

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

Filozofická fakulta

Ústav translatologie

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Petra Vavroušová

Komentovaný překlad:

España en el contexto del turismo internacional

Annotated translation:

España en el contexto del turismo internacional

Praha 2010

Prof. PhDr. Jana Králová, CSc.

PODĚKOVÁNÍ

Na tomto místě bych chtěla poděkovat paní prof. PhDr. Janě Králové, CSc. za odborné vedení a věcné připomínky k vypracování této bakalářské práce. Rovněž bych chtěla poděkovat za přínosné rady panu doc. PhDr. Miloslavu Uličnému, CSc. a celému pedagogickému sboru Ústavu translatologie za cenné vědomosti získané během studia.

Díky patří také paní PhDr. Jolaně Myslivcové za pomoc s odbornou terminologií v cestovním ruchu, panu Davidovi Castillovi, PhD. za rady při lingvistické analýze španělského textu, panu prof. PhDr. Josefu Opatrnému, CSc. a panu RNDr. Jaroslavu Šolcovi za konzultace z oblasti historie a geografie.

V neposlední řadě děkuji také své mamince Šárce Vavroušové a svým prarodičům Zdeňce a Václavu Lemberkovým za jejich bezmeznou podporu.

PROHLÁŠENÍ

„Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně pod vedením prof. PhDr. Jany Králové, CSc. a výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů.“

V Praze dne 03. srpna 2010

.....
Petra Vavroušová

ANOTACE

Anotace v češtině

Tato bakalářská práce se skládá z vlastního překladu neliterárního textu a odborného komentáře. Komentář, jenž má povahu odborné studie, zahrnuje překladatelskou analýzu originálu, typologii překladatelských problémů a popisuje metodu překladu. Také vysvětluje posuny, které bylo třeba učinit při převodu ze španělštiny do češtiny, neboť se jedná o dva jazyky se zcela odlišnou strukturou na úrovni morfologické, syntaktické a lexikální. Hlavním cílem překladu bylo zachování a adekvátní převedení věcné, pragmatické a stylistické složky textu.

Zvolený text se zabývá tématem mezinárodního cestovního ruchu, proto bylo nezbytné konzultovat obtížné pasáže se specialisty v daném oboru.

Klíčová slova: kontrastivní analýza, překladatelské řešení, mezinárodní cestovní ruch

Annotation in English

The bachelor thesis consists of a non-literary text translation and an expert commentary. The commentary, which is in the nature of expert study, includes a translation analysis of the original text, typology of translation problems, and it describes the method of translation. Since we are talking about two languages with different structures on the morphologic, syntactic and lexical level, all the changes made during the translation from Spanish to Czech are explained as well. The main objective of the translation was to preserve and adequately transfer factual, pragmatic and stylistic elements of the original text.

The chosen text deals with international tourism therefore it was necessary to consult the complicated passages with specialists in the field.

Key-words: contrastive analyse, translation solutions, international tourism

OBSAH

1 Úvod.....	7
2 Text překladu	8
3 Komentář k překládanému textu.....	24
3.1 Analýza originálu	24
3.1.1 Autor	24
3.1.2 Komplexní analýza textu	24
3.1.2.1 Základní funkce sdělení	24
3.1.2.2 Ráz sdělení	25
3.1.2.3 Situace a prostředí	25
3.1.2.4 Adresát sdělení	25
3.1.2.5 Forma sdělení	25
3.1.2.6 Míra připravenosti sdělení.....	26
3.1.2.7 Kód sdělení.....	26
3.1.2.8 Téma sdělení	26
3.1.2.9 Funkční styl.....	26
3.1.2.10 Slohový postup.....	27
3.2 Analýza překladu.....	27
3.2.1 Překladatelské postupy	27
3.2.2.1 Transpozice	28
3.2.2.2 Modulace.....	30
3.2.2.3 Substituce	30
3.2.2 Typologie překladatelských problémů.....	33
3.2.2.1 Morfologie.....	33
3.2.2.2 Syntax.....	34
3.2.2.3 Lexikum	36
3.2.2.4 Pravopis a interpunkce	42
3.2.2.5 Číslovky	44
3.2.2.6 Faktické chyby	46
3.2.2.7 Problematické pasáže vyžadující konzultaci odborníků	46
4 Závěr	49
5 Bibliografie	50
6 Přílohy.....	53
6.1 Glosář cestovního ruchu	53
6.2 Originál překládaného textu	59

SEZNAM ZKRATEK

angl.	anglicky
apod.	a podobně
atd.	a tak dále
etc. (lat.)	<i>et cetera</i>
fr.	francouzsky
HDP	hrubý domácí produkt
např.	například
OCDE (špan.)	<i>Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico</i> , Organizace pro hospodářskou pomoc a spolupráci
OECD	Organizace pro hospodářskou pomoc a spolupráci (z angl. <i>Organisation for Economic Co-operation and Development</i>)
OMT (špan.)	<i>Organización Mundial del Turismo</i> , Světová organizace cestovního ruchu
PNB (špan.)	<i>producto nacional bruto</i> , hrubý domácí produkt
příp.	případně
RFA (špan.)	<i>República Federal Alemana</i> , Spolková republika Německo
SRN	Spolková republika Německo
špan.	španělsky
UNESCO	Organizace Spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu (z angl. <i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i>)
WTO	Světová organizace cestovního ruchu (z angl. <i>World Tourism Organisation</i>)

1. ÚVOD

Tato bakalářská práce se skládá z vlastního překladu a odborného komentáře. V příloze přikládám originální verzi textu a glosář termínů cestovního ruchu.

Pro závěrečný překlad ke státní bakalářské zkoušce na oboru Mezikulturní komunikace: čeština – španělština jsem si zvolila druhou kapitolu z knihy *Geografie cestovního ruchu (Geografía del Turismo)* nazvanou Španělsko v kontextu mezinárodního cestovního ruchu (*España en el contexto del turismo internacional*). Vybraná pasáž má přibližnou délku dvaceti normostran. Text uvádí charakteristiky cestovního ruchu ve Španělsku a popisuje postavení, které tato země zaujímá v rámci světového turismu.

Komentář se zabývá vlastnostmi, jež zvolený text vykazuje a které jsou relevantní pro adekvátní překlad. Dále vysvětluje rozhodnutí učiněná během překladu a komentuje problémy, které se vyskytly. V komentáři jsem nejprve krátce charakterizovala originál překladu a jeho autora, dále jsem popsala použité překladatelské postupy a zdůvodnila všechny změny provedené na morfologické, syntaktické a lexikální rovině.

Ve své práci jsem uplatnila veškeré znalosti získané během studia na Ústavu translatologie Filozofické fakulty Univerzity Karlovy v Praze.

2. TEXT PŘEKLADU

2. Španělsko v kontextu mezinárodního cestovního ruchu

Španělsko je bezpochyby jednou z největších velmocí v mezinárodním cestovním ruchu, je však nezbytné napravit určité omyly, které jsou zavádějící a ohrožují tak věrohodnost statistik. Čísla hovořící o potenciálu španělského cestovního ruchu a hodnocení, které z těchto čísel vyplývá, jsou z vnitřního pohledu odlišná, než jak jsou vnímána v zahraničí. Příčina tohoto rozporu tkví v neúplnosti informací (a to především tehdy, jde-li o srovnávání s jinými zeměmi, kde se pro vyhodnocování čísel používají jiné vzorce), nebo i v sektorizaci takových informací. Proto si myslíme, že je vhodné začít studii této *Geografie cestovního ruchu* přesnou analýzou reálné hodnoty statistik definujících postavení a význam cestovního ruchu ve Španělsku ve vztahu k ostatním zemím světa.

Tato zamýšlená analýza by nemohla být provedena správně, pokud si předem neurčíme *strategické postavení Španělska*, abychom mohli poté provést *srovnávací analýzu turistické nabídky*, ve které se stanoví globální a parciální porovnání a která přinese absolutní a relativní údaje hlavních složek této turistické nabídky. Aby bylo možné vyvodit autentickou závislost Španělů na cestovním ruchu, bude třeba provést analýzu objemu a původu turistů, která upřesní skutečnou atraktivitu Španělska jako cílové destinace a bude zkoumat očekávané účinky této poptávky v porovnání s přehnanou úspěšností v jiných oblastech. Nakonec se budeme snažit tyto statistiky náležitě zhodnotit. To vše budou prvořadě cíle této kapitoly.

2.1 Strategické postavení Španělska na evropském kontinentě v oblasti Středomoří

Možnosti rozvoje cestovního ruchu na daném území závisí především na jeho blízkosti k zemím, v nichž existuje poptávka spotřebitelů po turistických službách, na jeho dostupnosti a na množství příhodných oblastí, které lze využít k profesionálnímu přijetí turistů.

Z geostrategického hlediska má Španělsko ve světovém kontextu výhodnou polohu:

- *Nachází se v zeměpisných šířkách teplého mírného podnebního pásu* (mezi 27°38' s. š. – nejjižnější bod Kanárských ostrovů a 43°47' s. š. – nejsevernější bod Pyrenejského poloostrova), což je geografická zóna s vynikajícími klimatickými podmínkami rozkládající se na hranici chladného, vlhkého a mlhavého klimatu mírného a subpolárního podnebního pásu a horkého, suchého či vlhkého klimatu tropického a rovníkového pásu.

- *Rozkládá se podél teplých vod mediteránních moří (Středozevní moře) se všemi výhodami, které vyplývají z tohoto umístění. Vody mediteránních moří působí jako katalyzátory lidského osídlení a jsou velmi atraktivní pro obyvatele vnitrozemských oblastí, které obklopují tato pobřeží. Více než 60 % turistů podílejících se na mezinárodním cestovním ruchu si zvolilo v roce 1985 země rozkládající se u pobřeží mediteránních moří (Mexický záliv, Středomořská pánev, Kaspické moře a Japonské moře) jako své oblíbené turistické cíle.*
- *Má strategicky umístěná souostroví (v západním Středomoří a u atlantského pobřeží Afriky), která dokonale uspokojují poptávku turistů dávajících přednost ostrovním oblastem.*

Existuje ještě mnoho dalších faktorů, které zvyšují mimořádnou atraktivitu Španělska v souvislosti s mezinárodní turistickou nabídkou.

2.1.1. Geografická blízkost spotřebitelských zemí

Evropa je zdrojovým místem 72 % turistů, kteří cestující po světě. Téměř 242 milionů z celkem 333 milionů turistů podílejících se na mezinárodním cestovním ruchu v roce 1985 pocházelo z Evropy. Maximální vzdálenost od španělských hranic na jakémkoliv místo, z kterého přijížděli tito turisté, nepřekročila 2 000 km. Let kteréhokoliv z těchto turistů z letiště nejbližšího jeho bydliště na jakémkoliv španělské letiště by trval méně než dvě a půl hodiny.

Pokud ještě více zúžíme okruh zdrojových zemí a zaměříme se na evropské země s ekonomikou volného trhu, dostaneme se na 65 % osob, které se nějakým způsobem účastní mezinárodního cestovního ruchu.

Nejvýznamnější zdrojová oblast evropského cestovního ruchu (přinejmenším teoreticky) se nachází blízko francouzsko-německo-lucemburských hranic, odkud je to na hranice Španělska asi 800 km po dálnici.

Podle tohoto rozmístění zdrojových zemí se spotřebitelskou poptávkou po službách cestovního ruchu v celosvětovém měřítku má Španělsko privilegované postavení díky zeměpisné poloze, neboť je středomořskou zemí, kam proudí velké množství lidí ze severních regionů, i když její pozice není tak optimální, jako je třeba pozice Francie. Nicméně blízkost Španělska od oblastí s vysokou spotřebitelskou poptávkou spolu s dalšími klimatickými a ekonomickými faktory učinily z této země v poslední třetině 20. století jednu z nejoblíbenějších turistických destinací.

2.1.2 Dostupnost Španělska

Z geostrategického hlediska lze považovat polohu Španělska za dosti příznivou, co se týče možností cestovního ruchu, avšak ne podle dostupnosti španělského území pro turisty z ostatních částí Evropy. Poloha Španělska na okraji kontinentu (nejjižnější a nejzápadnější poloostrov Evropy) a jeho dopravní síť, která je nedostatečně propojená s velkými dopravními evropskými tepnami, patří k omezujícím faktorům příjezdového cestovního ruchu. Také reliéf zemského povrchu působí jako odrazující faktor. Pyreneje rozkládající se na šíji poloostrova a horské systémy po obvodu poloostrova obklopující náhorní plošinu Meseta ve vnitrozemí zapříčinily nedostatečný rozvoj silniční sítě. Propojení španělské a evropské železniční sítě je komplikované nejen kvůli Pyrenejím a odlišnému rozchodu kolejí, ale také kvůli intervalům a rychlosti vlakového spojení, které neodpovídají podmínkám, na které jsou zvyklí turisté z jiných částí Evropy. Všechny tyto okolnosti způsobují, že Španělsko patří mezi *po souši obtížně dostupné* země evropského kontinentu, což je velké negativum, bereme-li v úvahu, že tři čtvrtiny turistů z evropských zemí používají při svých cestách do zahraničí silniční dopravu a další desetina železnici.

Naštěstí lodní a letecká doprava nezaznamenává podobná omezení a zejména španělská letiště mají stejnou úroveň jako letiště ve vyspělých evropských zemích. Proto turisté navštěvující Španělsko používají velmi často dopravní prostředky běžné pro cesty do vzdálenějších oblastí světa: v roce 1984 přiletělo do Španělska 31,3 % turistů (tolik jako v témže roce do Turecka), zatímco při cestách do Itálie využilo leteckou dopravu pouze 9,9 % návštěvníků (OECD¹: 1986, 190).

Dvě z nejvýznamnějších turistických oblastí Španělska jsou ostrovního charakteru (Baleárské a Kanárské ostrovy), což také přispívá k převaze letecké dopravy a do jisté míry i k tomu, že lodní doprava má na španělském území významný podíl mezi dopravními prostředky používanými v cestovním ruchu.

V rámci Středomoří je pro evropské turisty zdaleka nejdostupnější zemí Francie, z čehož vyplývají její velké výhody (právě toto byl ovlivňující faktor, který rozhodl, že se Paříž stala sídlem evropského Disneylandu), na druhém místě z hlediska dostupnosti následuje Itálie, a to i přesto, že jistou překážku tvoří Alpy, zvýhodňuje ji ale vynikající pozemní dopravní síť propojená se zeměmi střední Evropy a konečně třetí místo tohoto důležitého seznamu zaujímá Španělsko a až daleko za ním je Řecko a země severní Afriky.

¹ Organizace pro hospodářskou pomoc a spolupráci (zkráceně OECD z angl. *Organisation for Economic Co-operation and Development*).

2.1.3. Rozmanitost turistické oblasti

Cestovní ruch vyžaduje rozlehlé prostory a různorodou krajinu. Španělsko je v rámci Evropy (konkrétně středomořské Evropy) zemí, která má ty nejlepší podmínky, aby mohla nabídnout širokou škálu přírodních krás. Díky geografickým podmínkám (povrch, různorodé klima, délka pobřeží, počet umělých jezer, geomorfologická mnohotvárnost krajiny atd.) je na tom dokonce celkově lépe než samotná Francie (kvůli mnoha dalším faktorům turistická velmoc Evropy) a díky kvalitě a kvantitě dosud nevyužitých oblastí má před sebou ještě nadějnější budoucnost.

Navzdory tomuto potenciálu je přírodní bohatství Španělska momentálně nedostatečně využíváno. Pouze část pobřežních oblastí, Madrid a okolí nebo Córdoba, Granada a Sevilla (tato tři města v menší míře) jsou turistické oblasti, které mají potřebnou infrastrukturu a mohou tak normálně fungovat. Pobřežní oblasti zůstávají prozatím opuštěné či nedostatečně vybavené na to, aby mohly být v cestovním ruchu racionálně využívány. Zimní sporty se téměř nerozvíjejí, propagace kulturní nabídky a historických památek skoro neexistuje, chybí infrastruktura pro horskou turistiku a lázeňský cestovní ruch, na možnosti využití přírodního krás se zapomíná.

Španělsko se chlubí plážemi s nejvyšším počtem slunečných dnů v Evropě (pláže v oblasti Almerie, Cádizu a Huelvy), které za hranicemi Španělska téměř nikdo nezná. Písečné pouště ve východní a západní části Andalusie, které posloužily jako scénérie k mnoha filmům natočených v šedesátých a sedmdesátých letech, by se mohly stát významnými a atraktivními turistickými oblastmi, nemají ale ani minimální základní vybavení, aby mohly být zahrnuty do nějakého adekvátního programu. Literární oblast La Mancha, kterou světově proslavil geniální spisovatel Cervantes, není v žádné nabídce, která by u zahraničních turistů vzudila představivost a zájem o romantiku. A konečně čtrnáct mimořádně zajímavých míst zařazených na seznam památek Světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO není dostatečně propagováno v turistických průvodcích a itinerářích.

Z toho, co bylo řečeno, před námi vyvstává obraz země, která má nepřehledné možnosti, z nichž je využívána jen malá část, přičemž některá místa jsou naopak turisty velmi přeplněna. Nadměrná návštěvnost je pro tyto turistické oblasti až škodlivá, protože přílišná nabídka a propagace pak jde na úkor kvality. Nicméně celé rozlehlé pobřeží čítající více než 5 900 km, omývané Středozezemním mořem a Atlantským oceánem, most mezi Evropou, Amerikou a Afrikou, originalita krajinného rázu přírodního prostoru, bohaté kulturní a historické dědictví a odhodlanost lidí udělat vše pro rozvoj cestovního ruchu, to všechno přispívá k tomu, že Španělsko má mezi ostatními evropskými zeměmi záviděníhodnou pozici.

2.2. Srovnávací analýza turistické nabídky ve Španělsku

Na startovní čáře svého rozvoje vsadil španělský ekonomický model na cestovní ruch jako základní sektor, který mu pomůže financovat počínající průmysl a vyrovnat tradiční schodek obchodní bilance. Veřejné investice do oblasti cestovního ruchu a všemožné výhody, které byly nabídnuty na výstavbu velkých moderních turistických zařízení, byly argumentem pro vznik široké a dobře promyšlené turistické nabídky. Prestiž, kterou Španělsko získalo v tomto sektoru, vedla k tomu, že bylo vybráno jako stálé sídlo Světové organizace cestovního ruchu (WTO)², jejímž cílem je koordinace politik cestovního ruchu všech zemí na světě a vypracovávání oficiálních statistik hlavních segmentů, které tvoří nabídku a poptávku v cestovním ruchu.

Na základě této srovnávací analýzy chceme definovat skutečný technický potenciál Španělska v daném sektoru a porovnat ho s potenciálem geografických, politických a administrativních oblastí, a to tak, že provedeme analýzu rentability zařízení a prostorové hustoty takové nabídky.

2.2.1. Ve vztahu k jiným oblastem či regionům mezinárodního cestovního ruchu

Podle kapacity nabídky zaujímá Španělsko přední místo mezi všemi zeměmi světa. S více než milionem lůžek v hotelech a podobných zařízeních, které Španělsko nabízelo v roce 1985, ho předstihly jen Spojené státy, Francie a Itálie. Spolková republika Německo měla stejnou kapacitu a ostatní země byly daleko za nimi. Je to vysoké číslo, které třikrát převyšuje kapacitu hotelových lůžek na africkém kontinentě, je dvakrát vyšší než kapacita východní Evropy a stejná jako souhrnná kapacita východní Asie a ostrovů v Tichém oceánu.

Bereme-li v úvahu kapacitu doplňkových ubytovacích zařízení (kam zahrnujeme turistické apartmány, soukromé domy, statky atd.), která představují dalších více než 9 milionů lůžek, je nabídka ubytování ve Španělsku třikrát vyšší než v Itálii, přesto zůstává podstatně nižší oproti více než 14 milionům lůžek ve Francii.

Z hlediska turistické nabídky zaujímá Španělsko bezpochyby výjimečné postavení v mezinárodním cestovním ruchu, a to jak kvalitou, tak i kvantitou svých zařízení, a počty lůžek převyšuje ubytovací kapacitu i v tak proslulých turistických regionech, jako jsou oblasti Karibiku, Pacifiku či jihoamerického kontinentu. Podrobnější celkový přehled uvádíme v tabulce 2.1.

² Světová organizace cestovního ruchu (zkráceně WTO z angl. *World Tourism Organisation*).

TABULKA 2.1

Relativní hodnoty nabídky (rok 1985)

Turistický region	Hotelová lůžka	Lůžka z hlediska kvality (5 a 4*) (v %)	Jiná lůžka
Svět	19 392 333	11,8	34 919 000 ⁽⁰⁾
Evropa	9 571 718	12,1	34 313 000 ⁽²⁾
Východní Evropa	585 883	13,9	2 370 000
Západní Evropa	3 743 670	12,6	2 855 000 ⁽²⁾
Středomořská Evropa	5 242 165	11,4	29 088 000
Afrika	377 335	26,1	64 500
Asie a Oceánie	1 730 233	10,6	457 000
Amerika	7 713 047	12,9	84 500 ⁽¹⁾
Španělsko	1 013 464	13,6	9 192 000
Podíl na světě (%)	5,22	115,2	26,32
Podíl v Evropě (%)	10,58	112,4	26,79
Podíl ve středomořské Evropě (%)	19,34	119,3	31,60

(0) Nejsou zahrnuty USA, Kanada a Velká Británie

(1) Nejsou zahrnuty USA a Kanada

(2) Není zahrnuta Velká Británie

ZDROJ: WTO a autorovo zpracování

Tato relativní nabídka, která tvoří dvacetinu světové hotelové kapacity (za předpokladu, že rozloha Španělska představuje pouze 3,7 promile zemského povrchu a co do počtu obyvatel 8 promile světové populace), se jeví jako velmi předimenzována. Analýza ostatních prvků turistické nabídky ukazuje podobný podíl, i když průzkumy týkající se těchto jiných proměnných se provádějí velmi obtížně, protože statistiky restaurací, kaváren, diskoték atd. nepoužívají stejné postupy, jako je tomu u statistik ubytování, a proto je WTO ponechává stranou.

2.2.2 Podle ukazatele využití zařízení

Zdraví jakéhokoli druhu podniku, ze kterého vyplývají ekonomické výsledky, se hodnotí podle rentability vyjádřené v penězích, nebo podle ukazatele využití zařízení, které takový podnik tvoří. Čím vyšší je poptávka po takových zařízeních, tím vyšší je jejich rentabilita a tudíž je o mnoho atraktivnější i pro investory, kteří vidí v takové podnikatelské činnosti účinnou formu, jak zhodnocovat své finanční prostředky. Relativní postavení turistické nabídky ve Španělsku na základě kvalitativní analýzy bude tím lepší, čím bude vyšší stupeň využití jejich zařízení.

Průměrná roční obsazenost hotelových zařízení ve Španělsku je šedesátiprocentní, zatímco Francie a Itálie (dvě evropské turistické velmoci s nabídkou vyšší, než jaká je ve Španělsku) vykazují nižší obsazenost, Francie sotva 50 % a Itálie 40 %. Navíc jsou hotelová lůžka ve Španělsku obsazena převážně zahraničními návštěvníky (65 % přenocování v roce 1985), zatímco naopak je tomu v Itálii (pouze 33 % přenocování) a ve Francii (jenom 27 %). Tato vyšší rentabilita ubytovacích kapacit je však založena na sezónnosti, protože velký počet zařízení je v provozu pouze v turistické sezóně (od Velikonoc do září) a pro statistické účely se zavřené hotely při stanovení ukazatele obsazenosti neberou v úvahu. Ve Francii a Itálii je sezónnost menší, a to v důsledku velké domácí poptávky po hotelových a restauračních službách v rámci celkového objemu podnikatelské činnosti (daleko větší než ve Španělsku), což samozřejmě napomáhá tomu, že lidé ve vyšší míře cestují a ubytovávají se mimo obvyklé bydliště. Také ale záleží na určitých kulturních zvyklostech, které přejí víkendovým cestám a krátkodobým dovoleným a prázdninám (zimní prázdniny nebo masopust atd.), proto je v těchto zemích stupeň podnikatelských aktivit během roku celkově mnohem vyšší, než je tomu ve Španělsku: celkový počet přenocování v hotelech a obdobných zařízeních činil ve Španělsku v roce 1985 pouze 70 % objemu v Itálii, ale dosáhl 183 % celkového počtu evidovaných přenocování ve Francii.

Jestliže vezmeme v úvahu infrastrukturu nabídky obecně, můžeme klidně říci, že rentabilita turistické nabídky ve Španělsku je v této chvíli vyšší než rentabilita jeho hlavních evropských konkurentů. Použijeme-li však srovnávací metodu, pak je rentabilita ubytovací infrastruktury ve Španělsku z důvodu sezónnosti nižší a může být napravena pouze zvýšením domácího cestovního ruchu. Tato analýza nám ukazuje lichotivý stav v souladu s propagandistickou triumfální politikou Španělska, i když to samé nelze tvrdit o stupni využití zařízení evidovaných jako „doplňkové ubytování“, které z hlediska striktně profesionálního turistického průmyslu nemá skoro žádný význam, protože velká většina takto evidovaných lůžek se ve Španělsku týká apartmánů a druhých rezidencí získaných do osobního vlastnictví

cizinci nebo realitními společnostmi a proto nemohou být považována za profesionální turistickou nabídku v tom pravém slova smyslu.

2.2.3. Z hlediska prostorově-společenského dopadu nabídky

Vliv či účinek určitého objemu turistické vybavenosti je v každé společnosti více či méně intenzivní, a to podle toho, jaký dopad má taková nabídka na danou společnost. Čím je nabídka v daném prostoru četnější, tím větší dopad má na zkoumané území. Čím vyšší je poměr mezi objemem nabídky a obyvatelstvem, které obývá srovnávanou oblast, tím vyšší bude společenský dopad nabídky.

Je zjevné, že čím je území nebo počet obyvatel na takovém území menší, tím bude vliv stejně velkého objemu turistické vybavenosti na danou společnost větší, proto je třeba provádět taková srovnání na základě hodnot, které lze porovnávat, ať už podle rozlohy zmíněného území, počtu osob, jichž se dotýká fenomén cestovního ruchu, nebo podle šíře nabídek, které se mají porovnávat. Z tohoto úhlu pohledu nelze porovnávat mikrostáty jako Městský stát Vatikán, Monako, Lichtenštejnsko nebo Andorra s velkými evropskými státy jako je Francie, Španělsko, Itálie či Spojené království, protože je naprosto zřejmé, že dopad cestovního ruchu na ty malé bude nesrovnatelně větší než na ty velké. Avšak je možné a musí se porovnávat srovnatelné celky, protože jen tak získáme informace o relativním významu cestovního ruchu a jeho dopadu a společenském vlivu na země, které jsou centrem zájmu aktivního cestovního ruchu.

Ve vnitrostátním měřítku má turistická nabídka (počítáme-li kapacitu v hotelech, ubytovnách, kempech, apartmánech, vilách atd.) na území Španělska větší dopad než na země jako Itálie, Spolková republika Německo či Spojené království, ale menší než na Francii, která má větší doplňkovou nabídku. Turistická nabídka ve Španělsku je však silně soustředěna v určitých oblastech na středomořském pobřeží (Costa Brava, Costa Blanca a Costa del Sol) a na ostrovech (Mallorca, Ibiza, Tenerife a Gran Canaria), a proto je dopad na tyto geografické oblasti už na první pohled zcela zřejmý. Naopak v oblastech Mesety a na horách ve vnitrozemí a po obvodu země není vliv cestovního ruchu téměř znát.

Společenský dopad je viditelnější tam, kde je větší poměr mezi turistickou nabídkou a počtem osob, které obývají daný prostor. Z tohoto pohledu je význam cestovního ruchu pro španělskou společnost nesporný, jak můžeme vidět v následující tabulce 2.2.

TABULKA 2.2

Srovnávací ukazatele dopadu cestovního ruchu (1985)

Zkoumaný turistický region	Prostorový dopad (Evropa = 100)		Společenský dopad (Evropa = 100)	
	Podle hotelové kapacity	Podle kapacity doplňkových lůžek	Podle hotelové kapacity	Podle kapacity doplňkových lůžek
Francie	314	761	219	525
Itálie	560	327	208	120
SRN	450	59	131	19
Spojené království	469	-	149	-
Španělsko	210	536	191	481

ZDROJ: WTO a autorovo zpracování

Španělské území je vzhledem k ostatním evropským zemím s výjimkou Francie ohromné, proto dopad nabídky není tak silný. Na obyvatelstvo je však dopad této nabídky mnohem větší, a to v důsledku menší hustoty a počtu obyvatel Španělska ve srovnání s uvedenými zeměmi.

Je nutné vysvětlit zdánlivou nesrovnalost: existuje totiž všeobecné přesvědčení (a to nejen ve Španělsku, ale i v ostatních evropských zemích), že Španělsko je významnou turistickou destinací, jejíž ukazatele cestovního ruchu jsou mnohem vyšší než v SRN a Spojeném království, ale údaje ve výše uvedené tabulce to ani zdaleka neprokazují, zvláště pokud jde o analýzu hotelových kapacit. Tento paradox spočívá v tom, že ubytování v hotelech v rozvinutých zemích využívají nejen turisté, ale i obchodníci na služebních cestách a stále častěji cestují z různých důvodů také obyvatelé samotné země a právě ti všichni jsou významnými spotřebiteli, kteří této nabídce využívají. Využití nabídky za těmito účely nemůže být považováno za turistické v pravém slova smyslu. Proto v případě analýzy doplňkové nabídky, která žije pro cestovní ruch a z cestovního ruchu, je pohled velmi odlišný.

Každopádně geografická poloha Francie, opravdový uzel a dopravní křižovatka Evropy, rozvinutost země a úloha, jakou hraje ve společnosti cestovní ruch, jsou příčiny záviděníhodného postavení Francie v klasifikaci nejdůležitějších turistických nabídek v rámci

celého světa, a to jak v číslech absolutních, tak relativních. Z tohoto privilegovaného postavení vyplývají i další výhody pro budoucnost, z nichž můžeme vyzdvihnout pro mnoho Španělů „nevysvětlitelné“ rozhodnutí multinárodní společnosti Disney, která si vybrala lokalitu v okolí Paříže jako sídlo zábavního města své firmy v Evropě na úkor jiných příhodných oblastí španělského Středomoří. Vysoká domácí turistická poptávka, výhodná poloha pro turisty ze střední a jižní Evropy mířící ke Středozemnímu moři a vysoká prestiž turistické nabídky, to všechno sehrálo v tomto rozhodnutí svou roli.

2.3. Nejvýznamnější aspekty poptávky

Důvodem, proč má turistická nabídka Španělska v rámci světové turistické nabídky značnou váhu, je pravděpodobně mezinárodní cestovní ruch, díky němuž si země získala největší mezinárodní prestiž.

V průběhu roku 1985 přijelo do Španělska 27 477 000 návštěvníků považovaných podle definice WTO za turisty, kteří v daném roce představovali 8,25 % z celkového objemu turistů evidovaných na světě. Žádnou jinou zemi na světě nenavštívilo v tomtéž období tak velké množství turistů. Je třeba připomenout, že za *turistu* je považován pouze ten návštěvník, *který se ubytuje v zemi, kterou navštíví na méně než jeden rok, přičemž hlavním důvodem takové návštěvy je rekreace, profesní činnost (obchodní cesty, mise, jednání), studium, náboženské poutě nebo léčebný cestovní ruch* (WTO, 1986, 2, 245). Ostatní návštěvníci, kteří stráví v navštěvované zemi méně než 24 hodin, spadají do kategorie „zahraničních výletníků“. Španělské masové komunikační prostředky uváděly, že v roce 1985 přijelo do Španělska celkem 43 235 000 turistů, přičemž v tomto počtu bylo bezpochyby zahrnuto 15 758 000 výletníků. Tato vítězoslavná tvrzení tak zkreslují údaje, na jejichž základě bylo Španělsko charakterizováno jako turisticky „nejžádanější země“, ačkoliv ve skutečnosti mohlo být považováno za účastníky mezinárodního cestovního ruchu pouze něco málo přes 25 milionů turistů.

Abychom lépe poznali možnosti budoucího vývoje poptávky ve Španělsku a na základě těchto prognóz mohli plánovat politiku cestovního ruchu, bylo by nanejvýš pozitivní, kdybychom znali země, odkud turisté do Španělska přijíždějí, a jaké jsou ekonomické a společensko-politické dopady cestovního ruchu ve Španělsku ve srovnání s ostatními zeměmi, které mu na světových trzích konkurují.

2.3.1. Objem a země původu turistů

Turisté přijíždějící do Španělska a obecně do Středomoří pocházejí z velké míry ze zemí západní a severní Evropy, jejichž obyvatelé mají vysokou životní úroveň a snaží se pravidelně před zimou a mlhou utéci do tepla. Nesmíme zapomínat na to, že více než 44 % výdajů za služby cestovního ruchu na světě generují turisté z těchto geo-ekonomických oblastí. 37,3 % turistů, kteří navštívili Španělsko v roce 1985, přijelo z této velké oblasti inomingového cestovního ruchu, 25,4 % z Francie a 20,4 % z ostatních zemí jižní Evropy, čímž celkový počet turistů z evropských (ne socialistických) zemí, kteří zavítali do Španělska, dosáhl 83,1 %. Počet návštěvníků z Ameriky tvořil 4 %.

Podíl návštěvníků z ostatních evropských zemí podle oblasti původu uvádí následující tabulka:

TABULKA 2.3

Země	Západní a severní Evropa	Jižní Evropa	Amerika
Francie	71,3 %	10,7 %	10,5 %
Itálie	56,0 %	18,6 %	4,9 %
SRN	46,5 %	12,5 %	24,9 %
Spojené království	35,3 %	18,5 %	27,4 %

ZDROJ: WTO a autorovo zpracování

Tyto údaje ukazují, že v těchto zemích je rozložení poptávky příznivější, než jakou můžeme pozorovat v případě Španělska, což naznačuje, že španělský turistický průmysl je křehčí než turistický průmysl jeho přímých konkurentů. Toto tvrzení lze doložit na základě následujících úvah:

1. Kapitalistické evropské země, přičemž nebereme v úvahu jihoevropské země, mají zdravou ekonomiku a velmi dobrou distribuci příjmů, takže budou i nadále významným zdrojem turistů. Ve všech uvedených zemích (kromě Spojeného království) je podíl turistů ze severní a západní Evropy velmi vysoký.

2. Z Ameriky přijíždějí jen turisté s velkou kupní silou, neboť výdaje na cestu jsou příliš vysoké na to, aby si ji mohly dovolit rodiny se slabým ekonomickým zázemím, tudíž existence poptávky v Americe po turistických službách je velmi významná, protože je synonymem jisté kvalitní spotřeby a vysoké rentability na jednoho návštěvníka. Na druhé straně americký aktivní cestovní ruch je velmi zranitelný, protože reaguje na každé oslabení dolaru i na události v mezinárodní politice, jak to dokazuje pokles amerických turistů v evropských zemích v roce 1986 kvůli lybijsko-americké krizi a následným teroristickým hrozbám namířeným proti americkým občanům. Spojené království a SRN jsou na americkém turismu velmi závislé, takže taková rozkolísanost se ihned výrazně odrazí na bilanci cestovního ruchu v těchto zemích.
3. Španělský turistický průmysl závisí ve velké míře na poptávce ze zemí jižní Evropy (je dvakrát vyšší než v Itálii nebo Velké Británii a čtyřikrát vyšší než ve Francii nebo SRN), což do značné míry vysvětluje některé hlavní důvody, proč cizinci navštěvují Španělsko. Skutečnost, že asi polovina turistů incomingového cestovního ruchu je z jižní Evropy, vyvrací argument, že přijíždějí za sluncem, protože Francouzi, Italové i Portugalci si mohou ve svých zemích užívat letního slunce stejně jako ve Španělsku. Zdá se tedy, že velmi důležitým faktorem, který má vliv na tak velkou poptávku po turistických službách ve Španělsku je relativně dobrý poměr kvality a ceny.

Zaměříme-li se však na absolutní hodnoty, Španělsko je středomořská země, do níž přijíždí více turistů ze severní Evropy, kteří představují velmi stabilní trh s velkou kupní silou, i když s omezenými možnostmi vzhledem k nízkému počtu obyvatel v těchto zemích. Do Španělska přijíždí skoro tolik anglických turistů jako do Francie (více než 5 milionů) a čtyřikrát více než do Itálie a Německa. K hranicím Španělska míří více francouzských turistů než k hranicím kterékoliv jiné země, které mu konkurují, a i když se francouzský cestovní ruch vyznačuje malou kupní silou, je dost věrný a představuje vysoký objem (více než 11 milionů turistů). Konečně téměř 6 milionů německých turistů evidovaných v roce 1986 představuje značnou pomoc díky vysoké kupní síle a stabilitě trhu, která vyplývá z jejich zdravé ekonomiky a perspektivní budoucnosti.

2.3.2. Komparativní hodnocení dopadu poptávky

Turistická poptávka přináší hospodářství navštěvovaných zemí prokazatelný prospěch, její dopad se však liší místo od místa, a to podle ekonomické závislosti na cestovním ruchu a

celkovém objemu obchodu na daném území. Ekonomiky, v nichž se cestovní ruch podílí velmi významným způsobem na zaměstnanosti obyvatel nebo celkovém hospodářství země, jsou velmi citlivé na kolísavost poptávky. V zemích, kde cestovní ruch tvoří pouze malou část objemu jejich obchodu, hraje nepříznivý vývoj preferencí turistů pouze okrajovou roli.

Avšak cestovní ruch nemusí mít rozdílný dopad na typologii společenského modelu pouze v hospodářství, ale má stejně tak vliv na společensko-politický kontext i oblast životního prostředí.

A) Z hlediska významu pro hospodářství: Španělsko je v porovnání se svými konkurenty na cestovním ruchu nejvíce závislé. Zatímco v SRN tvoří příjmy ze služeb cestovního ruchu ani 1 % HDP, ve Spojeném království nedosahují 1,3 %, ve Francii 1,4 % a v Itálii dosahují 2,4 % HDP, ve Španělsku představují 5 %. Tyto hodnoty jsou ještě významnější, mluvíme-li o cestovním ruchu jako o neviditelném vývozu, protože zatímco ve Španělsku představovaly v roce 1986 příjmy ze služeb cestovního ruchu pětinu veškerého vývozu, v Itálii jenom desetinu a ve Francii tvořily pouze 8 % jejího vývozu.

Samozřejmě, že v Evropě dosud existují země s ještě výraznější závislostí na fenoménu, jakým je cestovní ruch. V Rakousku tvoří příjmy z cestovního ruchu třetinu celkového vývozu a tento sektor se podílí na HDP 7 %. V Portugalsku, které nepatří k významným turistickým zemím Evropy, má cestovní ruch, pokud jde o relativní hodnoty, stejný podíl jako ve Španělsku.

Protože španělské hospodářství je navíc křehčí než hospodářství ostatních velkých evropských zemí a průměrné příjmy obyvatel jsou nižší, výdaje Španělů za turistické služby v zahraničí jsou nižší než výdaje turistů z ostatních konkurenčních zemí. Průměrný Španěl utratil za turistické služby v zahraničí (včetně výletníků) 26 \$ na hlavu, což ani zdaleka nedosahuje 243 \$, které zaplatil průměrně každý Němec, a dokonce ani 40 \$, které vydali na hlavu i ti nejskromnější Italové, či 81 \$, které průměrně utratil Francouz.

B) Z hlediska společensko-politického vlivu: Kulturní vliv cestovního ruchu na společnost přijímající země se projevuje v oblasti módy nebo vzorech chování, které jsou výsledkem směsice vlivů vlastní tradice a imitace návyků odpozorovaných od turistů. Čím větší je podíl cizinců v dané společnosti, tím větší bude vliv těchto importovaných kultur. Čím větší bude společenská prestiž nebo ekonomická úroveň určité skupiny v dané společnosti, tím bude její vliv v novém prostředí výraznější.

Španělsko navštěvuje velký počet turistů, v roce 1985 to bylo 27,5 milionů „turistů-WTO“ (72 turistů na 100 Španělů), kteří v mezinárodním měřítku pocházejí z bohatších a prestižnějších zemí a představují životní styl, k němuž směřuje španělská společnost. Jejich vliv je velmi silný.

Společenský dopad cestovního ruchu ve Španělsku bude vždy větší než dopad cestovního ruchu v Itálii (25 turistů-WTO na 100 Italů), v zemi, jejíž ekonomické a kulturní rozdíly oproti turistům jsou v průměru menší než ty, které lze pozorovat ve Španělsku. Tento společenský dopad bude mnohem menší ve Velké Británii, Francii a Německu.

Na druhé straně je emoční stránka projevující se v celé řadě stereotypů, se kterými turisté ztotožňují navštívenou zemi či země. Turisté mohou pohlížet na obyvatele navštíveného místa se sympatiemi-antipatiemi-lhostejností, což ve svém důsledku ovlivňuje institucionální vztahy mezi zeměmi. Z toho plyne, že cestovní ruch může ovlivnit významně i politické vztahy.

Je zřejmé, že 6,5 milionů anglických turistů či více než 11 milionů Francouzů, kteří navštívili Španělsko v roce 1986, hrají svou roli ve španělské zahraniční politice. Zesílení územního požadavku Španělského království na Gibraltar může vést nakonec k nejrůznějším výpadům zaměřeným proti Velké Británii, což by mělo neblahý vliv na bilanci cestovního ruchu a stabilitu tisíců pracovních míst. Mezinárodní diplomacie bere tyto skutečnosti v úvahu: diplomaté mají zjednodušenou úlohu vždy, když mají místní a návštěvníci mezi sebou dobré vztahy plné porozumění. Cestovní ruch se tak stává faktorem porozumění mezi národy, což významně ovlivňuje mezinárodní vztahy, na druhé straně i mezinárodní politika má vliv na příliv turistů do určité země, jak jinak si vysvětlit 3 miliony Američanů, kteří každoročně přijíždějí do SRN (25 % z celkového počtu turistů, kteří tuto zemi navštíví).

C) Jako činitel ovlivňující přírodní životní prostředí: Každá země, která v relativně krátkém čase zaznamenala výrazný rozvoj cestovního ruchu, pocítila jeho dopad na své přírodní životní prostředí. Zvláště když jsou aktivity cestovního ruchu soustředěny na relativně malém prostoru, jako je tomu na Kanárských a Baleárských ostrovech, protože spekulace s pozemky a snadné získávání administrativních povolení způsobily mnoho nepřístojností, které se neblaze a mnohdy nezvratně podepsaly na přírodním prostředí.

Ve Španělsku začal turistický „boom“ v šedesátých letech, kdy v rychle se rozvíjejících evropských zemích dosud neexistovalo ekologické povědomí. V této době byly

devizy a mezinárodní politická prestiž důležitější než ochrana přírodního dědictví země. Ohromné bloky apartmánů a hotelů v bezprostřední blízkosti pláží, nekontrolovaná zástavba malých rybářských vesnic (Benidorm a Torremolinos), osídlování zelených prostor kolem pobřeží (Costa Brava) a bezohledné využívání podzemních vod v subtropických oblastech Andalusie byly hlavními důsledky „turistifikace“ Španělska.

K ekologickým omylům tohoto druhu docházelo v celém evropském Středomoří. Ani Itálie, ani samotná Francie nebyly ušetřeny divoké devastace, kterou s sebou přinášela turistická kolonizace, ovšem největší dopad pocítilo právě Španělsko, protože bylo méně rozvinutou zemí, v níž neexistovala politická demokracie a kde se nikdo nemusel zodpovídat voličům za přílišnou administrativní toleranci.

2.4. Přesná hodnota statistických údajů

Porovnávání národních statistik cestovního ruchu se statistikami ostatních zemí světa je velmi obtížná. Ve většině vyspělých zemí se průzkumy dokonce týkají pouze počtu návštěvníků, i když je pravda, že se provádí přísnější evidence, pokud jde o přenocování turistů v hotelových řetězcích, které jsou na jejich území v provozu. Nikdo z návštěvníků, kteří překročili hranice zemí Evropského společenství, nezaznamenal, že by byly důsledně evidovány jejich příjezdy a země původu. Statistiky se sice provádějí, ale vycházejí pouze z dílčích informací. Z tohoto důvodu je možné udělat srovnání pouze v případě, že se použijí stejná číselná kritéria a stejná diferenční metodologie. Právě WTO položila základ k tomuto možnému srovnání.

Vycházíme-li z těchto předpokladů, Španělsko je v této chvíli (1986 a 1987):

1. Na prvním místě na světě podle počtu přijatých turistů, i když podle počtu evidovaných vstupů přes hranice ho předstihly Itálie, Francie a Německo, což je dáno malým počtem výletníků, kteří překročí hranice Španělska a stráví v zemi méně než 24 hodin.
2. Není ale na prvním místě v Evropě ani celkovým objemem své nabídky, ani její prostorovou a společenskou váhou, protože v obou případech ho předstihla Francie, která je zvýhodněna díky své výsadní geografické poloze a dlouholeté tradici v cestovním ruchu.
3. Turisté, kteří navštěvují Španělsko, mají nižší společensko-ekonomickou úroveň než návštěvníci jeho hlavních konkurentů. Zatímco v roce 1985 turisté přijíždějící do

Velké Británie utratili průměrně 482 \$ na hlavu a návštěvníci SRN 465 \$, turisté, kteří zavítali do Španělska, vydali v průměru pouze 188 \$.

4. Společensko-kulturní a ekonomický dopad cestovního ruchu je ve Španělsku mnohem větší než v ostatních zemích, které jsou pokládány za jeho přímé konkurenty. Z takové závislosti vyplývá křehkost turistického sektoru, z níž by se Španělsko mělo vymanit, a učinit všechno pro to, aby se zvedla poptávka po jeho turistických službách a aby došlo k diversifikaci původu turistů, čehož je možné dosáhnout pouze vhodným naplánováním politiky cestovního ruchu spočívající ve zkvalitnění nabídky a podpoře otevírání nových trhů.
5. Koncentrace španělské turistické nabídky v několika málo oblastech srovnatelná pouze s trojúhelníkem Benátky-Florencie-Řím, s Paříží nebo Londýnem, je důsledkem neblahého vlivu na přírodní životní prostředí ve Španělsku. Španělská krajina je na první pohled zdevastovanější než krajina v zemích, které jsou jeho nejbližšími konkurenty. Příčinou takové devastace je necitlivá výstavba budov a doplňkových zařízení turistické infrastruktury.

3. KOMENTÁŘ K PŘEKLÁDANÉMU TEXTU

Ve svém komentáři nejprve krátce charakterizuji autora textu originálu a text samotný. Poté se budu již plně věnovat samotnému textu překladu, metodám, které jsem zvolila, a problémům, jež se během překládání vyskytly.

3.1 Analýza originálu

3.1.1 Autor

Autorem textu, který jsem si pro překlad bakalářské práce zvolila, je José R. Díaz Álvarez, který získal v roce 1979 doktorát na Univerzitě Complutense v Madridu v oboru geografie. Od té doby se plně věnuje badatelské činnosti. Napsal celou řadu knih věnovaných geografii, např. *Geografie a zemědělství (Geografía y Agricultura)*, *Potenciál zemědělských platů (Potencial de los suelos agrarios)*, *Geografie Evropské Dvanáctky (Geografía de la Europa de las Doce)*. Za jeho dlouholetou činnost mu byla při mnoha příležitostech udělena celá řada cen.

3.1.2 Komplexní analýza textu

V následující analýze textu originálu charakterizuji vlastní text a uvádím vlastnosti, které vykazuje. Důkladná analýza výchozího textu je předpokladem k vytvoření adekvátního překladu, který u jeho čtenáře vyvolá stejný účinek jako u čtenáře originálu.

Kniha *Geografie cestovního ruchu (Geografía del Turismo)* pohlíží na turismus jako na důležitý sociálně-ekonomický fenomén, jenž má zároveň velký politický a kulturní dopad. Jedná se o deskriptivní analýzu španělské turistické nabídky zdůrazňující význam cestovního ruchu v některých oblastech, které jsou na něm ekonomicky závislé. Tato studie má za cíl charakterizovat turistickou nabídku podle původu, preferencí a ekonomického zázemí turistů přijíždějících do Španělska.

3.1.2.1 Základní funkce sdělení

Dominantní komunikativní funkcí textu je funkce informativní (věcně sdělná). Text popisuje pozici Španělska v mezinárodním cestovním ruchu, uvádí podmínky, které ovlivňují postavení Španělského království na poli turismu a všechny výhody vyplývající z této situace. Veškeré informace jsou doplněny podrobnými tabulkami a statistikami.

Vedle funkce informativní je v textu zastoupena i funkce persuazivní. A to hlavně v pasážích, které vyzdvihují příznivé geografické podmínky španělského území, různorodost a členitost zemského povrchu, velmi příznivé klima a skutečnost, že Španělsko patří mezi poměrně levné země. Text se tak snaží přesvědčit potencionálního turistu, aby za cíl své cesty zvolil právě Španělsko kvůli všem jeho výhodám zmíněných v této studii.

3.1.2.2 Ráz sdělení

Jedná se o komunikát veřejný a formální, neboť kapitola, kterou jsem si vybrala pro překlad, tvoří součást knihy *Geografie cestovního ruchu*. Tato publikace byla vydána v roce 1990 v madridském nakladatelství Síntesis. Kniha je tedy volně dostupná.

3.1.2.3 Situace a prostředí

Studie se zabývá charakteristikami cestovního ruchu ve Španělsku v druhé polovině osmdesátých let. Autor dokládá všechna svá tvrzení detailními tabulkami obsahující hodnoty, které jsou platné pro rok 1985 a 1986. Text je proto časově i místně vázán.

3.1.2.4 Adresát sdělení

Kniha je určena čtenářům zajímajícím se o téma cestovního ruchu, osobám sledujícím postavení Španělska v rámci turismu. Mezi ně mohou patřit odborníci v oblasti cestovního ruchu, vyučující a studenti ekonomických oborů se zaměřením na cestovní ruch.

3.1.2.5 Forma sdělení

Forma textu je písemná, text je určen ke čtení, ne k ústnímu přednesu. Překládaný text představuje druhou kapitolu knihy *Geografie cestovního ruchu*, takže je k dispozici všem zájemcům v tištěné podobě.

Text je ucelený, promyšlený, logicky strukturovaný a věnuje se tématu cestovního ruchu ve Španělsku ve světovém měřítku. V některých pasážích se objevuje dosti komplikovaná syntax. Písemnou formu také dokumentují přiložené tabulky.

Studie je horizontálně členěna do kapitol a podkapitol. Nadpisy umožňují čtenáři snadnější a jasnější orientaci v textu. V úvodu každé kapitoly je krátce představeno téma dané pasáže, poté se mu autor již se všemi detaily plně věnuje a na konci celkově shrne obsah kapitoly.

3.1.2.6 Míra připravenosti sdělení

Celková zpracovaná kompozice, souvislost jednotlivých odstavců a grafické členění jenom podtrhují připravenost textu. Všechny odstavce i věty na sebe plynule navazují, mnohokrát se setkáme s anaforickým i kataforickým odkazováním.

V textu se objevují číselné tabulky s přesnými a aktuálními údaji pro rok 1985 a 1986, které musely být připraveny a vyhledány s dostatečným předstihem. To samé platí také o definici turisty podle Světové organizace cestovního ruchu (WTO).

3.1.2.7 Kód sdělení

Kód textu je prestižní, formální, používá spisovný jazyk, neboť se jedná o veřejně publikovanou deskriptivní studii v písemné formě. Jazyk textu je celkem srozumitelný i pro laiky v oblasti cestovního ruchu. V několika případech se setkáváme s odbornými výrazy, které jsou však v daném kontextu pochopitelné.

Z dnešního pohledu je patrné, že text byl napsán v osmdesátých letech minulého století a některé tehdy užívané výrazy byly dnes nahrazeny jinými.

3.1.2.8 Téma sdělení

Tématem textu je postavení Španělska v rámci mezinárodního cestovního ruchu. Studie uvádí důvody, proč se Španělsko stalo jednou z největších velmocí cestovního ruchu, a komentuje závislost španělské ekonomiky na turismu.

3.1.2.9 Funkční styl

Text je napsán funkčním stylem populárně-naučným. Je věcně správný a obsahově úplný. Celé sdělení je objektivní a klade velký důraz na jeho obecnou platnost. Vyjádření jsou fakticky naprosto přesná a jednoznačná, nepoužívají se slova citově zbarvená. Studie nás poučuje o postavení Španělska mezi velmocemi cestovního ruchu, vysvětluje jednotlivé odborné termíny z oblasti turismu a popisuje, jaké možnosti se návštěvníkovi tohoto přímořského státu nabízejí. Text tíhne k jednoznačnosti a explicitnosti, převládá v něm užití vedlejších vět vztažných. Setkáme se také s konstrukcemi s neurčitými slovesnými tvary (infinitiv, gerundium a přičestí). Celý text má spíše jmennou povahu.

3.1.2.10 Slohový postup

V celém textu se z větší části setkáme zvláště se slohovým postupem popisným. Na popis, konkrétně na popis statický, ukazuje především jmenná složka výpovědi, vypočítávání jednotlivých znaků a vlastností samotného Španělska a dopadů cestovního ruchu na jeho ekonomiku. Hojně je i užití stavových sloves a sloves se širokým významem, substantiv a adjektiv během charakteristiky cestovního ruchu ve Španělsku a popisu okolností, které napomáhají rozkvětu turismu v této zemi.

Ve studii také najdeme slohový postup výkladový v pasážích vysvětlujících důvody, proč se Španělsko těší tak významné pozici v kontextu mezinárodního cestovního ruchu. Autor vkládá do textu mnoho dalších informací, vsuvky a vysvětlivky, díky kterým dosahuje tematické návaznosti. Pro odkazování převažuje ve španělštině užití ukazovacích zájmen a členu. Velmi často se setkáme s užitím vedlejších vět vztažných. Také definice turisty a návštěvníka je názornou ukázkou výkladového postupu.

3.2 Analýza překladu

Následující část se věnuje překladu samotnému. Snažila jsem se popsat způsob své práce, odůvodnit a obhájit rozhodnutí, která jsem během překladu činila.

3.2.1 Překladatelské metody

Hlavním cílem mého překladu bylo zachovat zvláště obsahovou a pokud možno i formální hodnotu celého díla.³

Prostudovala jsem si též původní české texty obdobného charakteru, tedy studie a knihy věnované geografii cestovního ruchu, abych zjistila, jaké jsou typické výrazy a spojení pro tento druh textu. Také jsem se podrobně seznámila s odbornou terminologií, která se běžně užívá v oblasti cestovního ruchu.

Pro lepší názornost vždy uvádím teoretický komentář a ten doplňuji praktickou ukázkou. Abych však nepřekročila rozsah tohoto komentáře, uvádím pro ilustraci pouze náhodný příklad, který dokumentuje daný jev.

³ Cieľom prekladu je reprodukovať nie jazykové prostredky, ale informáciu, ktorú vyjadrujú, jej vzťah k objektívnej realite, k podávateľovi a prijímateľovi. [...] Plnohodnotná reprodukcia predpokladá vyjadrenie nielen obsahovej, ale aj formálnej stránky textu i s jeho špecifickými zvláštnosťami, emocionálnym nábojom a asociáciami. (Vilíkovský, 1984: 22-31)

3.2.1.1 Transpozice

Jedním ze základních překladatelských postupů je (Chacón et al, 2004: 173) transpozice, která spočívá v „*maximálně možném zachování významové stránky sdělení při změně jeho stránky výrazové.*“ Podrobnější vysvětlení najdeme také v knize *Umění překladu: „Učiníme-li si východiskem nikoliv text díla, ale jeho významovou a estetickou hodnotu, pak z toho vyplyne pro orientaci ve vztahu mezi formou a obsahem zásada: je třeba zachovávat ty formy, které mají nějakou sémantickou funkci, naopak nelze trvat na zachování forem jazykových.*“ (Levý, 1963: 19-20).

Můžeme hovořit o transpozici slovnědruhové, která spočívá v použití jiného slovního druhu v cílovém jazyce než v jazyce výchozím.

*Afortunadamente la accesibilidad por mar o por aire no se ve sometida a ese tipo de restricciones y, nuestros aeropuertos, sobre todo, pueden considerarse al nivel de los de los países desarrollados **de Europa.***

*Naštěstí lodní a letecká doprava nezaznamenává podobná omezení a zejména španělská letiště mají stejnou úroveň jako letiště ve vyspělých **evropských** zemích.*

Podstatné jméno s předložkou ve španělštině odpovídá v češtině přídavnému jménu.

Slovnědruhovou transpozici dále dělíme na transpozici zředňující, která zvyšuje explicitnost sdělení a při které dochází k rozšiřování počtu slov, a na transpozici zhušťující, která naopak explicitnost snižuje a počet slov omezuje. Rozdíly v explicitnosti češtiny a španělštiny jsou v následujících slovních spojeních patrné. V oblasti pojmenování můžeme konstatovat, že „*komplexní (víceslovné) pojmenování je explicitnější než kompozitum či derivát.*“ (Kufnerová, 2003: 53)

*[...] el total de pernoctaciones, en hoteles y en establecimientos asimilados, en España, **durante 1985**, sólo representó un 70 por 100 del volumen contabilizado en Italia, pero alcanzó el 183 por 100 del total de las registradas en Francia.*

*[...] celkový počet přenocování v hotelech a obdobných zařízeních činil ve Španělsku **v roce 1985** pouze 70 % objemu v Itálii, ale dosáhl 183 % celkového počtu evidovaných přenocování ve Francii.*

Ve spojení s číselným výrazem je čeština oproti španělštině explicitnější.

*Las posibilidades turísticas de un territorio **guardan una estrecha dependencia** con la proximidad del mismo a las áreas demandantes y consumidoras de servicios turísticos, a la accesibilidad de ese territorio y a la amplitud de los espacios susceptibles de ser usados para una acogida profesional del turista.*

*Možnosti rozvoje cestovního ruchu na daném území **závisí** především na jeho blízkosti k zemím, v nichž existuje poptávka spotřebitelů po turistických službách, na jeho dostupnosti a na množství příhodných oblastí, které lze využít k profesionálnímu přijetí turistů.*

Pro Čecha zní příliš explicitně výše zmíněné slovní spojení, proto jsem ho přeložila slovesem *záviset*.

Dalším typem transpozice je transpozice větněčlenská, kdy dochází k použití jiné větné nebo souvětne struktury. Opět může dojít ke snížení nebo zvýšení explicitnosti sdělení.

***Sus condiciones geográficas** (superficie, variedad climática, longitud de costas, número de lagos artificiales, pluralidad geomorfológica de paisajes, etc.) **le sitúan**, globalmente, incluso en mejor condición que a la propia Francia (por tantos otros factores la gran favorecida de Europa), y la calidad y la cantidad de los espacios inexplorados le ofrecen todavía un futuro más esperanzador.*

***Díky geografickým podmínkám** (povrch, různorodé klima, délka pobřeží, počet umělých jezer, geomorfologická mnohotvárnost krajiny atd.) **je** na tom [Španělsko] dokonce celkově lépe než samotná Francie (kvůli mnoha dalším faktorům turistická velmoc Evropy) a díky kvalitě a kvantitě dosud nevyužitých oblastí má před sebou ještě nadějnější budoucnost.*

Předmět ve španělštině se stává podmětem v češtině.

*España es, dentro de Europa (y más concretamente de la Europa mediterránea), el país que se encuentra en las mejores condiciones **para ofrecer** una amplia gama de atracciones naturales.*

*Španělsko je v rámci Evropy (konkrétně středomořské Evropy) zemí, která má ty nejlepší podmínky, **aby mohla nabídnout** širokou škálu přírodních krás.*

Polovětná konstrukce je nahrazena vedlejší větou, jejíž sloveso se shoduje v rodě a čísle s podmětem, dochází tedy ke zvýšení explicitnosti.

*Contempladas desde el interior, **las cifras que avalan** la potencialidad del turismo español y la evaluación que se hace de esas cifras, no resultan homologables con la visión que se posee en el exterior.*

***Čísla hovořící** o potenciálu španělského cestovního ruchu a hodnocení, které z těchto čísel vyplývá, jsou z vnitřního pohledu odlišná, než jak jsou vnímána v zahraničí.*

V rámci snížení explicitnosti je vedlejší věta nahrazena přívlastkem shodným.

3.2.1.2. Modulace

Jako „převod významové stránky sdělení ve výchozím jazyce do odpovídající významové stránky v cílovém jazyce za použití přiměřených výrazových prostředků“ je definovaný překladatelský postup zvaný modulace. (Chacón et al, 2004: 173)

*La causa de esa contradicción radica en la parcialidad de las informaciones (sobre todo cuando se utilizan para comparar con otros países que **no efectúan** sus contabilidades según las **mismas** pautas), o en la sectorialidad de las mismas.*

*Příčina tohoto rozporu tkví v neúplnosti informací (a to především tehdy, jde-li o srovnávání s jinými zeměmi, kde se pro vyhodnocování čísel **používají jiné** vzorce), nebo i v sektorizaci takových informací.*

*[...] España ocuparía el tercer puesto en tan privilegiada lista, muy **por delante de Grecia** y de los países Norteafricanos.*

*[...] konečně třetí místo tohoto důležitého seznamu zaujímá Španělsko a až daleko **za ním je Řecko** a země severní Afriky.*

V češtině je ve vedlejší větě použit dvojitý zápor a dochází i ke změně přísudkového slovesa.

3.2.1.3 Substitute

Mezi další překladatelské postupy řadíme substituci, která spočívá v „nahrazení části sdělení ve výchozím jazyce odpovídající částí sdělení v jazyce cílovém.“ (Chacón et al, 2004: 174) V překladu se substitute „uplatňuje hlavně tam, kde překladatel uzná za potřebné, aby českému čtenáři zprostředkoval domácí analogii autorův záměr obsahový nebo formální.“ (Kufnerová, 2009: 70)

V textu se mnohokrát setkáváme s pojmy *nuestro país*, *nuestra industria*, *nuestros más directos competidores* nebo *el turista que nos visita*, které jsou pro čtenáře originálu, tedy pro španělského čtenáře, zcela srozumitelné a jsou pro něj automaticky spojené se Španělskem a španělský čtenář ví, že se jedná o jeho zemi. Nicméně je třeba mít na paměti, že text překladu je určen českému čtenáři, mluvíme proto o „přeorientování textu na jiného čtenáře.“ (Kufnerová et al, 2003: 13) Není tedy možné *nuestro país* přeložit jako *naše země*, protože by se tak změnil obsah textu a nehovořilo by se o Španělsku, ale o České republice. Z tohoto důvodu jsem přivlastňovací zájmeno *nuestro* nahradila adjektivem *španělský* či substantivem *Španělsko* a osobní zájmeno *nos* podstatným jménem *Španělsko*, případně *Španělské království*.

*Por ello, el turista que **nos** visita utiliza, con demasiada frecuencia, medios de transporte que son comúnmente utilizados para acceder a las regiones periféricas de la geografía del turismo mundial.*

*Proto turisté navštěvující **Španělsko** používají velmi často dopravní prostředky běžné pro cesty do vzdálenějších oblastí světa.*

[...] ya que franceses, italianos y portugueses disfrutaban de tanto sol de verano como el que pueden encontrar en **nuestro país** [...]

[...] protože Francouzi, Italové i Portugalci si mohou ve svých zemích užívat letního slunce stejně jako ve **Španělsku**.

Que muestran una más favorable distribución de la demanda que la que observábamos en el caso español, por lo que, aparentemente, la fragilidad de **nuestra** industria turística es superior a la de **nuestros** más directos competidores.

Tyto údaje ukazují, že v těchto zemích je rozložení poptávky příznivější, než jakou můžeme pozorovat v případě Španělska, což naznačuje, že **španělský** turistický průmysl je křehčí než turistický průmysl **jeho** přímých konkurentů.

Pokud jde o názvy jednotlivých světových organizací a jejich zkratk, dohledala jsem si oficiální název instituce v češtině. V následujících dvou konkrétních případech se ve španělštině zkratka tvoří z počátečních písmen španělského oficiálního názvu. Pokud jde o češtinu, zjistila jsem, že v případě Světové organizace pro cestovní ruch (špan. *Organización Mundial del Turismo*, *OMT*) se zkratka užívaná v češtině netvoří z počátečních písmen českého názvu, ale používá se zkratka vytvořená na základě anglického názvu instituce, proto jsem v poznámce pod čarou tuto skutečnost vysvětlila, aby čtenář věděl, co znamená slovo WTO. Oficiální anglický název Světové organizace pro cestovní ruch je *United Nations World Tourism Organisations* s akronymem UNWTO⁴. Ve všech publikacích věnovaných cestovnímu ruchu se ale v češtině používá pouze WTO, proto jsem tutu zkratku zvolila ve svém překladu, což mi také doporučila paní doktorka Myslivcová.

*El prestigio alcanzado por España en el sector le llevó a ser elegida como sede permanente de la **Organización Mundial del Turismo (OMT)** que trata de coordinar las políticas turísticas de todos los países del mundo y de publicar las estadísticas oficiales de los principales agregados que conforman la oferta y la demanda turísticas.*

*Prestíž, kterou Španělsko získalo v tomto sektoru, vedla k tomu, že bylo vybráno jako stálé sídlo **Světové organizace cestovního ruchu (WTO)**, jejímž cílem je koordinace politik cestovního ruchu všech zemí na světě a vypracovávání oficiálních statistik hlavních segmentů, které tvoří nabídku a poptávku v cestovním ruchu.*

Dále se v textu také objevila zkratka OCDE, tedy *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico*, bez jakéhokoliv vysvětlení. Opět jsem španělskou zkratku nahradila její anglickou verzí (*OECD = Organisation for Economic Co-operation and Development*)⁵ obvykle užívanou v češtině a v poznámce pod čarou jsem čtenáři vysvětlila, že se jedná o Organizaci pro hospodářskou spolupráci a rozvoj.

[...] mientras que a Italia sólo llegaron utilizando el avión el 9,9 por 100 de sus visitantes (**OCDE**: 1986, 190).

⁴ <http://www.unwto.org/index.php> [27.07.2010]

⁵ http://www.oecd.org/home/0,3305,en_2649_201185_1_1_1_1_1,00.html [27.07.2010]

[...] zatímco při cestách do Itálie využilo leteckou dopravu pouze 9,9 % návštěvníků (**OECD**: 1986, 190).

Co se týče Organizace Spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu, užívá se jak ve španělštině, tak v češtině zkratka vytvořená z anglického oficiálního názvu (*UNESCO = United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*)⁶, pouze s tím rozdílem, že ve španělštině se v tomto konkrétním případě zkratka píše s velkým počátečním písmenem a dále následují malá písmena a v češtině se v celé zkratce používají velká písmena⁷.

*En fin, los catorce lugares de gran interés, cultural o natural, incluidos en la **Guía del Patrimonio Mundial elaborada por la Unesco**, no cuentan con la promoción suficiente en las guías y en los itinerarios turísticos.*

*A konečně čtrnáct mimořádně zajímavých míst zařazených na **seznam památek Světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO** není dostatečně propagováno v turistických průvodcích a itinerářích.*

Španělskou zkratku pro hrubý domácí produkt (*PNB = producto nacional bruto*) jsem nahradila její českou verzí (HDP), stejně jako zkratku *RFA (República Federal Alemana)* pro bývalou Spolkovou republiku Německo (SRN).

*Mientras que en la **RFA**, los ingresos contabilizados como contraprestación de los servicios turísticos no llegan al 1 por 100 de su **PNB**, en el Reino Unido se dan por debajo del 2,4 por 100, en Francia del 1,4 por 100 y en Italia sólo alcanzan el 2,4 por 100, en España representan el 5 por 100.*

*Zatímco v **SRN** netvoří příjmy ze služeb cestovního ruchu ani 1 % **HDP**, ve Spojeném království nedosahují 1,3 %, ve Francii 1,4 % a v Itálii dosahují 2,4 % **HDP**, ve Španělsku představují 5 %.*

V textu se objevují názvy svátků a prázdnin, u kterých jsem se rozhodla nahradit španělský název odpovídajícím českým pojmem. Jedná se o spojení *Semana Santa*, kterému v našem jazyce odpovídá termín *Velikonoce* či *velikonoční svátky*, případně v náboženském kontextu *Svatý* či *Pašijový týden*. *Semanas de la Nieve* jsem přeložila jako *zimní prázdniny*, neboť právě v době zimních prázdnin většina lidí vyráží na hory. Skutečnost, že se jedná o zimní prázdniny, potvrzuje i španělský výkladový slovník: „*días de vacaciones que tienen algunos centros de enseñanza en el mes de febrero*” (Moliner, 2007: 2682). V tomto případě můžeme také pozorovat proměnu slovní zásoby. V době vzniku textu se hovořilo o *Semanas de la Nieve*, v dnešní době ale používá výraz „*Semana Blanca*“ (Sánchez et al, 2001: 1840).

*[...] pues un buen número de establecimientos abren únicamente durante la temporada turística (de **Semana Santa** a septiembre) y, a efectos estadísticos, los establecimientos cerrados no son tenidos en cuenta para establecer el índice de ocupación.*

⁶ <http://www.unesco.org/new/en/unesco/> [27.07.2010]

⁷ **Ústav pro jazyk český (Akademie věd)**. *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost : s Dodatkem Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy České republiky*. Praha : Academia, 2004. s. 637.

[...] protože velký počet zařízení je v provozu pouze v turistické sezóně (od **Velikonoc** do září) a pro statistické účely se zavřené hotely při stanovení ukazatele obsazenosti neberou v úvahu.

[...] o bien por la existencia de ciertos hábitos culturales que favorecen los desplazamientos de fin de semana o pequeñas vacaciones (**Semanas de la Nieve**, o de Carnaval, etc.), con lo que [...]

Také ale záleží na určitých kulturních zvyklostech, které přejí víkendovým cestám a krátkodobým dovoleným a prázdninám (**zimní prázdniny** nebo masopust atd.), proto je [...]

V samotném textu najdeme definici turisty podle Světové organizace cestovního ruchu (WTO). Snažila jsem se najít tuto definici na internetových stránkách organizace, ale doposud nebyla oficiálně přeložena do češtiny, existuje pouze v anglické, francouzské, španělské, ruské a čínské verzi. Z tohoto důvodu jsem se musela uchýlit k vlastnímu překladu. Definice, které jsem našla v odborné literatuře psané česky byly zkrácené a neodpovídaly přesně definici uvedené v originálu překladu.

*No hay que olvidar que **turista** es sólo aquel visitante que pernocta por menos de un año en el país que visita, siendo el motivo principal de su visita las actividades recreativas, las profesionales (negocios, misiones, reuniones), los estudios, las peregrinaciones, o la salud (OMT: 1986, 2, 245).*

*Je třeba připomenout, že za **turistu** je považován pouze ten návštěvník, který se ubytuje v zemi, kterou navštíví na méně než jeden rok, přičemž hlavním důvodem takové návštěvy je rekreace, profesní činnost (obchodní cesty, mise, jednání), studium, náboženské poutě nebo léčebný cestovní ruch (WTO, 1986, 2, 245).*

3.2.2 Typologie překladatelských problémů

V části *Překladatelské postupy* jsem všeobecně shrnula, jak jsem postupovala při překladu textu. Nyní podrobněji okomentuji morfologii, syntax, lexikum, pravopis, interpunkci, číslovky, vynechávky, problematické pasáže a případně jiné změny.

3.2.2.1 Morfologie

Dle Skaličkovy strukturální jazykové typologie⁸ řadíme španělštinu mezi izolační jazyky a češtinu do skupiny flektivních jazyků. Z této klasifikace je patrné, že se jedná o dva jazyky s rozdílnou morfologickou a syntaktickou strukturou. Pro naši mateřštinu je typický bohatý systém pádů, se kterým se ve španělštině nesetkáme (pozůstatky deklinace můžeme

⁸ Strukturální typologie (Skalička) je nejpropracovanější a zakládá se na jevech více rovin; jazyky třídí do pěti typů: (1) aglutinačního, (2) flektivního, (3) izolačního, (4) introflektivního a (5) polysyntetického. Své názvy získaly tyto typy podle převládajícího rysu, i když každý typ je jako celek vymezen celou škálou těchto rysů, které jsou navzájem spjaté („podporující“), ne rysem jediným. [...] (2) flexe: vyjadřování gramatických funkcí koncovkami/afixy, resp. jedinou koncovkou/afixem připojovaným ke kořenu/kmenu, a to často prostřednictvím alternací, přičemž koncovka může běžně mít najednou funkci více; (3) izolace: vyjadřování gramatických funkcí dodávanými pomocnými slovy. (Čermák, 2004: 203)

pozorovat pouze u zájmen). Za paralelu české deklinace můžeme ve španělštině považovat užití předložek pro vyjádření určitých vztahů.

Řazení zájmen v češtině a španělštině je odlišné, „z porovnávacího hlediska lze uvažovat o tzv. zrcadlovém postavení adjektiv.“ (Králová, 1999: 42)

*Y todavía existen otros muchos factores que complementan el especial atractivo de España en el contexto de **la oferta turística internacional**.*

*Existuje ještě mnoho dalších faktorů, které zvyšují mimořádnou atraktivitu Španělska v souvislosti s **mezinárodní turistickou nabídkou**.*

Španělština disponuje kategorií členu, takže může použít určitý člen k nahrazení dříve zmíněného substantiva a zabránit tak jeho opakování. Odkazovat nebo zastupovat mohou ve španělštině také ukazovací zájmena a příslovce.

*[...] aunque su posición no es tan óptima como lo pueda ser **la de Francia**.*

*[...] i když její pozice není tak optimální, jako je třeba **pozice Francie**.*

Užití podstatného jména v jednotném čísle má ve španělštině zevšeobecnovací funkci. V češtině se pro vyjádření všeobecného pojetí jeví příhodnější množné číslo.

*Las posibilidades turísticas de un territorio guardan una estrecha dependencia con la proximidad del mismo a las áreas demandantes y consumidoras de servicios turísticos, a la accesibilidad de ese territorio y a la amplitud de los espacios susceptibles de ser usados para una acogida profesional **del turista**.*

*Možnosti rozvoje cestovního ruchu na daném území závisí především na jeho blízkosti k zemím, v nichž existuje poptávka spotřebitelů po turistických službách, na jeho dostupnosti a na množství příhodných oblastí, které lze využít k profesionálnímu přijetí **turistů**.*

3.2.2.2 Syntax

Syntax originálu je poměrně komplikovaná. V mnoha případech je jeden odstavec tvořen jedním dlouhým a složitým souvětím. Velice často nejsou jasné jednotlivé vazby, zvláště v případě spojky *que*. Rozšiřující informace jsou většinou stavěny až na konec věty formou volného řazení a nejsou včleněny do vlastní věty, do vedlejších vět jsou vkládány další vedlejší věty. V překladu jsem se proto snažila tuto košatou syntax ze stylistických důvodů zjednodušit a souvětí rozdělila do několika samostatných vět. Španělský slovosled bylo třeba přizpůsobit českému aktuálnímu větnému členění.

Kvůli rozdílnému charakteru španělského a českého jazyka jsem musela v překladu provést mnoho syntaktických úprav.

Ve španělském jazyce se běžně setkáváme s polovětnými konstrukcemi (infinitivem, přičestím a gerundiem). Tyto struktury v češtině nenajdeme, proto jsem je při překladu do češtiny nahradila podstatným jménem, hlavní nebo vedlejší větou.

*Para mejor **conocer** las posibilidades futuras de la evolución de la demanda en España y para **poder** planificar la política turística en función de esas previsiones [...]*

*Abychom lépe **poznali** možnosti budoucího vývoje poptávky ve Španělsku a na základě těchto prognóz **mohli** plánovat politiku cestovního ruchu [...]*

*Sin lugar a dudas, y desde el punto de vista de la oferta turística, tanto por la cantidad como por la calidad de sus instalaciones, España ocuparía un lugar privilegiado en el contexto de la oferta turística mundial, **superando** la capacidad de áreas regionales turísticas de reputado nombre, como son las del Caribe, del Pacífico, o del continente Suramericano.*

*Z hlediska turistické nabídky zaujímá Španělsko bezpochyby výjimečné postavení v rámci mezinárodního cestovního ruchu, a to jak kvalitou, tak i kvantitou svých zařízení, **a** počty lůžek **převyšuje** ubytovací kapacitu i v tak proslulých turistických regionech, jako jsou oblasti Karibiku, Pacifiku či jihoamerického kontinentu.*

*[...] lo que podrá alcanzarse con la planificación adecuada de la política turística, **umentando** la calidad de la oferta e **impulsando** la apertura de nuevos mercados.*

*[...] čehož je možné dosáhnout pouze vhodným naplánováním politiky cestovního ruchu **spočívající ve zkvalitnění** nabídky a **podpoře** otevírání nových trhů.*

Je třeba zmínit nominalizaci a verbalizaci a jejich uplatnění v obou jazycích. Ve španělštině se velmi často setkáváme s infinitivem, avšak v češtině toto užití není běžné. Naše mateřština naopak spíše tíhne k užití substantiva.

*El prestigio alcanzado por España en el sector le llevó a ser elegida como sede permanente de la Organización Mundial del Turismo (OMT) que trata de **coordinar** las políticas turísticas de todos los países del mundo y de **publicar** las estadísticas oficiales de los principales agregados que conforman la oferta y la demanda turísticas.*

*Prestiž, kterou Španělsko získalo v tomto sektoru, vedla k tomu, že bylo vybráno jako stálé sídlo Světové organizace cestovního ruchu (WTO), jejímž cílem je **koordinace** politik cestovního ruchu všech zemí na světě a **vypracovávání** oficiálních statistik hlavních segmentů, které tvoří nabídku a poptávku v cestovním ruchu.*

V porovnání s češtinou jsou vytýkácí konstrukce ve španělštině naprosto přirozené. Pokud ale v naší mateřštině chceme zdůraznit nějaký větný člen, použijeme částice.

***Son además visitantes extranjeros los que** mayoritariamente ocupan las plazas hoteleras en España (el 65 por 100 de las pernoctaciones durante 1985), al contrario de lo que ocurre en Italia (sólo el 33 por 100 de las noches ocupadas) y sobre todo en Francia (únicamente un 27 por 100).*

*Navíc **jsou** hotelová lůžka ve Španělsku obsazena převážně **zahraničními návštěvníky** (65 % přenocování v roce 1985), zatímco naopak je tomu v Itálii (pouze 33 % přenocování) a ve Francii (jenom 27 %).*

Pasivní konstrukce ve španělštině jsem často převáděla na aktivní, protože se mi v češtině v daném případě zdály přirozenější.

*Estas **sutilezas** son muy **tenidas en cuenta por la diplomacia** internacional [...]*
*Mezinárodní **diplomacie bere** tyto **skutečnosti** v úvahu [...]*

3.2.2.3 Lexikum

Slovní zásoba textu není až na některé výjimky náročná. Samozřejmě pro správný překlad bylo nutné konzultovat výkladové a dvojjazyčné slovníky. Největším úskalím byly zvláště odborné termíny z oblasti cestovního ruchu. Vhodné výrazy jsem našla ve slovnících specializujících se na cestovní ruch a další pochybnosti jsem vyřešila s pomocí odborníků zabývajících se cestovním ruchem, konkrétně s paní PhDr. Jolanou Myslivcovou, ředitelkou firmy TYRKYS, školy pro kulturu podnikání v cestovním ruchem.

Vztah slovní zásoby dvou jazyků je velmi komplikovaný. „*Zřídka se významově plně překrývají tzv. slovníkové ekvivalenty*“ (Kufnerová, 2003: 33), proto v několika případech bylo poměrně složité vybrat vhodné překladatelské řešení. Bylo nutné se soustředit hlavně na kontext⁹ a ne zvolit hned první nejčastěji používaný překlad daného výrazu, neboť právě toto řešení nebylo v mnoha případech zrovna tím nejvhodnějším. Někdy bylo třeba vybrat zcela jiné slovo, které v češtině vystihuje lépe popisovanou realitu.

Asi nejproblematictější bylo správné zvolení adekvátního výrazu pro slovo *pueblo*, které nás provází celým textem. Nezapomeňme, že text byl napsán v osmdesátých letech 20. století, kdy měl výraz *pueblo* zcela jiné konotace než dnes. Všechny případy jsem konzultovala s rodilým mluvčím Davidem Castillem, PhD., vyučujícím Filozofické fakulty Univerzity Karlovy a Vysoké školy ekonomické v Praze. Podle Dubského (1999: 565) se *pueblo* do češtiny překládá jako *národ, lid; obec, vesnice, město*, což se také shoduje s definicí¹⁰ Španělské královské akademie (*Real Academia Española*).

pueblo.

(Del lat. popūlus).

1. *m. Ciudad o villa.*
2. *m. Población de menor categoría.*
3. *m. Conjunto de personas de un lugar, región o país.*
4. *m. Gente común y humilde de una población.*
5. *m. País con gobierno independiente.*

⁹ Překlad izolovaných lexikálních jednotek či jazykových prvků je často nemožný už z hlediska sémantického, protože slovo nadobývá konkrétní význam až v kontexte. (Vilíkovský, 1984: 25)

¹⁰ http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=pueblo [23.06.2010]

Pro svůj překlad jsem se rozhodla ve většině případů a na základě konzultace s rodilým mluvčím použít slova *pueblo* výraz *země*. Jedná se totiž hlavně o porovnání jednotlivých zemí v rámci cestovního ruchu. Také ale najdeme věty, ve kterých se skutečně jedná o použití slova *pueblo* ve smyslu národa.

*Esa marca se identificará con una corriente de simpatías-antipatías-indiferencias hacia los naturales **del pueblo visitado**, y ellas, en definitiva, acabarán por influir en las relaciones institucionales de los **pueblos**.*

*Turisté mohou pohlížet na obyvatele **navštíveného místa** se sympatiemi-antipatiemi-lhostejností, což ve svém důsledku ovlivňuje institucionální vztahy mezi **zeměmi**.*

*El turismo se convierte así en un factor del entendimiento entre los **pueblos**, con influencias decisivas en las relaciones internacionales [...]*

*Cestovní ruch se tak stává faktorem porozumění mezi **národy**, což významně ovlivňuje mezinárodní vztahy [...]*

Výraz *sociedad* odkazuje v následujícím případě dle slov pana Castilla, PhD. na *estructuras económicas del país*. V daném kontextu a po konzultaci s paní prof. PhDr. Královou, CSc. jsem ho tedy přeložila jako *ekonomika*, protože se v celém odstavci navíc hovoří o propojení hospodářství určité země, konkrétně Španělska, s cestovním ruchem a jaký dopad má právě turismus na ekonomiku a život celé společnosti.

***Las sociedades**, en las que el turismo representa una parte muy significativa en la ocupación de sus ciudadanos o en su economía global, son muy sensibles a los altibajos de la demanda; [...]*

***Ekonomiky**, v nichž se cestovní ruch podílí velmi významným způsobem na zaměstnanosti obyvatel nebo celkovém hospodářství země, jsou velmi citlivé na kolísavost poptávky.*

Slovní spojení *accesibilidad por mar o por aire* jsem se rozhodla nahradit slovy *vodní a letecká doprava*. V odstavci se totiž vysvětluje, za pomoci jakých dopravních prostředků přicestovávají turisté do Španělska.

*Afortunadamente **la accesibilidad por mar y por aire** no se ve sometida a ese tipo de restricciones y, nuestros aeropuertos, sobre todo, pueden considerarse al nivel de los de los países desarrollados de Europa.*

*Naštěstí **lodní a letecká doprava** nezaznamenává podobná omezení a zejména španělská letiště mají stejnou úroveň jako letiště ve vyspělých evropských zemích.*

V odstavci, který se věnuje popisu geografických vlastností některých částí Španělska, se setkáme se slovem *insularidad*. Podle výkladového slovníku se jedná o „*carácter insular de un territorio*“ (Moliner, 2007: 1662). V češtině je prakticky nemožné najít odpovídající jednoslovný překlad k tomuto výrazu, proto jsem se ve svém překladu uchýlila k popisu.

***La insularidad** de dos de nuestros más importantes regiones turísticas (las Baleares y las Canarias) [...]*

Dvě z nejuvýznamnějších turistických oblastí Španělska jsou ostrovního charakteru (Baleárské a Kanárské ostrovy) [...]

V následujícím příkladě jsem na doporučení pana Castilla, PhD. španělské slovo *continente* v češtině nahradila adjektivem *evropský*. V dané pasáži se porovnávají země evropského kontinentu a v předcházejícím odstavci je navíc zmíněna konkrétně samotná Evropa.

*Claro que aún existen en **Europa** países con una dependencia más manifiesta del fenómeno turístico; [...] Como además la economía española es más frágil que la del resto de los grandes países del **continente**, y la renta media de sus habitantes es más baja [...]*

*Samozřejmě, že v **Evropě** dosud existují země s ještě výraznější závislostí na fenoménu, jakým je cestovní ruch. [...] Protože španělské hospodářství je navíc křehčí než hospodářství ostatních velkých **evropských** zemí a průměrné příjmy obyvatel jsou nižší [...]*

Výraz *vacaciones* je možné přeložit do češtiny jako *dovolená* nebo *prázdniny*. (Dubský, 1999: 708) Také podle slovníku RAE, který výraz *vacación* charakterizuje následujícím způsobem: „*Descanso temporal de una actividad habitual, principalmente del trabajo remunerado o de los estudios. U. m. en pl.*“¹¹ Vidíme, že pro dvě rozdílné skutečnosti v češtině máme ve španělštině totéž slovo. Z kontextu není zřejmé, zda se jedná o školní prázdniny nebo o dovolenou zaměstnanců. Proto by tedy jedním z možných překladatelských řešení bylo například *dny volna*. Nakonec jsem zvolila spojení *v době prázdnin a dovolených*, abych zahrнула obě reality.

*[...] o bien por la existencia de ciertos hábitos culturales que favorecen los desplazamientos de fin de semana o de pequeñas **vacaciones** (Semanas de la Nieve, o de Carnaval, etc.) [...]*

*Také ale záleží na určitých kulturních zvyklostech, které přejí víkendovým cestám a krátkodobým **dovoleným a prázdninám** (zimní prázdniny nebo masopust atd.) [...]*

V celém textu se velmi často setkáváme se slovem *turista* a *visitante*. Ze stylistických důvodů jsem si nejprve myslela, že je možné tato dvě slova libovolně zaměňovat, neboť i podle definice výkladového slovníku mají téměř totožný význam, navíc *Gran Diccionario de uso del español actual* (2001: 2081) uvádí slovo *turista* jako synonymum ke slovu *visitante* a ke slovu *turista* jako synonymum najdeme *visitante*, *viajero*, *excursionista* (Sánchez, 2001: 2035). *Turista* je „*persona que viaja por un país por turismo*“ (Moliner, 2007: 2973) a *visitante* je „*persona que visita a otra, algún lugar, etc.*“ (Moliner, 2007: 3060). Dle výše zmíněných citací vidíme, že v běžném textu můžeme tato slova používat zcela libovolně, avšak v cestovním ruchu jsou tato dvě slova považovaná za odborné termíny a proto

¹¹ http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=vacación [23.06.2010]

nepřichází v úvahu jejich záměna ani ze stylistických důvodů. Je zcela nezbytné respektovat jejich užití v originále a zachovat je na svém místě.

*Los 27.477.000 **visitantes** catalogizados como **turistas**, según la definición de la OMT, que llegaron a España durante 1985, representaron, en aquel año, el 8,25 por 100 del volumen total de turistas contabilizados en el mundo.*

*V průběhu roku 1985 přijelo do Španělska 27 477 000 **návštěvníků** považovaných podle definice WTO za **turisty**, kteří v daném roce představovali 8,25 % z celkového objemu turistů evidovaných na světě.*

Výraz *peregrinación* má ve španělštině jasnou náboženskou konotaci, v češtině ovšem může poukazovat na dvě odlišné skutečnosti. Slovo *peregrinación* definujeme jako „*acción de peregrinar*“ (Moliner, 2001: 2253). Jako synonymum se uvádí výraz *romería*, což je „*peregrinación. Viaje hecho a pie para visitar un lugar santo.*“ (Moliner, 2001: 2610) Obě slova překládáme do češtiny jako *pout'*. *Slovník spisovné češtiny* (2003: 299) vysvětluje výraz *pout'* jako 1. Putování, cesta 2. Putování na náboženské místo 3. Tradiční výroční slavnost se zábavou. Aby nedošlo k záměně s poutí s kolotoči, rozhodla jsem se slovo *pout'* upřesnit adjektivem *náboženská*.

*No hay que olvidar que turista es sólo aquel visitante que pernocta por menos de un año en el país que visita, siendo el motivo principal de su visita las actividades recreativas, las profesionales (negocios, misiones, reuniones), los estudios, **las peregrinaciones**, o la salud (OMT: 1986, 2, 245).*

*Je třeba připomenout, že za turistu je považován pouze ten návštěvník, který se ubytuje v zemi, kterou navštíví na méně než jeden rok, přičemž hlavním důvodem takové návštěvy je rekreace, profesní činnost (obchodní cesty, mise, jednání), studium, **náboženské poutě** nebo léčebný cestovní ruch (WTO, 1986, 2, 245).*

Dubský (1999: 618) překládá slovo *romanticismo* jako *romanticismus*. V daném kontextu se však podle slov rodilého mluvčího pana Castilla, PhD. nejedná o literární a umělecký směr, ale spíše o romanický ráz, charakter, zálibu v romantice.

*La literaria región manchega, universalmente famosa a través de la pluma genial de Cervantes, no se encuentra en Ninina oferta que trate de despertar la imaginación y **el romanticismo** de nuestros visitantes foráneos.*

*Literární oblast La Mancha, kterou světově proslavil geniální spisovatel Cervantes, není v žádné nabídce, která by u zahraničních turistů vzudila představivost a **zájem o romantiku**.*

V názvu kapitoly 2.1.2 *La accesibilidad de su territorio* jsem se spojení *su territorio* rozhodla nahradit slovem Španělsko, protože se mi toto řešení zdá mnohem jasnější a běžně užívané v turistických průvodcích. Fakt, že se skutečně jedná o Španělsko dokazuje hned první věta *Si la posición de España [...] a také pasáže komentující možnosti dopravy do Španělského království.*

2.1.2 La accesibilidad de **su territorio**

2.1.2 Dostupnost **Španělska**

Text se zabývá tématem cestovního ruchu, proto nás nepřekvapí, že se v něm vyskytuje celá řada toponym, tedy názvy zemí, měst, pohoří a pobřežních letovisek. Podle Kufnerové (2003: 37) „*plati obecně zásada, že je nutno respektovat domácí úzus tvarově i pravopisně*“, tudíž jsem použila pro názvy jednotlivých kontinentů, států a měst počestěná toponyma.

*Más del 60 por 100 del turismo mundial, durante 1985, eligió a países ribereños de mares mediterráneos (**Golfo de México, Cuenca del Mediterráneo, mar Caspio y Mar del Japón**) como destinatarios de sus preferencias turísticas.*

*Více než 60 % turistů podílejících se na mezinárodním cestovním ruchu si zvolilo v roce 1985 země rozkládající se u pobřeží mediteránních moří (**Mexický záliv, Středomořská pánev, Kaspické moře a Japonské moře**) jako své oblíbené turistické cíle.*

*Bajo ese prisma no deberán establecerse comparaciones entre microestados como la **Ciudad de Vaticano, Mónaco, Liechtenstein o Andorra**, con los grandes Estados europeos como **Francia, España, Italia o Reino Unido**, porque es evidente que el impacto del turismo en aquéllos resultaría incomparablemente mayor que en éstos; [...]*

*Z tohoto úhlu pohledu nelze porovnávat mikrostáty jako Městský stát **Vatikán, Monako, Lichtenštejnsko** nebo **Andorra** s velkými evropskými státy jako je **Francie, Španělsko, Itálie** či **Spojené království**, protože je naprosto zřejmé, že dopad cestovního ruchu na ty malé bude nesrovnatelně větší než na ty velké.*

U toponym, která se v češtině objevují zřídka a neexistuje pro ně tedy odpovídající počestěná verze, jsem se rozhodla zachovat španělský název a vložit před něj obecný pojem¹², který čtenáři vysvětlí, jaký geografický útvar máme na mysli. Navíc jsem si také ušetřila případné problémy při deklinaci, neboť se díky tomuto způsobu převodu španělské slovo nachází v závorce v nominativu. Další výhodou tohoto řešení je dodání příslušného španělského koloritu¹³ a navození exotické atmosféry.

*No obstante, la oferta turística española queda muy concretada en determinados lugares de la costa mediterránea (**Costa Brava, Costa Blanca y Costa del Sol**) o en las islas (**Mallorca, Ibiza, Tenerife y Gran Canaria**), por lo que el efecto visual del impacto, en estos espacios geográficos, resulta demasiado evidente.*

*Turistická nabídka ve Španělsku je však silně soustředěna v určitých oblastech na **středomořském pobřeží (Costa Brava, Costa Blanca a Costa del Sol)** a na **ostrovech (Mallorca, Ibiza, Tenerife a Gran Canaria)**, a proto je dopad na tyto geografické oblasti i na první pohled zcela zřejmý.*

¹² Daleko menší porušení originálu je vsunout obratně takové vysvětlení přímo do textu. (Levý, 1963: 83)

¹³ V překladu má smysl zachovávat jen ty prvky specifická, které čtenář překladu může cítit jako charakteristické pro cizí prostředí, tj. jen ty, které jsou schopny být nositeli významu „národní a dobová specifická“. (Levý, 1963: 80)

Ustálená spojení, která se v textu objevila, nepůsobí ve španělštině tak expresivně jak by působila v češtině, kdybychom v naší mateřštině použili jim odpovídající spojení. Proto jsem zvolila neutrální verzi, výrazy citově nezabarvené, které jsou vhodnější pro text o cestovním ruchu s ekonomickým nádechem.

*La literaria región manchega, universalmente famosa **a través de la pluma genial de Cervantes**, no se encuentra en ninguna oferta que trate de despertar la imaginación y el romanticismo de nuestros visitantes foráneos.*

*Literární oblast La Mancha, kterou světově **proslavil geniální spisovatel Cervantes**, není v žádné nabídce, která by u zahraničních turistů vzudila představivost a zájem o romantiku.*

***En el otro extremo de la balanza**, en el turista, quedará también una marca emocional que se traducirá en una serie de estereotipos con los que identificará al pueblo, o pueblos, visitados.*

***Na druhé straně** je emoční stránka projevující se v celé řadě stereotypů, se kterými turisté ztotožňují navštívenou zemi či země.*

*El que cerca de la mitad del turismo entrado en España proceda de Europa Meridional **echa por tierra** el argumento de que se nos visita fundamentalmente por nuestro sol, ya que franceses, italianos y portugueses disfrutan de tanto sol de verano como el que pueden encontrar en nuestro país [...]*

*Skutečnost, že asi polovina turistů inomingového cestovního ruchu je z jižní Evropy, **vyvrací** argument, že přijždějí za sluncem, protože Francouzi, Italové i Portugalci si mohou ve svých zemích užívat letního slunce stejně jako ve Španělsku.*

V textu jsem třikrát narazila na užití anglických slov. Tyto cizojazyčné výrazy představují tzv. třetí jazyk. Kufnerová (2009: 38) se domnívá, že „závisí na tradičním úzu daného kulturního prostředí a také na vztahu jazyka originálu ke konkrétnímu cizímu jazyku, tedy na tom, do jaké míry jsou ony cizí výrazy pro širokou čtenářskou veřejnost srozumitelné.“ Konkrétně se jedná se o výrazy *ranking*, *camping* a *boom*. Ve španělštině pro ně existuje adekvátní překlad: *ranking* = *clasificación*¹⁴, *camping* = *acampada*¹⁵, *boom* = *auge*¹⁶. Autoři textu se rozhodli pro anglicismy pravděpodobně z toho důvodu, že slovo *ranking* můžeme považovat za součást odborné terminologie ekonomie a cestovního ruchu a v dalších dvou případech se jedná spíše o módní slova. Z důvodu lepší srozumitelnosti jsem se rozhodla použít český ekvivalent pro slova *ranking* a *camping* (pro poslední slovo existuje počestěná verze zahrnutá ve *Slovníku spisovné češtiny*) a výraz *boom* jsem se rozhodla ponechat, neboť se běžně objevuje v českých textech o cestovním ruchu a dodávám jim zajímavost.

¹⁴ *Diccionario Compact. Español-inglés. English-spanish.* Barcelona, Larousse Editorial, 1999. p. 451

¹⁵ *Diccionario Compact. Español-inglés. English-spanish.* Barcelona, Larousse Editorial, 1999. p. 75

¹⁶ *Diccionario Compact. Español-inglés. English-spanish.* Barcelona, Larousse Editorial, 1999. p. 58

[...] son el motivo de la enviadable posición francesa en el **ranking** de las más importantes ofertas turísticas del mundo, tanto en valores absolutos como en términos relativos.

[...] jsou příčiny záviděníhodného postavení Francie v **klasifikaci** nejdůležitějších turistických nabídek v rámci celého světa, a to jak v číslech absolutních, tak relativních.

A escala nacional, la oferta turística española (contabilizando plazas hoteleras, albergues, **campings**, apartamentos, villas, etc.) ejerce un impacto sobre el territorio que es superior al soportado por países como Italia, la República Federal Alemana, o incluso el Reino Unido, [...]

Ve vnitrostátním měřítku má turistická nabídka (počítáme-li kapacitu v hotelech, ubytovnách, **kempch**, apartmánech, vilách atd.) na území Španělska větší dopad než na země jako Itálie, Spolková republika Německo či Spojené království [...]

España experimentó el «**boom**» del turismo a partir de la década de los 60, cuando el desarrollismo de europeo no hacía presentir, todavía, el afloramiento de la conciencia ecologista de sus pueblos; [...]

Ve Španělsku začal turistický „**boom**“ v šedesátých letech, kdy v rychle rozvíjejících se evropských zemích dosud neexistovalo ekologické povědomí.

3.2.2.4 Pravopis a interpunkce

Konvence českého a španělského pravopisu nejsou totožné. Proto jsem musela při převodu ze španělštiny do češtiny přistoupit k jistým grafickým úpravám.

Středník patří mezi interpunkční znaménka, která mají v obou jazycích rozdílné užití. Jeho užití ve španělštině je mnohem častější než v češtině. Ve španělštině slouží k oddělování složitějších větných celků, které už obsahují čárky.¹⁷ I když by bylo možné použít středník v češtině k „rozčlenění větného celku na úseky různých stupňů obsahové souvislosti“ (Hartmannová, 1998: 107), rozhodla jsem se ho nahradit čárkou nebo tečkou, protože jeho užití není v naší mateřštině tak běžné.

Las sociedades, en las que el turismo representa una parte muy significativa en la ocupación de sus ciudadanos o en su economía global, son muy sensibles a los altibajos de la demanda; aquéllas, en las que el turismo no pasa de ser una parte ínfima en el volumen de sus negocios, pueden sentirse al margen de los avatares de las preferencias de los turistas.

Ekonomiky, v nichž se cestovní ruch podílí velmi významným způsobem na zaměstnanosti obyvatel nebo celkovém hospodářství země, jsou velmi citlivé na kolísavost poptávky. V zemích, kde cestovní ruch tvoří pouze malou část objemu jejich obchodu, hraje nepříznivý vývoj preferencí turistů pouze okrajovou roli.

Cuanta más densidad de oferta exista en el espacio, mayor será el impacto sobre el territorio considerado; cuanto mayor sea la relación entre el volumen de la oferta y la población que habita el área de comparación, mayor será el impacto social de la oferta.

¹⁷[http://www.rae.es/rae/gestores/gespub000015.nsf/\(voanexos\)/arch7E8694F9D6446133C12571640039A189/\\$FILE/Ortografia.pdf](http://www.rae.es/rae/gestores/gespub000015.nsf/(voanexos)/arch7E8694F9D6446133C12571640039A189/$FILE/Ortografia.pdf) [12.03.2010]

Čím je nabídka v daném prostoru četnější, tím větší dopad má na zkoumané území. Čím vyšší je poměr mezi objemem nabídky a obyvatelstvem, které obývá srovnávanou oblast, tím vyšší bude společenský dopad nabídky.

Při výčtu členů nebo při zhodnocení či vysvětlení všeobecného sahá španělština po dvojtečce¹⁸, kterou můžeme užít i v češtině. Máme také možnost ji nahradit pomlčkou.

Por ello, el turista que nos visita utiliza, con demasiada frecuencia, medios de transporte que son comúnmente utilizados para acceder a las regiones periféricas de la geografía del turismo mundial: el 31,3 por 100 de los recibidos durante 1984 llegaron por aire (tantos como a Turquía en el mismo año), mientras que a Italia sólo llegaron utilizando el avión el 9,9 por 100 de sus visitantes (OCDE: 1986, 190).

Proto turisté navštěvující Španělsko používají velmi často dopravní prostředky běžné pro cesty do vzdálenějších oblastí světa: v roce 1984 přiletělo do Španělska 31,3 % turistů (tolik jako v témže roce do Turecka), zatímco při cestách do Itálie využilo leteckou dopravu pouze 9,9 % návštěvníků (OECD: 1986, 190).

Autor použil v celém textu boční (latinské) uvozovky «>», v češtině jsem použila uvozovky dvojité (anglické) „“, které v našem jazyce slouží jako základní.¹⁹

Los grandes bloques de apartamentos o de hoteles junto a la playa, la urbanización incotrolada de pequeñas poblaciones marineras (como Benidorm o Torremolinos), la colonización de los espacios vegetados junto a las costas (como en la Costa Brava) y la sobreexplotación de los acuíferos subterráneos de las regiones subtropicales de Andalucía, fueron las principales consecuencias de la «turistificación» de España.

Ohromné bloky apartmánů a hotelů v bezprostřední blízkosti pláží, nekontrolovaná zástavba malých rybářských vesnic (Benidorm a Torremolinos), osídlování zelených prostor kolem pobřeží (Costa Brava) a bezohledné využívání podzemních vod v subtropických oblastech Andalusie byly hlavními důsledky „turistifikace“ Španělska.

Slova a slovní spojení typu *sin embargo, no obstante, pues, además, es decir, o sea* příslovce či příslovečná spojení typu *efectivamente, posiblemente, quizás* oddělujeme čárkou, stojí-li na začátku věty. V češtině čárku nepíšeme.

No obstante, la cercanía a los centros de demanda, junto a otros factores de tipo climático y económico, han hecho de España una de las grandes plataformas del turismo en este último tercio del siglo.

Nicméně blízkost Španělska od oblastí s vysokou spotřebitelskou poptávkou spolu s dalšími klimatickými a ekonomickými faktory učinily z této země v poslední třetině 20. století jednu z nejoblíbenějších turistických destinací.

A escala nacional, la oferta turística española (contabilizando plazas hoteleras, albergues, campings, apartamentos, villas, etc.) ejerce un impacto sobre el territorio que es superior al soportado por países como Italia, la República Federal Alemana, o incluso el Reino Unido [...]

¹⁸ [http://www.rae.es/rae/gestores/gespub000015.nsf/\(voanexos\)/arch7E8694F9D6446133C12571640039A189/\\$FILE/Ortografia.pdf](http://www.rae.es/rae/gestores/gespub000015.nsf/(voanexos)/arch7E8694F9D6446133C12571640039A189/$FILE/Ortografia.pdf) [12.03.2010]

¹⁹ <http://prirucka.ujc.cas.cz/?id=162> [30.07.2010]

*Ve vnitrostátním měřítku má turistická nabídka (počítáme-li kapacitu v hotelech, ubytovnách, kempech, apartmánech, vilách **atd.**) na území Španělska větší dopad než na země jako Itálie, Spolková republika Německo či Spojené království [...]*

V textu jsem našla několik pravopisných překlepů.

*El turista procedente de América posee un alto poder **adquisitivo**, ya que los gastos de transporte son demasiado elevados [...]*

*Posee archipiélagos estratégicamente situados (en el Mediterráneo occidental y en las costas atlánticas de **Africa**), que sirven de respuesta adecuada a la demanda turística manifiestamente atraída por los territorios insulares.*

*Si estrechamos más aún el cerco del área de origen de los turistas del mundo, constriñéndonos al marco de los países europeos pertenecientes a las economías de **libremercado** [...]*

Jeden z nich způsobil i gramatickou chybu, neboť při překlepu došlo k záměně množného čísla za číslo jednotné.

*Las instalaciones hoteleras españolas **alcanza** unos niveles medios de ocupación anual que están próximos al 60 por 100 [...]*

3.2.2.5 Číslovky

V textu se vyskytuje mnoho číslic. Konvence českého a španělského pravopisu týkajícího se číslovek se neshodují, proto jsem musela při překladu provést jisté úpravy.

Rozhodla jsem se zachovat v překladu číslice tam, kde byly i v originálu. Pokud v originálu byla číslovka vypsána slovy, většinou jsem učinila totéž i v překladu. Číslovky jsem zachovala hlavně v případech, kdy se jednalo o srovnání a řady čísel. Překlad představuje text, který se specializuje hlavně na statistiky a porovnávání počtu turistů a příjmů v cestovním ruchu, proto je používání číslic názorné, přehledné a umožňuje snadnou a rychlou orientaci.

*Casi **242** millones, de los **333** millones de turistas internacionales que se contabilizaron durante 1985, procedían de Europa.*

*Téměř **242** milionů z celkem **333** milionů turistů podílejících se na mezinárodním cestovním ruchu v roce 1985 pocházelo z Evropy.*

U výrazů příslovečné povahy jsem číslici ve španělštině nahradila v češtině slovy, protože tento zápis je v naší mateřštině běžnější.

*Recibe casi tantos turistas ingleses como Francia (más de 5 millones) y **4 veces** más que Italia o Alemania.*

*Do Španělska přijíždí skoro tolik anglických turistů jako do Francie (více než 5 milionů) a **čtyřikrát** více než do Itálie a Německa.*

Pokud se v češtině rozhodneme pro zápis číslovek čísly, oddělujeme trojice řádů mezerami, ne tečkou jako ve španělštině, protože „s výjimkou letopočtů se při zápisu číslicemi tisíce oddělují od ostatních řádů tečkou.“ (Králová, 1999: 82). Tečku v češtině užíváme pouze při psaní peněžních částek.²⁰

*Los **27.477.000** visitantes catalogados como turistas, según la definición de la OMT, que llegaron a España durante 1985, representaron, en aquel año, el 8,25 por 100 del volumen total de turistas contabilizados en el mundo.*

*V průběhu roku 1985 přijelo do Španělska **27 477 000** návštěvníků považovaných podle definice WTO za turisty, kteří v daném roce představovali 8,25 % z celkového objemu turistů evidovaných na světě.*

Na rozdíl od češtiny se „procenta ve španělštině vyjadřují číslovkou a výrazem por ciento (zápis možný také značkou %, která se od příslušné číslovky neodděluje mezerou).“ (Králová, 1999: 88) V případě, že v češtině zvolíme variantu s užitím symbolu, je však třeba tuto mezeru udělat.²¹ V textu, který jsem si vybrala pro překlad, se ve španělštině procenta vždy objevují v následující podobě: *xx por 100*. Rozhodla jsem se tuto formu v češtině nahradit znakem % ve všech případech, neboť v našem jazyce se tento symbol používá velmi často.

*Son además visitantes extranjeros los que mayoritariamente ocupan las plazas hoteleras en España (el **65 por 100** de las pernoctaciones durante 1985), al contrario de lo que ocurre en Italia (sólo el **33 por 100** de las noches ocupadas) y sobre todo en Francia (únicamente **un 27 por 100**).*

*Navíc jsou hotelová lůžka ve Španělsku obsazena převážně zahraničními návštěvníky (**65 %** přenocování v roce 1985), zatímco naopak je tomu v Itálii (pouze **33 %** přenocování) a ve Francii (jenom **27 %**).*

Pro promile je možné v češtině použít znak ‰, ale mnohem běžnější je vlastní slovo *promile*, které jsem také zvolila ve svém překladu.

*Con la vigésima parte de la capacidad hotelera del mundo (cuando por su superficie sólo representa un **3,7 por mil** de la superficie de las tierras emergidas y, por su población, un **8 por mil** de la Humanidad), representa una oferta relativa extremadamente sobredimensionada.*

*Tato relativní nabídka, která tvoří dvacetinu světové hotelové kapacity (za předpokladu, že rozloha Španělska představuje pouze 3,7 **promile** zemského povrchu a co do počtu obyvatel 8 **promile** světové populace), se jeví jako velmi předimenzovaná.*

Podle Jazykové poradny Ústavu pro jazyk český „číslo a značku [měny] oddělujeme mezerou: 100 Kč = sto korun českých. [...] Měnové jednotky v textu buď vypisujeme slovem,

²⁰ <http://prirucka.ujc.cas.cz/?id=791> [07.04.2010]

²¹ Značky se od číselné hodnoty oddělují mezerou, např. 10 ha = 10 hektarů, 3 kg = 3 kilogramy, 14 % = čtrnáct procent. (<http://prirucka.ujc.cas.cz/?id=785>) [31.07.2010]

např. účtujeme 500 korun, eur, dolarů, liber, jenů, nebo používáme značky měn, a to písmenné: Kč (= koruna česká) či značky z písmen různě upravených: € (= euro), \$ (= dolar), £ (= libra), ¥ (= jen) atd.²² Jelikož se jedná o text s mnoha číselnými statistikami, rozhodla jsem se i v češtině použít pro dolar značku stejně jako ve španělštině.

El español medio gastó 26 \$ per capita por la práctica del turismo (o excursionismo) fuera de sus fronteras [...]
Průměrný Španěl utratil za turistické služby v zahraničí (včetně výletrníků) 26 \$ na hlavu [...]

Ve španělštině vyjadřujeme léta pomocí základních číslovek, v češtině se však jedná o číslovky řadové.

*Los desiertos de arena de los extremos oriental y occidental de Andalucía, que han servido de escenario a tantas películas durante **los 60 y los 70**, que resultarían unos importantes y atrayentes espacios turísticos, carecen del más mínimo servicio para poderlos incluir en un programa razonable.*

*Písečné pouště ve východní a západní části Andalusiie, které posloužily jako scénérie k mnoha filmům natočených v **šedesátých a sedmdesátých** letech, by se mohly stát významnými a atraktivními turistickými oblastmi, nemají ani minimální základní vybavení, aby mohly být zahrnuty do nějakého adekvátního programu.*

3.2.2.6 Faktické chyby

V rámci celého textu jsem se nesečkala s žádnou faktickou chybou či nesrovnalostí. Narazila jsem pouze na pravopisné překlapy. (viz 3.2.2.4 Pravopis a interpunkce)

3.2.2.7 Problematické pasáže vyžadující konzultaci odborníků

Problematické části v překladu představovala zvláště terminologie cestovního ruchu a geografie, proto jsem konkrétní případy konzultovala se specialisty v daném oboru. Pro lepší názornost přikládám v kapitole 6. Přílohy malý glosář cestovního ruchu.

Odborné termíny z oblasti cestovního ruchu jsem konzultovala s paní PhDr. Jolanou Myslivcovou. V textu se velmi často objevují výrazy typu *los turistas procedentes de, los visitantes que vienen de, los que llegaron*. Tato spojení je možné vedle literárního překladu nahradit také výrazy *příjezdový cestovní ruch, pasivní cestovní ruch* či *incoming*, neboť právě v rámci cestovního ruchu se jedná o turisty přijíždějící ze zahraniční, z jiných zemí do dané země, v našem případě do Španělska. Ze stylistického hlediska jsem tak měla na výběr mezi několika variantami a mohla tak libovolně obměňovat slovní spojení, aby tak nedocházelo k jejich opakování.

Su posición periférica, con respecto al continente (la península más meridional y occidental de Europa) y su deficiente red de

²² <http://prirucka.ujc.cas.cz/?slovo=euro> [31.07.2010]

transportes en conexión con las grandes arterias del tráfico europeo, actúan de factores restrictivos para **la llegada de los turistas**.

Poloha Španělska na okraji kontinentu (nejjižnější a nejzápadnější poloostrov Evropy) a jeho dopravní síť, která je nedostatečně propojená s velkými dopravními evropskými tepnami, patří k omezujícím faktorům **příjezdového cestovního ruchu**.

Los turistas llegados a España, y en general al mundo mediterráneo, suelen proceder [...] No debemos olvidar que más del 44 por 100 de los **turistas llegados** a España en 1985, procedían de **esta gran zona emisora**, y el 25,4 por 100 más eran franceses, del resto de los países de la Europa Meridional un 20,4 por 100, con lo que el total de **turistas europeos (no socialistas) recibidos** en nuestro país fue del 83,1 por 100.

Turisté přijíždějící do Španělska a obecně do Středomoří pocházejí [...] Nesmíme zapomínat na to, že více než 44 % výdajů za služby cestovního ruchu na světě generují turisté z těchto geoeconomických oblastí. 37,3 % turistů, kteří **navštívili Španělsko** v roce 1985, přijelo z této velké oblasti **incomingového cestovního ruchu**, 25,4 % z Francie a 20,4 % z ostatních zemí jižní Evropy, čímž celkový počet turistů z evropských (ne socialistických) zemí, kteří **zavítali do Španělska**, dosáhl 83,1 %.

Pero, si que pueden, y deben, efectuarse entre entidades homólogas, porque nos informan de la importancia relativa del turismo, como hecho de amplio impacto e influencia social, en los pueblos que se encuentran en el punto de mira de **la llegada de los flujos turísticos**.

Avšak je možné a musí se porovnávat srovnatelné celky, protože jen tak získáme informace o relativním významu cestovního ruchu a jeho dopadu a společenském vlivu na země, které jsou centrem zájmu **aktivního cestovního ruchu**.

Pro výraz *turismo* existují v češtině dva ekvivalenty, *cestovní ruch* a *turismus* (hlavně pod vlivem angličtiny). V českém úzu se ale dává přednost slovnímu spojení *cestovní ruch*, *turismus* se podle paní PhDr. Myslivcové nepoužívá tak často.

Por eso, cuando se analiza la oferta complementaria, *quo vive por y para el turismo*, el panorama resulta *harto diferente*.

Proto v případě analýzy doplňkové nabídky, která žije pro cestovní ruch a z cestovního ruchu, je pohled velmi odlišný.

El Reino Unido y la República Federal Alemana, mantienen una muy fuerte dependencia del **turismo** americano, por lo que sus altibajos se reflejan elocuentemente en sus **balanzas turísticas**.

Spojené království a Německá spolková republika jsou na americkém **turismu** velmi závislé, takže taková rozkolísanost se ihned výrazně odrazí na **bilanci cestovního ruchu** v těchto zemích.

Také s překladem zeměpisných podnebných pásů jsem se poradila s panem RNDr. Jaroslavem Šolcem. Došli jsme k závěru, že je vhodné použít *podnebný mírný pás*, neboť toto spojení je velmi časté, pokud hovoříme o atmosféře a podnebných podmínkách.

Se encuentra dentro de **las altitudes templado-cálidas** (entre los 27°38'N, como extremo meridional de las Islas Canarias, y los 43°47'N, como extremo septentrional de la Península), reputadas como zona geográfica de excelente clima, a caballo entre los climas fríos, húmedos y brumosos de **las latitudes templado-húmedas y**

subpolares, o los cálidos, áridos o húmedos, de **las zonas tropicales y ecuatoriales**.

Nachází se v zeměpisných šířkách **teplého mírného podnebního pásu** (mezi 27°38' s. š. – nejjižnější bod Kanárských ostrovů a 43°47' s. š. – nejsevernější bod Pyrenejského poloostrova), což je geografická zóna s vynikajícími klimatickými podmínkami rozkládající se na hranici chladného, vlhkého a mlhavého klimatu **mírného a subpolárního podnebního pásu** a horkého, suchého či vlhkého klimatu **tropického a rovníkového pásu**.

Zvláštním případem bylo slovo *meseta*. Hovoříme-li o Španělsku, je podle slov pana RNDr. Jaroslava Šolce „v oblasti geografie běžné používat španělský výraz *meseta*, který se píše s velkým počátečním písmenem a slouží tak jako název náhorní plošiny.“ To dokládá i následující věta z knihy *Geografie cestovního ruchu* (2001: 53): „Převážnou část španělského vnitrozemí vyplňuje **vysoko položená plošina Meseta**, rozdělená na dílčí části četnými pohorími.“

[...] los Pirineos, en el istmo de la península, y la disposición periférica de los sistemas montañosos peninsulares con respecto a la **meseta** interior, han sido una importante causa del subdesarrollo de la red viaria.

Pyreneje rozkládající se na šíji poloostrova a horské systémy po obvodu poloostrova obklopující **náhorní plošinu Meseta** ve vnitrozemí zapříčinily nedostatečný rozvoj silniční sítě.

Slovní spojení z oblasti historie *la crisis libio-americana* jsem na základě doporučení pana prof. PhDr. Josefa Opatrného, CSc. přeložila jako *lybijsko-americká krize*, přestože i dalšími možnými variantami by bylo např. *americko-lybijská válka* či *USA vs Lybie*.

[...] como lo demostró la caída en la presencia de turistas americanos en los países europeos, durante 1986, debido a **la crisis libio-americana** y a la subsiguiente amenaza terrorista sobre los ciudadanos estadounidenses.

[...] jak to dokazuje pokles amerických turistů v evropských zemích v roce 1986 kvůli **lybijsko-americké krizi** a následným teroristickým hrozbám namířeným proti americkým občanům.

4. ZÁVĚR

Cestovní ruch je jedním z nejrychleji se rozvíjejících odvětví světového hospodářství, proto veškeré publikace věnované tomuto tématu se stávají velmi rychle neaktuálními. Slovní zásoba se velmi rychle proměňuje a užívá celou řadu internacionalismů.

Snažila jsem se, aby text překladu zachoval smysl originálu a byl pro čtenáře srozumitelný. Soustředila jsem se zvláště na převedení sémantické, stylistické a pragmatické složky textu a ověřila jsem si všechna věcná fakta v odborné literatuře či na internetových stránkách. Cílem odborného komentáře pak byla reflexe nad překladatelskými problémy a odůvodnění navržených překladatelských řešení.

Závěrem bych ráda ještě jednou poděkovala všem osloveným vyučujícím Filozofické fakulty Univerzity Karlovy v Praze za jejich ochotu a pomoc.

5. BIBLIOGRAFIE

5.1 Překládaný text

- **DÍAZ ÁLVAREZ, José Ramón:** *Geografía del Turismo*. Ed. 6^a Madrid: Sintesis, 1999. p. 152. ISBN 84-7738-016-3

5.2 Slovníky

- **DUBSKÝ, Josef a kol.:** *Velký španělsko-český slovník I/ A-H*. 2. vyd. Praha : Academia, 1999. 958 s. ISBN 80-200-0484-X
- **DUBSKÝ, Josef a kol.:** *Velký španělsko-český slovník II/ I-Z*. 2. vyd. Praha : Academia, 1999. 960 s. ISBN 80-200-0485-8
- **CHALUPA, Jiří a kol.:** *Španělsko-český, česko-španělský slovník*. 1. vyd. Olomouc : Fin Publishing, 2000. s.1824 ISBN 80-86002-54-3
- **MOLINER, María:** *Diccionario de uso del español*. Ed. 3^a. Madrid : Gredos, 2007. ISBN 9788424928865
- **SÁNCHEZ, Alquilino:** *Gran Diccionario de uso del español actual*. Ed. 1^a. Madrid : SGEL, S.A., 2001. 2136 p. ISBN 9788471438720
- **Ústav pro jazyk český (Akademie věd).** *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost : s Dodatkem Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy České republiky*. 2. vyd. Praha : Academia, 2004. 647 s. ISBN 80-200-0493-9
- **Ústav pro jazyk český (Akademie věd).** *Pravidla českého pravopisu : školní vydání včetně Dodatku*. 2. vyd. Praha : Fortuna, 2004. 383 s. ISBN 80-7168-679-4

5.3 Teoretická literatura

- **ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA:** *Nueva gramática de la lengua española*. Ed. 1^a. Madrid : Espasa, 2010. p. 993. ISBN 9788467032819
- **BÁEZ SAN, Valerio José; DUBSKÝ, Josef; KRÁLOVÁ, Jana:** *Moderní gramatika španělštiny*. 1. vyd. Plzeň : Fraus, 1999. 246 s. ISBN 80-7238-054-0
- **ČECH, Jiří:** *Malá encyklopedie cestovního ruchu. Vybrané pojmy v češtině a angličtině, definice, zkratky*. Praha : IDEA SERVICE, 1998. 1. vyd. 132 s. ISBN 80-85970-19-8
- **ČERMÁK, František:** *Jazyk a Jazykověda*. 3. vyd. Praha : Karolinum, 2004. s. 344. ISBN 80-246-0154-0

- **ČERMÁK, Petr:** *Fonetika a fonologie současné španělštiny*. 1. vyd. Praha : 2005. Nakladatelství Karolinum. 200 s. ISBN 80-246-0879-0.
- **ČERTÍK, Miroslav a kol.:** *Cestovní ruch. Vývoj, organizace a řízení*. Praha : OFF, 2000. 1. vyd. 352 s. ISBN 80-238-6275-8
- **GREPL, Miroslav a kol.:** *Příruční mluvnice češtiny*. 2. vyd. Praha : Lidové noviny, 2003. 799 s. ISBN 80-7106-134-4
- **HRALA, Václav:** *Geografie cestovního ruchu*. Praha : IDEA SERVIS, 1994. 2. vyd. 194 S. ISBN 80-901462-4-4
- **CHACÓN Gil, Pablo; HRUBÁ, Hana; KRÁLOVÁ, Jana; KRBCOVÁ, Milada.** *„Fiesta 3!, Metodická příručka*. 1. vyd. Plzeň : Fraus, 2004. 124 s. ISBN 80-7238-213-6.
- **KUFNEROVÁ, Zlata:** *Čtení o překládání*. 1. vyd. Praha : H&H, 2009. s. 128. ISBN 978-80-7319-088-0
- **KUFNEROVÁ, Zlata a kol.:** *Překládání a čeština*. 1. vyd. Praha : H&H, 2003. s. 272. ISBN 80-85787-14-8
- **LEVÝ, Jiří:** *Umění překladu*. 1. vyd. Praha : Československý spisovatel, 1963. 286 s.
- **MOUNIN, George:** *Teoretické problémy překladu*. 1. vyd. Praha : Karolinum, 1999. s. 271. ISBN 80-7184-733X
- **PÁSKOVÁ, Martina; ZELENKA, Josef.** *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj, 2003. s. 448. ISBN 80-239-0152-4
- **RYGLOVÁ, Kateřina:** *Cestovní ruch. Soubor studijních materiálů*. Brno : KEY Publishing, 2009. 3. Vyd. ISBN 978-80-7418-28-6
- **ŠTĚPÁNEK, Vít; KOPAČKA, Ludvík; ŠÍP, Jiří:** *Geografie cestovního ruchu*, Praha : Karolinum, 2001. 1. vyd. 232 s. ISBN 80-246-0172-9
- **VILIKOVSKÝ, Ján:** *Preklad ako tvorba*. 1. vyd. Bratislava : Slovenský spisovateľ, 1984. 249 s.

5.4 Internet

- <http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/barometr.pdf>
- <http://www.gis.zcu.cz/studium/dbg2/Materialy/html/ch16.html>
- <http://www.krajinnvyraz.cz/>
- <http://www.lpcr.cz/>

- <http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=9436a891-44cd-426a-88b9-373e4ce4900a>
- <http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch>
- <http://prirucka.ujc.cas.cz>
- <http://www.rae.es>
- [http://www.rae.es/rae/gestores/gespub000015.nsf/\(voanexos\)/arch7E8694F9D6446133C12571640039A189/\\$FILE/Ortografia.pdf](http://www.rae.es/rae/gestores/gespub000015.nsf/(voanexos)/arch7E8694F9D6446133C12571640039A189/$FILE/Ortografia.pdf)
- http://www.slunceasnih.cz/html/pojmy_v_cestovnim_ruchu.html
- <http://www.worldreference.com>

6. PŘÍLOHY

Na následujících stránkách je k dispozici malý glosář odborných termínů používaných v cestovním ruchu.

➤ **ČECH, Jiří:** *Malá encyklopedie cestovního ruchu. Vybrané pojmy v češtině a angličtině, definice, zkratky.* Praha : IDEA SERVICE, 1998. s. 7-63.

- **Aktivní cestovní ruch** – běžně ještě používaný pojem pro příjezdový cestovní ruch
- **Apartmá** (z fr. appartement) – uzavřený soubor místností v hromadném ubytovacím zařízení, obvykle v hotelu, určený k přechodnému ubytování a sestávající zpravidla z ložnice a hygienického zařízení a dalšího nebo dalších pokojů (pracovny, obývacího pokoje, jídelny apod.)
- **Atraktivita cestovního ruchu** (angl. tourist attraction) – přírodní nebo lidskou činností vytvořená pozoruhodnost, např. objekt (přírodní, historický, architektonický, technický atd.), nebo společenská, kulturní apod. událost, vyvolávající zájem účastníků cestovního ruchu o návštěvu určitého místa či území
- **Cestovní ruch** (angl. tourism) – podle definice WTO/*A)I „činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu v místech mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho uceleného roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely“, podle různých hledisek lze rozlišovat například cestovní ruch domácí, zahraniční, mezinárodní, tranzitní, krátkodobý a dlouhodobý, organizovaný a neorganizovaný, individuální a neindividuální, volný a vázaný, rekreační, poznávací, kulturní, náboženský, lázeňský, lovecký, kongresový, sportovní, služební, dětí a mládeže, dospělých, starších občanů, sociální
- **Destinace** (z angl. destination) – cíl, směřování
- **Devizy** – bezhotovostní finanční prostředky v cizí měně vedené u finančních ústavů, s nimiž je možno disponovat na základě vystavených platebních dokumentů
- **Domácí cestovní ruch** (angl. domestic tourism) – podle WTO/*A)/ „účast občana dané země na cestovním ruchu v rámci jejího území mimo místo jeho obvyklého pobytu za účelem využití volného času, obchodu nebo jiným účelem po dobu kratší jednoho uceleného roku“
- **Doplňkové služby cestovního ruchu** – služby, které jsou bezpodmínečnou podmínkou účasti cestovního ruchu, ale navazují (doplňují) na služby základní, patří sem např. služby obchodu, kulturní, pro motoristy, sportovně-rekreační, společensko-

rekreační, společensko-zábavní, zprostředkovatelské, směnářské, informační, lázeňské, celní služba atd.

- **Exkurzionista** viz *výletník*
- **Geografie cestovního ruchu** – část hospodářského zeměpisu, zabývající se vlivem cestovního ruchu a jeho postavením v ekonomickém vývoji území, v tomto rámci se zabývá studiem činitelů, zákonitostí a faktickým rozmístěním cestovního ruchu v jednotlivých oblastech
- **Hlavní sezona** (angl. top season, main season, high season) – klimaticky příhodné období, v němž se projevuje nejvyšší poptávka po službách cestovního ruchu v daném místě či oblasti a jejich nabídka; období nejvíce využívané k účasti na cestovním ruchu, tedy období s nejvyšší navštěvovaností a největším provozem a zpravidla i s nejvyššími cenami
- **Hostel** (angl.) – ubytovna, studentská kolej
- **Hotel** – veřejně přístupné ubytovací zařízení, určené pro přechodné ubytování hostů v pokojích, provozované podle obchodních zásad; rozsah a kvalita vybavení a služeb se označují zpravidla hvězdičkami (řády v ČR), písmeny, číslicemi, příp. číslem kategorie; podle „Doporučení“ *C)/je hotel ubytovacím zařízením s nejméně 10 pokoji
- **Hotelová kapacita** (angl. hotel capacity) – počet stálých hotelových lůžek nebo pokojů
- **Hotelový řetězec** (angl. hotel chain) – seskupení hotelů propojených vztahy vzájemné spolupráce, zejména pokud jde o zabezpečování rezervací ubytování, vzájemnou propagaci, výcvik zaměstnanců atd.
- **Incoming tourism** (angl.) – příjezdový cestovní ruch
- **Infrastruktura cestovního ruchu** (angl. tourist infrastructure) – souhrn předpokladů pro uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu v daném místě či oblasti (doprava, komunikace, elektřina, kanalizace, pitná voda, zařízení poskytující služby, kulturní zařízení, sportovní zařízení atd.)
- **Itinerář** (angl. itinerary) – plán či program cesty
- **Kemp** – zařízení určené pro přechodný pobyt hostů, ubytovaných zpravidla v jejich vlastním ubytovacím zařízení (stanu, obytném přívěsu, obytném vozidle), a poskytující určitý rozsah služeb, daný jeho vybavením; součástí řady kempů je i nabídka ubytování v objektech provozovatele (zpravidla chatách nebo bungalovech nebo i jejich samostatně pronajímaných částech

- **Kulturní památky** – podle zákona o památkové péči /D*)/ nemovité a movité věci, popřípadě jejich soubory, a) které jsou významnými doklady historického vývoje, životního způsobu a prostředí společnosti od nejstarších dob do současnosti, jako projevy tvůrčích schopností a práce člověka z nejrůznějších oborů lidské činnosti, pro jejich hodnoty revoluční, historické, umělecké, vědecké a technické, b) které mají přímý vztah k významným osobnostem a historickým událostem
- **Mezinárodní cestovní ruch** (angl. podle WTO /*A)/ international tourism) – souhrn zahraničního příjezdového a výjezdového cestovního ruchu, viz *zahraniční cestovní ruch*
- **Národní kulturní památky** – podle zákona o památkové péči /*D)/ *kulturní památky* (viz), které tvoří nejvýznamnější součást kulturního bohatství národa
- **Národní přírodní památka** – podle zákona o ochraně přírody /*E)/ zvláště chráněná rozsáhlá území, jedinečná v národním či mezinárodním měřítku, jejichž část zaujímají přirozené nebo lidskou činností málo ovlivněné ekosystémy, v nichž rostliny, živočichové a neživá příroda mají mimořádný vědecký a výchovný význam
- **Návštěvník** (angl. visitor) – podle WTO /*A)/ „osoba cestující do jiného místa, než je její místo obvyklého pobytu, na dobu kratší dvanácti za sebou následujících měsíců a jejíž hlavní účel cesty je jiný než výkon placené činnosti v navštíveném místě“, podle doby pobytu se dělí na *výletníky* (viz) a *turisty* (viz), podle místa trvalého pobytu se dělí na domácí a zahraniční; osoba vstupující do objektu za účelem jeho prohlídky – návštěvník muzea, galerie, hradu atd.
- **Oblast cestovního ruchu** – území s principiálně shodnými vlastnostmi, předpoklady a přírodními podmínkami vhodnými pro cestovní ruch
- **Ostatní služby cestovního ruchu** – viz *doplňkové služby cestovního ruchu*
- **Památka** – hmotný objekt spjatý s minulostí kulturní, historickou, architektonickou či technickou
- **Pasivní cestovní ruch** – viz *výjezdový cestovní ruch*
- **Podnik cestovního ruchu** – obchodní subjekt zabývající se prodejem služeb cestovního ruchu
- **Potenciál cestovního ruchu** (angl. tourism potential) – souhrn služeb cestovního ruchu, které mohou být v daném území poskytnuty během roku
- **Produkt cestovního ruchu** (angl. tourism product) – souhrn konkrétních materiálních (např. zbožových) a nemateriálních (služby) hodnot určených pro uspokojení účastníků cestovního ruchu

- **Profesionální cestovní ruch** – cestovní ruch s vědecko-informační funkcí, např. účast na kongresech, sympoziích, odborných výstavách a jiných odborně zaměřených akcích (též *kongresový cestovní ruch*)
- **Propagace v cestovním ruchu** (angl. tourism publicity) – činnost zaměřená na určitý okruh lidí, jejímž účelem je informovat je o možnostech cestovního ruchu v daném místě či regionu anebo o činnosti subjektu cestovního ruchu a vyvolat jejich zájem, jejich poptávku po nabízených možnostech
- **Průmysl cestovního ruchu** – souhrn podnikatelských aktivit a hmotných podmínek cestovního ruchu
- **Příjezdový cestovní ruch** – (angl. podle WO inbound tourism, jinak též incoming tourism) – podle WTO /*A)/ „účast na cestovním ruchu v daném území osobami, které nejsou jeho občany a pobývají v něm po dobu kratšího jednoho uceleného roku mimo místo svého obvyklého pobytu za účelem využití volného času, obchodu nebo za jiným účelem“; zahraniční příjezdový cestovní ruch – příjezdy občanů cizích států do navštíveného státu
- **Přírodní památka** – podle zákona o ochraně přírody /*E)/ přírodní útvar menší rozlohy, zejména geologický či geomorfologický, naleziště vzácných nerostů nebo ohrožených druhů ve fragmentech ekosystémů, s regionálním ekologickým, vědeckým či estetickým významem
- **Rekreace** – duševní a fyzický odpočinek zotavení, osvěžení
- **Sezona** (angl. season) – určité období roku, jehož zejména přírodní podmínky vytvářejí vhodné předpoklady pro intenzivní nabídku služeb turistického zájmu a žádoucí poptávku turistické veřejnosti
- **Služby cestovního ruchu** – činnost směřující k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu; patří sem zejména služby ubytovací, stravovací, dopravní, služby obchodu, kulturní, společensko-zábavní, sportovně-rekreační, lázeňské, směnářské, komunální, informační, služby pro motoristy, celní služba; podle významu se dělí na *základní služby* (viz) a *doplňkové (ostatní, vedlejší) služby* (viz), podle způsobu financování se dělí na placené a neplacené služby
- **Středisko cestovního ruchu** (angl. tourism centre, tourism komplex) – menší územní celek, případně obec, poskytující přírodní i uměle vytvořené předpoklady a možnosti účasti na cestovním ruchu (např. ubytovací a stravovací zařízení, možnosti společenského, kulturního a sportovního využití atd.)
- **Turismus** (angl. tourism) – v češtině méně často užívaný výraz pro *cestovní ruch* (viz)

- **Turista** (angl. tourist) – podle WTO /*A)/ „návštěvník, který v navštíveném místě aspoň jednu noc přenocuje“. Podle místa trvalého pobytu se turisté dělí na domácí turisty, tj. občany daného státu, zahraniční turisty, tj. občany jiného než navštíveného státu; osoba věnující se *turistice* (viz)
- **Turistický potenciál** (angl. tourist potential) – viz *potenciál cestovního ruchu*
- **Turistický průmysl** – viz *průmysl cestovního ruchu*
- **Turistika** (angl. touring, wandering) – aktivní forma účasti na cestovním ruchu, maximálně využívající možnosti bezprostředního pobytu a pohybu v přírodním prostředí a zpravidla spojená s jednoduchými formami ubytování a stravování (ve vlastním stanu, vlastní příprava jídel), jako příklad lze uvést turistiku pěší, horskou, vysokohorskou, vodní, vodáckou, lyžařskou, cykloturistiku, mototuristiku atd.
- **Ubytovací kapacita** (angl. accommodation capacity) – celkový počet lůžek nebo pokojů v ubytovacím zařízení; celkový počet osob, které mohou být v určitém prostoru, místě nebo oblasti ubytovány při plném vytížení ubytovacích zařízení
- **Ubytovací zařízení** (angl. accommodation facility) – veřejně přístupné zařízení provozované na obchodních zásadách, poskytující za úplatu přechodné ubytování a s ním spojené placené a neplacené služby. Podle „Doporučení“ /*C)/ se ubytovací zařízení zařazují podle druhů do kategorií podle převažujícího vybavení a úrovně poskytovaných služeb do tříd. Třídy se označují hvězdičkami, u hotelů a penzionů též s označením „garni“. Ubytovací zařízení se podle „Doporučení“ /*C/ člení na hromadná a individuální ubytovací zařízení
- **Vedlejší služby** – viz *doplňkové služby*
- **Vnitřní cestovní ruch** (angl. podle WTO internal tourism) – podle WTO /*A)/ „souhrn domácího cestovního ruchu a příjezdového cestovního ruchu“
- **Výjezdový cestovní ruch** (angl. podle WTO outbound tourism, jinak též outgoing tourism) – cesty občanů daného místa, oblasti či státu mimo jeho rámeček; zahraniční výjezdový cestovní ruch – cesty občanů daného státu do zahraničí
- **Výletník** (angl. excursionist) – podle WTO /*A)/ „účastník cestovního ruchu, který v navštíveném místě ani jednou nepřespí“; domácí výletník, zahraniční výletník; účastník výletu
- **Využití ubytovací kapacity** (angl. bed occupancy rate, room occupancy rate) – podíl skutečně obsazených lůžek či pokojů na jejich celkovém disponibilním počtu v posuzovaném období
- **Zahraněční aktivní cestovní ruch** – viz *příjezdový cestovní ruch*

- **Zahraniční cestovní ruch** – (angl. podle WTO international tourism) – v domácí praxi užívaný termín pro souhrn zahraničního příjezdového a výjezdového cestovního ruchu (podle WTO jde o mezinárodní cestovní ruch)
 - **Zahraniční návštěvník** – podle WTO /*A)/ „občan cizího státu pobývajícím na území jiného státu, než je stát jeho trvalého pobytu, na dobu kratší dvanácti za sebou jdoucích měsíců a jehož hlavní účel cesty je jiný než výkon placené činnosti v navštíveném státě“
 - **Zahraniční příjezdový cestovní ruch** – viz *příjezdový cestovní ruch*
 - **Zahraniční turista** (angl. foreign tourist) – viz *turista*
 - **Základní služby** – služby pro účast na cestovním ruchu nezbytné – služby dopravní, ubytovací, stravovací
- **RYGLOVÁ, Kateřina:** *Cestovní ruch. Soubor studijních materiálů.* Brno : KEY Publishing, 2009. s. 11-14.
- **Cestovní ruch** (dle AIEST – Mezinárodní sdružení expertů cestovního ruchu) definujeme „jako souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání.“
 - **Zdrojová země** – země s největším počtem výjezdů turistů.
 - **Destinace** – turistická oblast.
 - **Léčebný a lázeňský cestovní ruch** – využívá přírodní léčivé zdroje a je zaměřen na léčbu, prevenci, relaxaci, celkovou obnovu fyzických a duševních sil jednotlivce.
 - **Zahraniční cestovní ruch** – dochází k překročení hranic jednoho či více států. Jde o výjezdový cestovní ruch spojený s výjezdy osob tuzemska do zahraničí a dále příjezdový cestovní ruch spojený s příjezdy osob ze zahraničí do tuzemska.
 - **Mezinárodní cestovní ruch** (International tourism) – zahrnující veškerý cestovní ruch, při němž dochází k překročení hranice státu (aktivní a pasivní cestovní ruch).
- **ČERTÍK, Miroslav a kol.:** *Cestovní ruch. Vývoj, organizace a řízení.* Praha : OFF, 2000. s. 17.
- **Příjezdový cestovní ruch** (dle definice WTO „inbound tourism“, jinak též „incoming tourism“) – rozumíme jím aktivity spojené s příjezdem zahraničních osob do dané země; z pohledu platební bilance znamená příjezdový cestovní ruch přínos, je proto též nazýván aktivním cestovním ruchem (ACR)