitirán elaborar nuestro enfoque de trabajo y construir un lenguaje común que facilite el diálogo con los diferentes actores de la comunidad. - Exploraremos la relación entre cultura, turismo y desarrollo local, identificando algunos aspectos fundamentales a considerar en un proceso de trabajo para desarrollar y/o fortalecer el turismo cultural en un territorio.*“ (O, s. 13).

3.1.3 Vnitrotextové faktory

3.1.3.1 Téma a obsah

Podle Nordové (2005, s. 85) je v mnoha případech téma zřejmé už ze samotného nadpisu či podnadpisu. To platí i v případě této brožury, kdy z jejího titulu *Turismo Cultural: Una oportunidad para el desarrollo local* můžeme určit, že se bude jednat o publikaci zaměřující se na kulturní cestovní ruch a jeho vliv na místní rozvoj lokalit. Názvy kapitol poté blíže určují jejich zaměření. První, překládaná, kapitola nese název *¿Qué es el turismo cultural? Conceptos esenciales para su comprensión*, z čehož je jasné, že bude popisovat základní pojmy z oblasti kulturního cestovního ruchu. Pod podnadpisem najdeme přehled toho, co se ve zmíněné kapitole dozvíme: „*En este capítulo: - Aprenderemos sobre la vinculación entre turismo y cultura, revisando los conceptos básicos asociados al turismo cultural que nos permitirán elaborar nuestro enfoque de trabajo y construir un lenguaje común que facilite el diálogo con los diferentes actores de la comunidad. - Exploraremos la relación entre cultura, turismo y desarrollo local, identificando algunos aspectos fundamentales a considerar en un proceso de trabajo para desarrollar y/o fortalecer el turismo cultural en un territorio.*“ (O, s. 13). Díky tomu se čtenář rychle zorientuje a může si ověřit, co v dané kapitole najde. Tato struktura je stejná i u ostatních kapitol: název a její následný popis. Kapitoly pak obsahují i podkapitoly (překládaná kapitola má celkem čtyři: *Cultura: Identidad, diversidad y cambio; Patrimonio cultural; Cultura y turismo; Comunidad local, turismo y desarrollo*).

Brožura má kapitoly celkem tři, další dvě (*¿Por qué desarrollar el turismo cultural?* a *Turismo cultural en localidades: orinetaciones metodológicas*), které v rámci této práce nebyly přeloženy, dále pracují s pojmy z první kapitoly, rozvádí je a aplikují na konkrétní oblasti. Druhá kapitola se snaží zejména podtrhnout důležitost kulturního cestovního ruchu a aplikovat pojmy na chilské území. Třetí kapitola už nabízí konkrétní kroky, které jsou pro rozvoj kulturního cestovního ruchu potřeba provést.

Kromě těchto tří kapitol v brožuře nesmí chybět předmluva, které se zhostila Javiera Montes Cruz ze sekce cestovního ruchu, a Omar Hernández Alcajaga, ředitel organizace, následuje úvod, a poté už zmíněné tři kapitoly. Kniha nemá jeden závěr, každá kapitola je na konci shrnuta zvlášť; na konci publikace jsou ještě uvedené zdroje a další navrhovaná literatura, která je k danému tématu relevantní.

Text je tedy koherentní a jasně strukturovaný; čtenář se nejprve seznámí s používanými pojmy, a až poté se přejde ke konkrétním příkladům, potřebným krokům a využití kulturního cestovního ruchu.

3.1.3.2 Presupozice

Presupozice jsou podle Nordové (2005, s. 96) informace, o kterých si vysílatel myslí, že jsou příjemci známy. Může se jednat o realie dané kultury, o biografii autora, náboženství, filozofie, kulturu nebo politickou situaci určitého období (Nordová, 2005, s. 97). To musí brát překladatel v potaz a správně vyhodnotit, v čem se liší znalosti adresáta výchozího textu a překladu.

V tomto případě autor předpokládá alespoň základní znalost cestovního ruchu. Čtenář by měl vědět, co to takový cestovní ruch vlastně je, protože kniha už se soustředí na jeho jeden konkrétní typ: kulturní cestovní ruch. Hlubší znalosti však nejsou vyžadovány, jelikož autor vše podrobně vysvětluje v první kapitole. Pokud si čtenář při čtení dalších kapitol nebude jist některým z výrazů, může si jeho správnost ověřit právě v první kapitole. V překládané kapitole není ani potřeba znát realie Chile, ty jsou klíčové až pro další dvě kapitoly.

Rozdíl mezi presupozicí adresátů výchozího textu a překladu se proto v první kapitole nebude příliš lišit: může jít o člověka, který se v dané oblasti již pohybuje, nebo o někoho, kdo si své znalosti chce rozšířit (například student), této problematice se více věnuje i kapitola výše (3.1.2.3 *Adresát a příjemce*).

3.1.3.3 Kompozice

Brožura se skládá z obsahu, předmluvy, úvodu, stati, tedy třech zmíněných kapitol, a v závěru jsou pak uvedeny zdroje a další relevantní odkazy. V každé kapitole se používá jiná barva zvýraznění (první kapitola žlutá, druhá kapitola růžová, třetí kapitola modrá), což je další faktor, který usnadňuje orientaci. První a druhá kapitola má přibližně 20 stran, třetí kapitola je nejdelší (38 stran). Jednotlivé kapitoly obsahují podkapitoly, text je členěn na odstavce a stránky jsou číslovány; elektronická verze této brožury má celkem 95 stran. V textu se také využívají poznámky pod čarou, které jsou přeneseny i do překladu, a to následujícím způsobem: pokud se jedná o doplňující poznámky pod čarou vyskytující se už v originálu, jsou přeloženy bez další poznámky; v případě, že jde v originálu o dodání citace, je uvedeno *v originálu převzato od/z* či *v originálu dostupné z*. V případě, že při příkladu používám již existující definice, jsou uvedeny jako *poznámka překladatele* s relevantním odkazem na zdroj (*v překladu*

citováno z, v překladu převzato od nebo v překladu dostupné z); veškeré tyto zdroje jsou pak k nahlédnutí v kapitole 5 *Bibliografie*. Harvardská citace je v textu zachována beze změny, pouze je v některých případech potřeba přeložit do češtiny názvy institucí.

V překládané kapitole jsou všechny zmíněné pojmy očíslované (celkem 40 pojmů), díky čemuž je část velice přehledná. Pro koherenci textu jsou hojně využívány konektory jako například *por eso, por ello, en efecto, así, no obstante, sin embargo, por un lado, por otro lado* atd.

3.1.3.4 Nonverbální a suprasegmentální prvky

Podle Nordové (2005, s. 108), můžeme mezi nonverbální prvky psaného textu zařadit fotky, ilustrace, symboly, tabulky, speciální typ písma atd. U mluveného projevu se jedná například o gesta, výrazy obličeje; naopak intonační prvky, v případě psaného textu grafické prvky mající analogickou funkci (interpunkce, psaní velkých písmen nebo využívání kurzívy), se řadí mezi suprasegmentální prvky. Za ně můžeme považovat prvky, které jsou za hranicí lexikálních a syntaktických prostředků. U psaného textu se může jednat například o interpunkci, kurzívu, tučné písmo, podtržené výrazy či velikost písma (Nordová, 2005, s. 120).

V publikaci hrají tyto prvky důležitou roli, díky nim se totiž čtenář mnohem lépe orientuje. Názvy kapitol jsou vždy tučně a velkým písmem, to samé platí i v případě podkapitol. Jak jsem již zmínila u kompozice, každá z kapitol je laděna do jiné barvy, ta je pak použita jak pro úvodní stránku, tak pro zvýraznění důležitých pojmů v textu. V překládané kapitole se používá žlutá barva, kterou je zvýrazněn každý ze čtyřiceti základních pojmů a dále i důležité pasáže textu, v obou případech je barva ještě doplněna tučným písmem. Kurzívou jsou pak označeny definice.

Na začátku každé podkapitoly najdeme černobílý obrázek, který se vztahuje k tématu kapitoly, je však čistě ilustrativní.

První kapitola obsahuje i tabulku; ta rozlišuje několik typů kulturního cestovního ruchu, v prvním sloupci je název, v druhém definice a ve třetím příklady míst či aktivit spojené s daným typem kulturního cestovního ruchu. Autoři pravděpodobně zvolili tento nonverbální prvek, aby docílili přehlednosti a jasné struktury, což se podařilo.

V překladu je zachována většina nonverbálních prvků: tabulka, barevné zvýraznění, černobílé obrázky na začátku každé podkapitoly i tučné písmo. Jediný

rozdíl je v případě kurzívy: ve výchozím textu jsou kurzívou definice převzaté z českých zdrojů. Pokud jsem v českém prostředí nenašla existující definici, přeložila jsem ji sama a není odlišena kurzívou.

3.1.3.5 Lexikum, morfosyntax

V textu nenajdeme příliš subjektivně zabarvených slov, jedná se totiž o objektivní práci, která je založena především na faktech. Autoři k sobě vždy odkazují první osobou množného čísla (*aprenderemos* O s. 13, *exploremos* O s. 13, *revisaremos* O s. 14, *como vemos* O s. 23, *nos permitirá responder* O s. 31). V odborných textech se tento jev často vyskytuje i v případě, že má dílo jen jednoho autora, pak hovoříme o tzv. plurálu skromnosti.

Jazyk výchozího textu je spisovný a lexikum textu odpovídá účelům textu; najdeme zde přesné definice a termíny z oblasti cestovního ruchu a kultury (*patrimonio cultural*, O s. 19, *destino turístico* O s. 22, *turismo sustentable* O s. 26, *desarrollo local* O s. 27). Autoři v těchto případech používají zpravidla španělské výrazy, aby byly pro čtenáře lépe pochopitelné a zapamatovatelné. K čistě anglickému termínu se uchýlili pouze v jednom případě: *bundle* (O s. 29), vzápětí je však nabídnutý i překlad do španělštiny.

Další specifikem jsou termíny vázané na místo vzniku, v první kapitole jde zejména o definice, které vytvořily některé ze zmíněných chilských organizací (*Consejo Nacional de la Cultura y las Artes* O s. 18, *Ministerio de Economía* O s. 22 či samotná organizace *SERNATUR* O s. 17). V dalších kapitolách už najdeme i další termíny spojené s Chile, například názvy míst a lokalit.

Kromě odborných termínů a termínů vázaných na místo vzniku text obsahuje i neutrální lexikum, expresivita je ovšem potlačena, autorům totiž nejde o to vyjádřit svůj názor, ale vytvořit faktograficky správnou a relevantní příručku, což zároveň vyplývá jak z předchozích odstavců, tak i z kapitoly 3.1.2.2 *Záměr vysilatele*.

3.1.3.6 Syntax

Syntaktickou stránku jsem se rozhodla analyzovat primárně podle publikace *Vybrané problémy španělské stylistiky* (Králová, 2012).

Tuto příručku můžeme zařadit do odborného funkčního stylu. Mezi jeho charakteristiky patří formulování přesného, jasného a relativně úplného sdělení s dominující pojmovou složkou a potlačenou emocionalitou (Králová, 2012, s. 64). Jde

především o co nejefektivnější a nejracionalnější vyjadřování, proto lze odborný text označit za úplný, celistvý a vnitřně uspořádaný, což platí i v případě této brožury.

Jedním ze znaků odborného funkčního stylu je užití zdvořilostního vyjadřování, pro které se využívá například epistemická modalita, kondicionál, adverbia, substantiva a adjektiva vyjadřující pravděpodobnost či možnost (Králová, 2012, s. 72):

*[...] Ahora, si tratamos de sintetizar las principales ideas expresadas por las definiciones anteriores, **podríamos** señalar que el turismo cultural es [...]* (O, s. 23)

Odborný funkční styl je také charakteristický syntakticky složitými souvětími. V tomto případě španělština pro syntaktickou kondenzaci často využívá polovětné konstrukce s infinitivem, gerundiem nebo participiem:

*Justamente, con el afán de contribuir en el uso de un lenguaje común, comenzaremos esta guía **revisando y discutiendo** cuarenta conceptos esenciales para **comprender** la relación entre turismo y cultura, una articulación imprescindible para **fortalecer** a nuestro país como destino turístico.* (O, s. 14)

*Los recursos culturales de cada lugar eran empleados, pero desde una definición restringida de “cultura”, **vinculada** esencialmente a la educación de la comunidad, así como al sustento de la identidad local, regional o nacional.* (O, s. 14)

Mezi další prostředky typické pro odborné texty patří například konektory pro vyjádření meziprozodických vztahů (*es decir* O s. 15, *por otro lado* O s. 14, *sin embargo* O s. 14, *en otras palabras* O s. 26, *de hecho* O s. 15, *además* O s. 16, *en efecto* O s. 16, *por su parte* O s. 17, *de este modo* O s. 19) nebo neosobní konstrukce (*hay que tener mucho cuidado* O s. 18., *se trata de* O s. 29, *se hace necesario* O s. 7, *se ha construido* O s. 20).

3.2 Metoda překladu

Jak uvádí Jiří Levý (2012, s. 53), překladatelova práce sestává ze tří fází: pochopení, interpretace a přestylování předlohy. Překladatel musí být především dobrý čtenář, aby dokázal proniknout do smyslu díla; děje se tak na třech rovinách: na rovině filologické, ideově estetické a rovině uměleckých celků. Výše uvedená analýza vnitrotextových a vnětextových faktorů podle Nordové je vhodná pro první dvě fáze překladatelského procesu. Kromě analýzy jsem pro správné pochopení předlohy použila paralelní texty, jako jsou publikace *Kulturní cestovní ruch v České republice*, *Marketing v cestovním ruchu* či *Cestovní ruch: principy, příklady a trendy* či internetovou rešerši. V poslední fázi, přestylování předlohy, mi pomohl zejména internetový slovník *Lingea*, slovník Španělské královské akademie (RAE) *Diccionario de la lengua española*, korpus *InterCorp* či *Slovník českých synonym*. Pokud šlo o český pravopis a gramatiku, využívala jsem *Internetovou jazykovou příručku*, a to jak její slovníkovou, tak výkladovou část.

Publikace *Umění překladu* (Jiří Levý, 2012, s. 85) dále uvádí, že, pro umělecký text, existují dvě normy překladu: reprodukční a umělecká. Obě normy se často prolínají a souvisí s volnou a věrnou metodou překladu. Pokud zohledníme téma překládaného textu zjistíme, že bude důležitější zachovat normu reprodukční a s ní požadavek věrnosti. Jedná se totiž o odbornou publikaci, která by, podle stanovení překladatelské zakázky, mohla sloužit jako studijní materiál. Z toho důvodu je důležité, aby byla faktograficky správná. Toho se v překladu budu snažit dosáhnout zejména přesným převodem termínů a definic díky využití již existujících definic či používaných termínů v oblasti cestovního ruchu.

3.3 Překladatelské problémy a jejich řešení

Nyní se zaměřím na konkrétní problémy, které během překladu nastaly a navrhuju jejich řešení; nejprve zohledním stránku lexikální, poté syntaktickou, morfologickou a kulturní.

3.3.1 Lexikální problémy

3.3.1.1 Termíny

Co se týče lexika, potíže při překladu činily zejména odborné termíny z oblasti cestovního ruchu a kultury. Pro co nejsnazší orientaci jsem se snažila najít takový český ekvivalent, který je již v oblasti zažitý a vyskytuje se v jiných publikacích či článcích. Ve většině případů se mi to podařilo, nastaly však i situace, kdy se daný termín v paralelních českých textech neobjevoval a bylo nutné uchýlit se k vlastním překladu. Níže uvádím několik příkladů obou možností:

Prvním a nejhojněji užívaným termínem celé publikace je samotné slovo *turismo*, v češtině někdy užívané také jako *turismus* nebo překládáno jako *cestovní ruch*. Tento termín jsem se rozhodla přeložit jako cestovní ruch, tak, jak ho označuje samotná organizace pro cestovní ruch: ve španělštině *Organización Mundial del Turismo (OMT)*, v češtině *Světová organizace cestovního ruchu*. I přes to, že se termín v publikaci používá často (použit byl celkem 44krát), pro přehlednost jsem výraz *cestovní ruch* používala v celém textu a nealternovala s *turismem*. Jediný případ, u kterého bylo nutné alternaci zvážit byl pojem *etnoturismo* (v češtině *etnoturismus* či *etnický cestovní ruch*), který jsem se nakonec rozhodla přeložit jako *etnický cestovní ruch*, a to zejména s přihlédnutím na překladatelskou zakázku. Tento termín se totiž využívá v učebních materiálech, jako například v publikaci *Cestovní ruch – učební text*²⁹ od Ekonomicko-správní fakulty Masarykovy univerzity.

Mnoho termínů jsem přeložila tak, jak se používají v úmluvách a deklaracích organizace UNESCO. Jednalo se například o termíny: *expresión* (O, s. 15) – *projev* (P, s. 9), *diversidad cultural* (O, s. 16) – *kulturní diversita* (P, s. 10), *intercambio cultural* (O, s. 17) – *kulturní výměna* (P, s. 11), *cambio cultural* (O, s. 17) – *kulturní proměna* (P, s. 12), *patrimonio material e inmaterial* (O, s. 19) – *materiální a nemateriální kulturní dědictví* (P, s. 15), *salvaguardia* (O, s. 20) – *zachování* (P, s. 16).

²⁹ Dostupné z:

https://is.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/studijni_texty/cestovni_ruch_ePDF.pdf
[cit. 2023-07-06].

Pomohly i paralelní publikace, například *Kulturní cestovní ruch v České republice*, kde je pro termín *atractivos turísticos* (O, s. 22) v češtině používán ekvivalent *kulturní atraktivity* (P, s. 17).

Komplikovanými termíny byly také *capacidad de carga* (O, s. 21) – *únosná kapacita*³⁰ (P, s. 24) či *cadenas de valor* (O, s. 29) – *hodnotové řetězce*³¹ (P, s. 27). Oba pojmy byly podrobně popsány na stránkách *Wikipedia*, která pro oba termíny nabízela jak český, tak španělský výklad, proto jsem se pro co nejrelevantnější převod rozhodla využít možnost *Wikipedie* změnit jazyk a použít tyto pojmy. Jelikož se jednalo o problematické pojmy, měla jsem díky tomuto procesu jistotu, že se jedná o přesné ekvivalenty.

V některých případech jsem však v českých textech odpovídající výrazy nenašla, a proto bylo potřeba použít vlastní překlad. To platilo zejména u tabulky, která dále rozlišuje podtypy kulturního cestovního ruchu. Jak je však v textu uvedeno, tato základní typologie slouží spíše pro základní představu a pedagogické účely, z toho důvodu v mnoha případech nebylo možné najít užívaný český pojem. Ve třech případech jsem se rozhodla použít konstrukci cestování za: *turismo patrimonial* (O, s. 24) – *cestování za kulturním dědictvím* (P, s. 20), *turismo de artes* (O, s. 24) – *cestování za uměním* (P, s. 20), *turismo indígena* (O, s. 25) – *cestování za kulturami původních obyvatel* (P, s. 21) a *turismo creativo* (O, s. 25) jsem přeložila jako *tvořivý cestovní ruch* (P, s. 22).

3.3.1.2 Definice

Mezi další lexikální překladatelský problém související s termíny můžeme zařadit definice, které byly v textu hojně zastoupeny. Jak už jsem zmínila výše, nejprve jsem se snažila najít českou definici, která by španělské odpovídala. Když se mi to podařilo, definici jsem v textu označila kurzívou a do poznámky překladatele uvedla relevantní zdroj. Zde byly nápomocné opět úmluvy a deklarační UNESKO. Jelikož se jedná o mezinárodní organizaci, často jsou vypracovány paralelně ve více jazycích, jak můžeme vidět níže:

Př. 1: *Salvaguardia engloba el proceso general de acciones y medidas tomadas para garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial. El proceso está*

³⁰ Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Nosn%C3%A1_kapacita

³¹ Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Hodnotov%C3%BD_%C5%99et%C4%9Bzec

compuesto por la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión –básicamente a través de la enseñanza formal y no formal– y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos. (O, s. 20)

Pojmem zachování se rozumějí opatření, jejichž cílem je zajistit životaschopnost nemateriálního kulturního dědictví, včetně jeho identifikace, dokumentace, výzkumu, udržení, ochrany, podpory, zhodnocování, předávání, především prostřednictvím formální i neformální výchovy, jakož i revitalizace různých aspektů tohoto dědictví. (P, s. 16)³²

Takto jsem postupovala vždy, když to bylo možné. V případě, že jsem českou definici nenašla, opět jsem se uchýlila k vlastnímu překladu. To bylo potřeba hlavně když citace pocházely od chilských organizací, protože Česká republika s Chile v rámci cestovního ruchu nijak úzce nespolupracuje a v českém prostředí se nepoužívají tyto chilské definice. V překladu jsem pak kurzívu nevyužívala, zachovala jsem však harvardskou citaci v závorce, stejně jako u celého textu. Nyní, pro zachování přehlednosti, uvádím kurzívou.

Př. 2: El patrimonio cultural es un conjunto determinado de bienes tangibles, intangibles y naturales que forman parte de prácticas sociales, a los que se les atribuyen valores a ser transmitidos y resignificados, de una época a otra, o de una generación a las siguientes. Así un objeto se transforma en patrimonio o bien cultural, o deja de serlo, mediante un proceso y/o cuando alguien –individuo o colectividad–, afirma su nueva condición (Dibam, 2005, p. 8). (O, s. 19)

Kulturní dědictví je určitý soubor hmotných, nehmotných a přírodních statků, které jsou součástí společenských zvyklostí a nesou hodnoty, jež mají být přeneseny a přetvořeny z jednoho období do druhého, z pokolení na pokolení. Tímto způsobem se objekt stává, či přestává být, dědictvím nebo kulturním statkem. Jde o proces, kdy jedinec nebo kolektiv přijme svůj nový status za svůj (Dibam, 2005, str. 8). (P, s. 14)

3.3.1.3 Názvy institucí a jejich zkratky

Posledním lexikálním problémem, který je důležitý zmínit, je převod názvů institucí. Ty se objevují jak u citací, tak v samotném textu. Zde opět nastaly dvě možnosti: buď se jednalo o organizace, pro které existuje český ekvivalent, což platilo

³² Citováno z: Úmluva o zachování nemateriálního kulturního dědictví, 2003.

zejména v případě velkých mezinárodních organizací jako je *Organizace OSN pro vědu, vzdělání a kulturu (UNESCO)* nebo *Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO)*. Naopak u chilských institucí nebylo možné dohledat přesný český překlad. Rozhodla jsem se proto přeložit názvy institucí tak, jak by se asi mohly používat v češtině. K tomuto řešení jsem se uchýlila u samotné organizace *SERNATUR*, ve španělštině jako *Servicio Nacional de Turismo* (O, s. 14), pro kterou jsem zvolila překlad *chilská Národní správa cestovního ruchu* (P, s. 8). Dodala jsem tedy toponymum odkazující k Chile, aby český čtenář věděl, o jaké zemi se hovoří; na kulturní problémy se dále zaměřím v kapitole 3.3.3 *Kulturní problémy*, kde je blíže rozvedu. Zkratku jsem však zachovala a uvedla ji vždy za českým překladem, díky ní si totiž čtenář může organizaci dohledat. Posledním termínem je název organizace CNCA, ve španělštině jako *Consejo Nacional de la Cultura y las Artes* (O, s. 14); tu jsem přeložila stejným postupem jako v předchozím případě: *chilská Národní rada pro kulturu a umění* (P, s. 12), opět s přívlastkem chilská a zkratkou CNCA.

3.3.2 Syntaktické a morfologické problémy

Další skupinou jsou syntaktické a morfologické problémy, které nastávají kvůli odlišnému jazykovému systému. Pokud jde o odlišnosti mezi španělštinou a češtinou, nejpočetnější jsou změny týkající se sloves. Čeština nedisponuje tak bohatým systémem minulých časů jako španělština, nevyužívá slovesný způsob subjunktivu a ani přechodníky už nejsou tak časté. Oproti tomu španělština nemá v zásobě například takové množství předpon jako čeština. Všechny tyto rozdíly se pak projevují i v překladu. Níže zmíním několik příkladů, u kterých bylo potřeba dané problémy vyřešit.

3.3.2.1 Polovětné vazby

Ve španělštině se pro vyjádření vztahu mezi větami často používají polovětné vazby. Jedná se o konstrukce, ve kterých se pro kondenzaci sdělení využívají neurčité slovesné tvary: infinitiv, gerundium a participium. Při překladu do češtiny jim může odpovídat souvětí souřadné, podřadné, větný člen či předložka, resp. pádová koncovka (Báez San José, Dubský, Králová, 1999).

Konstrukci s gerundiem jsem jako souvětí souřadné přeložila například zde:

Př. 1: *Aprenderemos sobre la vinculación entre turismo y cultura, revisando los conceptos básicos [...]* (O, s. 13)

Dozvíme se, jaký je vztah mezi cestovním ruchem a kulturou a projdeme si základní pojmy [...] (P, s. 7)

V následujícím případě jsem ji naopak přeložila jako souvětí podřadné:

Př. 1: *En efecto, ningún niño nace **sabiendo** su cultura [...]* (O, s. 15)

*Ve skutečnosti se žádné dítě nenarodí s **tím, že už zná** svou kulturu [...]* (P, s. 9)

Větný člen jsem využila níže:

Př. 1: *[...] estos subtipos de turismo se crucen o mezclen, **dependiendo de los atractivos culturales presentes en la localidad [...]*** (O, s. 23)

*[...] jednotlivé podtypy se prolínají a mísí **v závislosti na** kulturních atraktivitách [...]* (P, s. 19)

U polovětných konstrukcí s infinitivem byla situace obdobná. V příkladu níže jsem využila podřadné souvětí se spojkou *aby*, jež v mnoha případech španělské spojce *para*, která se ve spojení s infinitivem objevovala nejčastěji, odpovídá nejlépe:

Př. 1: *[...] **se desarrolla para responder** a las necesidades de clientes nacionales o internacionales.* (O, s. 28)

*[...] **vyvíjí se tak, aby odpovídal** potřebám národních a mezinárodních klientů.* (P, s. 24)

V některých případech jsem viděla jako lepší řešení použít větný člen:

Př. 1: *El turismo de intereses especiales (TIE) se caracteriza **por presentar un valor agregado [...]*** (O, s. 22)

*Specifické formy cestovního ruchu jsou charakteristické **přidanou hodnotou** [...]* (P, s. 17)

Př. 2: *[...] sirven de base **para promover** el desarrollo socioeconómico en general.* (O, s. 30)

*[...] slouží jako základ **pro podporu** celkového socioekonomického rozvoje.* (P, s. 28)

V případě participia jsem využívala souvětí podřadné, viz př. 1, nebo větný člen, viz př. 2:

Př. 1 [...] *desde una definición restringida de “cultura”, **vinculada esencialmente a la educación** [...]* (O, s. 14)

[...] *na základě omezené definice kultury, **kteřá byla primárně spojena se vzděláváním** [...]* (P, s. 7)

Př. 2 [...] *se caracterizan por presentar un valor agregado **centrado en la autenticidad de la oferta** [...]* (O, s. 22)

[...] *jsou charakteristické přidanou hodnotou **zaměřenou na autentičnost nabídky** [...]* (P, s. 17)

3.3.2.2 Interpunkce

Ve výchozím textu se také vyskytuje množství pomlček a dvojteček. Jak uvádí publikace *Vybrané problémy španělské stylistiky* (Králová, 2012), ve španělštině se dvojtečky využívají například pro zdůraznění následujícího členu, před citáty, za oslovením, před exeplifikací či před výčtem (př. 1). Ač podle *Internetové jazykové příručky*³³ je i v češtině možné použít dvojtečku pro výčet, v tomto případě jsem viděla jako vhodnější možnost odstranit ji, a to zejména kvůli spojení *entre otros*, které jsem v češtině nahradila slovem *například*. Naopak v některých případech byla dvojtečka zachována (př. 2).

Př. 1 *La identidad cultural se expresa a través de diversas manifestaciones: el lenguaje, las relaciones sociales, los ritos y ceremonias propias, los símbolos y los sistemas de valores y creencias que se comparten con un grupo, entre otros muchos aspectos que conforman el patrimonio material e inmaterial de un grupo.* (O, s. 16)

*Kulturní identita se projevuje různými způsoby, **například** jazykem, vírou, sociálními vztahy, rituály, obřady, symboly, hodnotovými systémy a dalšími aspekty, které daná skupina lidí sdílí, a tvoří tak hmotné i nehmotné dědictví.* (P, s. 10)

Př. 2: [...] *para las localidades que quieran desarrollar el turismo cultural: es necesario asociarse.*

³³ Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?id=161&dotaz=dvojte%C4%8Dka>

Pro lokality, které chtějí rozvíjet kulturní cestovní ruch z těchto dvou pojmů vyplývá jasný závěr: je potřeba se spojit. (P, s. 27)

Dalším interpunkčním znaménkem je pomlčka, ta se může podle *Internetové jazykové příručky*³⁴ v určitých případech použít místo čárky. V překladu jsem však preferovala použití čárky, viz př. 1:

Př. 1: *[...] desde el turismo no podemos esperar que las comunidades locales –creadoras y recreadoras del patrimonio cultural que nos interesa poner en valor como atractivo turístico– mantengan sus costumbres y modos de vida estáticos a través del tiempo. (O, s 18)*

[...] od cestovního ruchu nemůžeme očekávat, že místní komunity, tedy tvůrci a obnovitelé kulturního dědictví, které chceme vyzdvihnout jako turistickou atrakci, budou své zvyky a způsoby života zachovávat v průběhu času neměnné. (P, s. 12)

Další problematikou je rozdělování delších souvětí do kratších úseků či naopak. Tomu se blíže věnuje následující kapitola 3.3.2.3 *Rozdělení složitých souvětí či naopak*.

3.3.2.3 Rozdělení složitých souvětí či spojování kratších

Jelikož španělština obecně používá delší souvětí než čeština, bylo v některých případech pro snazší orientaci potřeba souvětí rozdělit. U př. 1 tvořilo jednou dlouhé souvětí ve španělštině celý odstavec:

Př. 1: *Por ello es fundamental avanzar en la construcción de un marco de trabajo compartido entre el mundo de la cultura y el mundo del turismo, que facilite el diálogo y la comprensión entre ambos sectores, así como entre ellos y el resto de la comunidad, de manera que todos puedan comprender plenamente los beneficios y los desafíos que implica el desarrollo del turismo cultural en un territorio, así como las responsabilidades que conlleva. (O, s. 14)*

Proto je nutné pokročit ve tvorbě společného pracovního rámce mezi světem kultury a cestovního ruchu, který usnadní vzájemnou komunikaci jak mezi těmito dvěma sektory a ostatními oblastmi, tak i mezi nimi samotnými, a umožní jim se navzájem lépe pochopit. Díky tomu budou všichni moct porozumět výhodám a výzvám,

³⁴ Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/?id=165&dotaz=poml%C4%8Dka>

keré rozvoj kulturního cestovního ruchu v určité oblasti představuje, stejně tak jako povinností, jež s sebou přináší. (P, s. 8)

Př. 2: Desde el enfoque de interculturalidad se entiende que se vive en una sociedad donde la diversidad cultural es legítima, y donde las diferencias culturales se consideran una riqueza común y no un factor de división, o un problema, ni menos se considera la superioridad de unas culturas por sobre otras. (O, s. 17)

Z pohledu interkulturality žijeme ve společnosti, ve které je kulturní diverzita zákonitá a kulturní rozdíly se považují za společné bohatství, nikoliv za rozdělovací faktor nebo problém. Nebere se v potaz ani nadřazenost některých kultur nad jinými. (P, s. 11)

Některé věty jsem se naopak, za účelem lepší srozumitelnosti, rozhodla spojit. Toto řešení však nebylo tak časté. Níže uvádím jeden příklad:

Př. 1: Las identidades culturales son relacionales. Es decir, surgen por diferenciación y como reafirmación frente al otro. (O, s. 16)

Kulturní identity jsou propojeny a vznikají právě díky odlišnostem a opětovným potvrzením mezi sebou navzájem. (P, s. 10)

3.3.2.4 Vytýkací konstrukce

Dalším překladatelským problémem byly vytýkací konstrukce, které ve španělštině zdůrazňují ústřední část rematického jádra (Čermák, Zavadil, 2021). Jelikož pro češtinu nejsou tak příznačné, ve většině případů jsem vytýkací konstrukci odstranila, jak je vidět v příkladu níže:

*Př. 1: Más allá de estas distinciones, **lo importante del patrimonio es que tiene la capacidad para registrar y evidenciar quiénes y cómo somos** [...] (O, s. 20)*

*Kromě zmíněného rozlišení **je dědictví důležité, protože dokáže zaznamenat a doložit, kdo a jací v dané době jsme** [...] (P, s. 15)*

3.3.2.5 Opisné vazby

Dalším charakteristickým rysem španělštiny jsou opisné vazby, tzv. *perífrasis verbales*, jak uvádí *Moderní gramatika španělštiny* (Báez San José, Dubský, Králová, 1999), jsou to vazby, které vznikají spojením tvaru polopomocného slovesa, tedy slovesa, které se v jiném kontextu objevuje jako plnovýznamové, s infinitivem,

gerundium nebo participiem. V textu se nejčastěji objevují opisné vazby s gerundiem, konkrétně se slovesem *ir* a *venir*. Tyto vazby jsou si dosti podobné, obě značí postupné přibývání děje, sloveso *venir* však označuje děj, který začal v minulosti a trvá až k určitému okamžiku (Báez San José, Dubský, Králová, 1999), oproti tomu sloveso *ir* v sobě aspekt minulosti nemá (je ho případně nutné dodat vhodným slovesným časem). Pro vyjádření přibývání děje jsem v překladu nejčastěji volila lexikální prostředek a v češtině přidala slovo *postupně*, jak je vidět v následujících příkladech:

Př. 1: *El patrimonio, como un verdadero 'viajero del tiempo', va conformando progresivamente la memoria de ese grupo humano [...]* (O, s. 20)

Dědictví, sloužící jako takový cestovatel časem, postupně utváří paměť dané lidské společnosti [...] (P, s. 15)

Př. 2: *[...] cada sociedad va seleccionando aquello que debe ser preservado [...]* (O, s. 18)

[...] každá společnost postupně vybírá, co je třeba zachovat [...] (P, s. 13)

Kontrast opisných vazeb *ir* a *venir* je pak zřejmý z následujících úryvků:

Př. 1: *Desde los años setenta, Unesco viene trabajando de manera sistemática en la elaboración de definiciones [...]* (O, s. 19)

Od 70. let 20. století organizace UNESCO systematicky pracuje na definicích [...] (P, s. 13)

Př. 2: *En las últimas décadas el patrimonio, como tema de reflexión y campo de acción, se ha ido posicionando cada vez con mayor fuerza.* (O, s. 19)

Během posledních desetiletí nabývá dědictví jakožto téma úvah a pole působnosti stále většího významu. (P, s. 13)

U prvního příkladu je minulost zahrnuta již v samotné vazbě *venir* + *gerundium*, proto není potřeba sloveso *venir* vyčasovat v minulém čase a může stát ve větě v přítomnosti. Oproti tomu u druhého příkladu, se slovesem *ir* + *gerundium*, musí být sloveso vyčasované v *pretéritu perfectu*, aby mohlo minulost zahrnout.

3.3.2.6 Kauzativní konstrukce

Jak uvádí publikace *Jazyk a jazykověda* (Čermák, 2001), kauzativita je sémanticko-gramatická kategorie zahrnující prostředky týkající se vyvolání,

způsobení něčeho, popř. přinucení někoho k něčemu. Ve španělštině je tato konstrukce zastoupena nejčastěji spojením *hacer + infinitiv* a je běžná. Do češtiny ji však nelze přeložit doslovně, což bylo potřeba brát při překladu v potaz, níže uvádím příklady, kdy jsem dané konstrukce přeložila pomocí české vazby *díky, kterému*:

Př. 1: [...] *es afinado en la comunidad que **la hace vivir***. (O, s. 27)

[...] *je zakotven ve společenství, **díky kterému může daná kultura přežít***. (P, s. 24)

Př. 2: *Este sería el sello que **hace que un lugar sea agradable** y único para visitar*. (O, s. 23)

*Právě to by měl být charakteristický znak, **díky kterému je návštěva místa příjemná a jedinečná***. (P, s. 19)

3.3.3 Kulturní problémy

V publikaci se často objevovalo zájmeno *nuestro* odkazující na Chile, pro český překlad ho proto bylo nutné nahradit a explicitně dodat, že se jedná o Chile. V takovém případě jsem volila substantivum *Chile*:

Př. 1: [...] *una articulación imprescindible para fortalecer a **nuestro país** como destino turístico*. (O, s. 14)

[...] *vztah, který je nutný k tomu, aby se posílila pozice **Chile** jakožto světové turistické destinace*. (P, s. 8)

Př. 2 [...] *contextualizará la actividad turística y el turismo cultural en el mundo y en **nuestro país***. (O, s. 31)

[...] *uvedeme turistickou aktivitu a kulturní cestovní ruch ve světě a v **Chile** do kontextu*. (P, s. 31)

Jak jsem již uvedla v kapitole 3.3.1.3 *Názvy institucí a jejich zkratky*, dalším kulturním problémem byly názvy institucí; ve zmíněné kapitole jsem navrhla jejich vhodné překlady. Z kulturního hlediska je důležité dodat, že ke každému překladu instituce jsem explicitně přidala přídavné jméno *chilská*, aby bylo jasné, odkud daná organizace pochází. Český čtenář totiž chilské organizace pravděpodobně znát nebude, narozdíl od čtenáře originálu:

Př. 1: *Consejo Nacional de la Cultura y las Artes* (O, s. 18)

chilská Národní rada pro kulturu a umění (P, s. 12)

Př. 2: *Servicio nacional de turismo* (O, s. 14)

chilská Národní správa cestovního ruchu (P, s. 23)

V některých případech jsem se uchýlila k nivelizaci (viz kapitola 3.4.4 *Nivelizace*), což může být způsobeno mírně odlišným pohledem na odborný text z úhlu latinskoamerického a českého; pro latinskoamerickou španělštinu je totiž typické častější používání expresivních výrazů (intenzifikace, používání diminutivních koncovek atd).

3.4 Překladatelské posuny

V této poslední kapitole bych se ráda zaměřila na překladatelské posuny, které se v překladu objevují. Vycházet budu především z publikace *Moderní gramatika španělštiny* (Báez San José, Dubský, Králová, 1999), *Úvod do translatologie* (Gromová, 2009) a *Capítulos de estilística funcional comparada* (Dubský, 1988).

Jak uvádí Gromová v publikaci *Úvod do translatologie* (2009, s. 56), překladatelské změny jsou změny, které vznikají v procesu překládání jako výsledek interpretačního procesu překladatele. Rozlišujeme tzv. konstitutivní (objektivní) a individuální (subjektivní) posun, konstitutivní je nevyhnutelný a dochází k němu na základě rozdílnosti mezi jazykovým kódem originálu a překladu. Oproti tomu individuální posun odráží individuální projevy překladatele, je tedy projevem překladatelova idiolektu.

3.4.1 Konstitutivní posun

Kvůli odlišnému jazykovému kódu došlo v překladu k některým konstitutivním posunům. Oproti španělštině čeština nevyužívá tak bohatý systém minulých časů, ty bylo proto nutné převést na základě českého slovesného systému (př. 1), v češtině se také nevyskytuje slovesný modus subjunktivu (př. 2, př. 3) nebo členy (př. 3); španělština pak klade přídavné jméno častěji za substantivum, v češtině ovšem stojí zpravidla před (př. 4, př. 5):

Př. 1: *El campo de la cultura y el campo del turismo han sido abordados por disciplinas diferentes, con enfoques y conceptos propios, que no siempre dialogan entre sí.* (O, s. 14)

Oblasti kultury a cestovního ruchu totiž byly, a stále jsou, zaštiťovány odlišnými vědními odvětvími s vlastními přístupy a názory, které mezi sebou ne vždy spolupracují. (P, s. 7)

Př. 2: [...] *debe comercializarse a través de relaciones y vínculos con agentes externos, sean privados o públicos.* (O, s. 29)

[...] *musí být uvedena na trh skrze vazby s externími subjekty, at' už soukromými nebo veřejnými.* (P, s. 28)

Př. 3: *A las tradiciones de una comunidad, ya sea de una localidad pequeña, una región o, incluso, de todo un país.* (O, s. 15)

Tradice určité komunity, at' už se jedná o malou oblast, region, nebo celý stát. (P, s. 9)

Př. 4: [...] *rasgos culturales* [...] (O, s. 16)

[..] *kulturní rysy* [...] (P, s. 10)

Př. 5: [...] *en nuestras conversaciones cotidianas* [...] (O, s. 15)

[...] *v každodenních konverzách* [...] (P, s. 8)

3.4.2 Kondenzace

Dalším posunem je kondenzace, tedy použití méně lexikálních prostředků než v originále (př. 2). V příkladě 1 nebylo v překladu potřeba použít další sloveso.

Př. 1: *En nuestras conversaciones cotidianas, empleamos a menudo el concepto de cultura, muchas veces para referirnos a ideas muy diferentes entre sí, como por ejemplo:* [...] (O, s. 15)

V našich každodenních konverzách často používáme slovo cultura, i když často v jiném významu tohoto slova jako například: [...] (P, s. 8)

Př. 2: *La cultura es compartida con otros* [...] (O, s. 12)

Kultura je sdílená [...] (P, s. 9)

3.4.3 Zlogičťování

Mezi další posun objevující se v překladu patří zlogičťování. K tomu jsem se uchýlila zejména u složitých španělských souvětí obsahující prostředky, která čeština nevyužívá:

Př. 1: *La cultura es compartida con otros (un pequeño grupo, una comunidad, una nación, etc.), lo que nos permite construir una noción de nosotros a la cual sentir que pertenecemos, un relato de quiénes y cómo somos con el que nos identificamos y*

un marco de acción compartido, es decir, una manera de hacer las cosas que nos es propia. Cuando estamos dentro de nuestra propia cultura puede ser difícil observar aquello que es compartido con los demás. Pero por ejemplo, cuando viajamos a otro país en donde hay otras expresiones y prácticas culturales, estas diferencias se tornan bastante evidentes. (O, s. 15)

Kultura je sdílená, například malou skupinou, komunitou nebo národem, což nám umožňuje vytvořit si představu o sobě samých, do které zapadáme. Je to popis, s nímž se ztotožňujeme, vypovídá o tom, kdo jsme a jací jsme, a jaký je náš společný rámec chování, tedy nám vlastní způsob jednání. Když jsme uvnitř naší vlastní kultury, je těžké tyto společné prvky postřehnout. To se mění, když cestujeme do jiné země, kde jsou odlišné kulturní zvyklosti a dané rozdíly jsou tedy najednou lépe viditelné. (P, s. 9)

3.4.4 Nivelizace

Poslední posun, který bych chtěla zmínit je nivelizace. Jedná se o posun, u kterého dochází ke zesílení či zeslabení expresivity. Jelikož se jedná o odbornou publikaci, v textu se nevyskytuje příliš zabarvených slov. V pár případech jsem však snížení expresivity využila, to může být dáno rozdílným pohledem na odborný text z úhlu latinskoamerického a českého (viz kapitola 3.3.3 *Kulturní problémy*):

Př. 1: *Esto abre una discusión **muy** interesante, pero **muy** compleja [...]* (O, s. 18)

*Výše zmíněná myšlenka otevírá **velice** zajímavou, ale složitou diskuzi [...]* (O, s. 12)

Př. 2: *En efecto, un turista **perfectamente** puede combinar varias de estas modalidades de turismo cultural [...]* (O, s. 23)

*Turista totiž může **snadno** kombinovat více z těchto forem kulturního cestovního ruchu v rámci jedné cesty [...]* (P, s. 12)

4 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo vytvořit překlad první kapitoly publikace *Turismo cultural: Una oportunidad para el desarrollo local* v rozsahu přibližně 20 normostran, dále provést překladatelkou analýzu a zmínit překladatelské problémy a posuny, kterým jsem během překladu čelila.

Z důvodu rozsahu bakalářské práce nebylo možné zmínit všechny problémy a posuny, relevantními příklady z originálu a překladu jsem se však pokusila co nejlépe nastínit a popsat. Dané problémy jsem zkoumala na rovině lexikální, syntaktické, morfologické a kulturní.

Proces překladu potvrdil poznatky z prvotní překladatelské analýzy, kde se jako největší problém jevíly přesné termíny a definice. Během procesu jsem také často využívala paralelní texty, ať už tištěné nebo online verze. Z hlediska syntaktického a morfologického bylo potřeba věnovat nejvíce pozornosti složitým souvětím, slovesným časům, polovětným konstrukcím a opisným vazbám.

Práce tedy ukázala důležitost překladatelské analýzy, správného pochopení textu a rešerše paralelních textů. Věřím, že se podařilo vytvořit funkční překlad, který odpovídá překladatelské zakázce a mohl by být pro české čtenáře přínosný a obohacující.

5 Bibliografie

5.1 Výchozí text

PÉREZ RESPALDIZA, Loreto. *Turismo cultural: Una oportunidad para el desarrollo local, Guía Metodológica*, Santiago de Chile, projekt *Fortalezas turísticas de Chile y México: intercambio de experiencias socioculturales que aportan a la sustentabilidad del sector* [online], 2014, 13-31, [cit. 2023-06-10].

5.2 Použitá literatura

BÁEZ SAN JOSÉ, Valerio, KRÁLOVÁ, Jana, DUBSKÝ, Josef. *Moderní gramatika španělštiny*. Plzeň: Fraus, 1999. ISBN 80-7238-054-0.

ČECHOVÁ, Marie, KRČMOVÁ, Marie, MINÁŘOVÁ, Eva. *Současná stylistika*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2008. ISBN 978-80-7106-961-4.

ČERMÁK, František. JAZYK A JAZYKOVĚDA. *Jazyk a Jazykověda* [online]. Czech Republic: Karolinum Press, 2022. ISBN 8024654059.

DUBSKÝ, Josef. *Capítulos de estilística funcional comparada = Kapitoly z porovnávací funkční stylistiky*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1988.

GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0298-2.

GROMOVÁ, Edita. *Úvod do translatologie*. [1. vyd.]. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2009, ISBN 978-80-8094-627-2.

JAKOBSON, Roman, Terezie POKORNÁ, Felix VODIČKA, Miroslav ČERVENKA, Milada CHLÍBCOVÁ. *Poetická funkce*. Jinočany: H & H, 1995. ISBN 80-85787-83-0.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing a.s., 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.

JAROLÍMKOVÁ, Liběna a Jiří VANÍČEK. *Kulturní cestovní ruch v České republice*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladatelství Oeconomica, 2019. ISBN 978-80-245-2345-3.

KRÁLOVÁ-KULLOVÁ, Jana. *Vybrané problémy španělské stylistiky na pozadí češtiny*. Praha: Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, 2012. ISBN 978-80-7308-404-2.

LEVÝ, Jiří. *Umění překladu*. 4. upravené vydání. Praha: Apostrof, 2014. ISBN 978-80-87561-15-7.

NORD, Christiane. *Text analysis in translation: theory, methodology, and didactic application of a model for translation-oriented text analysis*. 2nd ed., Amsterdam: Rodopi, 2005. ISBN 90-420-1808-9.

RICHARDS, Greg. *Cultural Tourism in Europe*. Ilustrované vydání, dotisk. Wallingford: CAB International, 1966. ISBN 978-08-5199-104-7.

TOUŠEK, Václav, Josef KUNC a Jiří VYSTOUPIL. *Ekonomická a sociální geografie*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2008. ISBN 978-807-3801-144, s. 100-103, 125.

ZAVADIL, Bohumil a Petr ČERMÁK. *Mluvnice současné španělštiny: lingvistický interpretační přístup*. Druhé nezměněné vydání. Praha: Karolinum, 2021. ISBN 978-80-246-5006-7.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

5.3 Internetové zdroje

ABZ slovník českých synonym [online]. ABZ.cz. [cit. 2023-06-12], 2008-2023. Dostupné z: <https://www.slovník-synonym.cz/>

Cestovní ruch – učební text [online]. Ekonomicko-správní fakulta Masarykovy univerzity [cit. 2023-07-06], 2015. Dostupné z: https://is.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/studijni_texty/cestovni_ruch_ePDF.pdf

CzechInvest [online]. Agentura CzechInvest, [cit. 2023-07-04], 1994-2023. Dostupné z: <https://www.czechinvest.org/cz/Sluzby-pro-male-a-stredni-podnikatele/Chcete-dotace/OPPI/Spoluprace>

Diccionario de la lengua española, 23.^a ed.[online]. Real Academia Española. [cit. 2023-06-12], 2022. Dostupné z: <https://dle.rae.es/>

Internetová jazyková příručka [online]. Ústav pro jazyk český, Akademie věd České republiky, 2018-2013. [cit. 2023-06-12]. Dostupné z: <https://prirucka.ujc.cas.cz/>

Poptávka v cestovním ruchu [online]. Střední škola Obchodní, České Budějovice, Husova 9 [cit. 2023-07-04], 2013. Dostupné z: http://vzdelani.sso.cz/sablony/Ekonomika%20cestovn%C3%ADho%20ruchu/VY_32_INOVACE_EKO_241-260/12%20Popt%C3%A1vka%20v%20cestovn%C3%ADm%20ruchu.pdf

Světová organizace cestovního ruchu – UNWTO [online]. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, [cit. 2023-07-04], 2023. Dostupné z: [https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/archiv/mezinarodni-spoluprace/ucast-v-mezinarodnich-organizacich/svetova-organizace-cestovniho-ruchu-\(unwto\)](https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/archiv/mezinarodni-spoluprace/ucast-v-mezinarodnich-organizacich/svetova-organizace-cestovniho-ruchu-(unwto))

Španělsko-český slovník [online]. Lingea s.r.o. [cit. 2023-06-12], 2022. Dostupné z: <https://slovniky.lingea.cz/spanelsko-cesky>

Úmluva o ochraně světového kulturního a přírodního dědictví [online]. UNESCO. [cit. 2023-07-04], 1972. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/umluva-cs-1371>

Úmluva o zachování nemateriálního kulturního dědictví [online]. UNESCO. [cit. 2023-07-04], 2003. Dostupné z: <https://ich.unesco.org/doc/src/00009-CS-PDF.pdf>

Úmluva UNESCO o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevů [online]. UNESCO. [cit. 2023-07-04], 2005. Dostupné z: <https://osn.cz/wp-content/uploads/2022/08/Umluva-o-ochrane-a-podpore-rozmanitosti-kulturnich-projevu.pdf>

Všeobecná deklaráce UNESCO o kulturní diversitě [online]. UNESCO. [cit. 2023-07-04], 2001. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/rozmanitost-kulturnich-projevu-a-dokumenty-tykajici-se-umeni-a-umelcu-cs-744>

Wikipedie [online]. Wikipedie. Otevřená encyklopedie. [cit. 2023-07-06], 2023. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org>