

Seznam příloh

Příloha č. 1: Ceny inzerce COT business (tabulka)

Příloha č. 2: Ceny inzerce National Geographic Česko (tabulka)

Příloha č. 3: Vývoj počtu reálných uživatelů National Geographic Česko online (graf)

Příloha č. 4: Proměna loga a titulní strany COT business 1999 – 2013 (obrázky)

Příloha č. 5: Konkurenční periodika vydavatelství 1. Distribuční společnost (obrázky)

Příloha č. 6: Obálka časopisu Lidé a Země (obrázky)

Příloha č. 7: Příklad rámcování Rumunska na stránkách COT business (obrázky)

Příloha č. 8: Příklad rámcování Rumunska na stránkách National Geographic (obrázek)

Příloha č. 9: Příklad rámcování Egypta na stránkách COT business (obrázky)

Příloha č. 10: Příklad rámcování Egypta na stránkách National Geographic (obrázek)

Příloha č. 11: Obliba egyptské tematiky v National Geographic (obrázky)

Příloha č. 12: Příklad rámcování Chile na stránkách COT business (obrázek)

Příloha č. 13: Příklad rámcování Chile na stránkách National Geographic (obrázky)

Příloha č. 14: Seznam článků citovaných v analýze rámcování (seznam)

Příloha č. 15: Seznam zkratk používaných v diplomové práci (tabulka)

Přílohy

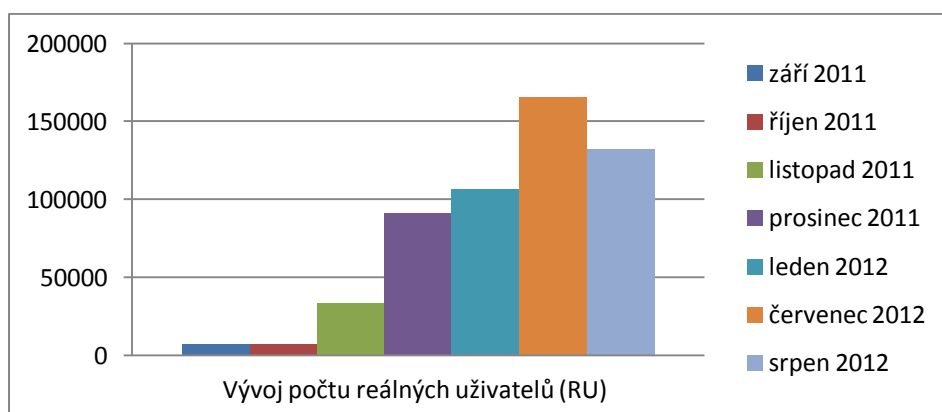
Příloha č. 1: Ceny inzerce COT business (tabulka)

Plocha	Rozměr	Cena
1/1	210 x 297	42.000 Kč
2/1	210 x 297 (2x)	76.000 Kč
2/3 výška	118 x 250 132 x 297	30.000 Kč
½	210 x 142	26.000 Kč
1/3	210 x 101 / 71 x 297	18.000 Kč
¼	210 x 80 / 118 x 95	14.000 Kč
1/6	118 x 63 / 57 x 125	9.700 Kč
Zadní strana obálky	210 x 297	80.000 Kč
2. strana obálky	210 x 297	60.000 Kč
3. strana obálky	210 x 297	55.000 Kč
II., IV. speciální inzertní strana	210 x 297	60.000 Kč
I., III. speciální inzertní strana	210 x 297	65.000 Kč
Přebal přes obálku	500 x 60	50.000 Kč

Příloha č. 2: Ceny inzerce National Geographic Česko (tabulka)

Plocha	Rozměr	Cena
Barevná strana	175 x 254	205.000 Kč
½	175 x 121	149.000 Kč
1/3 redakční strana	175 x 87 / 57 x 254	155.000 Kč
1. inzertní strana	175 x 254	219.000 Kč
2. obálka	175 x 254	235.000 Kč
3. obálka	175 x 254	215.000 Kč
4. obálka	175 x 254	299.000 Kč
Barevná dvoustrana	175 x 254	325.000 Kč

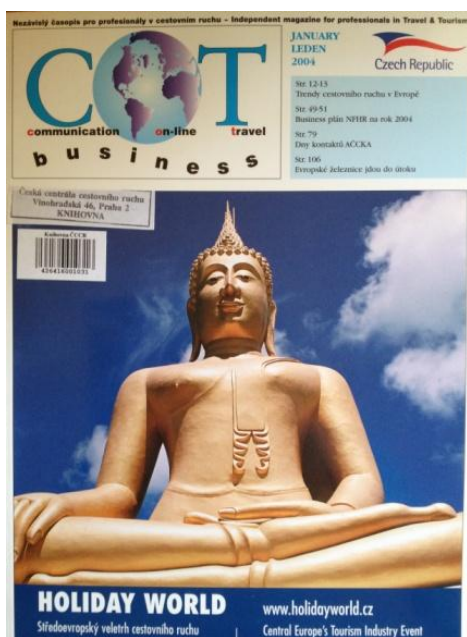
Příloha č. 3: Vývoj počtu reálných uživatelů National Geographic online (graf)



Graf znázorňuje růst návštěvnosti www.nationalgeographic.cz během čtyř měsíců ze 7000 na 100 000. Počet reálných uživatelů v červenci 2012 tvořil 165 136, v srpnu téhož roku 131 886.

Příloha č. 4: Proměna loga a titulní strany COT business 1999 – 2013 (obrázky)

2004 – COT spolu s logem CzechTourism



2006 – změna loga COT



2012 – přidáno ocenění MMR ČR



2013 – nový layout



Příloha č. 5: Konkurenční periodika vydavatelství 1. Distribuční společnost (obrázky)



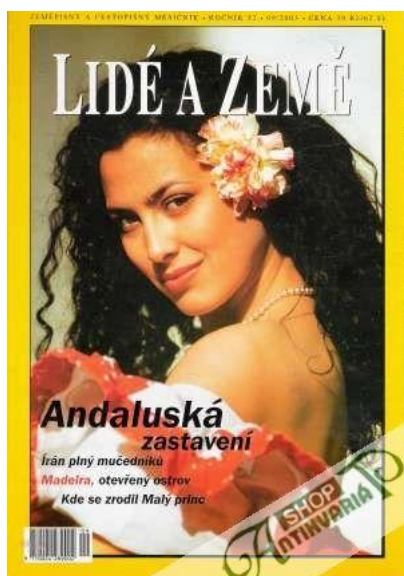
Odborné noviny Travel Trade Gazette vycházejí v České republice od roku 1990.



Travel Digest „jediný časopis zaměřený na praktické cestování“ vlastní 1. Distribuční společnost od ledna 2012.

Příloha č. 6: Obálka časopisu Lidé a Země (obrázky)

Do roku 2007



Až do roku 2007 se časopis Lidé a Země svou vizuální identitou výrazně podobal National Geographic. Redakce NG proto podnikla nezbytné právní kroky. Lidé a Země posléze používal pouze žlutý pás v horní části obálky a od června 2011 začal název znázorňovat žlutou barvou.

Od roku 2011



Příloha č. 7: Příklad rámcování Rumunska na stránkách COT business (obrázky)



Transylvánský hrad Bran



Písčité pláže u Mamaie

COT business představuje širokou turistickou nabídku Rumunska. Vedle hraběte Drákuly prezentuje plážový turismus, kulturní dědictví, městské památky, folklorní slavnosti aj.

Příloha č. 8: Příklad rámcování Rumunska na stránkách National Geographic (obrázek)



Herec Petre Moraru každé úterý a pátek hraje upíra a prochází se v bukurešťském klubu Dracula mezi stoly hostů. Rumuni sem většinou přicházejí, jen když doprovázejí skupiny zahraničních hostů.

National Geographic oproti COT business zaměřuje pozornost výhradně na hraběte Drákulu a transylvánský region. Fotografie podporují tajemno a celkovou strašidelnost tematiky. Místní lidé jsou postupně nuceni akceptovat Drákulu, přizpůsobovat se zahraniční poptávce. Turistika totiž představuje významný zdroj příjmů.

Příloha č. 9: Příklad rámcování Egypta na stránkách COT business (obrázky)

Fotografie doplňující články v COT business znázorňují pyramidy v Gíze jako nejvýznamnější turistický produkt Egypta. Cestovní ruch představuje pro zemi hlavní zdroj devizových příjmů.



Na fotografii z r. 2009 v článku „Egypt: nová opatření na podporu turistiky“ ještě můžeme vidět turisty na velbloudech s pyramidami v pozadí.



Na fotografii z r. 2012 doprovázející článek „Egypt chce zpět mezi turisticky nejlákavější státy“ osamocený beduín očekává návrat turistů do země.

Příloha č. 10: Příklad rámcování Egypta na stránkách National Geographic (obrázek)

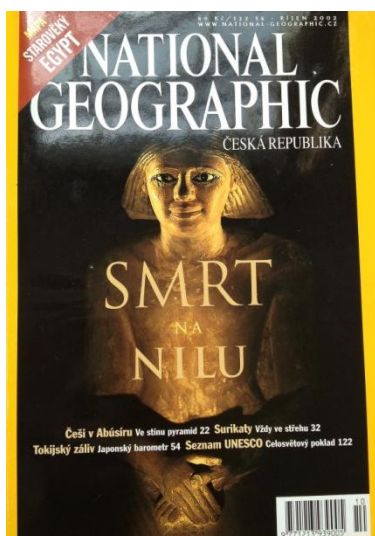


Muž, který by rád prodal cizincům projížďky na svých umně vyzdobených velbloudech, ukazuje u pyramid v Gíze fotografii z lepších časů svého podnikání. Počet návštěvníků u hrobů a chrámů faraonů výrazně poklesl.

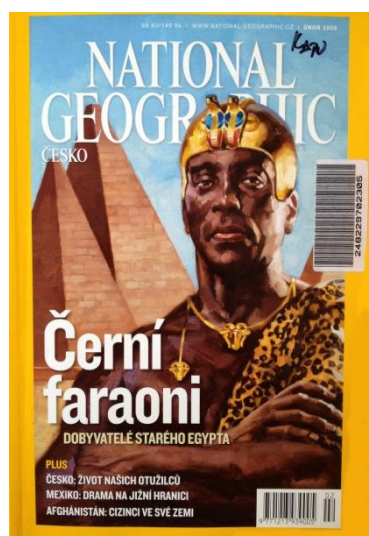
Muž, který by rád prodal cizincům projížďky na svých umně vyzdobených velbloudech, ukazuje u pyramid v Gíze fotografii z lepších časů svého podnikání. Počet návštěvníků u hrobů a chrámů faraonů výrazně poklesl.

Oba časopisy dávají prostřednictvím těchto fotografií tušit, že země v důsledku revoluce přichází o zahraniční turisty. Po obsahové stránce COT business nevidí situaci tak tragicky, turisté se do země budou opakovaně vracet, Egypt je oblíbenou dovolenkovou destinací. National Geographic naopak nevyznívá pozitivně. Revoluce zemi ekonomicky přitíží. Situaci na Sinajském poloostrově dokonce v této souvislosti označuje za „konec turismu.“

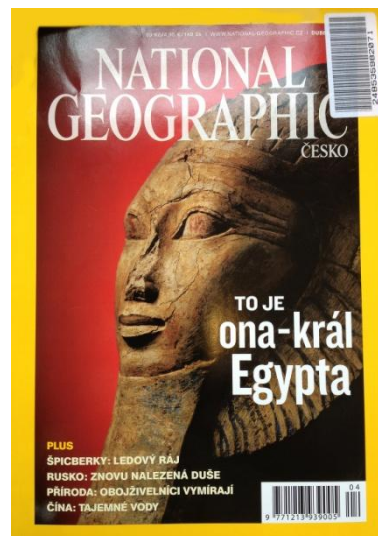
Příloha č. 11: Obliba egyptské tematiky v National Geographic (obrázky)



Říjen 2002



Únor 2008



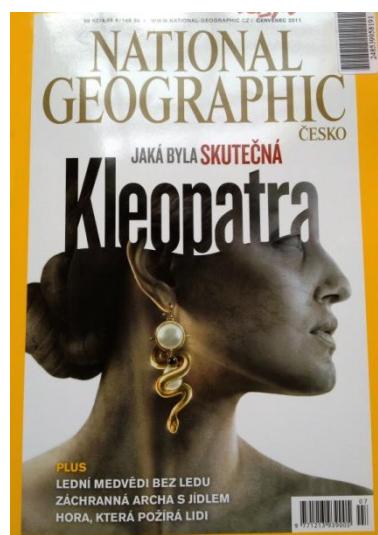
Duben 2009



Listopad 2009



Září 2010



Červenec 2011

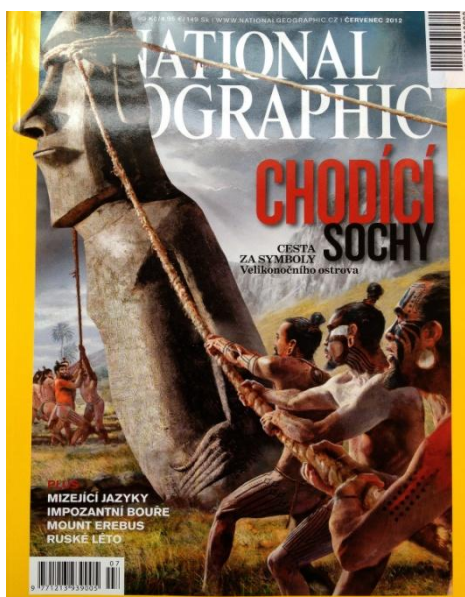
Příloha č. 12: Příklad rámcování Chile na stránkách COT business (obrázek)



Chile je Velikonoční ostrov se sochami moai – takto popisuje COT business fotografii v článku „Jiná země, jiný mrav“.

Upřednostňováním Velikonočního ostrova se však dostává do pozadí země jako celek. Rapa Nui se sám o sobě stává destinací.

Příloha č. 13: Příklad rámcování Chile na stránkách National Geographic (obrázky)



Atraktivní téma lépe prodává, je proto umístěno na titulní straně. National Geographic dává ostrov do souvislosti s Chile pouze okrajově (zmiňuje spor ostrovanů s Chilany). Ostrov je soběstačný díky vysoké návštěvnosti ze strany zahraničních turistů.

National Geographic zachází do minulosti. Uvádí souvislost ostrova s Českou republikou.

Výběr z dobového tisku. Chodící replika sochy z malého ostrova ztraceného kdesi v Tichém oceánu byla pro média senzací, která se postupně objevila ve všech našich novinách a časopisech. Prim hrál časopis Věda a technika, tehdy kulturní magazín mladé generace.

Hynek Adámek

Příloha č. 14: Seznam článků citovaných v analýze rámcování (seznam)

Rumunsko

- CURRY, A. Hranice římské říše. *National Geographic Česko*. 2012, č. 9.
- GRUIA, C. Drákula co s ním. *National Geographic Česko*. 2012, č. 5.
- GULLOVÁ, S. Jiný kraj, jiný mrav. *COT business*. 2009, č. 9.
- KLOKOČKOVÁ, J. Rumunsko zajímavá a příjemná turistická destinace. *COT business*. 2010, č. 2.
- O'NEILL, T. Domov romských králů. *National Geographic Česko*. 2012, č. 9.
- POMYKAL, J. Rumunsko – stále oblíbenější destinace. *COT business*. 2005, č. 8.
- ULRYCH, P. M. Tahanice kolem Drákulova hradu. *COT business*. 2007, č. 2.
- VÁLÁŠEK, D.; SLÁDEK, L. Do Rumunska za realitou. *COT business*. 2003, č. 9.
- VALÁŠEK, D. Rumunsko jako na dlani. *COT business*. 2002, č. 7.
- VALÁŠEK, D. Rumunský produkt potřebuje osvětovou kampaň. *COT business*. 2002, č. 4.
- VALÁŠEK, D. Rumunsko stále stojí o turisty. *COT business*. 2003, č. 10.
- VALÁŠEK, D. Rumunsko stále půvabné... *COT business*. 2005, č. 11.

Egypt

- AHMED, G. B. Ministr pro cestovní ruch: Egypt čeká turistický boom. *COT business*. 2012, č. 5.
- BÁRTA, M. Výprava k Jeskyni plavců. *National Geographic Česko*. 2009, č. 2.
- BARTHOLET, J. Egypt v tomto okamžiku. *National Geographic Česko*. 2012, č. 5.
- BARTÍK, I. Ve stínu pyramid. *National Geographic Česko*. 2002, č. 10.
- BAUERSFELD, K. Egypt otevírá Muzeum beze zdí. *COT business*. 2004, č. 4.
- BROWN, Ch. Jaká byla skutečná Kleopatra. *National Geographic Česko*. 2011, č. 7.
- BROWN, Ch. To je ona – král Egypta. *National Geographic Česko*. 2009, č. 4.
- COT. Egypt bude posilovat Asuán. *COT business*. 2004, č. 3.
- COT. Exotika bude v zimě levnější. *COT business*. 2005, č. 10.
- COT. Egyptskému webu se daří! *COT business*. 2006, č. 12.
- COT. Egypt: nová opatření na podporu turistiky. *COT business*. 2009, č. 2.

COT. Zájem o pobyty v teplých krajích byl v zimě rekordní. *COT business*. 2009, č. 5.

COT. Egypt: v prvním kvartálu o polovinu méně příjezdů. *COT business*. 2011, č. 6.

COT. Příjmy Egypta z turistiky poloviční. *COT business*. 2011, č. 5.

COT. Egypt chce zpět mezi turisticky nejlákavější státy. *COT business*. 2012, č. 9.

DRAPER, R. Černí faraoni. *National Geographic Česko*. 2008, č. 2.

GULLOVÁ, S. Jiná země, jiný mrav. *COT business*. 2005, č. 11.

MAŠÍK, M. Léto po celý rok. *COT business*. 2002, č. 7.

Mumie zvířat. *National Geographic Česko*. 2009, č. 11.

ROOKS, J. F. Cestovní ruch a mír se nedají oddělit. *COT business*. 2002, č. 4.

TEAGUE, M. Písky Sinaje. *National Geographic Česko*. 2009, č. 3.

Tutanchamon: rodinná tajemství. *National Geographic Česko*. 2010, č. 9.

Údolí velryb. *National Geographic Česko*. 2010, č. 8.

ULRYCH, P. M. Šarm aš-Šajch a Luxor bez drátů! *COT business*. 2007, č. 10.

ULRYCH, P. M. Egypt, to nejsou jenom slunce a pláže. *COT business*. 2013, č. 4.

ULRYCH, P. M. Egyptské desatero. 2006, č. 10.

ULRYCH, P. M. Do Egypta se vracejí turisté. Vydrží trend i v zimě?. *COT business*. 2012, č. 10.

ULRYCH, P. M. Co letos čekat od Egypta. *COT business*. 2011, č. 2.

ULRYCH, P. M. Egypt? Zdaleka nejen pláže! *COT business*. 2007, č. 12.

ULRYCH, P. M. Sezona z pohledu asistenčních služeb: ach ten Egypt! *COT business*. 2010, č. 12.

ULRYCH, P. M. Egypt: žádný strach z teroristů! *COT business*. 2005, č. 10.

VALÁŠEK, D. Pryč z Egypta, vzhůru do Iráku. *COT business*. 2003, č. 3.

Chile

ADÁMEK, H. Za čas může být z běžné věci technická záhada. *National Geographic Česko*. 4. 7. 2012.

BLOCHOVÁ, H. Kéž by tak uměly mluvit. *National Geographic Česko*. 4. 7. 2012.

BLOCHOVÁ, H. Jedné zimní noci loni v červnu. *National Geographic Česko*. 4. 7. 2012.

COT. Stratford nad Avonou – nejkrásnější městečko světa! *COT business*. 2009, č. 7.

- COT. Česko 13. nejvýhodnější zemí pro Američany. *COT business*. 2009, č. 6.
- COT. Expedice RAPA NUI 2006. *COT business*. 2006, č. 3.
- COT. Návštěvnost Velikonočního ostrova bude kontrolována. *COT business*. 2009, č. 10.
- FRINDTOVÁ, E. Chile – destinace budoucnosti? *COT business*. 2008, č. 12.
- GULLOVÁ, S. Jiná země, jiný mrav. *COT business*. 2009, č. 1.
- TUREČEK, T. Obří sochy stále tajemné. *National Geographic Česko*. 4. 7. 2012.
- ULRYCH, P. M. Návrat Pavla Pavla. *COT business*. 2002, č. 12.
- ULRYCH, P. M. Pavel Pavel odkryl destičky. *COT business*. 2003, č. 3.
- ULRYCH, P. M. Návrat na Rapa Nui. *COT business*. 2003, č. 9.
- ULRYCH, P. M. Číše vína Čedoku. *COT business*. 2006, č. 3.
- VALENTOVÁ, J. Hotely si pečlivěji vybírají své dodavatele. *COT business*. 2012, č. 3.

Příloha č. 15: Seznam zkratk používaných v diplomové práci (tabulka)

ABC ČR	Audit Bureau of Circulations – Kancelář ověřování nákladu tisku
AČCKA	Asociace českých cestovních kanceláří a agentur
AKA	Asociace komunikačních agentur
B2B	Business-to-Business
B2C	Business-to-Consumer
COT	Communication On-line Travel
CR	Cestovní ruch
IT	Informační technologie
M	Měsíčník
MICE	Meetings, Incentive Travel, Conventions and Exhibitions
NG	National Geographic
NGS	National Geographic Society
PN	Prodaný náklad
ROH	Revoluční odborové hnutí
RVHP	Rada vzájemné hospodářské pomoci
TN	Tištěný náklad

TTG	Travel Trade Gazette
ÚV KSČ	Ústřední výbor Komunistické strany Československa
2T	Čtrnáctideník
2M	Dvouměsíčník
2R	Pololetník