

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
FILOZOFICKÁ FAKULTA
ÚSTAV ROMANISTIKY

DIPLOMOVÁ PRÁCE

DOPAD EKONOMICKÉ KRIZE NA CESTOVNÍ RUCH VE ŠPANĚLSKU OPTIKOU
TISKU
(STUDIE NA POZADÍ NOVINOVÝCH ČLÁNKŮ)

Vedoucí práce: Mgr. Miroslava Aurová, PhD.

Autor práce: Bc. Radka Jedličková

Studijní obor: N7310 – Filologie (španělský jazyk)

Ročník: 2.

2013

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

České Budějovice, 3.5.2013

.....

Poděkování

Děkuji paní Mgr. Miroslavě Aurové, Ph.D. za odborné vedení, rady, pomoc a průběžné konzultace, poskytnuté během vypracování diplomové práce.

ANOTACE

Dopad ekonomické krize na cestovní ruch ve Španělsku optikou tisku (studie na pozadí novinových článků)

Cílem diplomové práce je zjištění možností analýzy a interpretace textu a zamyšlení nad omezeními, které z této analýzy vyplývají. Práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou. Teoretická část se věnuje politicko-ekonomickému ukotvení tématu a dále uvádí lingvistická specifika analýzy textu. Je zmíněna funkce médií, dále je popsán jejich specifický jazyk a také principy, podle kterých se konstruují informace v médiích publikované. Jedna kapitola je věnována konstrukci a popisu vzorku. Následuje teoretické pojednání o analýze diskursu a naratologické analýze. Praktická část se zabývá kvalitativním výzkumem a naratologickou analýzou provedenou na španělsky i česky psané části sebraného vzorku.

ANNOTATION

The impact of economic crisis on tourism in Spain seen by the perspective of newspaper (study based on newspaper articles)

The aim of the thesis is recognition of possibilities of analysis and interpretation of texts and reflection on limitations that emerge from this analysis. The thesis is divided in theoretical part and research. The theory starts with politic-economic background of the topic and continues with linguistic specifics of text analysis. The role of media is mentioned afterwards; also the description of the language used in the media and principles that rule newspaper article creation are described. One chapter is dedicated to the construction and description of corpus. Theoretical description of discourse analysis and narratological analysis follows. Research focuses on qualitative analysis and narratological analysis based on corpus written in Czech as well as in Spanish.

Obsah

1.	Úvod	1
2.	Základní prameny a stav zpracování tématu	4
3.	Politicko – ekonomické ukotvení	7
3.1.	Hypotéční a finanční krize	7
3.2.	Světová ekonomická krize	9
3.3.	Dopad na Evropu	13
3.3.1.	Česká Republika	14
3.3.2.	Španělsko	17
4.	Lingvistické ukotvení	22
4.1.	Média a jejich funkce	22
4.1.1.	Média v ČR	25
4.1.2.	Média ve Španělsku	28
4.2.	Novinářský styl	29
4.3.	Postavení novináře	34
4.4.	Titulky	35
4.5.	Persvaze	37
4.6.	Fáma, dezinformace	38
5.	Aspekty analýzy a interpretace textu	40
5.1.	Analýza diskursu	42
5.2.	Metodologický rámec	44
5.3.	Teorie naratologické analýzy	47
5.3.1.	Vznik metody a její základní modely	48
5.3.2.	Kategorie autor – adresát	49
6.	Deskripce vzorku	52
6.1.	Konstrukce a popis vzorku	52
7.	Kvalitativní výzkum	54
7.1.	Odlišnost korpusů	54
7.2.	Rozdílná extenze článků	55
7.3.	Odlišné typy prezentovaných informací	55
7.4.	Prezentace času	56
7.5.	Naratologický čas a prostor	57
7.6.	Intenzita informování	58
7.7.	Chybné informace	59
7.8.	Působení titulků na čtenáře	60
8.	Naratologická analýza výzkumného vzorku	64

8.1.	Prezentace španělských tradic, zvyklostí a kultury v českém tisku	64
8.2.	Prezentace sociálních problémů ve Španělsku	67
8.3.	Sebeprezentace Španělska versus pohled zvenčí	76
8.4.	Pohled na Španělsko v českých médiích	79
8.5.	Politická korektnost	82
8.6.	Nepřesnosti v české části korpusu	86
9.	Závěr	88
	Resumen	92
	Seznam literatury	96
	Seznam příloh	102
	Příloha č.1.	103
	Příloha č.2.	108

1. Úvod

Tématem mé diplomové práce je dopad ekonomické krize na cestovní ruch ve Španělsku optikou tisku. Toto téma jsem si vybrala z důvodu mého zájmu o cestovní ruch ve spojení s jeho ekonomickou stránkou. Zajímalo mne, do jaké míry na něj měla vliv současná celosvětová ekonomická krize. Toto téma jsem již v době předcházející vypracování diplomové práce sledovala v tisku, hlavně v Hospodářských novinách, jichž jsem pravidelnou čtenářkou.

Protože Španělsko patří k celosvětově nejvíce navštěvovaným letoviskům, předpokládala jsem, že právě na této destinaci bude případný výkyv v poptávce dobře patrný. Zajímalo mne, zda bude rozdíl v prezentaci tohoto tématu v česky psaném tisku a jeho španělském protějšku. Předpokládám, že téma bude prezentováno stejně a to z důvodu stejných informací, na kterých jsou zprávy v tisku založené.

Dále předpokládám, že informace o krizi v turistickém ruchu budou prezentovány stejně často a stejně obsáhle v obou zemích. Domnívám se tak proto, že v obou zemích je cestovní ruch důležitou aktivitou. Ve Španělsku bude pravděpodobně prezentován z hlediska příjezdového cestovního ruchu, v českém tisku bude pravděpodobně zohledněn pohled výjezdový a to proto, že Češi do Španělska jezdí rádi a poměrně často, protože se jedná o oblíbenou turistickou destinaci během jejich letních dovolených.

Na základě prostudované literatury¹ se domnívám, že v textech bude patrné rozlišení podle van Dijka ve smyslu *my* a *oni* a bude jím míněno odlišení turistů versus Španěle. Tento předpoklad zakládám na logickém odlišení obou národů, z nichž je jeden přijímající (Španěle) a druhý přijíždějící (Češi).

Poslední předpoklad zakládám na obecném předpokladu, podle kterého funguje žurnalistika, a to na pravdivosti a korektnosti informací, které jsou v článcích obsaženy. Tyto dvě zásady jsou jedněmi ze základních norem, podle kterých jsou konstruovány články v tisku. Respektive by tomu tak mělo být. Domnívám se, že tato dvě pravidla nebudou porušena, protože velká většina článků, které jsem zahrnula do obou jazykových variant korpusu, je z renomovaných deníků, tudíž předpoklad věcné nesprávnosti nebo politické nekorektnosti není na místě.

Protože v českém prostředí není snadný přístup ke španělským tištěným periodikům, vyřešila jsem tuto nesnáz tím, že jsem čerpala z internetových vydání

¹ Albertos Martínez, J. L.: *Curso general de redacción periodística*; Jiráček, J., Říhová, J.: *Politická komunikace a média*; Kolektiv: *Encyklopedie praktické žurnalistiky*; Kraus, J.: *Jazyk v proměnách komunikačních médií*; Van Dijk, T. A.: *La noticia como discurso*; Schmid, W.: *Narativní transformace*

španělských novin. Jejich obsah je ve velké míře shodný s jejich tištěným protějškem, proto i články, které jsou zveřejněné online, jsou takřka vždy publikovány i v tištěné podobě a to proto, že se většinou jedná o klasické zpravodajství a ne o rubriku *právě se stalo*, kde jsou zveřejňovány informace z posledních hodin, které jsou navíc stále doplňovány a aktualizovány. V případě informací o krizi v turistickém ruchu se jedná o články, které byly redakcemi novin plánované a dopředu připravené, proto se objevují jak v tištěné, tak v online variantě novin.

Aby byly zdroje obou jazykových variant korpusu vyvážené, stejně jsem postupovala i v případě článků v českém jazyce, ačkoli jsem měla přístup i k autentickému českému materiálu tištěných periodik. Domnívám se, že z důvodu lepší možnosti srovnání je výhodnější i články psané v češtině vybrat z online zdrojů. Proto i česky psané články jsou vybrané z online vydání českých periodik. V obou případech jsem se snažila o to, aby texty pocházely z periodik, které vychází celostátně, což v případě České republiky nebyl problém, ale do španělské části korpusu jsem zařadila i články z novin, které vychází v jednotlivých autonomních oblastech.

V teoretické části jsem se opírala o odbornou literaturu jak ekonomického rázu, kde bych chtěla vyzdvihnout edici odborných pracovních sešitů Ekonomické fakulty Vysoké školy ekonomické v Praze a také odborné články zveřejněné na specializovaných webových stránkách; v lingvistické části jsem kombinovala několik zásadních prací, ze kterých bych chtěla vyzdvihnout W. Schmida a jeho dílo *Narativní transformace* nebo Van Dijka a jeho *La noticia como discurso*.

Jako další významný zdroj informací uvádím deník *Hospodářské noviny*. Mnoho svých znalostí jak o tématu cestovního ruchu, tak o nedávném dramatickém vývoji ekonomické situace, zakládám na jejich pravidelné četbě.

Rozbor v praktické části jsem prováděla podle principu naratologické analýzy a analýzy diskursu. V části, kde si všímám analýzy textu, jsem se věnovala hlavně porovnání obou korpusů, kdy jsem se zaměřila například na oblast extenze článků, rozdílnost přinášených informací, prezentaci času a také rozdílnost ve zobrazení času a prostoru.

V rámci naratologické analýzy jsem se zaměřila například na prezentaci kultury a tradic Španělska, na zobrazení jeho sociálních problémů, a na porovnání sebeprezentace Španělska a to, jak ho vidíme my.

Pro pochopení a interpretaci obou jazykových variant vzorků je nezbytné, abychom znali nedávný politicko-ekonomický vývoj ve Španělském království. Bez těchto informací nejsme schopni správně interpretovat informace, které jsou v textech obsažené. Nejedná se

jen o informaci jako takovou, ale je zasazena do prostoru, času a kontextu, který je pro pochopení informace klíčový. Pokud by se změnila doba, místo nebo kontext, ve kterém je informace prezentována, její pochopení by mohlo být naprosto odlišné.

Diplomovou práci jsem strukturovala podle jednotlivých témat, kterým se postupně věnuji a dále rozpracovávám. V úvodu jsem stanovila hypotézy, se kterými dále pracuji.

V druhé kapitole se zabývám pramennou základnou tématu. Předpokládala jsem, že téma bude zpracované velmi obsáhle, ale opak je pravdou. Více v příslušné kapitole.

Třetí kapitola se věnuje politicko-ekonomickému ukotvení tématu. Vycházím z obecného představení současné světové ekonomické krize, popisují její vznik a následný dopad na Evropu, kde se podrobněji věnuji situaci jak v České republice, tak ve Španělsku, protože tyto informace jsou klíčové k následné analýze korpusu.

Čtvrtá kapitola je zaměřena na lingvistickou stránku sebraného vzorku. Představuji jak prostředí, kde jsou texty uveřejněny, tedy mediální svět, kde krátce zmiňuji situaci v obou zemích. Dále prezentuji periodistický styl a postavení novináře a také to, jakými principy jsou informace do textů vkládány včetně možnosti manipulace s nimi

Pátá kapitola je věnována představení toho, jak byl vzorek konstruován a jeho popisu.

Šestá kapitola se věnuje teoretickému popisu analýzy diskursu a naratologické analýzy; jsou zde uvedeny i základní teorie, které se týkají obou typů analýz.

Následuje praktická část, ve které, jak jsem zmínila výše, se věnuji analýze a interpretaci textu.

2. Základní prameny a stav zpracování tématu

Předtím, než jsem se začala věnovat tématu dopadu krize v cestovním ruchu ve Španělsku, provedla jsem rešerši dostupných materiálů. Protože je toto téma v poslední době médiích velmi aktuální, domnívala jsem se, že bude dobře zpracováno také v odborné literatuře.

Nejdříve jsem k tomuto tématu hledala monografie. Velmi mne překvapilo, že prozatím neexistuje žádná vydaná kniha na toto téma. Nalezla jsem však mnoho knih o turismu, které se zabývaly mnoha aspekty, které jsou s tímto sektorem ekonomiky spojené. Protože mé hledání nebylo úspěšné ve španělštině, pokusila jsem se o totéž v češtině. Nicméně ani autoři píšící česky se tomuto tématu prozatím nevěnovali.

Dále jsem se zajímala o odborné články vztahující se k tomuto tématu. Využila jsem vyhledávač *dialnet.unirioja.es*, který našel články, které se sice zabývají krizí v turistickém ruchu, nicméně jejich vydání se nevztahovalo k současné krizi. Pro účely mého výzkumu se tedy nedaly použít.

Třetím zdrojem informací o krizi v cestovním ruchu ve Španělsku jsou informace ze serverů provozovaných Španělskou vládou. Ekonomickou stránku cestovního ruchu jsem hledala na stránkách *Ministeria de economía y competitividad*. *Ministerio de industria, energía y turismo* je zaměřené přímo na cestovní ruch. Proto jsem se domnívala, že bude zpracovávat také dopady ekonomické krize na tuto důležitou součást španělského hospodářství. Zjistila jsem ale, že ani na těchto specializovaných stránkách relevantní informace nejsou zveřejněny.

Ministerio de economía y competitividad vydává každoročně zprávu o stavu španělské ekonomiky podle jednotlivých sektorů, kterou zveřejňuje v *Revistas ICE*. Jednou z kategorií, kterou detailně monitoruje je i cestovní ruch. Výsledky jsou ale zpracovány jen formou tabulek bez dalšího komentáře. Další publikací, která vychází každých šest měsíců je *Revista de economía*, kterou vydává stejné ministerstvo. Články o cestovním ruchu a krizi v něm jsou ale zveřejňovány jen výjimečně.

Nalezla jsem vcelku podrobnou zprávu, která se věnuje koncepci cestovního ruchu ve Španělsku napsanou Francesem Sanuyem s názvem *El turismo y la crisis económica*, nicméně po podrobnějším prozkoumání jsem zjistila, že je z roku 1983, což se pro současnou situaci nedá použít. Novější verze s názvem *Resultados de la actividad turística en España* byla vydána až v roce 2011 a zpráva z minulý rok zatím není zveřejněná. Na začátku dubna vydalo *Ministerio de industria, energía y turismo* zprávu o očekávaných příjezdech zahraničních turistů podle jednotlivých národností, která ukazuje, že Španělsko očekává přírůstek příjíždějících turistů. Další témata však zatím zveřejněna nejsou.

Zajímavým zdrojem je *Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT)* pro léta 2012-2015, který zveřejnilo *Ministerio de industria, energía y turismo*. Je založený na SWOT analýze, která je ale velmi podrobně okomentována. Podobnou, i když mnohem méně obsáhnou zprávou je *Informe de innovación turística en España 2012*, která je zaměřena spíše na služby v cestovním ruchu, nicméně zmiňuje okrajově i dopady krize na cestovní ruch.

Na serveru *Monografias.com* jsem našla článek o dopadu krize na turistický ruch, ovšem věnoval se jen Kanárský ostrovům. Ostatní autonomní oblasti Španělska zahrnuté nebyly. *Amadeus.com* zveřejnil článek *El sector turístico se defiende de la crisis*, který se věnuje podílu jednotlivých národností, které se podílí na příjezdovém cestovním ruchu do Španělska. *Comunicatur.info* zveřejnil článek *El futuro del turismo en España, rehén de la crisis económica...y del cambio climático*.

Téma cestovního ruchu je relativně čtené, pokud se podíváme na vypracované diplomové a bakalářské práce. Martina Hříbalová na Jihočeské Univerzitě zpracovala v rámci bakalářské práce téma *Cestovní ruch v České republice a ve Španělsku*. Michaela Bäuchelová se na Univerzitě Palackého věnovala v rámci diplomové práce tématu *Vliv finanční krize na cestovní ruch*. Miroslava Špetlíková na Univerzitě Jana Evangelisty Purkyně v Ústí nad Labem zpracovala diplomovou práci na téma *Hypoteční krize a její dopady ve Španělském království*. Ve španělském prostředí jsem našla práci Marty Soriano Vilar, která se na Universidad Politécnica de Valencia zajímala o *Dopady ekonomické krize ve Španělsku na sektor hotelnictví*.

Z odborných časopisů jsem prostudovala *Revista de Economía*, *Revista de Economía Aplicada*, *Revista de Economía Pública*, *Social y Cooperativa*, *Expansión*, *Actualidad Económica*, *El Economista* a *Dinero*. Domnívala jsem se, že tato specializovaná periodika budou věnovat pozornost mnou hledanému tématu, ale opět jsem nebyla úspěšná.

Domnívala jsem se, že *Instituto Nacional de Estadística* bude věnovat tématu krize v cestovním ruchu poměrně velkou pozornost. Nalezla jsem několik periodicky zpracovávaných dotazníků, které byly následně zpracovány do přehledných tabulek, ze kterých byl patrný pokles ve všech ukazatelích, nicméně tyto tabulky opět nebyly doprovázeny komentářem.

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že ačkoli je krize v cestovním ruchu ve Španělsku patrná a jedná se zároveň o důležité téma z hlediska ekonomiky celého státu, není mu prozatím věnována velká pozornost v tom smyslu, že dosud neexistují seriózně analyzované statistiky, natož seriózní vědecké studie. Studie, které jsem nacházela nejčastěji, pochází z 80. let, což není pro účely mého výzkumu relevantní. Neexistují monografie a jen velmi málo se dá zjistit z odborných zpráv publikovaných ministerstvy. Nejvíce se tomuto tématu věnují novináři, kteří publikují své zprávy v různých časopisech. Těchto článků je velké

množství a je možné je vyhledat zadáním slov *crisis*, *turismo* a *España* do vyhledávače *Google.com*.

3. Politicko – ekonomické ukotvení²

Světová krize zastihla celý svět velmi nepřipravený. Zasáhla přesně v době, kdy světová ekonomika dlouhá léta jen rostla a představa, že by tomu mohlo být jinak, všem připadala víc než nereálná. Zpočátku se zdálo, že se bude jednat pouze o jednu z mnoha turbulencí, které finanční trhy sice ovlivní, ale žádná zásadní katastrofa to nebude. Na konci roku 2009 se zdálo, že vše je zažehnáno. Původně katastrofický scénář, který předpovídali přední ekonomové, se nenaplnil, svět si oddechl a těšil se na vidinu dalšího dlouhodobého a stabilního růstu.

Opak byl ale pravdou. Realita, která se záhy ukázala mnohem horší než nejhorší scénáře z počátku roku 2008, velmi nemile překvapila všechny zúčastněné. Krize teprve začínala a v té době by nikoho ani nenapadlo, že se bude přelévat ve vlnách a neustále se vracet. A také to, že s sebou bude postupně strhávat stále víc a víc oblastí ekonomiky, až nakonec zasáhne ekonomiku na celém světě jako celek a ovlivní značným způsobem i tak silné ekonomiky jako jsou Evropská unie, Spojené státy nebo Čína; a co víc, slabší ekonomiky zasáhne takovou mírou, že budou na pokraji státního bankrotu, což se stalo například dnes velmi diskutovanému Řecku, ohrožené Itálii, Portugalsku, Španělsku, Irsku, Islandu nebo Lotyšsku. Bylo to o to větší překvapení, protože Lotyšsko nebo Irsko byly dávány za příklad a byly vzorem stabilních a silných ekonomik v regionu.

3.1. Hypoteční a finanční krize

Finanční krize byla spouštěčem problémů zpočátku jen ve finančním sektoru, které následně přerostly v celosvětovou hospodářskou krizi. Začala v roce 2008 problémy dvou hypotečních bank v USA - Fannie Mae (Federal National Mortgage Association) a Freddie Mac (Federal Home Loan Mortgage Corporation). Obě banky financovaly půjčky na bydlení na americkém trhu a vzájemně si konkurovaly, aby v oblasti hypoték neexistoval monopol. V roce 2001 se ale ekonomika USA propadla do recese. I tehdejší prezident Bush připustil, že USA jsou uprostřed vážné krize. V té době ale nikdo nevěděl, jak hluboká tato krize bude, že bude trvat několik let a zasáhne celou globální ekonomiku. Alan Greenspan, tehdejší šéf Federálních Rezerv, později připustil, že nastává krize, která se objevuje jednou za sto let.

Vláda Spojených Států na nepříznivý vývoj v bankovním sektoru reagovala velkým snížením úrokových sazeb, dokonce až na 1%, a tím znovu obnovila zájem klientů o hypotéky, které navíc dostávali i méně majetní, leckdy i nelegální přistěhovalci, kterým

² Tato kapitola představuje syntézu různých zdrojů, zejména: Hnát, P.: *Dopad současné finanční a hospodářské krize na obchod a jeho governance*; Kohout, P.: *Finance po krizi*; Gajdušková, K: *Dopad světové ekonomické krize na přímé zahraniční investice v zemích střední a jihovýchodní Evropy*; www.businessinfo.cz; www.tourspain.es

reálně hrozilo, že při sebemenším výkyvu ve svých příjmech nebudou schopni své hypotéky splácet a za normálních okolností by na vlastní bydlení nedosáhli a bydleli by v pronájmu. Výjimkou nebyly ani nevybíravé praktiky realitních agentů, kteří nebrali ohled na nevzdělanost svých klientů, případně na jejich minimální znalost angličtiny. Nebylo neobvyklé, že hypoteční smlouva byla sepsána bez jakéhokoli dokladu o příjmu. Na americkém realitním trhu nastal *boom*. Byla poskytnuta cel řada potencionálně problematických hypotečních smluv.

Rizikové úvěry byly seskupovány do balíků, na které byly vydávány dluhopisy a ty se pak prodávaly na trhu. Ratingové agentury dávaly těmto balíkům dobrá hodnocení, a tak riziko, které se v nich ukrývalo, bylo překryto tímto dobrým hodnocením. Jakmile se část plátců hypoték dostala do problémů a přestala splácet, došlo k poklesu cen nemovitostí, ty snížily cenu dluhopisů a investiční banky začal počítat obrovské ztráty. Ekonomika ale nebyla v dobré kondici, situace se dále zhoršovala a na tento negativní vývoj reagoval i realitní trh. Zvedly se úrokové sazby hypoték, ceny nemovitostí se propadly, přibývalo zpožděných plateb a následně nemovitostí, které nebyli jejich majitelé schopni splácet. Obě banky se dostaly do vážných potíží; jejich ztráta se vyšplhala na 11 miliard dolarů³. Protože vláda si uvědomovala, že pád byť i jedné z těchto bank, by způsobil velkou paniku na finančních trzích, převzala nad oběma bankami kontrolu.

Hypoteční banky Fannie a Freddie byly sice státem zachráněny, byly příliš velké na to, aby je stát nechal padnout, ale za ostatní hypoteční instituce už se vláda zaručit nemohla. Nastalo období krachů, tentokrát investičních bank. Banky Bear Stearns, Merrill Lynch a Lehman Brothers⁴ se staly obětmi hypoteční krize. Právě pád banky Lehman Brothers, která 15.9.2009 požádala o ochranu před věřiteli a se svojí více než sto padesát let dlouhou historií byla považována za jednu z nejspolehlivějších bank, způsobil paniku na akciových trzích po celém světě a jejich následný pád. Akcie Lehman Brothers se ze dne na den propadly o 80% a způsobil obrovské neočekávané ztráty. Důvěra v akciové trhy a další finanční instituce klesla na nulu. Propad obchodování na burzách po celém světě znamenal zmrazení ekonomik a následné propuknutí krize. Právě 15.9.2008 je považováno za datum začátku světové finanční krize.

Nekrachovaly ale jen hypoteční a investiční banky, ale také spořitelny. Padly IndyMac, Washington Mutual, v jejímž případě se jednalo o největší krach v poválečné historii USA; v problémech se ocitla i šestá největší banka Wachovia, kterou před úplným úpadkem zachránilo jen převzetí bankou Citigroup. AIG (American Insurance Group)

³ <http://krize.eu/financni-krize>

⁴ Tamtéž

vykazovala po několika čtvrtletí po sobě ztrátu, proto se vláda USA rozhodla, že jí pomůže krátkodobou půjčkou výměnou za prodej takřka 80% akcií; tímto je největší pojišťovna na světě de facto zestátněna.

Vláda USA se již v roce 2009 snažila zavést protiopatření a nastartovat znovu ekonomiku, která se stále hlouběji propadala do záporných čísel. V únoru 2009 byl přijat American Recovery and Reinvestment Act (ARRA)⁵, který zahrnoval velkou podporu státu do investic v oblasti infrastruktury. Bylo vytvořeno mnoho nových, velmi potřebných, pracovních míst, čímž se snížila nezaměstnanost, která tou dobou dosahovala takřka 10%. Tento Act bývá zpětně kritizován, protože z krátkodobého hlediska nepřinesl ekonomice výraznější pomoc.

Dopady finanční krize jsou značné a ovlivňují všechny subjekty na všech úrovních, ať už se jedná o ekonomiky jednotlivých států nebo domácnosti.

V případě USA došlo na dlouho odkládané stažení jednotek z nákladné války v Iráku a Afghánistánu, která zatěžovala rozpočet obrovskými výdaji dlouhá léta a výsledek této akce je více než sporný.

3.2. Světová ekonomická krize

Světovou krizi odstartovala americká finanční krize, která měla počátek v roce 2007. Světová krize následně propukla v září roku 2008. Krize jako taková není v ekonomice ničím neobvyklým, jedná se o cyklicky se opakující jev, který se objevuje každých několik let. V posledních třiceti letech se krize objevila v letech 1984, 1990 a 2001⁶. Avšak jen první z nich, tedy ta z roku 1984, byla hlubšího charakteru a byla citelná pro běžného spotřebitele. Následující dvě byly natolik mírné, že k jejich překonání stačily stabilizační mechanismy bank a státu (keynesianismus⁷). V populaci, která je v současné době v produktivním věku je tak velmi málo těch, kteří by na vlastní kůži zažili citelnou krizi jako takovou, proto je současná hluboká krize o to větším šokem a je o to těžší se s ní vyrovnat.

Spouštěcím mechanismem světové krize byl krach na finančních trzích. Ceny akcií jednotlivých podniků začaly klesat; banky, které byly samy v potížích, nemohly podnikům půjčovat finance na dlouhodobější půjčky nezbytné k překonání krize; a další problém přidaly domácnosti, které začaly více šetřit a odkládat investice do věcí, které mají delší životnost, jako je například koupě nového auta. Tím se mnoho velkých podniků dostalo do

⁵ <http://2008financialcrisis.umwblogs.org/the-federal-stimulus/> (materiál předmětu Mezinárodní finance University of Mary Washington, letní semestr 2009)

⁶ <http://2008financialcrisis.umwblogs.org/Why-is-this-Recession-So-Serious/>

⁷ keynesianismus: pojmenovaný po ekonomovi J. M. Keynesovi; ekonomická teorie, která ospravedlňuje intervence vlády v zájmu zachování plné zaměstnanosti a udržení stabilních cen (http://www.investorwords.com/2693/Keynesian_Economics.html#ixzz2LqFqDgDT)

potíží, protože neměly odbyt pro své produkty. Na těchto velkých podnicích obvykle závisí velký počet dodavatelských firem, které byly nuceny v lepším případě významně omezit provoz nebo svoji výrobu ukončit.

Celý řetěz rychlé spotřeby se začal hroutit. Zkrachovalé podniky propustily své zaměstnance, ti se stali závislými na sociálních a jiných dávkách a stát tak musel vydávat další finance, které při malé nezaměstnanosti zůstávaly ve státní pokladně a mohly být použity k jiným účelům. Nezaměstnaní s velmi nízkým příjmem byli nuceni dále omezit svoji spotřebu a ta, už tak velmi nízká, ještě klesla. Podniky se tak dostaly do spirály neustálého snižování poptávky po svých produktech a dále musely omezovat výrobu. Mnoho z nich, které přežívaly první léta krize, byly nakonec donuceny svoji existenci ukončit.

Celosvětový zahraniční obchod na začátku ekonomické krize poklesl během krátkého období o více než 15%⁸. Následkem tohoto poklesu klesl i objem velkých ekonomik. Ekonomika Evropské unie se propadla o takřka 2%⁹, ve všech členských státech pokles zájem o dovážené produkty, což bylo následováno poklesem vývozu a to z důvodu vzájemného úzkého propojení jednotlivých ekonomik v rámci EU. Další citelný propad byl zaznamenán v oblasti služeb – citelně byla zasažena doprava a to jak letecká, tak námořní v oblasti carga i přepravy osob, a také cestovní ruch.

Dalším odvětvím, které je velmi citlivé na toku financí, je import. V momentě, kdy není v oběhu dostatek volných prostředků na nákup dovážených věcí (obvykle dražších a luxusnějších než věci domácího původu), zasáhne toto odvětví citelná rána. Dovoz je omezen, protože po produktech není poptávka, a tím jsou zasaženy další podniky po celém světě. V případě USA činí dovoz zhruba čtvrtinu HDP, což znamenalo velký propad, ale také citelné ovlivnění ekonomik Mexika a Kanady¹⁰, které do USA nejvíce vyváží.

Stejně negativně je ovlivněn i export. Protože obchodní partneři v cizině nemají zájem o nabízené výrobky ze zahraničí – také u nich je cítit pokles – jsou domácí firmy připraveny o odbytiště svých výrobků na dalších trzích a svoji výrobu tak musí dále omezovat. Stát tak přichází o prostředky, kterými by financoval nezbytný dovoz pro vlastní ekonomiku. Americká ekonomika stavěla na levné výrobě v Číně, na rychlé a velké spotřebě v rámci vlastního trhu, což podporovalo obchod, hlavně dovoz a vytvářelo pracovní místa po celém světě.

Následkem zmíněných negativních jevů v ekonomice byla vláda nucena zavést rozsáhlá opatření, která měla tuto spirálu nabalujících se negativních jevů alespoň zpomalit,

⁸ Hnát, P.: *Dopad současné finanční a hospodářské krize na obchod a jeho governance*, str. 8

⁹ Tamtéž, str. 8

¹⁰ http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/severni_amerika/usa/ekonomika/zahranicni_obchod_zeme.html

v ideálním případě zastavit. Protože nikdo nevěděl, jak hluboká krize přichází, s opatřeními se čekalo poměrně dlouhou dobu, což se později ukázalo jako málo šťastné rozhodnutí. Jednotlivé státy začaly uplatňovat protekcionistické mechanismy v rámci své obchodní politiky.

Jednou z nejmarkantnějších investic byla v celosvětovém měřítku záchrana bank. Jednalo se jak o očištění od špatných aktiv, převzetí bank státem, rekapitalizace, částečné znárodnění nebo zvýšení státních záruk¹¹. Velmi významně byly tyto kroky patrné v případě Španělska. Česká republika k těmto krokům přistoupit nemusela, protože její bankovní sektor je navzdory krizi v pořádku.

Velké ekonomiky se snaží chránit své zájmy pomocí ochranných opatření. Investují do svých ekonomik značné finanční prostředky, ale snaží se, aby peníze zůstávaly v jejich ekonomice a nepřelévaly se do zahraničí. Děje se tak pomocí podpory vybraných strategických odvětví, podporují se investice ze zahraničí¹². Tyto snahy však znevýhodňují zahraniční obchodní partnery a ústí v odvetná opatření, což dále brzdí možnost zlepšení stavu globální ekonomiky. V současné době se jedná hlavně o opatření proti ekonomice Číny.

Poválečná ekonomika je charakteristická neustálým zvyšováním deficitů a zadlužováním. Podle zásad keynesianismu se vláda snaží udržet stabilní ekonomický růst bez propadů do recese. Znamená to tedy, že pokud se ekonomice nedaří, může utrácet na dluh, ale naopak v době prosperity, kdy hospodaří se ziskem, pokrývá těmito penězi dluhy z doby, kdy se ekonomice nedařilo. Tento postup byl velmi kladně přijímán politiky, kteří ovšem zapomínali na splácení dluhů a ekonomiky se čím dál víc zadlužovaly. Aby byla tato praxe dlouhodobě udržitelná, vlády přistoupily k emisím peněz. Jejich reálná hodnota klesala (inflace), ale zároveň se snižovala hodnota dluhu. Následovalo snížení důvěry ve stabilitu měny a daňové zatížení obyvatel¹³.

Podle OSN je světová ekonomika v nejhorším stavu od velké hospodářské krize z 30. let. Světová banka odhadovala, že v roce 2009 se globální ekonomika poprvé od roku 1945 propadne do záporných čísel¹⁴. Významnou roli sehrála i vysoká cena ropy na světových trzích, která vedla ke zvýšení spotřebitelských cen. Příčinou ke zdražení ropy byl slabý dolar, spekulativní obchody a zvýšená poptávka ze strany Číny před blížící se olympiádou. S příchodem finanční krize však nezačaly padat jen banky, ale spadla i cena

¹¹ Hnát, P.: *Dopad současné finanční a hospodářské krize na obchod a jeho governance*, str. 14

¹² Tamtéž, str. 12

¹³ Kohout, P.: *Finance po krizi: důsledky hospodářské recese a co bude dál*, str. 93-103

¹⁴ <http://krize.eu/ekonomicka-krize>

ropy. V červenci 2008 se barel ropy prodával za 148 USD, ale už v prosinci jeho cena spadla na necelých 40 USD za barel¹⁵.

Protože vyspělé země se musí vypořádat s vlastními problémy, jako jsou například pády bank, tvorba nových pracovních míst, záchrana důležitých podniků pro lokální ekonomiku, nejvíce na vývoj světové ekonomiky doplácí chudé státy, které přichází o pomoc rozvinutých zemí a nejsou schopné splácet své půjčky. Propadají se stále hlouběji po spirále zadlužení, ze kterého nevede cesta ven. Ze světové krize vyšly dobře jen státy, které svoji ekonomiku zakládají na primárním sektoru, tedy těžbě surovin (například Čína, Indie, Brazílie nebo JAR)¹⁶. Nejméně postižené globální ekonomickou krizí jsou státy Subsaharské Afriky, které jsou ve svých příjmech závislé na prodeji surovin. Ty ve velkém odebírá poměrně dobře reagující čínský trh¹⁷. Nejvíce byly naopak zasaženy státy ekonomicky vyspělé, protože je to právě jejich trh, který přijímá výrobky a suroviny od méně vyspělých a na oplátku do států méně rozvinutých vrací kapitál potřebný k dalšímu rozvoji jak průmyslu, tak infrastruktury.

Globální ekonomika je z velké části závislá na ekonomikách, které se rozvíjí. Země jako jsou například Indie, Čína nebo Argentina měly velký potenciál, aby pomohly rozvinutým trhům v odbytu jejich produktů; zároveň jsou to země, které do rozvinutých zemí vyváží své výrobky. Trh po celém světě je tak propojen. Krize ale tyto rozvíjející se ekonomiky zasáhla velmi tvrdě. Jejich slibný potenciál nebyl využit a například ekonomika Argentiny se s příchodem krize propadla ještě hlouběji¹⁸. Protože se jednalo o jednu z výkonnějších ekonomik Jižní Ameriky, jednalo se o ovlivnění ekonomik celého regionu.

Krize, která propukla, je pro současníky velkým překvapením, takto velkou nikdo nepamatuje a tak není překvapením, že nikdo neví, co dělat. Krize je obecně chápána jako velmi negativní jev. Pokud se ale podíváme na tento jev z poněkud odlišného úhlu pohledu, nemusí se jednat o negativum par excellence. Krize může být pojmána také jako příležitost k nápravě. V současné době je jasné, že v minulosti bylo učiněno mnoho chyb, které je nyní nezbytné odstranit pomocí reforem. Ekonomika byla na základě mnoha znepokojujících signálů varována a reformy byly navrhovány. Pokud vše zdánlivě fungovalo, reformy byly stále odkládány. V momentě, kdy se krize projevila naplno, jednotlivé ekonomiky jsou ochotny přistoupit k provádění reforem a navíc jsou ochotné provádět reformy tak zásadního

¹⁵ <http://www.mesec.cz/clanky/kudy-pujde-cena-ropy/> (autor Lucie Vítámvášová)

¹⁶ <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/66775-bankrot-lehman-brothers-urychlil-svetovou-financni-krizi/>

¹⁷ http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/09/12/AR2008091203631_pf.html (autor Anthony Faiola)

¹⁸ http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/10/24/AR2008102402933_2.html (autor David Smick)

rozsahu, že v době před propuknutím krize by nebyly ani myslitelné. Z tohoto úhlu pohledu je možno krizi nazírat jako příležitost k zásadní změně, příležitost dělat věci jinak a lépe.

3.3. Dopad na Evropu

Ve světě globální ekonomiky, která ovlivňuje navzájem všechny trhy, nebyla ušetřena ani Evropa. Jedním z problémů je značně oslabené euro vzhledem k americkému dolaru. Důvěra v něj značně poklesla nejen v členských státech, ale také ve světě poté, co propukla ekonomická krize a dále s velmi negativní medializací hospodářské situace Řecka, Španělska a Itálie. Záchranné balíčky byly těmto ekonomikám poskytnuty, protože Evropská Unie nechtěla, aby státy, které eurem platí, zbankrotovaly, což by na celou Evropskou unii vrhlo velmi špatné světlo a euro by ještě více oslabilo. V médiích se začal objevovat zprávy o možném krachu Evropské unie jako celku, což působilo paniku na světových trzích a táhlo kurs eura ještě více dolů. Vydělala na tom pošramocená pověst amerického dolaru, o kterém se začalo znovu uvažovat jako o alternativě k euru¹⁹. Následná závěrečná zpráva o stavu ekonomiky USA způsobila další oslabení dolaru. V rámci EU padly už i návrhy, aby se země, které mají velké finanční problémy a platí eurem, vrátily zpátky ke své původní měně.

Evropská ekonomika se potýká s dalším problémem, kterým je vstup čínského kapitálu. V případě Španělska se jedná hlavně o skupování problematických investic. Čínská vláda masivně investuje do ekonomik jižní Evropy, které se potýkají s velkými problémy, a zajišťuje si pro sebe na oplátku za svůj kapitál, kterým podepře ohrožené ekonomiky, výhody v podobě zmírnění zbrojního embarga²⁰ a zároveň si podmaňuje další trh, na který může vyvázet své výrobky. Je otázkou, co vstup tohoto kapitálu do ekonomiky celé Evropské unie může přinést.

Na stranu druhou, ani čínská ekonomika není v takovém stavu, jak je svojí vládou prezentována do zahraničí. Objektivně sice vykazuje značný růst, ale ten je zajišťován pouze obrovskými investicemi ze strany čínské vlády²¹. Ani finanční rezervy Číny nejsou ale bezedné a finance, které jsou neustále dodávány, aby ekonomiku stimulovaly, jednou dojdou. A z toho plyne do budoucna další potencionální problém.

Krize se šířila velmi rychle a panika, kterou způsobila na světových trzích, byla o to větší, že díky seskupování problematických hypoték do balíků, nikdo nevěděl, o jak velký problém se reálně jedná. Předpokládalo se ale, že tento problém nebude nijak malý. Diverzifikace rizika, tedy další a další prodávání a přeskupování vedlo k tomu, že všechny finanční instituce byly podezřelé, že vlastní alespoň část z problematických investic a důvěra

¹⁹ Von Rétyi, A.: *Bez cenzury!*, str. 68

²⁰ Tamtéž, str. 70

²¹ Kohout, P.: *Finance po krizi*, str. 224

v ně rychle klesla. Díky této panice ale klesaly i tituly, které neměly s americkými hypotékami nic společného, například akcie na pražské burze.

Velký propad státních rozpočtů nastal poté, co byly nejvíce ohrožené státy nuceny financovat záchranu svých bank. Zhroucení finančních trhů vedlo do recese velkou většinu ekonomik EU, které musely stimulovat svoji ekonomiku, což mělo za následek ještě větší deficit státního rozpočtu.

Na přelomu 2009 a 2010 byla finanční a hospodářská krize následována tzv. krizí eurozóny. Ta trvá dodnes. Státy potřebovaly na svůj běžný provoz další a další úvěry, ale banky nechtěly půjčovat na nízké úroky, které byly standardem v předcházejících letech a to bylo další příčinou zadlužování a nárůstu zahraničního dluhu. Státy jako Portugalsko, Španělsko nebo Irsko se dostaly do vážných potíží. Země eurozóny ale nenechaly tyto státy padnout a půjčily jim.

Evropa chápe, že s touto velkou krizí přišel konec jedné éry. Ve světě financí bude třeba mnoho změnit a tyto reformy nebudou pro žádnou ze zúčastněných stran bezbolestné. Jsou však nezbytné pro to, aby se globální ekonomika vrátila k růstu a recese byla překonána. Na stranu druhou Evropa začala měnit směr svého směřování a posunula vpřed diskuzi o tématech, která byla dlouho dobu odmítána, a nebo neustále odkládána. Jedním z nich je například dohoda o rozpočtové zodpovědnosti. Bez tohoto opatření nebude možné zlepšit celkovou zadluženost jednotlivých států, které se budou potýkat se svým současným zadlužením ještě dlouhá desetiletí.

Ekonomové varují, že v nejhorším případě by současná situace mohla zajít až tak daleko, že jednotlivé státy nebudou schopny postarat se o své občany v sociální oblasti. Nebudou peníze na důchody, sociální a jiné dávky. Rozpočet bude nutné natolik osekát, že na tuto oblast nebudou peníze. Tak daleko žádný stát nechce dojít. Je tedy nezbytné vypořádat se se současnou situací jak je to nejlépe možné.

3.2.1. Česká republika

Českou republiku nezasáhla finanční krize, ale až následná krize hospodářská. I v České republice propukla v roce 2008, významně se prohloubila v roce 2009 a následně pokračovala a nadále pokračuje v dalších letech. Počátek krize znamenal velké problémy pro nefinanční sektor, jehož produkce v roce 2009 poklesla o 11,6%²². Finanční sektor ve velké míře zasažen nebyl, neboť české banky byly zdravé. Nebyly zásadně zasaženy problémy,

²² http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/krize:_kdo_z_ni_vysel_nejlepe (autor Ing. Marek Rojíček, Ph.D. – vrchní ředitel)

kteře měla většina bank v rámci EU. Postupně se ale dostaly do ztráty díky odvodům dividend mateřským společnostem sídlících v zahraničí, které se potýkaly s problémy.

Kvůli poklesu ekonomiky byly zasaženy domácnosti a výrazně přibýlo obyvatel pobírajících různé sociální dávky a příspěvky. Deficit státního rozpočtu mezi lety 2008 a 2009 vzrostl o 110 miliard korun. Ve srovnání s ostatními zeměmi EU však tento rozdíl mezi příjmy státní pokladny a následnými výdaji nebyl tak velký. Příjmy domácností se na počátku krize mírně zvýšily (0,3%), ale kvůli obecnému zdražování nebyly schopné odkládat tak velkou část příjmů, jako tomu bylo v minulých letech. Domácnosti tedy chudnou, snaží se čím dál víc šetřit a tím se propadá spotřebitelská poptávka. Problémem, který stále důrazněji dopadá na domácnosti je, že na celém světě rostou ceny potravin.

Malá ekonomika ČR je ve vleku globálního ekonomického dění. Není tedy divu, že naše ekonomika byla zasažena krizí tak vzdáleného trhu jako je trh USA. Pro Českou republiku je ale velmi příznivé, že zahraničím je chápána jako velmi stabilní, a také česká koruna je i navzdory krizi poměrně silná, v posledních několika letech značně posílila vůči euru i americkému dolaru, v roce 2008 byla jednou z nejsilnějších světových měn²³. Proto i české vládní dluhopisy jsou přijímány pozitivně a mají dobré hodnocení.

Česká republika na rozdíl od ostatních zemí střední Evropy neutrpěla tak zásadně, pokud se týká odlivu zahraničních investic. Pro zahraniční investory jsme stále atraktivní zemí, a to díky stabilní politické i ekonomické situaci. Česká republika sice zaznamenala zhoršení v několika klíčových odvětvích průmyslu, například výroba automobilů, které produkujeme pro zahraniční trh, výrazně poklesla, nejednalo se ale o zhoršení natolik dramatické, aby jeho důsledkem byl odliv zahraničního kapitálu a uzavření továren. Sektor sice zaznamenal úspory, predikce pro následující roky není příznivá, nicméně výroba je stále zachována. To ale nic nemění na skutečnosti, že poptávka vyspělých západních ekonomik, pro které náš trh automobily v největší míře vyrábí, snížil svoji poptávku po tomto zboží.

Velmi záhy se projevila provázanost naší ekonomiky s ekonomikami západní Evropy. Pokles poptávky znamenal snížení výroby a následný růst nezaměstnanosti. Také celkový výkon české ekonomiky poklesl. Následovalo také snížení investic ze zahraničí, protože se mírně zvýšila míra rizika, která byla s investicemi v České republice spojená. Naše ekonomika je v zahraničí stále vnímána jako ta, která je zajímavá nízkými výrobními náklady a vysokou přidanou hodnotou vyrobených výrobků, které jsou ze země vyváženy na

²³ Kohout, P.: *Finance po krizi*, str. 64

okolní trhy, zvláště pak trhy v rámci Evropské Unie. Velkou konkurencí jsou pro nás ale pracovní trhy Brazílie, Ruska, Indie a Číny²⁴, kde je možné tyto náklady srazit ještě níž.

Recesi neunikla takřka žádná oblast ekonomiky, nejvíce ale byla zasažena již zmíněná výroba dopravních prostředků, farmaceutických výrobků a spotřební elektroniky. Pokles zaznamenaly také telekomunikace, doprava a rekreační služby²⁵. Došlo ke snížení poptávky jak domácí, tak ze zahraničí.

Situace pro import je díky silné koruně velmi dobrá, zahraniční výrobky jsou „levné“, ale pro exportéry je situace velmi špatná. České výrobky jsou na zahraničních trzích drahé a to ztěžuje vývoz, na kterém je česká ekonomika do značné míry závislá. Silná koruna je tedy jedním z důvodů, proč ekonomika zpomalila.

Koruna také posiluje díky tomu, že zahraniční investoři začali stahovat své investice do méně problematických zemí, a tou Česká republika v porovnání s ostatními zeměmi nejen Evropské unie rozhodně je. Jak jsem výše zmínila, bankovní sektor je v dobré kondici, je zde málo problematických hypoték, česká koruna je silná, nezaměstnanost se drží stále pod 10%.

Veřejností je negativně vnímán prodej českých podniků do zahraničních rukou. V poslední době se jednalo například o prodej strategického podílu národního leteckého dopravce ČSA Korean Air. Vláda si snaží zajistit kapitál na restrukturalizaci firmy a přitáhnout do letecké dopravy další investice a zlepšit situaci letiště Praha. Z hlediska rozvoje infrastruktury se jedná o záměr, jehož výsledky se neprojeví v krátkodobém horizontu.

Vláda České republiky si je vědoma nutnosti přitáhnout do země zahraniční kapitál, proto se pomocí pobídek a různých zvýhodnění snaží tyto investice udělat v očích zahraničních investorů výhodné a zajímavé. Zvyšuje tak zaměstnanost, navyšuje HDP a zvyšuje příjmy státní pokladny²⁶. Dalším důležitým úkolem je udržet investice v zemi a zabránit odlivu zahraničního kapitálu, jako se stalo v sousedních státech. Zvláště tvrdě tento odliv zasáhl Maďarsko nebo Rumunsko. Naopak Česká republika je v očích zahraničních investorů vnímána jako země poměrně bezpečná, jako ta, která má zdravé banky, rozvinutou a stabilní ekonomiku a drží státní deficit na přijatelné úrovni. Proto se vládě daří udržet investory a zabránit odlivu jejich kapitálu do zahraničí, což je pro naši ekonomiku velmi pozitivní zpráva.

²⁴ Gajdušková, K.: *Dopad světové ekonomické krize na přímé zahraniční investice v zemích střední a jihovýchodní Evropy*, str. 21

²⁵ Tamtéž, str. 15

²⁶ Tamtéž, str. 22

3.2.2. Španělsko

V roce 2007 bylo Španělsko dáváno za vzor ostatním ekonomikám. Původně poměrně slabá ekonomika se po historicky nejdelším jednání stala v roce 1986²⁷ členem Evropské unie a začala poměrně rychle růst. Španělsko obratně využívalo evropské strukturální fondy, vybudovalo nezbytnou infrastrukturu, snížilo nezaměstnanost a vyjednávalo si mnoho přechodných opatření, která chránila jeho pracovní trh. Stalo se jedním z nejvyhledávanějších turistických cílů během letních dovolených. Trend, který započal v 70. letech se vstupem do EU, se ještě umocnil. S přílivem turistů se budovaly stále nové hotely a s nimi spojená infrastruktura, rostla zaměstnanost, přibývala pracovní místa ve stavebnictví, která byla ještě posílená sezónními pracemi v turistickém ruchu. Španělsko benefitovalo z přílivu takřka 60 milionů turistů, kteří přinášeli do státního rozpočtu velmi významných 11% příjmů a zaměstnávali 12% ekonomicky aktivního obyvatelstva²⁸.

Další významný růst Španělsko zaznamenalo po přijetí eura v roce 1999. Pro jednotlivce se sice obyčejný život relativně zdražil, nicméně ekonomika státu jako celku rostla, snižovala se dále nezaměstnanost. Španělsko dokonce předběhlo Kanadu a stalo se osmou největší světovou ekonomikou²⁹. Tento prudký rozvoj byl následován obrovským stavebním bohem, v podstatě každý mohl dosáhnout na své vlastní bydlení. Objem hypoték vzrostl čtyřnásobně, ceny bytů rostly neuvěřitelným tempem, takže vlastnictví bytu bylo považováno za vynikající investici. Se stoupajícími cenami bytů se ale musela prodloužit doba splatnosti těchto hypoték. Nebylo nic výjimečného najít smlouvy se čtyřiceti nebo dokonce padesátiletou dobou splatnosti. Protože Španělsko bylo v té době vnímáno jako relativně levná země s velmi příjemným klimatem, nemovitosti kupovali také zahraniční klienti.

Již na konci roku 2007 začala Evropská centrální banka v souvislosti s vývojem na americkém realitním trhu zvyšovat úrokové sazby a někteří Španělé začali mít se splácením problémy. Tento nárůst však nebyl nijak dramatický, a kdyby v USA nezačala hypotéční krize, pravděpodobně by se nic zásadního ve Španělsku nestalo. S propuknutím krize za oceánem se ale dramaticky snížil objem investic ze zahraničí, dále rostly úrokové sazby, dramaticky klesla hodnota akcií developerských společností a španělský stavební průmysl dostal citelnou ránu. Bylo stále složitější prodat nové byty, hypotéky znatelně zdražily a vyhlídky do budoucnosti nebyly dobré.

²⁷ <https://www.euroskop.cz/558/sekce/spanelsko/> (autor Mgr. Petr Zenkner)

²⁸ <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/spanelsko-ekonomicka-charakteristika-zeme-18558.html> (autor Ministerstvo zahraničních věcí)

²⁹ Kohout, P.: *Finance po krizi*, str. 13

Bublina na španělském realitním trhu splaskla. O byty přestal být zájem úplně, hodnota prodaných spadla za velmi krátkou dobu o 20%. Problém ale byl (a stále je), že jejich majitelé musí splácet původní velmi vysokou cenu, přestože byt dávno tuto hodnotu nemá, je neprodejný, a pokud by se přece jen kupec našel, majitel na prodeji značně prodělá. Kvůli poklesu ve stavebnictví začala dramaticky růst nezaměstnanost, která s sebou strhla i další sektory ekonomiky, řada lidí se ocitla bez práce a nebyla schopná drahé hypotéky splácet.

V roce 2008 se ale začaly projevovat první problémy a svět se začal šetřit. Poprvé po mnoha letech přijelo méně turistů, což mělo za následek propad příjmů. Mnoho hotelů, které byly rozestavěny po celém středozezemním pobřeží, nebylo dokončeno, stejně tak jako mnoho bytů, které si neměl kdo koupit, protože díky zvyšování nezaměstnanosti nejen ve stavebnictví začaly mít španělské domácnosti problémy a odkládaly významné investice. V závěru roku Standard & Poor's snížila Španělsku rating z nejvyššího AAA na AA⁺³⁰. Očekával se další pokles. Španělská ekonomika ztratila konkurenceschopnost.

Rok 2009 byl pro Španělsko značně nepříznivý. Ekonomika se propadla do recese. Státní dluh narostl na více než polovinu HDP, nezaměstnanost vzrostla na 18%, takřka o čtvrtinu se propadlo stavebnictví, o 30% dovoz³¹. Vláda se snažila ekonomiku znovu oživit velkými pobídkami, což se na konci roku povedlo a zdálo se, že nejhorší období má Španělsko za sebou.

Následující dva roky ale ukázaly, že optimismus nebyl na místě. Španělsko se potýkalo se stále se zvyšující nezaměstnaností, která se v roce 2011 pohybovala kolem 20% a byla jednou z nejvyšších v celé EU, pokračoval pokles průmyslu a stavebnictví, narůstal státní dluh, velké problémy se týkaly veřejných financí, začaly mít problémy banky. Stát reagoval velmi nepopulárními opatřeními. Zvýšil daně, zmrazil mzdy a omezil sociální dávky. Občanům se to nelíbilo do té míry, že se objevovaly stávkové akce, několikrát z toho dokonce generální. Na mezinárodním poli Španělsko ztratilo kredibilitu a ocitlo se ve skupině tzv. PIGS³², států, které měly v rámci EU největší potíže (Portugalsko, Irsko, Řecko a Španělsko, ke kterým zakrátko přibyla ještě Itálie). Právě v tomto roce začali Španělé litovat vstupu do EU a přijetí eura. Také v jejich případě není možné měnu devalvovat, což by mohli udělat, pokud by měli pesetu, a tak euro táhne jejich ekonomiku dále ke dnu a celou situaci jen zhoršuje.

³⁰ <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/spanelsko-ekonomicka-charakteristika-zeme-18558.html> (autor Ministerstvo zahraničních věcí)

³¹ Tamtéž

³² Tamtéž

Rok 2012 znamenal ještě hlubší problémy. Země byla nucena žádat o finanční podporu ze strany EU. Na oplátku za její poskytnutí musela následovat další a ještě drastičtější opatření, která měla zlepšit stav státních financí a nastartovat ekonomiku. Místo toho ale celý rok média psala o nutnosti rekapitalizovat španělské banky, některé bylo nezbytné sloučit, jiné zavřely úplně. Evropská unie poskytla půjčku ve výši 100 mld. EUR. Očekávaný výsledek se ale nedostavil. Obrovské náklady na záchranu bank měly za následek drtivý dopad na státní rozpočet, další zvýšení zahraničního dluhu.

Pozornost EU se ale obrátila k Řecku, které právě v roce 2012 veřejně přiznalo skutečný stav své ekonomiky a státních financí a vyděsilo ostatní členské státy EU. Španělsko tak přišlo o negativní pozornost, která se přesunula na zmíněné Řecko, ale také na Itálii a Portugalsko.

Většina autonomních oblastí se stala závislá na financích od centrální vlády, na konci roku se v problémech ocitlo i Katalánsko, region, který byl tradičně vnímán jako ekonomicky nejsilnější. Vláda nezastírala, že rok 2012 neskončí s kladným výsledkem a i přes významnou zahraniční pomoc HDP dále klesalo. Na konci roku 2012 nezaměstnanost dosáhla takřka 25%, mezi mladými lidmi je nezaměstnanost kolem 50% a naděje na zlepšení zatím není v dohlednu. Vláda dále škrtá ve svých výdajích – zmrazila platy státním zaměstnancům, snížila jejich počet, odebrala jim některé benefity, zmrazila důchody. Ani tato opatření ale nepomohla. Následovalo vydání státních dluhopisů, které ale nejsou považovány za zvláště bezpečné, takže jejich obchodování je problematické. Španělsko je na nich ale závislé, protože má značné zahraniční dluhy a jejich splatnost je neúprosná. Je také pochopitelné, že za této velmi nepříznivé situace domácnosti šetří čím dál víc.

Jak jsem výše zmínila, významnou složkou státního rozpočtu je v případě Španělska cestovní ruch, který se ovšem propadnul o polovinu. Méně přijíždějí Francouzi, Němci a Britové. Snížila se také průměrná útrata turistů, kteří také přijíždějí na kratší dobu³³. Španělsko si drží pozici třetí nejnavštěvovanější země světa (za Francií a USA), nejvíce navštěvovanými oblastmi jsou Katalánsko, Andalusie, Baleáry a Kanárské ostrovy.³⁴ Tento propad se podepsal také na snížení objemů v dopravě, zvláště v letecké.

Španělé od začátku krize významně omezili cestování do zahraničí, orientují se na cestování v rámci Španělska, zajímavá je pro ně nabídka v oblasti cestování mimo turistická

³³ <http://www.iet.tourspain.es/es-es/Paginas/default.aspx> (autor Ministerio de industria, energía y turismo, Gobierno de España)

³⁴ <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/spanelsko-ekonomicka-charakteristika-zeme-18558.html> (autor Ministerstvo zahraničních věcí)

letoviska.³⁵ Preferovaným dopravním prostředkem je vlastní auto, podstatně se zvýšilo využívání rychlovlaku AVE, který převzal značný podíl letecké dopravy na delší vzdálenosti.

Vyhlídky na letošní rok nejsou zvláště příznivé. Celosvětová krize se významnou měrou nezlepšila, ekonomika Evropské unie jako celku se zotavuje jen velmi pomalu, navíc je zatížena problémy dalších členských států, kterým se snaží pomoci, aby nedošlo k rozpadu jak eurozóny, tak celé Evropské unie. Španělsko tak nečeká rok, který by mohl zásadním způsobem změnit stav věcí. Pokud se vyplní plány centrální vlády, mohla by velmi mírně klesnout míra nezaměstnanosti, k zásadnímu zlepšení veřejných financí patrně nedojde, na stranu druhou by se mohl dostavit výsledek rekapitalizace bank, které se zbavily podstatné části problematických úvěrů. Nedá se také očekávat, že by se zlepšil mezinárodní rating, který je v současné době na hodnotě BBB. Znamená to tedy, že země je zvýšeně riziková. Světová banka ovšem nevylučuje, že by mohl spadnout ještě níž³⁶.

Jednou z příčin, proč se Španělsko propadlo do krize tak hluboko, je tzv. krize eura. Jeho ekonomika nebyla tak silná, aby byla schopná zvládnout přechod na měnu, která byla mnohem silnější než původní peseta. Následoval měnový šok, který vyústil v obrovský nárůst úvěrů, které se týkaly hlavně bytové výstavby. Jakmile ale Španělsko zasáhla krize a bublina splaskla, byty ztratily na hodnotě, úvěry zůstaly velmi vysoké, lidé postupně přišli o práci, neměli úvěry z čeho splácet a banky začaly byty zabavovat, aby získaly alespoň nějakou protihodnotu. Problémem ovšem zůstává, že ani za zlomek ceny byty v současné době nikdo nechce kupovat a tak po celém Španělsku stojí prázdné budovy a celé čtvrti, které připomínají spíš města duchů než sídliště. Nová výstavba se prakticky nezahajuje. Bytů je nadbytek a další investice v tomto sektoru jsou značně riskantní. V tomto případě nebyly dotace z EU využity smysluplně.

Předpokládalo se také, že společná měna a společně nastavené podmínky přinutí jednotlivé státy dodržovat nastavená rozpočtová pravidla. Platila také všeobecná domněnka, že Evropská unie jako celek nenechá žádného ze svých členů padnout. Nejsilnější ekonomiky EU, obvykle solidární se slabšími státy, ztrácí trpělivost a jen velmi nerady financují problémy, které se jich přímo netýkají, protože samy mají potíže. Ač to bylo ještě před několika měsíci nepřijatelné, začíná se spekulovat o vystoupení některých států z eurozóny a návratu k jejich původním měnám, které by bylo možné devalvovat, tím snížit dluhy a nastartovat ta ekonomiku. Pokud zůstane ve státech se největšími problémy

³⁵ <http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/fichadecoyuntura/paginas/default.aspx> (autor Ministerio de industria, energía y turismo, Gobierno de España)

³⁶ <http://www.finance.cz/zpravy/finance/379293-agentura-fitch-potvrdila-rating-spanelska-na-investicnim-stupni/> (zdroj ČTK)

zachováno euro, taková možnost nepřichází v úvahu a cesta z krize v jejich případě možná pravděpodobně nebude. Myšlenka na další rozšiřování eurozóny je momentálně odložena na neurčito a státy, které by mohly, se do přijímání eura za stávající situace nehrnou. Je pro ně výhodnější vlastní měna, která je schopná lépe vyvážit výkyvy v ekonomice.

4. Lingvistické ukotvení

4.1. Média a jejich funkce

Média jsou zprostředkovacím kanálem, který k nám přináší informace. Kdyby zmizela, nic z toho, co známe, by nebylo stejné. Většina času, který máme, by nebyla vyplněná televizí, rádiem, hudbou, filmem, internetem ani knihami. Veškeré informace, které jsme každý den zvyklí dostávat, by zmizely.

Komunikace bez nějakého prostředníka (médium) není možná. Média nám umožňují překonávat vzdálenosti, a to jak v prostoru, tak v čase. Umožňují zaznamenávání, a i když ve velké většině přináší aktuální informace, z hlediska historického jsou významným pramenem. Zvláště v elektronickém období komunikace je archivování poměrně jednoduché a ne náročné na prostor jako tomu bylo v minulosti. Pro masová média je důležité, že jsou zaznamenatelná a znovu opakovatelná v čase.

V dnešní době jsou nejdůležitějším způsobem komunikace ve společnosti takzvaná masová média. Jsou založená na principu, kdy jeden účastník komunikace vysílá zprávu k neurčitému a obvykle blíže nespecifikovanému publiku, *mase*³⁷. Mezi masová média řadíme noviny, časopisy, knihy, televizi, rozhlas, film, zaznamenanou hudbu a internet³⁸. Tato média jsou typická pro postindustriální společnost, období, kdy pro člověka jsou důležitější vazby založené na konsenzu než na tradicích. Sahrávají důležitou roli ve stabilizaci společnosti, ve které žijeme. S rozšířením internetu se jejich význam ještě zvýšil.

Nejstarším z masových médií jsou noviny. Objevily se v 19. století, kdy fungovaly jako komunikační kanál mezi obchodníky a postupně se rozšířily mezi běžnou populaci, která se zajímala o to, co se děje kolem. S postupem technologického rozvoje bylo možné stále zvyšovat náklad, což snižovalo jejich cenu. Další snížení přišlo se zavedením placené reklamy. Od začátku 19. století se vedle sebe rozvíjely dva druhy periodik. Noviny se seriózními informacemi určené pro majetnější čtenáře a noviny s populární tematikou zaměřené na méně vzdělané a méně majetné. Tyto noviny byly specifické z hlediska obsahu i formy. Objevily se velké titulky, senzace, skandály. Postupně se vydělila skupina lidí, kteří se specializovali na shromažďování, třídění a nabízení zpráv. Vznikla profese žurnalistů³⁹.

Podle údajů Světové asociace novin (WAN) je tištěná podoba novin v ohrožení⁴⁰, i když globálně objem prodeje tištěných periodik roste. Je to díky novým trhům, kam tento trh

³⁷ Jirák, J.: *Média a společnost*, str. 21

³⁸ Tamtéž, str. 22

³⁹ Syntéza z: Jirák J.: *Média a společnost*, str. 25 - 35

⁴⁰ Ehl, M.: *Jak se dělají Hospodářské noviny*, str. 210

teprve proniká, zatímco ve vyspělých zemích prodej klesá. Naopak roste objem novin, které jsou rozdávány zdarma. Naopak na rychlém vzestupu je internet, který způsobil zánik řady tradičních titulů vydávaných na papíře.

V masových médiích je zásadní rozdíl mezi autorem a příjemcem informace. Nemohou mezi sebou vzájemně komunikovat, jedná se o jednostranný proces komunikace. Autor se zaměřuje na nespécifikované publikum, pracuje se stereotypem, s obecnou představou čtenáře, na kterého se obrací, a je to právě publikum, které si vybírá mezi různými autory, kteří jim dodávají informace, ovšem takové, které si publikum samo vybere jako zajímavé.

Pro masová média není překážkou ani prostor. Zprávy, které se v tomto typu médií objevují, mohou být přenášeny na dlouhé vzdálenosti a publikovány v geograficky velmi vzdálených regionech.

Masová média ale nejsou přístupná všem. Jedná se o zboží jako každé jiné a kupující za ně musí zaplatit. Média tedy reagují na poptávku na trhu, na kterém se prodávají a to následně ovlivňuje jejich obsah a podobu.

Média jsou tvořena spolupůsobením několika faktorů – jsou to kultura, instituce, které média organizují a novináři. Samotná média tyto faktory následně zpětně ovlivňují. Tvoří se tedy koloběh vzájemného působení. Média a novináři v nich jsou těmi, kdo konstruují a dále přenášejí kulturu. Nemusí se ale jednat o kulturu daného regionu. V současném světě, kde se informace díky internetu šíří velmi rychle na velké vzdálenosti, dochází k tzv. homogenizaci médií.⁴¹ Jednotlivé rysy globálně významných kultur mohou značným způsobem ovlivňovat kultury slabší a geograficky velmi vzdálené. Dochází tak k přebírání nejen informací, ale také hodnot a postojů. Různá média na různých kontinentech informují o situaci stejným způsobem, protože jsou vzájemně propojená a vzájemně se ovlivňují. Důležitou roli v tomto procesu hrají informační agentury jednotlivých zemí, protože přebírají informace z nadnárodních zdrojů. Na celém světě dochází ve všech odvětvích ke globalizaci⁴² a ani média nejsou výjimkou. Přejímají a sjednocují se nejen obsahy, ale i formáty jednotlivých typů médií, např. bulvárních periodik. Tento jev se zásadně projevuje na nových trzích, kam nový typ médií teprve proniká. Zajímavé je povšimnout si, že publikum velké většiny bulvárních médií má nižší vzdělání a nižší příjmy.

⁴¹ Jirák, J.: *Média a společnost*, str. 55

⁴² Prokop, D.: *Boj o média*, str. 333

Takto vzniká fenomén masové kultury.⁴³ V jejím důsledku dochází k významnému oslabování významu a prvků kultur domácích, kultura se po celém světě unifikuje. Stejně reklamy i stejné zprávy můžeme najít v areálech tisíce kilometrů od sebe vzdálených. Je to důsledek spojování jednotlivých médií v nadnárodní konglomeráty, které jsou obvykle ve vlastnictví jedné společnosti a zasahují do různých částí světa. Je to právě tato koncentrace, která vede k unifikaci obsahů, které jsou sdělovány.

V žádném případě nechci snižovat důležitost médií. Zásadním způsobem rozšiřují a obohacují znalosti jedinců o místech, na která by se sami fyzicky nikdy nepodívali, a přispívají tak k šíření znalostí o okolním světě, ve kterém dnes vše souvisí se vším. Mohou také vzdělávat a pomáhat při rozhodování jedince. Pokud působí kladně, přispívají k soudržnosti společnosti.

Jak uvádí Jirák, na stranu druhou mohou být média nebezpečná v tom smyslu, že prezentují to, co sama vidí jako důležité a prezentují to náležitým způsobem tak, aby ovlivňovaly veřejné mínění. Média tak stanovují společenské normy.⁴⁴ Udávají, co je v majoritní společnosti normální, přijatelné a dovolené, a všechno to, co se vymyká, skandalizují. To, jak vidí média svět a jak je prezentují, považují příjemci zpráv za pravdivé. Média z tohoto úhlu pohledu mají sociální zodpovědnost a měla by o realitě informovat pravdivě. Může nastat i situace, kdy média podávají záměrně zkreslený pohled na skutečnost a mohou tak působit ve společnosti paniku.

Média jsou ve společnosti velmi důležitá, protože částečně plní socializační funkci. Prezentují nám svět tak, jak očekávají, že ho budeme vidět i my. Ukazují nám, jak se chovat v rozličných sociálních rolích a předávají nám, jak společnost očekává, že se v těchto rolích budeme chovat a vystupovat. Přenášejí tak kulturní koncepty, pravidla, společné hodnoty.

V demokratické společnosti jsou média svobodná a mohou informovat o všem. Je splněno základní právo člověka na informace. V tomto případě jsou média legislativně oddělená od státu a stát do jejich počínání nemůže zasahovat. V opačném případě dochází k regulaci, protože nedemokratické režimy jsou si vědomy moci, kterou média mají, a nechtějí, aby se do společnosti dostávaly myšlenky a představy, které nepovažují za vhodné. Jde jim o to, aby se publikovaly obsahy, které považují za vhodné. Vše ostatní je cenzurováno.

I v demokratické společnosti je možné, aby média působila podle vůle politických elit. Není neobvyklé, aby média manipulovala s myšlením příjemců zpráv. Jedná se o tzv.

⁴³ Jirák, J.: *Média a společnost*, str. 56

⁴⁴ Tamtéž, str. 59

propagandu. Může být použita v pozitivním smyslu, kdy je předkládán obsah, který má příjemce vzdělat, změnit negativní myšlenky v pozitivní, docílit přijetí žádoucího chování za vlastní, ale velmi často se je propaganda využita ve smyslu negativním. Jejím cílem je v tomto případě potvrzování politické moci vládnoucí skupiny, může být vštěpováno náboženství nebo jiná ideologie,⁴⁵ mohou být prezentovány zprávy, které mají za úkol odvést pozornost od reálných problémů, a spadá sem i reklama, která je často velmi agresivní.

I v demokratické společnosti však dochází k fenoménu tzv. spirály mlčení⁴⁶. Vzniká v případě, že postoje jedince nejsou v souladu s tím, co si myslí většinová společnost a proto, aby se jedinec vyhnul buď izolaci nebo odsouzení, nechává si své názory pro sebe. Média jsou jedním z činitelů, kteří konstituují veřejné mínění a to, co je přijímáno jako všeobecný názor. Mohou posilovat to, co je vnímáno jako žádoucí a naopak ještě více potlačovat to, co je považováno za nežádoucí.

4.1.1. Média v ČR

V České republice před rokem 1989 byla média značně omezená kvůli politické situaci v zemi. Se začátkem Sametové revoluce bylo prolomeno informační embargo a následoval prudké změny nejen ve společnosti, ale také ve vývoji médií. Cenzura byla dále nepřijatelná. Byla obnovena svoboda tisku a jednotlivá média byla privatizována. Vznikla národní média – Česká televize, Český rozhlas a Česká tisková kancelář⁴⁷. Vznikla také nová média vlastněná soukromým sektorem. Byla obnovena dříve zakázaná média, např. Lidové noviny.

Zároveň na český trh vstoupili významní vlastníci ze zahraničí. S nimi se objevil i bulvár, konkrétně deník Blesk, který vychází dodnes a je jedním z nejčtenějších. Český čtenář tak volí mezi dichotomií bulvárních a tzv. seriózních periodik. Postupně se liberalizovala také televize a rozhlasové vysílání. Vznikla celá řada nových rozhlasových stanic, z nichž mnohé postupně zanikly. V roce 1993 byla udělena licence pro první celoplošnou soukromou televizi, TV Nova. Byla první v celé postkomunistické Evropě. V průběhu času se česká mediální scéna výrazně přiblížila západním. Nedá se říct, že v českém prostředí by média byla výrazně koncentrována do rukou jednoho vlastníka.

Český mediální trh ovládá několik významnějších vydavatelství, které se specializují na vydávání jak novin, tak časopisů. V našem případě nás budou zajímat spíše noviny než časopisy, protože výzkumný vzorek pochází z novin. Většina vzorku pochází z celostátně vydávaných periodik, lokální média zastoupena v případě české části vzorku

⁴⁵ Jirák, J.: *Média a společnost*, str. 157

⁴⁶ Tamtéž, str. 166

⁴⁷ Končelík, Večeřa, Orság: *Dějiny českých médií 20. století*, str. 257

nejsou. Dalším specifickým české části je, že nejsou zastoupena specializovaná periodika, ale články jsou vybrané jen z celoplošně vycházejících novin. Pokud se cestovního ruchu týká, české noviny nemají zvláštní rubriku, která by se věnovala cíleně přímo cestování. Toto téma bývá zařazeno obvykle do víkendových příloh novin, kde čtenář dostává tipy, kam vyrazit na dovolenou nebo výlet. Články obsažené ve vzorku jsou vybrané z informací, které se vztahují k dění v zahraničí, z rubriky o ekonomice nebo o financích.

Jedním z periodik, které je zastoupeno poměrně častěji jako zdroj článků ve vzorku, jsou *Hospodářské noviny* (vydává Economia). Původně byly vnímány jako ekonomicky zaměřený titul, ale v posledních letech se snaží o posun k mainstreamu, kvůli tomu, aby přilákaly nové čtenáře. Zaměřují se více než ostatní periodika na zahraniční zpravodajství, které uvádí v souvislostech, zaměřuje se na analýzy. Vždy se snaží přinést informace navíc. Nicméně jsou vnímány jako seriózní, je pro ně typické důkladné a hluboké zpracování témat. Zprávy přebírají hlavně z ČTK a Reuters. Druhá polovina novin s názvem *Podniky a trhy* je stále zaměřená odborně ekonomicky, ale tyto informace jsou přístupné i neoborníkovi. Jako jedny z mála nemají regionální zpravodajství. Jejich čtenáři disponují nadprůměrnými příjmy a jsou zhruba ve věku 40 let a více⁴⁸. Velký důraz kladou v poslední době na komentáře, jejichž rozsah se ve srovnání s minulostí značně rozšířil. Zprávy z kultury a sportu přináší jen a minimální míře, nejsou totiž prioritou.

Server ihned.cz je elektronická podoba *Hospodářských novin*. Na počátku vzniku byl podceňován ze strany redakce, ale s prudkým rozvojem internetu bylo jasné, že propojení portálu s tištěnou podobou periodika je nezbytné a žádoucí. Bylo možné doplňovat aktuálně se vyvíjející informace a kauzy. Čtenáři požadovali aktuální zprávy v co nejkratším čase. Tento web poskytuje jen základní informace, podrobnosti vychází v tištěné podobě periodika nebo jsou přístupné na webu v sekci předplatné. Dělí se na homepage, která obsahuje nejdůležitější zprávy z jednotlivých sekcí, a dále specializované HN Zprávy, HN Byznys, HN Tech a HN Life, které se specializují na jednotlivé kategorie zpráv.

Dalším významným vydavatelem na českém mediálním trhu je skupina Mafra. Vydává tři deníky: *Mladá fronta Dnes*, *Lidové noviny* a *Metro*.

Mladá fronta Dnes podle serveru Mafra.cz přináší čtenářům aktuální a kvalitní zpravodajství, stejně jako užitečné servisní informace či oddechové čtení ve specializovaných přílohách⁴⁹. Vychází každý den mimo neděle, obsahuje regionální přílohu, její čtenáři mají průměrné výdělky a středoškolské vzdělání. Je pravicově zaměřený. Internetovou podobu najdeme na stránkách *idnes.cz*.

⁴⁸ Ehl, M.: *Jak se dělají Hospodářské noviny*, str. 214

⁴⁹ http://www.mafra.cz/cs/?y=mafra_all/cs_o_spolecnosti_portret_spolecnosti.htm

Lidové noviny jsou považovány za nejbližší konkurenci *Hospodářských novin* a noviny pro náročnějšího čtenáře. Vychází od roku 1893 a jsou tak jedním z nejstarších listů na českém trhu. Jejich vydávání bylo během éry komunismu zastaveno a po revoluci v roce 1989 opět obnoveno. Jejich internetová podoba vychází na webu *lidovky.cz*. Přináší zprávy z doma, ze světa, ze sportu, dále se věnují byznysu, kultuře, médiím, cestování, mají rubriky zajímavosti, design, věda, dobrá chuť, věda, názory, auto a lidé.

Nejmladším periodikem skupiny Mafra je deník *Metro*. Vychází jen v pracovních dnech a jedná se o mutaci novin, které vychází v různých zemích světa. Přináší zprávy ze světa, ale výrazně se zaměřují také na lokální zprávy, hlavně ty, které se vztahují k regionální mutaci, tedy kraji nebo přímo městu. Zajímavé na nich je, že jsou na rozdíl od ostatních periodik zdarma. Jejich online vydání nalezneme na *metro.cz*.

Pokud se podíváme na bulvární deníky, ty v největší míře zastupuje mediální vydavatelství Ringier Axel Springer CZ, který vydává deníky *Blesk*, *Sport*, *Aha!*. *Blesk* vychází od roku 2002 a patří k nejprodávanějším a nejčtenějším deníkům v České republice. Je zaměřen na bulvární zpravodajství z domova i ze světa, je celobarevný a doplněný velkoformátovými fotografiemi. Online vydání nalezneme na *blesk.cz*. Stejně je zaměřen i deník *Aha!* s online verzí na *ahaonline.cz*.

Jak je patrné již z názvu, deník *Sport* je zaměřen na dění ve sportu a to nejen českém, ale i zahraničním. Nepřináší jiné informace, je tedy specializovaným deníkem, jehož čtenáři jsou převážně muži. Má přílohy Eurofotbal, Trendy, Auto a Overtime. Online verze je dostupná na stránkách *isport.blesk.cz*.

Dalším deníkem, který vychází v České republice je deník *Právo*. Je levicově zaměřený, vznikl jako následovník novin Rudé Právo, které před revolucí vydávala Komunistická strana. Jedná se o noviny levicově zaměřené a jejich online verzi najdeme na *pravo.novinky.cz*.

Na okraj zmiňuji vydavatelství 1. Distribuční, které vydává specializovaný časopis o cestovním ruchu Travel Trade Gazette. Jedná se o vysoce specializované periodikum, které se zaměřuje na cestovní ruch obecně, ale má i několik mutací podle regionu, na které je zaměřen. Jedná se o světově vydávané periodikum, které vychází již přes padesát let. Tento časopis je jedním ze specializovaných periodik, které se zaměřují na cestovní ruch.

4.1.2. Média ve Španělsku

Mediální trh je díky značné geografické rozlehlosti Španělska konstruován odlišně než trh český. V mnohem větší míře jsou zastoupeny deníky s lokálním dosahem. Trh tedy není dělen jen podle zaměření, ale také podle jednotlivých autonomních oblastí.

El País je jedním z důležitých celostátních deníků. Z dalších se stejným dosahem můžeme jmenovat například *ABC*, *El Mundo*, *La Razón* nebo *La Vanguardia*; z ekonomicky zaměřených pak *Cinco Días*, *El Economista* nebo *La Expansión*. Dále vychází dalších 258 periodik v rámci celého Španělského království⁵⁰. Stejně jako v České republice, i ve Španělsku můžeme najít noviny Metro, které jsou i zde zdarma.

Další zvláštností španělského mediálního trhu je existence periodik v jazycích jiných, než je španělština. Je to podmíněno koexistencí těchto jazyků v jednotlivých autonomních oblastech. Například v Katalánsku se jedná o *El Punt Avui*, *BonDia* nebo *Ara*. *Berria*, *Goierriko Hitza* nebo *Oarsoaldeko Hitza* jsou noviny, které vychází v baskičtině. V současné době fyzicky nevychází žádné noviny v galicijštině, *Galicia Hoxe* existuje již jen v digitální podobě⁵¹. Stejně je na tom asturština, kde je taktéž jen v digitální podobě *Asturies.com*. Ve valencijštině vychází noviny *elpunt.cat*. Je nutné podotknout, že noviny v regionálních jazycích se do značné míry potýkají s problémy, vychází v malých vydáních a jsou vytlačovány periodiky ve španělštině. Další podobností periodik v obou zemích je existence bulvárního tisku.

Média, která ve Španělsku vychází, se dají dobře srovnat s médii v České republice. V obou zemích vychází celostátní deníky. Španělsko má ovšem specifikum v podobě regionálních novin, kterým jsou v českých podmínkách ekvivalentem regionální přílohy celostátních deníků. Obecně se dá říct, že český novinářský styl je o něco méně expresivní než jeho španělský ekvivalent. Domnívám se, že tento jev souvisí s odlišným způsobem vyjadřování obou jazyků. Pro českého příjemce může být španělský styl vnímán jako zvýšeně expresivní, naopak pro příjemce španělského by český styl mohl být posuzován jako příliš strohý.

Také španělský tisk prošel, stejně jako český, nelehkým obdobím, které bylo dáno politickým vývojem. Během Frankovy diktatury byla pozice tisku značně oslabena a možnost svobodného vyjadřování byla potlačena cenzurou. Restaurace Burbonů, tedy návrat Juana Carlose I. na španělský trůn, znamenal také návrat k demokracii a obnovení svobody tisku.

⁵⁰ www.kiosko.net/es/

⁵¹ http://elpais.com/diario/2011/08/07/galicia/1312712296_850215.html

Dalším specifikem španělské žurnalistiky je její oblíbený žánr tzv. *periodismo de investigación*, tedy investigativní žurnalistika. Souvisí to s větším zájmem Španělů o politické dění a také o dění ve společnosti. V české žurnalistice se objevuje také, je ale spíše vnímán jako relativně nový, porevoluční, a zvláště spojován s televizí.

4.2. Novinářský styl

Jazyk novin je jazykem, který má v první řadě informovat. Dalšími funkcemi jsou interpretace a formulování názoru na různé události. Jazyk proto musí být jasný, stručný, přesný, jednoduchý, plynulý, obratný, ekonomický, přehledný. Neméně důležitá je otázka pravdivosti. Mohli bychom najít ještě více popisů. Jen takovéto uchopení jazyka zajistí, aby zpráva byla snadno pochopitelná již při prvním čtení. Z tohoto úhlu pohledu tedy můžeme říci, že jazyk novin je jazykem funkčním. Snaží se o zachycení informace tak, aby zaujala a příjemce si ji zapamatoval. Od novináře vyžaduje velmi pokročilé zvládnutí jazyka.

Základní formou novinářského stylu je zpráva.⁵² Její funkce je dokumentární, jde o objektivní sdělení toho, co se stalo. Důležitá je její aktuálnost a stručnost. Může být konstruována různými způsoby, nejčastější je podle sledu dějů tak, jak šly po sobě. Autor často volí krátké věty, aby docílil zdánlivé rychlosti předání informace. Ve zprávách často nacházíme výčty. V tomto případě proto, aby se do zprávy vešlo co nejvíce informací. Není neobvyklá určitá šablonovitost zprávy, zvláště pokud se jedná o ustálenou formu informace (např. zprávy o počasi⁵³). Jazyk zpráv je obvykle velmi hutný a informačně nasycený.

Jeho základní funkcí je funkce informativní nebo persvazivní,⁵⁴ má tedy čtenáře přesvědčit. Liší se od publicistiky, ve které dominuje funkce persvazivní. Má některé společné rysy se stylem odborným a administrativním. Míra provázanosti těchto stylů je závislá na tom, jaké téma je zpracováváno a v periodiku jakého zaměření článek vychází. Pokud se jedná o odborné zpravodajství pro vysoce specializované publikum, je pravděpodobnost prolínání s těmito styly mnohem vyšší, než v případě, kdy je článek publikován v bulvárním tisku a informuje o posledním skandálu celebrity.

Jak doporučuje Bečka, články by měly být kompletní, po obsahové stránce správné, ale zároveň stručné a jasné. V článku se zdůrazňuje nejdůležitější informace. Ta by měla být ověřená z několika zdrojů, ideálně v písemné podobě. Novináři často tvrdí, že občané mají právo na informace, čehož někdy využívají i za cenu hledání senzací. Pokud redaktor není autorem zprávy a jen ji přebírá, uvádí zdroj své informace. Zvyšuje tak

⁵² Bečka, V. J.: *Česká stylistika*, str. 294

⁵³ Tamtéž, str. 295

⁵⁴ Králová, J.: *Výbrané problémy španělské stylistiky na pozadí češtiny*, str. 16

dokumentárnost zprávy. V českém prostředí je nejčastějším zdrojem Česká tisková kancelář (ČTK).

Projevy tohoto stylu jsou ve velké většině primárně psané a tím pádem vždy velmi dobře připravené. Toto platí, pokud text vychází v tištěném periodiku. Autor má dostatek času na jeho přípravu a korekci. Může si ověřit všechna data a také stylistická stránka takového projevu je dobře připravená, tudíž na vysoké úrovni. Může se ale také jednat o projevy, na jejichž přípravu má autor minimum času. Mám na mysli například zprávy z internetových serverů v rubrikách „*právě se stalo*“, kdy primárním cílem je poskytnout čtenáři informaci a na její zpracování jak po stránce faktografické, tak stylistické nemusí být na vysoké úrovni. Ke korekci dochází až s postupem času. Souvisí to s tendencí, která je typická pro internetové zpravodajství. Je založeno na co nejrychlejší informování čtenáře; vyhrává ten, kdo danou informaci přinese jako první, ne ten, kdo ji má stylisticky nejlépe zpracovanou. Normy, které jsou pro publikování v daném periodiku závazné, jsou publikovány v takzvaných *libros de estilo*. Obsahují jak stylistické, tak grafické normy, které redakce vyžaduje pro to, aby článek mohl být v periodiku publikován.

Veřejnost projevu⁵⁵ vyplývá ze samotné funkce novinářského stylu. Pokud autor pracuje na článku, je to vždy s účelem, aby byl veřejně publikován. Nepředpokládá se tedy, že by autor psal své příspěvky takzvané „do šuplíku“. S touto skutečností jde ruku v ruce i styl a výběr jak jazykových tak syntaktických prostředků, které jsou v článku použity. Novinářský styl nezná soukromá sdělení.

Novinářský styl funguje podle následujícího schématu. Existuje zde emisor, tedy ten, kdo informaci vysílá (nejčastěji je to redaktor). Dalším komponentem je informace s určitým obsahem sdělovaná v nějakém kódu, který může být jak lingvistický, tak ikonický nebo typografický v případě schématu nebo obrázku. Tato zakódovaná informace je předávána příjemci formou kanálu, což může být periodikum nebo internet. Na konci tohoto řetězce je informace dekodována a interpretována příjemcem. Jak je vidět, jedná se o proces poměrně složitý, může v něm dojít k nedorozuměním a je na straně novináře, aby se snažil jim předejít.

Periodistický styl se začal rozvíjet na začátku 20. století v Anglii a poté v Americe. Vznikl jako vyprávění o zajímavých událostech, které se staly. Toto období bývá označováno jako zlatý věk. Od roku 1945 navazuje explikativní žurnalistika, která se zaměřovala na hlubší pohled na věci a hledala v nich souvislosti. Čtenář si tak mohl udělat

⁵⁵ Králová, J.: *Vybrané problémy španělské stylistiky na pozadí češtiny*, str. 13

lepší obrázek o tom, co se děje a utvořit si na věci vlastní názor. Žurnalistika zaznamenala velký boom na konci 20. století s rozvojem internetu a dalších médií.

Nejčastěji se dělí na tři podskupiny, a to na zprávy, názory a reportáže⁵⁶. Zprávy informují čtenáře objektivně a aktuálně o celkovém dění, které je zajímavé, ale bez toho, aby bylo přidáno hodnocení ze strany autora. Názory jsou, jak samotný název napovídá, vyjádřením hodnocení situace. Do tohoto typu spadají úvodníky a články, které se objevují ve stejnojmenné rubrice. Je v nich jasně patrný autor, nebo se může jednat o názor celé redakce a jedná se tak o obecný názor celé redakce daného periodika. V reportáži se kombinují obě předešlé skupiny. Bývá delší a často doplněná bohatým obrazovým materiálem. Reportér vyráží na místo, aby autenticky poznal téma a mohl podat hodnotnou zprávu. Reportáže mají značnou informační hodnotu. Do podskupiny reportáží spadají také rozhovory.

Za zprávu se dá považovat jen taková událost, která je někým komunikována dalším osobám prostřednictvím médií. Ne každá událost je tedy zprávou. Zprávy, které se publikují, musí být aktuální, protože není přece nic staršího než včerejší zprávy. Zároveň by měly být obsahově zaměřené tak, aby zaujaly širokou veřejnost. Musí tedy probíhat v prostoru a čase blízkém potencionálnímu příjemci, čtenáři. Co se bude publikovat, závisí na několika kritériích. Zmínila jsem nezbytnou aktuálnost, dále je důležitá blízkost. Čtenáře zajímá, co se děje v jejich okolí a co může ovlivnit jejich život. Zprávy, které se udály geograficky daleko, se publikují pouze v případě, že mají celosvětový dopad nebo jsou natolik zvláštní, překvapivé a ojedinělé, že čtenáře mohou zaujmout. Dalším důležitým prvkem je motiv konfliktu. Je to jeden z nejčastějších námětů ve většině periodik. Čtenáře také zajímá, co se stalo jiným lidem. Tyto zprávy bývají podávány formou příběhů.

Veškeré zprávy a informace jsou místně a temporálně určeny. Pokud v tisku sledujeme určité téma, nezřídka si všimneme, že informace se v čase může vyvíjet. Objevují se nová fakta, která jsou přidávána k původním zprávám. V některých případech doplňují a rozvíjí původní informaci, jindy mohou původní informaci zcela změnit. Proto je důležité sledovat, kdy byla zpráva publikována. Význam zpráv se může měnit také s vývojem politické situace a situace ve společnosti. Informace, které nebyly považovány původně za důležité, mohou v řádu několika měsíců plnit první stránky novin a naopak ty z prvních stran mohou zapadnout stejně rychle, jako se objevily. Zpráva o krachu amerických bank byla sice překvapivá, ale nikdo zpočátku nečekal, jak obrovské důsledky bude mít v celosvětovém měřítku.

⁵⁶ http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio_pers/rbeltran/document/mat_red2/mat1_red2.pdf (zdroj: materiál ke Kurzu žurnalistiky, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas)

Cílem novinových článků může být pouhé informování o událostech, které se staly, častěji ale jde o přesvědčení čtenáře. Může se jednat o to, aby se zúčastnil nějaké akce, případně podle podrobností uvedených v těle článku může být záměrně vyvolán určitý dojem, který může dále působit na obecné smýšlení čtenářů nebo i na celkovou náladu ve společnosti.⁵⁷

Velký pozor by měl čtenář dávat na to, odkud informace pochází. Ne všechno, co je publikováno, je čistě objektivní zpráva, ale velmi často mívá zakomponované další, na první pohled nenápadné, intence, jak na čtenáře působit. Na tento problém velmi často narážíme na internetu, pokud pracujeme s volně přístupnými informacemi. Na jednu stranu internet velmi urychlil přenos a dostupnost informací, na stranu druhou je v tomto případě velmi obtížné ověřit autenticitu zdrojů. Pokud někdo umísťuje na internet informace, stojí ho to čas a finance a opravdu je jen velmi málo těch, kdo tak činí z čistě altruistických pohnutek⁵⁸. Velmi často jde o propagaci nebo přesvědčování. Novináři by se tedy neměli uchýlovat k internetu jako primárnímu zdroji svých informací, využívat jej, ale pracovat s ním velmi obezřetně. Na stranu druhou je to často právě internet a očitá svědectví přímých účastníků, kdo poskytuje aktuální a relevantní informace, jako je tomu například v případech živelných katastrof.

Zásadní proměnu médií znamenalo v 90. letech minulého století rozšíření internetu ve velkém měřítku. Výrazným způsobem se urychlil tok informací, pokud se stane cokoli důležitého, můžeme událost sledovat takřka v přímém přenosu. Problémem internetu ale je, že se na něj dostávají informace neověřené, neexistuje na něm žádná kontrola ani cenzura, když se o ní uvažuje, a tak je možné najít informace, které jsou lehce zneužitelné proti jednotlivci i skupinám obyvatel, případně není společensky žádoucí, aby byly šířeny.

Obzvláště opatrně bývají uváděny zprávy, které informují o zahraniční politice a vztazích s jinými státy. Jako takové jsou obvykle sledovány ze zahraničí.⁵⁹

Na začátku zprávy se objevuje nejdůležitější nebo nejkontroverznější část, která je dále vysvětlována a přidávají se detaily. Dalším ze způsobů, jak zprávu podat, je takzvaná obrácená pyramida.⁶⁰ Titulek má zaujmout čtenáře natolik, aby se rozhodl zprávu přečíst. Následují podrobnější informace, které jsou na konci článku zhuštěny v efektní závěr. To nejdůležitější tedy přichází nakonec. Jednotlivé odstavce jsou mezi sebou dobře propojeny tak, aby byl článek koherentní.

⁵⁷ Knittlová, Černý, Mohaplová: *Funkční styly moderní španělštiny*, str. 10

⁵⁸ Šmíd M.: *Internet jako informační zdroj novináře*, str. 110

⁵⁹ Bečka, V. J.: *Česká stylistika*, str. 297

⁶⁰ http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio_pers/rbeltran/document/mat_red2/mat1_red2.pdf (zdroj: materiál ke Kurzu žurnalistiky, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas)

V jazyce novin se uplatňují následující otázky: Co se vyjadřuje? Jak se to vyjadřuje? Proč se to píše? Pro koho se to píše? Může být také přidáno jak se událost stala. Dalším vodítkem pro sestavení článku může být takzvaná metoda 5W. Jedná se o zkratku pěti tázacích zájmen v angličtině, která začínají na W. Jsou to *who, what, when, where, why*. Odpověď na otázku *co* se vyjadřuje, je obvykle tématem zprávy a odkazuje na to, co se stalo. V odpovědi na otázku *kdo* jsou zahrnuti postavy, které mají s událostí něco společného. V otázce *kdy* je zahrnut čas události a v *kde* se odkazuje na místo příhody. Odpověď na otázku *proč* je složitější, protože může zahrnovat informace z minulosti, tedy ty, které události předcházely, nebo naopak ty, které budou následovat v podobě důsledků. Otázka *jak* odpovídá na konkrétní okolnosti dané události.

Jak jsem již výše zmínila, jazyk novin se vyhýbá nepřesnostem ve vyjadřování, aby se zabránilo různým interpretacím zprávy. Styl je vždy objektivní a neutrální, postava autora je téměř vždy potlačena. Z důvodu neutrality stylu se velmi málo používají hodnotící adjektiva a superlativy. Existuje silná tendence vyhnout se technicismům a slovům z cizího jazyka, pokud se nejedná o články se specializovanou tematikou. Novinářům je doporučeno, aby se vyhýbali klišé, ale i přesto je v publicistickém stylu často nacházíme.

Na stranu druhou má novinář naprostou svobodu vyjadřování. Může si zvolit vlastní tón, perspektivu nebo vážnost s jakou se bude na své čtenáře obracet. Pokud se slovní zásoby týká, obvykle se objevuje jazyk ve standardní formě, tedy jazyk spisovný. Pokud je použita místní varianta jazyka nebo přímo dialekt, objevuje se nejčastěji v citacích osob (svědků události). Takové použití jazyka má za úkol zpestřit a přiblížit atmosféru daného místa. Toto použití je vhodné jen tehdy, pokud je použitý jazyk obecně srozumitelný.

Žurnalistický jazyk používá slova korektní, v přiměřeném vyznění, je zaměřen na široké publikum, tudíž nechce nikoho urazit. Preferuje také slova kratší, protože jsou častěji používaná, tudíž snáze srozumitelná a urychlují spád věty. Protože novinář je limitován prostorem, který má k dispozici, jeho styl vyjádření musí být ekonomický. Články proto neobsahují přehnané množství detailů. Nepoužívají se ani tzv. výplňová slova (*conviene recordar, es obvio, entonces*⁶¹).

Slovní zásoba často obsahuje slova, která nejsou v jazyce zcela obvyklá. Může se jednat o neologismy, to v případě, kdy je třeba označit věc novou, do té doby neznámou, může se ale jednat také o tzv. stylistický neologismus, kdy je nové pojmenování využito záměrně a má za cíl překvapit svojí novostí a přitáhnou tak čtenářovu pozornost a zájem; na straně druhé se objevují i slova archaická, ta ale obvykle v novém nebo pozměněném

⁶¹ http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio_pers/rbeltran/document/mat_red2/mat1_red2.pdf (zdroj: materiál ke Kurzu žurnalistiky, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas)

významu, který se vztahuje k aktuální situaci, nebo může být použit metaforicky, kdy je jeho funkcí opět aktualizace, tedy ozvláštnění a také kontrast. Další zvláštností je častá přítomnost zkratkových slov a akronymů. Souvisí to s prolínáním ostatních stylů a také s tématy, k jejichž popisu je nezbytné taková slova použít. Jejich přítomnost je ale vždy jen v takovém rozsahu, aby nenarušovala bezproblémové porozumění textu.

Často jsou používány krátké věty, které obvykle nepřesahují dvacet slov⁶², a krátké odstavce. Jedním z pravidel je: jedna myšlenka v jedné větě. Jazyk novin se také vyhýbá velkému množství vedlejších vět. Styl je obecně neosobní. Často se objevuje popis. Ačkoli po syntaktické stránce nebývají články komplikované, jednoduchost v této části bývá vyvážena různorodými tématy. Nejčastěji se objevuje přítomný nebo minulý čas. Naopak subjuntiv je poměrně vzácný. Velmi často se objevují citace, které jsou uvedeny vždy v uvozovkách.

4.3. Postavení novináře

Novinář je v demokratické společnosti chápán jako člověk, který se zajímá o dění kolem sebe a o tom, co vidí kolem sebe a domnívá se, že by mohlo být zajímavé i pro ostatní, informuje v médiích. Kritéria, podle kterých tyto zprávy vybírá, jsem popsala výše. Informuje na základě svobody projevu, může tedy informovat o všem a není omezován cenzurou. Jeho pohled na skutečnost je dán jeho vzděláním, politickou nebo náboženskou orientací, jeho předešlými životními zkušenostmi. Je tedy možné, že informování o téže skutečnosti různými novináři, se může mírně lišit. Je to dáno jak osobnostními rysy autora, tak tento pohled může být ovlivněn politickým směřováním periodika, ve kterém je informace publikována.

V podmínkách České republiky se novináři sdružují v dobrovolné organizaci s názvem Syndikát novinářů. Jedná se o „*politicky neutrální, nezávislý na ideologických, náboženských, politických a ekonomických státních i soukromých strukturách. Aktivně se angažuje za svobodu shromažďovat, analyzovat a šířit informace prostřednictvím tištěných a elektronických médií, svobodu vyjadřovat názor včetně svobody kritizovat, oponovat vládám a politickým a ekonomickým strukturám, veřejným nebo soukromým*“⁶³. Protože se jedná o organizaci dobrovolnou, členství není povinné. Je ale doporučované, protože je to právě tento syndikát, kdo jako jediný novinářům vystavuje mezinárodní průkazy, které umožňují práci v zahraničí.

⁶² Tamtéž

⁶³ <http://syndikat-novinaru.cz/1/3/syndikat>

Jednou z podmínek členství je dodržování novinářské etiky. Jedná se o normy, které by měl novinář dodržovat. Novináři jsou společnosti odpovědní za svoji činnost. Společnost má právo na informace, ale novinář by neměl narušovat práva jednotlivce, pokud se jedná o jeho právo na ochranu osobnosti a soukromí.

Občané mají právo na včasné, nezkrácené a pravdivé informace. Novinář, protože je profesionál, v ideálním případě odolává veškerým tlakům, které na něj mohou být vyvíjeny, ve snaze zabránit tomu, aby otiskoval informace, které nejsou v souladu s tím, co si nátlakové skupiny přejí zveřejnit. Nezbytné pro jeho práci je, aby nezveřejňoval jen polopravdy a zamlčoval informace, aby jejich interpretace čtenáře nevedla k mylným záměrům a domněnkám. Všechny to, co publikuje, musí být ověřeno z několika na sobě nezávislých zdrojů. Novinář také nesmí přijímat jakékoli dary nebo finance a jednat vždy tak, aby nemohl být kompromitován.

Podle pravidel syndikátu novinářů může novinář informovat o čemkoli, ale musí respektovat soukromí osob, pokud si to přejí, nesmí svojí prací nikoho ohrozit ani dostat do tísně. Další povinností je zachování presumpce neviny, měl by se vyhnout pomluvám a nevyjadřovat se o osobách negativně, pokud se taková informace nezakládá na ověřených faktech. Informace, které zveřejňuje, mohou dostat do potíží jedině jeho. Jeho styl by měl být slušný a věcný, měl by se vyvarovat zbytečných útoků.

Ve Španělsku se novináři sdružují ve *Federación de Sindicatos de Periodistas*⁶⁴. Tato organizace vznikla v roce 2001 a sdružuje novináře v celém Španělsku, kteří před vznikem této organizace byli sdruženi v organizacích na úrovni jednotlivých autonomních oblastí. Také pro ně platí stejné zásady jako pro novináře v České republice.

4.4. Titulky

Novinový titulek je jednou z nejdůležitějších částí článku. Rozhoduje o tom, jestli si ho čtenář vůbec přečte. Má tedy funkci atrakční, tj. musí přitáhnout pozornost a přesvědčit ho, že podávaná informace bude zajímavá. Je nezbytné, aby byl srozumitelný, i když se čtenář na jeho obsah zcela nesoustředí. Jedna z jeho dalších funkcí je orientace čtenáře. Titulky jsou obvykle typograficky odlišeny od ostatního textu na stránce pomocí zvýrazněného fontu. Může se jednat o tučné nebo jinak odlišené písmo, obvykle bývá použita i jiná barva, zvláště pokud se jedná o bulvární noviny⁶⁵.

⁶⁴ <http://www.fesp.org/>

⁶⁵ Viz též: Zubková, M: *Prostředky jazykové agrese v novinových titulcích*

Titulky jsou příznakové podle toho, v jaké sekci novin se nachází – titulky politické rubriky⁶⁶ vypadají jinak než titulky rubriky sportovní⁶⁷. Koncentrují se v něm všechny výše uvedené znaky novinářského stylu. Na minimálním prostoru je nutné koncentrovat maximum informací. Jednou z možností je podat informaci naprosto srozumitelně a jasně. Neměl by být ale natolik explicitní, aby sdělil celou informaci, která je v článku pod ním obsažena. Měl by tedy něco vynechat a nabudit čtenáře k přečtení článku, čtenář musí po přečtení titulku chtít vědět víc.

Titulky velmi často používají tzv. aktualizaci. Jedná se o určitou novost ve vyjadřování. Jazykové prostředky jsou použity zvláště, nově a nezvykle. To přitahuje čtenářovu pozornost. Mohou pracovat s různými jazykovými hříčkami, nezvyklými kombinacemi slov, kombinacemi zdánlivě nemožnými nebo si přímo odporujícími. Titulek také může vyjadřovat obsah článku jen velmi okrajově nebo může být použito narážky na obsah. Naproti tomu stojí titulky, které vyjadřují naprosto jasně, o čem článek je, jsou tedy úplné a zcela explicitní. Autoři počítají u svých čtenářů s určitou obecnou znalostí tématu. Proto si mohou dovolit různé narážky a není neobvyklé odkování na předchozí zveřejněné texty.

Pokud jsem zmínila aktualizaci, velmi časté je využití prvků ne zcela domácích v novinářském stylu. Jak jsem výše zmínila, jednou z nich je používání standardní slovní zásoby a velký důraz je kladen na vyhýbání se expresivním či jinak příznakových slovům. V případě titulku je ale jejich použití vhodné a časté, protože přitahují pozornost čtenáře. Neměly by být používány prvoplánově, ale leckdy je jejich použití na místě. Odborníci však doporučují, že s tímto druhem slov je třeba zacházet velmi opatrně.

Nejen v titulcích, ale i v celém novinářském stylu se používají slova, která přitahují pozornost čtenářů. Jedná se například o různá kompozita, u kterých je však důležité, aby byla sémanticky průhledná a tudíž jasně srozumitelná. Tyto neologismy mohou být použity jednorázově, mohou být ale natolik úspěšné, že se mohou dostat do běžné slovní zásoby daného jazyka. Může se jednat také o neobvyklé odvozeniny běžně používaných slov (*umobilovat se*⁶⁸).

⁶⁶ Viz též: Michálková, L.: *Novinové titulky před 20 lety a dnes*

⁶⁷ Viz též: Mlčoch, M: *Několik poznámek k nejazykovým a jazykovým prostředkům v současném bulvárním a tzv. seriózním tisku*

⁶⁸ Jaklová, A.: *Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech*, str. 3

Z hlediska modality je nejčastější použití deklarativních vět, není neobvyklá ani otázka⁶⁹, zvláště častá je otázka řečnická, jejíž zodpovězení však nebývá podle obecného názoru nebo informace, ale bývá kontroverzní či jinak neobvyklé.

Pokud se podíváme blíže na strukturu titulků, nejčastěji se objevuje jeden hlavní titulek, který sdělí téma článku. Pokud se jedná o obsáhlejší článek, může se objevit pod titulem hlavním ještě další členění článku. Pomocí podtitulků je strukturován obsah článku. Děje se tak kvůli přehlednosti a lepší orientaci pro čtenáře. Ten si tak snadno může z článku vybrat tu informaci, která je pro něj zajímavá a přínosná. Pokud noviny připraví celé téma, je možné, že se objeví větší množství článků. Jejich názvy pak spadají pod makro titulek.

4.5. Persvaze

Jednou ze základních funkcí žurnalistiky je nejen funkce informativní, která je funkcí základní, další neméně významnou a hojně využívanou funkcí je funkce persuasivní. Články tedy nemají jen informovat, ale také přesvědčit. Média se do značné míry zasazují o to, jak bude která informace čtenáři přijata. Pokud budou o určité události informovat kladně, i čtenáři s největší pravděpodobností přijmou tuto zprávu kladně. Stejně tomu bude i v negativní variantě. Média tedy zásadně ovlivňují to, jak vnímáme informace, o kterých nás informují. Vytvářejí tedy realitu, ve které žijeme. Naše vnímání světa je založeno na domněnkách, které máme o okolním světě. Tyto domněnky nám zprostředkovávají informace z médií.

Média také mohou veřejným míněním manipulovat. Je zdůrazňováno, že tato funkce je v posledních letech čím dál častější. Čtenáři si nejsou vědomi vlivu novina televize. Podle zákona je úkolem veřejnoprávní České televize informovat zcela objektivně a nestranně. Protože je ale nucena šetřit a výrazně v poslední době snížila počet svých zahraničních zpravodajů, je nucena přebírat zprávy od světových tiskových agentur. Dochází ke zkreslení informace. Zprávy navíc vznikají v určitém prostředí, politickém klimatu a geografické oblasti, takže není možné zcela se vymanit z vlivu výše zmíněných faktorů, což nevyhnutelně vede k ovlivnění našeho chápání situace.

Jako příjemci zprávy předpokládáme, že informace, které jsou nám prezentovány, jsou pravdivé. Do velké míry záleží na prestiži média, které nám informaci zprostředkuje. Platí, že čím vyšší je prestiž, tím méně je pravděpodobné, že zpráva nebude pravdivá, a naopak. Pokud si všimáme zdrojů, odkud informace pochází a přistupujeme k ní kriticky, jsme schopni se manipulaci vyhnout a nepřebrat nekriticky názory, které jsou nám prezentovány. Výběr serózního média nám zajistí přísun relevantních a ověřených informací.

⁶⁹ Křístek, V.: *Současné novinové titulky*, str. 3

Jedním z předpokladů, které čtenář podstatně vnímá, je použití vhodné varianty jazyka. Pokud je použita spisovná a neutrální slovní zásoba, je mnohem pravděpodobnější, že zprávu přijmeme jako fakt. Naopak pokud se setká s jazykem příznakově zabarveným, nebude zprávě věnovat takovou pozornost. Její kredibilita nebude taková. Záleží ovšem do značné míry na rozhledu, vzdělanosti a inteligenci čtenáře.

Možnosti, které média využívají k tomu, aby se čtenáři manipulovala, jsou velmi široké. Může se jednat o přesvědčování, sugesci, hodnocení, oceňování, hodnocení, apely, argumenty⁷⁰, a další prvky. Jedná se o prvky verbální persvaze, které jsou nejúčinnější. Mohou být podpořeny také grafickými, které jsou druhotné, nicméně podporují prvky verbálního působení. Nejčastějšími prostředky persvaze, které se v novinářských textech objevují, jsou hodnotící adjektiva, která působí na příjemce buď kladně, nebo záporně, podle svého sémantického obsahu.

Velmi často jsou články napsány tak, aby působily na čtenářovy emoce. Cílí na nejstarší vývojovou část mozku, kterou recipient zprávy velmi těžko ovládá. Autor se tak snaží vzbudit citovou reakci na prezentovanou zprávu. Jedná se o nejlépe cílenou metodu přesvědčování. Čtenář si nepamatuje detaily informace, ale zprávu pojímá globálně, není ani důležité, jestli je pravdivá, nebo ne, důležité je dojem, který zanechala. V tomto směru mohou média velmi dobře manipulovat s veřejným míněním a náladami ve společnosti.

4.6. Fáma, dezinformace

Pro manipulaci informací o skutečnosti je možné využít následující úhly pohledu na realitu.

Prvním z nich je fáma. Jedná se o zprávu, která se nekontrolovatelně šíří mezi lidmi, aniž by byla založená na pravdě. Většina ji přijímá jako pravdivou, ačkoli nikdo neví, kdo je jejím autorem a na základě čeho byla vytvořena. Obvykle se na původní verzi nabalují další a další informace, které jsou stejně pochybně pravdivé jako zpráva původní. Na otázku, od koho informaci sdělující ví, obvykle odpovídá, že od známého jednoho jeho známého. V moderní podobě se šíří po internetu jako tzv. hoax přes email a sociální sítě. Má za cíl vyvolat nějakou reakci příjemce nebo jen pobavit. Obvykle je neškodná.

Druhým způsobem, jak manipulovat s realitou, je dezinformace. V tomto případě se jedná o závažnější porušení pravdivosti. Jedná se o záměrně zkreslenou informaci, která čtenáře uvádí v omyl.⁷¹ Je velmi obtížně rozeznatelná od pravdy a média jí často využívají k manipulaci se smýšlením ve společnosti a utvořením názoru na různé věci, které nás obklopují. Dezinformaci můžeme rozdělit na aktivní a pasivní. Aktivní spočívá v tom, že

⁷⁰ Jaklová, A.: *Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech*, str. 2

⁷¹ <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/dezinformace-desinformace>

nátlaková skupina „vyrobí“ informaci, kterou dále šíří jako pravdivou; pasivní je založena na zpoždění nebo zatajení informace.⁷²

Tento způsob je médií velmi často využíván, ačkoli je v rozporu se základním etickým kodexem žurnalistiky. Je to jedna z nejčastějších manipulativních technik. Nejedná se přímo o propagandu, protože se nejedná o systematický nátlak, ale i tak může mít dalekosáhlé důsledky.

⁷² Žaloudek, K.: *Encyklopedie politiky*, str. 78

5. Aspekty analýzy a interpretace textu

Vzorek, který jsem sebrala, se skládá z článků, které vyšly v českém a španělském tisku. Periodika, které je uveřejnila, jsou různá. Informace, které jsou v nich obsaženy, je možné brát jako pouhou informaci nebo s určitou časovou prodlevou jako historický pramen o době, ve které vznikly. S odstupem času se jedná o zprávy o minulé době. Je možné v nich najít informace z politické i ekonomické sféry, stejně jako zprávy o každodenním životě v obou společnostech.

Noviny jsou chápány jako zdroj informací, které nám přináší každý den, s odstupem času od jejich vydání se může jednat o zajímavý historický pramen. Jak jsem již zmínila výše, zprávy v novinách nejsou čistě informativního charakteru, ale mají ještě další funkce. Jednou z nich je funkce přesvědčovací a může být obsažena i propaganda. Souvisí to s propojením médií a vládnoucí politickou elitou. I když by média měla být politicky neutrální, ne vždy je tomu tak. Proto při interpretaci je důležité znát dobový kontext, politickou situaci, zaměření novin a další okolnosti, které jsou obsaženy ve společnosti mimo média, a které mohly informaci obsaženou v článku ovlivnit. Výklad dějin je vždy závislý na dobové politice a její interpretaci od ní nelze oddělit (viz kapitola č.7.5. *Naratologický čas a prostor*).

Stejně jako v přítomnosti noviny konstruují přítomnost a samy se kontextem, který pomáhají vytvořit, nechávají zpětně ovlivňovat, tak i minulost, kterou zpětně konstruujeme na základě novinových článků je vlastně konstruktem minulosti⁷³.

Každá interpretace takových zpráv je ale obtížně dešifrovatelná a každý z těch, kdo dané články interpretuje, na ně může pohlížet filtrem svého úhlu pohledu. Je v něm obsažena individuální zkušenost takového jedince, jeho sociálně-politicko-ekonomický náhled na danou dobu. Výklad dějin není vždy univerzálně přijatelný pro všechny nejen zainteresované strany. Pohled na dějiny relativně vzdálené je možné sjednotit, někdy k tomuto konsenzu ale nedojde ani po několika generacích. Univerzální pohled na události není možný.⁷⁴ Články v našem vzorku popisují minulost tak blízko, že se dá mluvit takřka o přítomnosti. Odstup několika málo měsíců není dostatečný k tomu, abychom byli schopni o těchto zprávách uvažovat a interpretovat je bez emocí. V současné době se ještě stále celý svět potýká s krizí, takže naše optika vnímání těchto zpráv není distancovaná. Stále jsme v této situaci zainteresovaní. Proto je velmi obtížné tyto objektivně posoudit.

⁷³ Orság, P.: *Mediální text jako historický pramen – možnosti a limity interpretace*, str. 137

⁷⁴ Tamtéž, str. 134

Realita je v médiích podávána s jistou rezervovaností, protože se může měnit. Situace se vyvíjí každým dnem a predikce učiněné na konci minulých let, které se snažily balancovat ke konci daného roku vývoj, se ukázaly jako ne úplně přesné. Z toho důvodu kategoričká tvrzení nejsou na místě.

K oslabení kategoričnosti tvrzení slouží takzvané modalizátory. Jsou to výrazy, které hodnotí význam. Mohou ho zeslabovat nebo naopak zesilovat. Jedná se o metodu tzv. atenuace. Někteří mluvčí je používají jako výplňková slova, tedy taková, která vkládají do věty v momentě, kdy přemýšlí nad dalším vyjádřením. Oslabují kategoričnost výpovědi a mluvčí se tak zbavuje odpovědnosti za obsah své výpovědi. Patří mezi ně například *vesměs, celkem, v podstatě, zpravidla, přece jen, stěží, docela*⁷⁵, atd. mohou zcela zásadním způsobem měnit vyznění výpovědi, a to v tom smyslu, že mohou změnit její polaritu.

Jak jsem již výše zmínila, při interpretaci zpráv v médiích, v našem případě v novinách, je nezbytné mít na paměti také politickou orientaci daného periodika. Může poměrně značným způsobem ovlivnit způsob, jakým je informace čtenáři podávána. Politická příslušnost novin, potažmo autora zprávy, může nenápadně zkreslit objektivnost informace a přidat tak hodnocení, které z politické příslušnosti vyplývá. Může být jak pozitivní, tak negativní.

Kontext politické a ekonomické situace jako celku je neméně důležitý. Ovlivňuje jak výběr zpráv, které jsou považovány za důležité nebo zajímavé, ale také to, jaké hodnocení je jim přisuzováno a jak vysoko na škále důležitosti se dostanou. Pokud by se celý svět nenacházel v hluboké krizi, je velmi pravděpodobné, že zpráva o menším utrácení nebo příjezdu turistů do Španělska by se nedostala do sféry zájmu českých novinářů a v českých médiích by se neobjevila. Z našeho pohledu by bylo možné tuto situaci interpretovat jako momentální výpadek a nepřikládala by se mu takřka žádná váha. V kontextu ekonomické krize se jedná ale o zprávu poměrně zásadní, protože i pro českého čtenáře je obecně známým faktem, že španělská ekonomika je na zahraničním turismu do značné míry závislá a tudíž výpadek v příjmech bude pravděpodobně znamenat další nepříjemnost k těm, které se už nakumulovaly.

Poměrně časté je, že se v člancích objevují intertextové odkazy. Znamená to, že jeden článek odkazuje explicitně nebo i implicitně na jiný. Tato skutečnost je možná díky obecné znalosti dané problematiky u přijímajícího publika. Autor předpokládá, že čtenáře téma zajímá, tudíž o něm čte články ostatních autorů i v jiném periodiku, případně na internetu, tudíž zná nedávno uveřejněné zprávy. Může také narážet na rozporuplně přijatý článek a na

⁷⁵ Kraus, J.: *Jazyk v proměnách komunikačních médií*, str. 71

ten reagovat. V tomto případě, pokud byl článek kontroverzní, je velká pravděpodobnost, že ho bude čtenář znát. Další možností je citování a odkazování na článek autority v oboru. Novinář si tak zajišťuje důvěryhodnost toho, co je obsaženo v jeho příspěvku.

Zajímavé je také porovnání toho, jak je zpráva podávána v závislosti na tom, pro jaký okruh čtenářů je určená. Mohou nastat dva extrémy. Jedním je informace pro vysoce vzdělaného a specializovaného čtenáře, druhým je naopak čtenář s nižším socio-kulturním rozhledem. Mainstreamová média přináší informaci pro průměrně vzdělaného čtenáře se všeobecným rozhledem. Pokud se zaměříme na první případ, tedy na čtenáře velmi vzdělaného, informace pro něj bude nejspíše publikována v odborném tisku, předpokládaná informovanost bude na vysoké úrovni a také podání informace bude komplikovanější jak strukturou zprávy, tak použitou slovní zásobou i skladbou vět. Opačný případ, tedy čtenář průměrně, či podprůměrně vzdělaný, vyžaduje zpravodajství zcela jiného typu. Zpráva nepůjde do hloubky problému, ale bude pravděpodobně informovat jen povrchně, bude tedy značně kratší co do rozsahu a také její zpracování po lexikálně stylistické stránce bude jednoduché a nejspíše se objeví buď v běžném tisku, nebo v bulváru. Je tak možné, že ve stejný den je jedna zpráva na hlavní straně jednoho periodika, ale jiné tomu témuž věnuje jen krátkou zprávu uvnitř listu.

Jaké je sociálně-kulturní prostředí příjemců do značné míry ovlivňuje to, jaké periodikum cílová skupina preferuje. Autoři, kteří do médií přispívají, musí zohlednit svůj styl psaní tomu, jaké čtenáře dané noviny mají. Také preference témat je odlišná. Dalším faktorem je politická orientace. Podrobněji se o této problematice zmiňuji v kapitole, kde charakterizuji jednotlivá média.

Potencionální překážkou k porozumění zveřejněného textu může být autorovo použití ironie. Autor tedy nemyslí vážně to, co říká. Text může být napsán v kladném znění, ale jeho vyznění je záporné a naopak. Problémem je, že interpretace takového textu závisí na naší znalosti průvodních okolností, za kterých text vznikl, protože v textu nemusí být explicitně vyjádřeno, že se jedná o text ironický. Naše pochopení tedy závisí na pragmatickém rozboru předloženého textu.

5.1. Analýza diskursu

Analýza diskursu se zabývá zkoumáním výpovědních souvislostí. Rozšířila se v Německu v 70. letech minulého století.⁷⁶ Vychází z metod sociologie. Na tuto interpretaci se můžeme podívat z několika úhlů pohledu. Jedním z nich je rozbor podle teorie mluvních aktů z hlediska pragmatiky. Dalším je analýza diskursu podle J.

⁷⁶ Černý J.: *Dějiny lingvistiky*, str. 377

Habermase, který tvrdil, že komunikace je (v ideálním případě) založená na racionálních argumentech. Dalším možným pohledem je interpretace diskursu jako historického pramene. Obsahuje totiž nejen zprávy jako takové, ale také data o dějinách každodenního života. Jazyk konstruuje náš pohled na to, jak vnímáme a chápeme svět okolo nás. Vzniklý diskurs však také reprodukuje mocenské vztahy, které jsou ve společnosti ustanoveny, a dále je posiluje.

V analýze diskursu se nezbytně odráží osobnost toho, kdo dané texty zkoumá. Je to jedna ze slabin metody, která se v této analýze odráží. Protože se jedná o interpretaci textů, osobnost toho, kdo texty interpretuje; je součástí této interpretace. Ovlivňují ji jeho názory, znalosti, jeho kulturní i sociální zázemí, věk, příslušnost k určitému kulturnímu společenství, politická příslušnost, náboženské vyznání, atd. Těmto interferencím není možné zcela zabránit, byť se o to můžeme pokusit. Všechny zmíněné příslušnosti patří k našemu zázemí a jejich optikou vnímáme to, co je nám předloženo k interpretaci.

Analýza je o to složitější, pokud interpretujeme texty, které nejsou přímo vlastní našemu kulturnímu zázemí. Můžeme s jiným zázemím být dobře seznámeni, ale protože nejsme přímo rodilí mluvčí, kteří v dané kultuře vyrostli, můžeme přehlédnout některé okolnosti nebo aluze, které v textech mohou být obsaženy. Každé společenství je také charakteristické odlišným stylem uvažování a konstruování své reality.

Texty vznikají v určité politicko-ekonomicko-sociální situaci a obvykle jsou reakcí na jiné zprávy a komentáře, které se věnovaly či věnují stejnému nebo podobnému tématu. Je tedy nezbytné tyto průvodní okolnosti znát, což vychází z výše zmíněné nezbytnosti pojímat tyto texty jako pramen zasazený do určité doby, která jejich vznik i obsah do značné míry ovlivňuje. Texty nabývají svého významu v konfrontaci s ostatními podobnými texty.

Často také záleží na čtenáři a jeho znalostech o okolním světě, na jeho jazykové úrovni, politickém názoru, ekonomické a sociální příslušnosti, stejně jako jeho začlenění nebo vyloučení z majoritní společnosti, jak bude předložený text interpretovat. Interpretace pak může být v souladu se záměrem autora, může mít k textu výhrady, ale text také může být interpretován zcela odlišně.

Pokud texty pojednávají o odlišných kulturách, jako je tomu v našem případě, může docházet ke špatné nebo nesprávné interpretaci toho, co se děje v kultuře původní. Pokud autor přejímá informace bez toho, aby je kriticky posoudil, případně patřičným způsobem zprostředkoval odlišnému publiku, může dojít k dezinformaci nebo špatné interpretaci původní zprávy.

5.2. Metodologický rámec⁷⁷

Analýza diskursu může být pojímána z mnoha úhlů pohledu. Mnohost interpretací vychází z toho, že se jedná o metodu sociologickou, která hraničí s mnoha disciplínami a následná analýza se pak liší se od sebe podle toho, který obor je v interpretaci upřednostněn. V následujícím přehledu uvádím nejčastěji používané směry. Vycházím z publikace W. Schmida *Narativní transformace* a také 4. kapitoly publikace J. Krause *Jazyk v proměnách komunikačních médií*. Přehled je syntézou obou.

Ruský formalismus

Jeden z možných pohledů na analýzu diskursu vychází k tradic ruského formalismu. V. Šklovskij (*Teorie prózy*), M. Petrovskij (*Kompozice novely*)⁷⁸ se zabývali koncepty fabule a syžetu. Navázal na ně a teorii dále rozvinul B. Tomaševskij (*Puškin*). Tento ruský lingvista je akceptován i západní vědou. Zaměřil se na teorii motivů ve zkoumaném vzorku. Jako motiv označuje nejmenší a dále nedělitelnou částici tematického materiálu.⁷⁹ Spojením motivů vzniká výsledný produkt – kniha, článek, atp., který má určité téma a spojuje jednotlivé motivy v různě hierarchizovaných vztazích. Může se jednat o příčinu, následek, souběžnost, aj. Tomaševskij považuje za syžet téma díla, kdežto fabuli jako posloupnost událostí.

Francouzský strukturalismus

S. Chatman (*Příběh a diskurs*) přepracoval pojmy z ruského formalismu do pojmů *příběh* a *diskurs*. Jedná se o protiklad toho, co je zobrazováno (příběh) a toho, jak je tato událost zobrazována (diskurs). Diskurs je tedy příběh v transformované podobě, je jeho materializací a obsahuje autorův přístup k příběhu.

Jednotlivé modely ve výše zmíněných přístupech se vzájemně prolínají a doplňují, jedná se ale vždy o stejnou myšlenku, jen je pojímána z jiného úhlu pohledu.

M. Foucault a hermeneutika

Hermeneutika má svůj počátek v Antice, kde se jednalo o jednotný výklad Bible. Foucault se nechal tímto směrem inspirovat a hermeneutiku pojal jako směr, který „zkoumá podmínky poznání celkového smyslu, k němuž dospívá na základě jemné, hloubkové analýzy všech jeho složek“⁸⁰. Věnuje se zvyklostem, podle kterých se v dané době konstruují texty a tomu, co jejich konstrukci podmiňuje. Zajímá jej zkušenost, která se u

⁷⁷ Kapitola zpracována na základě přehledu W. Schmida, *Narativní transformace*, str. 4-49

⁷⁸ Schmid, W.: *Narativní transformace*, str. 9

⁷⁹ Tamtéž, str. 11

⁸⁰ Kraus, J.: *Jazyk v proměnách komunikačních médií*, str. 114

čtenářů předpokládá, možnosti argumentace, které jsou pravděpodobné a přijatelné nebo nikoli. Došel k závěru, že v každé historické době převládá určitý názor, na kterém je celá argumentace založena.

Dalším významným tématem, které M. Foucault zpracovává je souvislost mezi věděním a mocí. Zkoumá, jak se odráží moc v konstrukci zveřejňovaných textů. Moc se snaží o naplnění svých cílů a texty používá k tomuto přesvědčení. V průběhu dějin se ale tyto cíle mění. Jsou tedy vázány vždy na určitý historický úsek a v jeho rámci je také nezbytné texty interpretovat.

Kritická teorie diskursu (CTA)

Zabývá se vztahem jazyka, moci a ideologie.⁸¹ Jejím zakladatelem je N. Fairclough (*Critical discourse analysis*). Věnuje se hlavně otázce řešení sociálních problémů. Všímá si postavení minoritních skupin v kontextu majoritní společnosti a toho, jak se majoritní společnost snaží udržet svůj vliv. V jeho pojetí je diskurs takové sdělení, které je medializováno a je součástí veřejné debaty. Nejčastěji se jedná o politické texty. Z tohoto úhlu pohledu je tedy důležité obecné mínění, protože některé texty jsou přijímané coby pravdivé a jiné odmítané. Pravda je tedy tam, kde obě strany dojdou ke konsensu.

Racionální komunikace J. Habermase

J. Habermas (*Teorie komunikativního jednání*) založil svoji teorii na hledání cest k porozumění mezi účastníky komunikace. Dorozumívát se musíme podle pravidel diskursivní etiky. Znamená to tedy, že chápeme to, co nám druhý říká nejen na té rovině, co nám explicitně sděluje, ale také to, co je zamlčeno a je ve sdělení obsaženo implicitně. Mohou to být různé důvody a pohnutky, které sdělení řídí. Aby byla komunikace možná, je nezbytné, aby účastníci sdíleli určitý kód a shodli se na obsahu jeho jednotek, stejně tak ale také na tom, co je vhodné sdělovat a jaká je přiměřenost sdělování. Komunikace je tedy založena na sdílení hodnot jedné kultury, jejích tradic a zvyklostí.

Podle Habermase je nezbytné dokládat každé tvrzení, které proneseme zdůvodněním. Pokud druhý v konverzaci uzná, že toto zdůvodnění je založen na pravdě, dojdou ke konsensu a komunikace může probíhat dál. Taková komunikace probíhá za ideálních podmínek. V běžném styku je v komunikaci zahrnuto mnoho dalších proměnných, jako jsou například působení autority, ne/pravda nebo ne/vědomé klamání.

T. van Dijk a funkční pragmatika

⁸¹ Tamtéž, str. 124

Van Dijk (*News as Discourse*) se zaměřil na zkoumání situací, do kterých jsou výpovědi zasazeny. Jeho pohled je založen na interdisciplinárním přístupu. Pohybuje se mezi jazykovědou, sociologií, psychologií a teorií kultury. Zkoumá podmínky, za kterých texty vznikají a také jejich normy. Od obecných zákonitostí se dostává až ke zkoumání jednotlivých částí textů, a nebo ze zkoumání jednotlivých textů daného žánru indukuje obecná pravidla pro jejich tvoření. Všímá si jak zvukové, tak grafické stránky sdělení.

Zajímavý je jeho koncept ideologického čtverce. Zakládá se na tvrzeních, které vnímáme z pohledu *my*, tedy ztotožňujeme se s tvrzením, a *oni*, kdy jsou tvrzení v rozporu s tím, jak situaci vnímáme *my*. Jedná se o manipulaci se skutečností. V prvním kroku zdůrazňuje informaci, která je o *nás* pozitivní. V druhém kroku uvádí informaci o *nich*, která je negativní. Třetí krok vynechává pozitivní informaci o *nich* a čtvrtý krok vynechává negativní informaci o *nás*. Na tomto základě je všechno pozitivní o protivníkovi odmítáno a zdůrazňují se jeho negativa, kdežto o *nás* se zmiňují jen věci kladné a záporné jsou záměrně zamlčeny. Tuto teorii uplatnil při výzkumech, kdy analyzoval texty o imigrantech, kteří nebyli zapojeni v majoritní společnosti. Konflikty s jejich integrací se vždy odehrávaly na pozadí všeobecně přijímaných názorů většiny. Nicméně pro obě strany byly oba úhly pohledu stejně samozřejmé a správné. Jednalo se o to, dosáhnout konsenzu.

P. Bourdieu

Bourdieu (*Teorie jednání*) vychází z myšlenky, že člověk je formován tím, co ho obklopuje a co na něj má vliv. Člověk je do značné míry ovlivněn tím, v čem vyrostl, co ho formovalo. Nejedná se ale o vliv trvalý, je možné jej s jistým úsilím modifikovat. Tyto vlivy přetrvávají i tehdy, pokud dojde ke změnám v okolí nebo pokud je člověk přesazen do prostředí jiného. Tyto vlivy určují to, jak bude jednat a chovat se v určitých situacích a kontextech.

Jedním z důležitých výstupů, kde je možné tento vliv zkoumat, je jazyk jedince. Odráží se v něm socio-ekonomicko-lokální příslušnost jedince. Tedy to, jaký přístup měl k ekonomickému a sociálnímu kapitálu dané společnosti. Všímá si dialektálních lokálních variant jazyka, které jsou pro mnohé mateřským jazykem, a toho, jak se jedinec následně musí vyrovnat se vstupem do školy a učení se paralelnímu systému jazyka spisovného, který je tak pro jedince jazykem *de facto* cizím, který se musí naučit, protože mu před vstupem do školy nerozuměl. Pokud se podrobí a odbourá výše zmíněné markery, které jsou majoritní společností vnímány jako nedostatky, stane se členem majoritní společnosti. Ovšem za cenu, že podlehne nátlaku vzdělávací instituce.

5.3. Teorie naratologické analýzy

Jako výchozí podklad pro zpracování naratologické analýzy jsem zvolila knihu Wolfa Schmidta s názvem *Narativní transformace*.⁸²

Analýza podle generativního modelu se zakládá na čtyřech základních rovinách, které se v příběhu objevují. Prvním z nich je dění, což je soubor všech osob, věcí nebo prostředí, které se objevují, a to jak explicitě, tak implicitně. Druhým je příběh. Je to výběr z charakteristik postav, které jsou sice velmi obsáhlé, ale jsou vybrány jen ty, které jsou relevantní a důležité. Všechno nepodstatné je vynecháno. Třetí rovinou je vyprávění. Jedná se o seskupení dějů a osob do určitého řádu. Ten může být lineární, tedy jedna událost za druhou tak, jak po sobě následovaly, jedná se tedy o přirozený řád věcí; nebo permutovaný, kdy je zvolena jiná perspektiva, většinou retrospekce, kdy jsou vysvětleny okolnosti, které předcházely popisovanému stavu. V tomto případě se jedná o řád umělý, který určil autor. Čtvrtou rovinou je prezentace vyprávění. Je to jediná rovina, která je zhmotněná a přístupná. Je totiž verbalizovaná. Všechny předcházející se odehrávají v autorově podvědomí a jsou jeho rozhodnutím, které se nakonec odrazí v konečné verzi.

Každý příběh má začátek a konec. Je na autorovi, které body vybere jako relevantní. Také výběr z mnoha událostí, které se udály simultánně, je v jeho rukou. Vybírá je podle toho, co je pro jeho vyprávění podstatné a dává příběhu smysl. Autor – vypravěč je zásadním tvůrcem celého příběhu a je na něm, jakou perspektivu použije, jaké postavy upřednostní a které upozadí, které děje vybere jako hlavní, a které budou jen doplňující, nebo se neobjeví vůbec, a budou jen naznačeny implicitně. Příběh je vždy osobním úhlem pohledu autora. Pokud by se změnil autor, změnil by se i celý příběh.

Důležitou okolností, za které výsledný text vzniká, je hledisko perspektivy. Každý příběh nějakou perspektivu má. Bez ní není vyprávění možné. Výše jsem zmínila pohled lineární nebo permutovaný. Dalšími manipulacemi s časem mohou být zhuštění nebo protažení. Zhuštění je založeno na konceptu, kdy poměrně dlouhý děj je zmíněn jen několika málo slovy, obvykle jednou větou, naopak pokud se jedná o protažení, krátký časový úsek je popisován velmi detailně a z mnoha pohledů. Jako čtenáři máme následně dojem, že krátký časový úsek byl ve skutečnosti mnohem delší, respektive kratší, než je tomu ve skutečnosti. Vnímáme vyprávění jako rychlé nebo jako pomalé. Vnímání je ale vždy subjektivní a u každého čtenáře jiné. Neexistuje žádné objektivní měřítko, které by tento vnímaný čas určovalo.

To, co je v příběhu zmiňováno nabývá svého významu teprve tehdy, pokud je konfrontováno s věcmi, postavami a ději, které v příběhu zachyceny nejsou. Mohou to být

⁸² Schmid, W.: *Narativní transformace*, Praha 2004

děje, které pozbývají relevance, ale také ty, které vyplývají implicitně z toho, co zmíněno je.

Liší se také čas v příběhu a čas, kdy je příběh vyprávěn. Čas příběhu, tedy to, kdy se objektivně odehrál, je v minulosti, kdežto čas vyprávění je logicky časem pozdějším. Toto zpoždění se odráží i v jazykovém zpracování. Dochází ke změně jak časových, tak místních deiktik (*nyní – tehdy, tady – tam, zítra – následujícího dne*).

V momentě, kdy je příběh realizován slovně, kdy dochází k jeho verbalizaci, je nutně uplatněn jazykový kód. Ten se liší podle stylu, který je použit, podle doby, ve které je vyprávění realizováno, podle idiolektu daného autora, podle jeho sociální, etnické nebo lokální příslušnosti. V momentě, kdy se v příběhu objeví vyprávěcí autor, objeví se nezbytně i jeho hodnocení situace, komentáře a poznámky k dění. Příběh a hodnocení existují ve vyprávění současně.

5.3.1. Vznik metody a její základní modely

Prvním problémem, na který naratologická analýza naráží, je velikost vzorku – korpusu. Není možné zpracovat jej celý tak, aby byly vyčerpány všechny možnosti výzkumu. Proto se vždy zaměřuje jen na některé aspekty zkoumání. Jedná se vždy o záměr, se kterým ke korpusu přistupujeme, ostatní možnosti analýzy zůstanou nepovšimnuty.

Metoda jako taková vznikla ve 40. letech 20. století. Statistické metody pro účely sociologie poprvé použil P.F. Lazarsfeld.⁸³ Od té doby se statistická analýza používá v řadě humanitních disciplín, jako jsou například již zmíněná sociologie, nebo politologie, psychologie, a dalších příbuzných vědách.

Jedná se o metodu, jejímž cílem je porozumění smyslu dat, která jsou sebrána v korpusu. Vychází ze sociologického poznatku o tzv. sociální konstrukci reality, který tvrdí, že svět kolem nás je složen ze symbolů, které se realizují v různých typech diskursů⁸⁴, tedy mediálních produktech. Může se jednat o texty písemně zaznamenané i orálního charakteru. Důležitá je situace, za které tyto texty vznikaly, protože zásadním způsobem ovlivňuje interpretaci sdělení, které je v těchto textech obsaženo. Je také důležité všimnout si, kde a mezi kým se výměna informací uskutečňuje. Při interpretaci textu je zásadní jeho převažující funkce – persvazivní, informativní, zábavní, atp.

Zajímavá je otázka argumentace v textu. Může procházet dvěma směry. Buď od sdělení informace a její následné explikace na příkladech, v tomto případě se jedná o metodu dedukce; nebo od uvedení příkladů a jejich zobecnění na konci, což odpovídá metodě

⁸³ Kraus, J.: *Jazyk v proměnách komunikačních médií*, str. 145

⁸⁴ Tamtéž, str. 146

indukce. V prvním případě se dá uvažovat o stanovení premisy a z ní vyplývajících následků. V druhém případě pátráme po příčině, která k následkům vedla. Argumentace se používá v případě, pokud chceme s komunikačním partnerem dojít k určitému konsenzu, tedy shodě. Naše argumenty můžeme zakládat na objektivních faktech, a nebo na tom, jaký názor na danou problematiku obecně převažuje. Pro prostředí vědy je příznačné používání dedukce, kdežto v žurnalistice převládá indukce,⁸⁵ přičemž úspěšnost takové argumentace je závislá na tom, na kolik se shoduje s míněním a názory přijímajících čtenářů.

Metod argumentace se používá v případě, pokud problém má více řešení než jedno a na přijetí jednoho z nich je nezbytné dohodnout se. Obě strany přidávají a doplňují svoji argumentaci tak, aby dosáhly přijetí své varianty řešení. Obvykle dochází ke konsenzu. Podstatou je najít argumenty tak, aby potvrzovaly jeden druhý. Principem je předpoklad, následek, příčina nebo zdůvodnění. V jazykové stránce takového sdělení se objevují konektory, které tyto vztahy implikují: *proto, tedy, tudíž, takže, v důsledku, jestliže – pak, protože*, atd.⁸⁶

Metoda argumentace se používá již od Antiky. Pokud je používána správně, je založena na pravdivých předpokladech. V novinářské praxi ale často dochází k manipulaci s touto technikou a tím také k manipulaci mínění čtenářů. Zdánlivě logické použití argumentů může vyústit v závěr, který pravdivý být nemusí. Je to důsledek víceznačnosti jak slov, tak syntaktických konstrukcí, které, pokud jsou patřičně využity, mohou pozměnit nebo dokonce obrátit polaritu sdělení.

V žurnalistice je argumentace často založena na takzvaných řečnických otázkách. Autor je klade v úvodu, kdy uvozuje problém, kterým se hodlá zabývat. Někdy čtenář odpověď zná, ale ve velké většině případů autor článku odpovídá velmi nezvykle a přináší tak čtenáři nové informace, které jsou jádrem sdělení. Na otázku je možné uvádět argumenty a tím autor dosáhne toho, aby měl článek spád a „dobře se četl“. Tyto otázky ale nemusí být použity jen pro uvození do problému. Může být použita otázka provokativní, či dokonce manipulativní (viz výše kapitola č. 4.5. *Persvaze*).

5.3.2. Kategorie autor – adresát

Již výše jsem se zmínila o kategoriích autora a adresáta mediálního sdělení. Autorem je případě periodika novinář, který může být v článku explicitně přítomen, nebo může být potlačen. Pokud přítomen je, děje se tak buď v ich-formě, nebo er-formě. V prvním případě je vypravěčem zprávy a prezentuje děj ze subjektivního úhlu pohledu, nezřídka kdy také

⁸⁵ Kraus, J.: *Jazyk v proměnách komunikačních médií*, str. 150

⁸⁶ Tamtéž, str. 151

událost hodnotí; pokud je přítomen v er-formě, jeho přítomnost je sice patrná, je ale potlačena a vyznívá spíše neutrálně a distancovaně od prezentovaných skutečností.

Z hlediska analýzy textu můžeme vydělit autora reálného a autora recepčního⁸⁷. V prvním případě se jedná o člověka, který text vytvořil, tedy člověk, který žije, nebo žil; v případě druhém je to konstrukt čtenáře, který si při čtení představuje člověka, jehož text právě čte. Dochází k tomu i v tom případě, že adresát autora zná, nebo je aspoň s jeho životem seznámen. Třetí možností je tzv. autor implicitní, tedy ten, kterého autor vytvoří a vloží do vyprávění tak, aby nebyl totožný s jeho osobou.

Adresátem je ten, kdo si zprávu přečte. Na něj musí autor brát ohled ten, kdo zprávu píše. Důležitými faktory je adresátovo vzdělání, socio-ekonomická příslušnost a také zájmy. Odráží se v nich styl, kterým bude zpráva napsána a také její struktura. Pokud má být článek úspěšný, musí být zohledněny hodnoty, které zastávají jak autor, tak adresát. Autor by se měl k adresátovým hodnotám alespoň přiblížit.

Stejně jako autor, i adresát může být buď reálný⁸⁸, tedy ten, který si autorův text přečte, nebo ideální, pro kterého autor píše. Ideální je v tom smyslu, že není skutečný, jedná se jen o představu autora, ve které je vykreslen tak, že vše ví, všemu rozumí a interpretuje to, co autor napsal přesně tak, jak autor zamýšlel.

Významným prostředkem, který reguluje nejen konverzaci, ale v zásadě kterýkoli akt komunikace, jsou mluvní akty. Vychází z teorie, kterou představil Paul Gricce. Ten stanovil základní pravidla, podle kterých se uskutečňuje komunikace. Nazval je konverzační maximy.

První z nich je maxima kvantity, podle které musíme zmínit jen to, co je nezbytné pro porozumění a ne všechno to, co víme. Předpokládáme, že druhá strana má obdobné zkušenosti jako my, případně další informace jsou dány kontextem promluvy. Druhou je maxima kvality. To předpokládá, že to, co nám partner sděluje, je pravda. A také my bychom měli druhým vycházet vstříc stejným způsobem. Třetí maximou je relevance. Pokud sdělujeme partnerovi v komunikaci informaci, měla by být taková, aby přispěla k tématu. Pokud bychom tento princip porušili, komunikace by nebyla možná, partneři by nenalezli společné téma a hovořili každý o něčem jiném. Autor sděluje jen tolik, kolik je nezbytně nutné, aby přinesl novou informaci. Předpokládá, že příjemce žije ve stejném prostředí a má tedy zhruba stejnou znalost a povědomí o věcech, které je obklopují. Není možné, aby

⁸⁷ Pavelka, J.: *Možnosti a limity sémiotické a naratologické analýzy jako nástrojů interpretace*, str. 214

⁸⁸ Tamtéž, str. 215

explicitně sděloval všechno, co je k tématu relevantní; bylo by toho tolik, že komunikace by nebyla možná. Čtvrtou maximou je maxima způsobu. Měli bychom se vyjadřovat tak, aby naše výpovědi nebyly dvojznačné, ale interpretovatelné pouze jedním způsobem.

Pokud jsou dodrženy všechny čtyři maximy, komunikace probíhá hladce a nedochází k nedorozuměním. Může ale docházet k porušování těchto principů, a běžně se tak děje, vždy ale s nějakým záměrem. Můžeme usilovat o výlučnost vyjádření, vyjadřovat ironii, atp.

Také slovní zásoba mění význam podle toho, v jakém kontextu se vyskytne. Nejčastěji používaná slova mohou mít několik významů, které na sebe mohou navazovat, ale mohou svým významem být také značně vzdálené. Jejich význam chápeme právě z kontextu, ve kterém jsou použity. Nejčastěji se používají slova z centra jazyka, která jsou stylisticky bezpříznaková; naopak pokud se objeví slova z jazykové periferie, jedná se o slova, která příznaková jsou a používají se k aktualizaci sdělení.

6. Deskripce vzorku

Tématem diplomové práce je dopad ekonomické krize na cestovní ruch ve Španělsku optikou tisku. Protože v současné době nemám přístup k autentickým tiskovinám ze Španělska, rozhodla jsem se vyhledat požadované články na internetu a to z toho důvodu, že velká většina periodik má v dnešní době online vydání. Stejný postup jsem zvolila i pro vyhledání článků v českém jazyce. Snažila jsem se o vyváženost zdrojů v obou jazycích, proto i v případě českého jazyka jsem zvolila vyhledání článků v online vydáních jednotlivých periodik.

Předpokládala jsem, že v obou zemích bude tomuto tématu věnován velmi extenzivní prostor, proto jsem hledání omezila pouze na období jednoho roku. Jako výchozí jsem zvolila rok 2012, protože v té době ekonomická krize doléhala tíživě nejen na světovou ekonomiku, ale také na ekonomiku České republiky a v ještě větší míře na ekonomiku Španělska. Dalo se tedy předpokládat, že v tomto roce naleznu dostatečný počet článků k tématu jak v českém, tak ve španělském tisku.

Domnívala jsem se, že jak španělská, tak česká periodika budou věnovat tématu stejnou pozornost. Pro Španělsko je turismus významným zdrojem příjmů a zároveň poskytuje velký počet pracovních příležitostí nejen během letní turistické sezóny; pro Čechy je Španělsko vyhledávanou turistickou destinací během jejich letní dovolené. Aby byl vzorek, který budu zpracovávat, dostatečně obsáhlý, rozhodla jsem se vyhledat v každém jazyce padesát článků.

6.1. Konstrukce a popis vzorku

V případě Španělska se můj předpoklad potvrdil. Hledala jsem pomocí vyhledávače Google.com. Jako klíčová slova jsem zvolila „*crisis*“, „*turismo*“ a „*2012*“. Bez potíží jsem našla stanovených padesát článků, které se primárně vztahovaly k problematice cestovního ruchu a dopadu ekonomické krize na toto odvětví.

Relativně nejvíce se tématu věnovala média *expansion.com* (deník zaměřený na ekonomii, kde jsem našla 7 článků), *elpais.com* (jakožto významný celostátní deník je zastoupen šesti články), *lne.es* (*La Nueva España* – deník provincie Asturias obsahoval pět článků), *hosteltur.com* (web zaměřený na cestovní ruch je zastoupen čtyřmi články), *abc.es* a *tendencias21.net* jsou zastoupeny po dvou článcích respektive. V těchto médiích jsem našla 28 článků z celkových padesáti. Další média jsou zastoupena pouze po jednom článku.

Pokud se týká českého tisku, můj předpoklad, že hledané články nebude obtížné najít, se nepotvrdil. Španělsko je sice vyhledávanou turistickou destinací, ale média v ČR se nejvíce věnovala ekonomické krizi ve Španělsku v obecné rovině. Hlavními tématy, která byla v roce 2012 v českém tisku medializována, byly nezaměstnanost, krachy bank, zadlužení Španělska, nutnost ekonomické pomoci ze strany EU, atd. Články zaměřené přímo

na požadované téma nebo cestování nebyly četné, což značně ztížilo vyhledání požadovaného počtu padesáti vzorků primárně zaměřených na cestovní ruch dané lokality a dopadu ekonomické krize na něj.

Vyhledávala jsem pomocí klíčových slov „*cestovní ruch*“, „*cestování*“, „*krize*“, „*Španělsko*“ a „*2012*“, opět pomocí internetového vyhledávače google.com, a jako relevantní rok jsem znovu zvolila 2012. Jak jsem výše zmínila, český tisk neinformoval v požadovaném období natolik rozsáhle, aby bylo možné najít nezbytných padesát článků. Proto jsem hledání musela rozšířit o další rok. Zvolila jsem rok 2011, tedy rok předchozí, a to z čistě praktického důvodu, protože rok 2013 ještě neskončil a není tedy možné dané téma na internetu prohledat za celý kalendářní rok.

Relativně nejvíce prostoru španělskému cestovnímu ruchu poskytla veřejnoprávní Česká televize s deseti příspěvky, vysoké zastoupení mělo *idnes.cz* s šesti články, překvapivě četně byly zastoupeny tiskové zprávy ze serveru *europa.eu*, konkrétně ve čtyřech případech, naopak vyšší počet jsem očekávala na serveru *Hospodářských novin ihned.cz*, které měly ale jen čtyři zprávy, stejně jako specializovaný web *turism-review.cz*; po dvou příspěvcích každý měly servery *centrum.cz*, *lidovky.cz*, *novinky.cz*, *tiscali.cz* a *zpravy.e15.cz*. Další periodika byla zastoupena pouze okrajově po jednom článku.

Prohledáním internetu tedy vznikl vzorek textů, které čítají padesát článků v češtině a padesát článků ve španělštině. České texty jsou z let 2011 a 2012; španělské texty pouze z roku 2012.

Jak jsem již výše zmínila, vzorek ze španělského tisku je jen z jednoho roku, vzorek z českého tisku pochází z dvou po sobě následujících let. Zajímavé je zastoupení počtu článků v obou letech. Z vyhledaných padesáti článků je jen 18 z roku 2011 a 34 z roku 2012. Z tohoto zastoupení vyplývá, že v roce 2011 se o krizi ve španělském cestovním ruchu informovalo v českých periodících ještě méně než tomu bylo v roce 2012. Toto zjištění je překvapivé, protože Baleárské i Kanárské ostrovy, stejně tak jako pobřežní oblasti Španělska, patřily po obě dvě turistické sezóny k hojně navštěvovaným destinacím českými turisty, dalo se tudíž předpokládat, že periodika budou o těchto oblastech spadajících pod Španělsko informovat. Nesmíme také přehlédnout, že české média obsáhle informovala o zasažení celé španělské ekonomiky. Předpokládala jsem, že téma je ve sledovaných letech natolik relevantní a že zasahovalo i do českých zvyklostí, a proto jsem očekávala, že článků na dané téma naleznu mnohem více.

V obou dvou vzorcích, jak španělském, tak českém, převažují zprávy kratšího rozsahu. Průměrně mají rozsah jedné až jedné a půl strany. V obou jazycích jsou však zastoupeny zprávy krátké s rozsahem do půl strany formátu A4 a nebo naopak zprávy dosti rozsáhlé, které zabírají i několik stran. Jejich zastoupení je v obou jazycích zhruba stejné.

7. Kvalitativní výzkum

7.1. Odlišnost korpusů

Je nezbytné odlišit španělskou a českou část korpusu, protože obě části pochází z odlišného prostředí. Španělská část vznikla ve svém přirozeném jazykovém prostředí, tedy ve Španělsku, kde je španělština úředním jazykem. Díky tomu můžeme články vzniklé ve španělštině a ve Španělsku považovat za autentický materiál. Informace, které jsou v článcích obsažené, jsou zaprvé vázané na původní geografické ukotvení událostí, a zadruhé jsou zachycené v jazyce, které je pro toto prostředí přirozený. Odpadá tedy možnost posunutí zakódovaného významu při překladu nebo nepřesného pochopení obsahu z důvodu odlišného osobního socio-kulturního prostředí novináře, který zprávu píše.

Naopak články z české části korpusu jsou odlišné z toho důvodu, že jsou psány v prostředí, které je jak geograficky, tak kulturně i jazykově vzdáleno od místa, o kterém informují. Články psané v češtině se potýkají s celou řadou problémů, které musí překonat, aby čtenáře, který má o zemi, o které článek informuje, většinou jen povrchní znalost.

Novinář nejčastěji přebírá informaci od jiného zdroje, který je obvykle původně cizojazyčný. Nevědomky tak může přejmout nepřesnou informaci, která je způsobena nedokonalým převodem informace z cizího jazyka.⁸⁹ Další překážkou může být jak geografická vzdálenost místa, o kterém novinář přináší informaci, tak hlavně kulturní odlišnost. Ačkoli je jak Česká republika, tak Španělsko, součástí Evropské unie a zároveň i jiných politických uskupení, z historického hlediska se jedná o země kulturně poměrně odlišné. Pokud novinář není důsledný v odlišování obou kultur a naopak upřednostňuje globální pohled, může chybně promítat vzorce své domácí kultury do kultury odlišné a nesprávně pak interpretovat dění v cizí zemi.

Na současné dění ve Španělsku je jistě možné pohlížet optikou pohledu Evropské unie, protože je nezpochybnitelné, že Španělsko je její nedílnou součástí již řadu let, nicméně v případě nejen Španělska je vhodné pohlížet na dění v zemi také z lokálního úhlu pohledu a přinést tak zprávy v kontextu dalších informací relevantních v rámci daného státu. Leckdy se může stát, že zpráva interpretovaná na mezinárodní úrovni může mít odlišnou percepci na úrovni národní. Neméně důležité je přiblížení odlišné kultury čtenářům v českém prostředí tak, aby jí porozuměli. Toto se obvykle děje prostřednictvím různých přidaných informačních bloků, které jsou vloženy do článku a osvětlují kulturní specifika, která jsou v článku zmíněna.

⁸⁹ Více: Mounin, G.: *Teoretické problémy překladu*

7.2. Rozdílná extenze článků

Dalším zajímavým zjištěním je, že španělské články jsou obvykle delší než české. Domnívám se, že je zapříčiněno tím, že články ve španělštině jsou buď reportáže, nebo široce rozvíjená témata v rámci nejen celonárodních deníků. Obvyklý rozsah se pohybuje v rozmezí několika stran A4 (nejčastěji 1,5 až 2). Protože cestovní ruch je oblíbené téma domácího zpravodajství, které je navíc velmi důležité z hlediska současné ekonomické situace, neboť přináší do státní pokladny nemalé prostředky, je toto téma rozvíjeno často a do detailů. Nechybí bohatý fotografický doprovod článků, grafy, prezentace nebo tabulky, které schematicky zachycují informace podávané a dále rozvíjené v textu.

Ve srovnání se španělskými články jsou jejich české protějšky podstatně kratší. Nejčastěji se jedná o rozsah do poloviny formátu A4. Ve srovnání s články ve španělštině jsou tedy znatelně stručnější. Vysvětlují si to skutečností, že z pohledu českého čtenáře se nejedná o zprávy zásadní národní důležitosti, ale tyto články můžeme najít spíše v rubrikách *ze zahraničí*, doplňkové informace v *ekonomice*, *zajímavosti*, atd. Informace v českých médiích nejsou ve srovnání se španělskými médii tak podrobné, a pokud se u nich objevuje doprovodný materiál, nejčastěji se jedná o fotografie, které zachycují typicky letní dění ve Španělsku, tedy pláže, moře, turisty, atd. Jen výjimečně nalezneme ostatní doprovodné grafiky.

7.3. Odlišné typy přinášené informace

Pokud se podíváme na informace, které přináší média v obou zemích, všimneme si zásadního rozdílu. Zatímco španělské články jsou mnohem techničtějšího charakteru, přináší velké množství čísel, procent, prognóz, srovnání; články v češtině přináší spíše informace zaměřené na kulturu, a nebo, pokud informují o vývoji ekonomiky nebo nárůstech či propadech turistů, o jejich útratách, atp. a přináší informace spíše bez dalších detailů.

Domnívám se, že vysvětlení této charakteristiky je spojeno s předcházejícím aspektem. Protože španělské prostředí je primární a články vznikají ve svém přirozeném prostředí, autoři se zaměřují na data a čísla. Pro čtenáře ve Španělsku jsou relevantní a zasazená do širšího kontextu, kterému tamní příjemci zpráv rozumí.

Naopak české prostředí je vzdáleno místu vzniku těchto informací, český čtenář má jen povrchní povědomí o situaci na druhém konci Evropy, proto články neobsahují tolik čísel a přesných dat, protože českému čtenáři nepřináší zásadní informace, které by byl schopen adekvátně interpretovat. Jak jsem zmínila výše, české články se zaměřují spíše na kulturu, ekonomický pohled na cestovní ruch je upozaděn.

Z padesáti článků, které se objevily v českém tisku, je 40 zaměřených na kulturu a jen 10 se zaměřuje na ekonomický pohled. Naopak ve španělské části korpusu jsem našla pouze 9 článků, které informují o cestovním ruchu z hlediska jiného než ekonomického a nepřináší analýzy o jeho propadu nebo nárůstu, příjezdech turistů a jejich útratách.

Ze srovnání vidíme, že obě prostředí vyhledávají jiný typ informace. To, co je zajímavé ve Španělsku, se v českých takřka médiích neobjevuje a naopak.

7.4. Prezentace času

Z hlediska času, který je prezentován ve struktuře článků se oba korpusy liší. Španělské jsou postaveny na lineárním pojetí času, což znamená, že děje uváděné v článku na sebe navazují v logickém sledu jeden za druhým tak, jak se staly, kdežto v člancích psaných v češtině jsem našla i permutované pojetí času, což znamená, že je uplatněna retrospektiva nebo autorovo vlastní pojetí času.

Pokud jsem se zaměřila na španělské články, nejčastěji se objevovala příčinná souvislost mezi jednotlivými ději. Informace byla postavena na logické návaznosti v principu příčina a následek. S jiným pojetím času jsem se ve španělsky psaných člancích nesešla. Domnívám se, že je to z toho důvodu, že čtenář ve Španělsku je obeznámen se situací a ví, co se událo před tím, než se udála informace, která je uvedena v článku. Z toho důvodu není potřeba uvádět retrospektivní informace a zasazovat tak informaci do celkového dění.

Naopak články psané v češtině se odlišovaly permutovanou prezentací času. Našla jsem ho především v člancích, které informovaly o ekonomickém dopadu na cestovní ruch a obsahovaly množství dat, která bylo nezbytné uvést do kontextu. Z padesáti článků jsem permutované pojetí času našla v devíti případech. Protože český čtenář nedisponuje komplexními informacemi o dění na ekonomické scéně ve Španělsku, novinář, pokud chce, aby byla informace, kterou podává, správně interpretována, musí čtenáři poskytnout doplňkové informace. Z tohoto důvodu se objevuje retrospekce, která uvozuje dění, které je prezentováno v článku. Bez této informace by pro českého čtenáře nebylo možné zprávu porozumět.

Můžeme si tedy všimnout, že místo vzniku článku má vliv na to, jak je v textu pojímán čas. Pokud text vznikl v primárním geografickém prostoru a je určen čtenářům z této oblasti, je pojetí času v článku lineární; stačí pracovat s konceptem příčina a následek. Pokud ale text vznikl v sekundárním geografickém prostoru a je tedy určen pro čtenáře, který se v daném místě nepohybuje, je nutné poskytnout mu další informace pro to, aby mohl

zprávu správně interpretovat. Proto se objevuje permutované pojetí času, které pracuje s retrospektivou.

7.5. Naratologický čas a prostor

Z hlediska interpretace textu je důležité vědět, kdy text vznikl. Odráží se v něm doba, politické, kulturní a společenské dění dané doby. Jedná se o takzvané situační faktory⁹⁰. Pokud je neznáme, můžeme text nesprávně interpretovat, nebo nám tato neznalost zabraňuje v jeho porozumění.

Pokud se jedná o čas, ve zkoumaném vzorku jsou zahrnuty všechny tři časové roviny – přítomnost, minulost i budoucnost. Stav, ve kterém se momentálně španělský cestovní ruch nachází, je důsledkem určitých změn v minulosti, o kterých pojednávám výše. Články ale zároveň obsahují predikce a prognózy do budoucna. Vidíme tedy, že všechny tři časové roviny jsou navzájem propojené a ovlivňují se. Funguje mezi nimi kauzální vztah; to, co bylo, ovlivňuje současnost a ta ovlivňuje to, co bude.

Pokud se jedná o prostor, vzorek obsahuje dvě základní prostředí. Jsou to Česká republika a Španělsko. Tyto státy jsou místy, kde zkoumáme informování o krizi ve španělském cestovním ruchu. Jako primární prostor můžeme označit Španělsko, protože zkoumáme dopady krize na cestovní ruch v této zemi, a proto informace ze španělských novin bereme jako základní. Na informace které prezentují česká periodika, můžeme pohlížet jako na sekundární prostor, protože je geograficky vzdálen dějišti, které nás zajímá.

Jednou z možností jak omezit a definovat prostor a čas je používání takzvaných deiktických výrazů. Jsou to jazykové prostředky, kterými odkazujeme na prostor a čas ve výpovědi (spaciální a temporální deixis), potažmo v textu. Jedná se o výrazy buď verbálního charakteru, nebo se může jednat o gesta.⁹¹ Mohou vycházet z autorova časoprostoru. Konstruuji se na základně takzvaného nulového bodu, nebo-li deiktického centra, který se nejčastěji odvíjí od času a místa, kde stojí autor. Proto při interpretaci textu, je nezbytné vědět, kde a kdy vznikl, což značně zjednodušuje pochopení. Prostor a čas jsou základní ukazatele, které dále vypovídají o době a prostoru, tedy o geografické a politické, případně historické době vzniku textu.

Všechny texty, které obsahuje vzorek, vznikly v rozmezí let 2011 až 2012 pro českou část, a v roce 2012 pro španělskou část. Jedná se tedy o velmi nedávnou minulost. Pro pochopení a interpretaci obou vzorků je nezbytné, abychom znali nedávný politicko-ekonomický vývoj ve Španělském království. Bez těchto informací nejsme schopni správně

⁹⁰ Králová, J.: *Vybrané problémy španělské stylistiky na pozadí češtiny*, str. 16

⁹¹ Kraus, J.: *Jazyk v proměnách komunikačních médií*, str. 68

interpretovat vývoj a postupné prohlubování krize. Přestože jsou oba prostory geograficky poměrně vzdáleny, spojuje je prostor Evropy a hlavně společný rámec Evropské unie. Proto pro českého čtenáře, který je sám obětí světové krize, možné pochopit, co se ve Španělsku děje. Česká média informují o ostatních státech EU, takže i přes značnou geografickou vzdálenost má český čtenář poměrně dobrou představu o tom, co se ve Španělsku děje. Poměrně dobrá informovanost je také podmíněna zásadními problémy, které Španělsko mělo v oblasti bankovníctví, a které byly intenzivně medializovány.

7.6. Intenzita informování

V případě španělských periodik vidíme, že zájem novinářů o cestovní ruch byl během celého roku více méně stejný. Domnívám se, že je to díky tomu, že cestovní ruch je jednou z velmi důležitých složek příjmů španělské ekonomiky a jeho zasažení krizí má velký vliv na celkový stav ekonomiky a příjmy celého státního rozpočtu.

Stejně tomu ale nebylo v případě českých novinářů. Rok 2011 byl, co se informování o krizi ve španělském cestovním ruchu, velmi slabý. Vzorek celkem obsahuje 16 článků, nejvíce se objevovaly v květnu, červnu a listopadu. Důvodem by mohlo být zahájení a ukončení letní turistické sezóny ve Španělsku.

V roce 2012 již krize zasáhla španělskou ekonomiku mnohem výrazněji, proto se také celkově zvýšil počet článků o této tematice. Z následující tabulky můžeme vidět, že toto téma nebylo aktuální jen během letní turistické sezóny, ale plnilo stránky novin celý rok. Ve vzorku je rok 2012 zastoupen 34 články, z toho po sedmi příspěvcích během července a srpna.

informování podle měsíců

rok	2011		2012	
	ČR	Španělsko	ČR	Španělsko
leden	0	5	1	5
únor	1	2	4	2
březen	0	4	1	4
duben	0	3	2	3
květen	3	4	4	4
červen	3	3	2	3
červenec	0	6	7	6
srpen	1	3	7	3
září	0	4	2	4
říjen	1	6	0	6
listopad	6	4	3	4
prosinec	1	4	1	4

7.7. Chybné informace

Nakonec se dostávám k článku uveřejněnému na *tiscali.cz*, který napsala pro studentský internetový časopis *studentpoint.cz* Markéta Němcová. Má zajímavý a poutavý název *Ostrov vulkánů, památka UNESCO či útočiště španělského krále. To je Lanzarote!*⁹²

Z objektivního hlediska je to článek velmi špatné úrovně. Porušuje snad všechna pravidla žurnalistiky. Českého čtenáře spíš od návštěvy tohoto nádherného ostrova odradí, než aby ho k návštěvě motivoval, což bylo patrně úmyslem autorky. Je jasné, že autorka na Lanzarote s největší pravděpodobností nebyla. Usuzuji tak proto, že Kanárské ostrovy geograficky situovala do „*karibského souostroví, který leží v severovýchodním rohu ostrovů v atlantském oceánu*“.(cituji včetně překlepu)

Další velkou slabinou je přepis španělských jak geografických, tak místních názvů (*park Nacionál de Timanfaya, kaktusová zahrada Jardín de coctus, restaurace el Diabolo, jeskyně Jameosdel Agua*). Ve správné formě se jedná o *Parque Nacional de Timanfaya, Jardín de cactus, Restaurante El Diablo a jeskyni Jameos del Agua*. Informace jsou lehce dostupné a ověřitelné na internetu. Domnívám se, že autorka nemluví španělsky, protože některé názvy se pokusila přeložit, jiné jsou česko-španělskou verzí. Celkově její pokus vyznívá zvláště.

Také po stylistické stránce není text zcela zdařilý. V některých případech tento problém velmi ztěžuje porozumění, někdy mu takřka zabraňuje (*Centrem pozornosti je tzv. „magmatický krb“, který je zodpovědný za aktivitu sopečných explozí ...; drobné úzké rostliny zde nejsou žádnou výjimkou*). Často jsou použity odborné termíny bez dalšího vysvětlení, někdy ve značně zkomolené formě (*klerofytní vegetace, měchorosty, subulety*). Autorka se ovšem nevyhnula ani gramatickým chybám (*poskytuje útočiště i velmi vzácným krabům bílím*).

Tento článek se velmi výrazně vyděluje ze standardní vysoké úrovně ostatních článků. Nejen po faktografické, ale i stylistické a jazykové stránce je na opravdu nízké úrovni. Protože jsem ostrov Lanzarote navštívila, mrzí mne, že se mu dostalo takto nekvalitního žurnalistického zpracování. Domnívám se navíc, že tento nic neříkající článek plný zkreslených informací může některé potencionální návštěvníky odradit. Ostrov je zde autorkou sice hodnocen pozitivně, zmiňuje přátelské obyvatele, ale o takto zajímavém místě si mohla zjistit rozhodně více informací. Jejich nedostatek je zásadní slabinou článku.

⁹² Němcová, M.: *Ostrov vulkánů, památka UNESCO či útočiště španělského krále. To je Lanzarote!* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://cestovani.tiscali.cz/ostrov-vulkanu-pamatka-unesco-ci-utociste-spanelskeho-krále-to-je-lanzarote-203501?utm_source=cestovani&utm_medium=article&utm_campaign=related-article

Španělsko se v českých médiích v poslední době objevuje poměrně často. Nicméně velká část příspěvků je zaměřená na současnou ekonomickou situaci a s ní spojenou vysokou nezaměstnanost. O cestovním ruchu se neobjevuje mnoho informací. Ty, které jsem našla, nabízí rozličná hodnocení – od pozitivních, přes negativní až po ironická, nicméně Španělsko z nich vychází relativně dobře. Je prezentováno jako stát, který je sice značně zasažen ekonomickou krizí, ale také jako ten, který je pohostinný, v poslední době levnější, než tomu bylo v minulosti, jako místo, kam stojí za to jet na letní dovolenou. V České republice je vnímáno jako tradiční místo letních výjezdů českých turistů a informace, které jsou v médiích zveřejňovány k jeho návštěvě, přímo vybízí.

7.8. Působení titulků na čtenáře

Už při zběžném pohledu na titulky jednotlivých článků ve španělštině je patrné, že velká část z nich je optimisticky laděna. Vzhledem k objektivně velmi špatnému stavu španělské ekonomiky, která v negativním duchu plní již několikátý rok přední stránky většiny novin v celé Evropské unii, by se dalo očekávat, že prognózy, které se týkají cestovního ruchu, nebudou nijak příznivé. Jednak samotní Španělé nemají prostředky na cestování a utrácení svých financí během dovolených, na straně druhé ani obyvatelé ostatních zemí Evropské unie na tom nejsou finančně tak dobře, jako tomu bylo v minulosti, a první, na čem se dá předpokládat, že budou šetřit, je právě cestování během letní dovolené.

Musíme také připočít fakt, že Španělsko mělo v roce 2011 nezaměstnanost ve výši 23%⁹³, což v rámci španělské populace činilo takřka pět milionů nezaměstnaných (postižena je hlavně generace mladých lidí, kde se nezaměstnanost pohybuje kolem 50%), byla tedy jedna z nejvyšších v rámci celé EU. Navíc v roce 2012 se nezaměstnanost ještě vzrostla a poprvé v historii překročila 25%⁹⁴. V roce 2013 se zatím pohybuje kolem 27%, nicméně předpověď je příznivá a tvrdí, že by toto číslo mělo začít postupně klesat.

Proto mne překvapily články, které již svým titulkem zlehčovaly dopad krize, která je jasně zřejmá na každém kroku, a nebo velmi optimisticky hleděly do budoucnosti, která také není v rámci eurozóny nijak příznivá, alespoň pro následujících několik měsíců. Dalším typem titulků byly ty, které informovaly o velkých počtech zahraničních turistů, kteří Španělsko navštívili, a jejich útratách. Z celkového počtu padesáti článků jsem zjistila, že celých 27 působí na čtenáře pozitivně (označeny jako ‚a‘), 13 vyznívá podle titulku neutrálně (označeny ‚b‘) a jen 10 má titulky, který působí negativně (označeny ‚c‘).

⁹³ http://economia.elpais.com/economia/2011/04/29/actualidad/1304062375_850215.html

⁹⁴ http://economia.elpais.com/economia/2012/10/26/actualidad/1351234757_130837.html

název článku	hodnocení titulku
A pesar de la crisis, aumenta el turismo extranjero en España	a
A pesar del desastre económico y de la crisis, España tiene muy buena 'reputación' en el mundo	a
Casi 58 millones de turistas internacionales llegaron a España en 2012	a
Cinco sectores inmunes a la crisis en España	a
El gasto de los turistas extranjeros aumenta un 5,6% hasta junio, con 23.644 millones	a
El número de turistas internacionales aumenta un 2,9 en noviembre	a
El turismo aumenta un 7,6% en España durante 2011	a
El turismo compensa ya por sí solo todo el déficit comercial de España	a
El turismo del vino podría crear 50.000 empleos en España	a
El turismo en España resiste a la crisis con un aumento del 8,1% en 2011	a
El turismo español recuperará en 2012 las cifras de llegadas previas a la crisis	a
El turismo español se olvida de la crisis: las llegadas de extranjeros se disparan un 8%, hasta rozar los 57 millones	a
El turismo internacional sigue ajeno a la crisis	a
El turismo no está en crisis y seguirá creciendo, según la OMT	a
El turismo será el primer sector en salir de la crisis	a
España logra el mejor verano de su historia en llegada de turistas	a
España recupera el flujo de turistas previo a la crisis	a
España será el destino de turismo favorito de los europeos en 2012	a
España sigue siendo un destino turístico importante en 2012	a
España viaja hacia el mejor verano de su historia en llegadas de turistas	a
Chinos y rusos impulsan el crecimiento del lujo 'made in Spain'	a
La crisis abarata a España y la convierte en un imán para el turismo extranjero	a
La crisis abre nuevas oportunidades de negocio en el turismo rural	a
Los efectos de la crisis económica pasan factura al Turismo Receptivo de Grecia, pero no al España, Italia y Portugal	a
Los extranjeros salvan el turismo nacional	a
Los turistas extranjeros gastan un 7,2% más en España hasta septiembre	a
Turismo, un nuevo engranaje para la locomotora económica	a
Alemania - España, recelos mutuos	b
El turismo en España: febrero 2012	b
El turismo y la crisis	b
España dedica el Día del Turismo 2012 a la sostenibilidad y las renovables	b
Eurovegas exige una isla legal para abrir en España	b
La ciudad resiste la crisis del turismo, aumenta sus visitas y se impone en Gijón	b
La crisis y el turismo disparan los cursos de chino, árabe, ruso y portugués	b
Las 'dos Españas' del turismo	b
Posibles salidas de la crisis del TURISMO RURAL en España	b
Salidas laborales para jóvenes en época de crisis	b
Turismo a prueba de crisis	b
Turismo de calidad frente a turismo de cantidad	b
Unidos por el turismo contra la crisis	b
Asturias lidera la caída del turismo en la España Verde pese a la bajada de precios	c
Bares y restaurantes: 12.000 locales cierran en España en tres años por la crisis	c
Crisis económica y mal tiempo afectan al turismo de España en Semana Santa	c

El turismo de negocios ha caído un 36% en España con la crisis	c
El turismo entrará en recesión en 2012 según las previsiones de los empresarios	c
España sufrirá en 2013 lo peor de la crisis, con una caída del PIB del 1,4% y el paro al borde del 27%	c
La caída del turismo interior en España arrastra al sector a la crisis	c
Los turistas extranjeros gastaron en España el 1,1 por ciento menos en noviembre	c
The New York Times' denuncia un boom en el 'turismo de burdel' en España	c
Turismo: El motor económico de España que puede griparse	c

Titulky v českém tisku nevyznívají tolik optimisticky jako ve španělském vzorku. Kladně na čtenáře působí jen 15 z nich (označeny ‚a‘), neutrální náboj má 26 titulků (označeno ‚b‘) a negativně působí jen 9 titulků (označeno ‚c‘).

Domnívám se, že značně neutrální vyznění v českém tisku je způsobeno tím, že se jedná jen o zprávy, které mají informovat o dění v jiném státu Evropské unie, která spadá do sféry zájmu českého turisty navštěvujícího právě Španělsko. Některé články jsou zaměřené na českého občana, potenciálního investora nebo podnikatele a informují ho o stavu (ekonomiky) ve Španělsku.

název článku	hodnocení titulku
Hoteliéři lákají české seniory k moři dotacemi. Ozývá se konkurence	a
Španělsko se těší na příliv statisíců nových turistů	a
Zářné vyhlídky pro turistickou sezónu 2011	a
Stále více turistů míří do Španělska	a
Španělsko zažívá turistický boom	a
Které země navštívit, když krachne euro? Přece PIIGS!	a
Španělský realitní trh vstává z popela	a
Domek u španělského pobřeží stojí stejně jako byt v Praze	a
Apartmán ve Španělsku letos pořídíte o 40 procent levněji	a
Komise vítá plány na zlepšení situace občanů, kteří si koupili nemovitosti na pobřeží Španělska	a
Češi si oblíbili golfové zájezdy. V kurzu je hlavně Španělsko	a
Španělsko přivítalo rekordní počet turistů	a
Španělsko zažilo rekordní příval turistů	a
Vesnička kvůli Šmoulům zmodrala. Turisté se do ní hrnou	a
Dobré vyhlídky pro turistickou sezónu 2011	a
Vypukla Španělská revoluce. Svrhnou Facebook a Twitter další vlády?	b
Stávku ohlídám z dovolené, vzkázal policejní prezident ze Španělska	b
Rozhovor výkonného ředitele CK FISCHER pro Lidové noviny ze dne 2.11.2011	b
Španělsko se kvůli krizi vzdá polední siesty	b
Zrušme siestu, navrhuji opatrně Španěle drcení ekonomickou krizí	b
Španěle se kvůli krizi asi budou muset vzdát toho nejcenějšiho - polední siesty	b
Cestovní ruch na vzestupu	b
Cestovní kanceláře mají žně, některé destinace jsou rekordně levné	b
Češi si dovolenou ani v krizi neodepřou, zájem roste!	b
Dotaci na dovolenou ve Španělsku dostalo 7000 důchodců	b

Mladí Španělé ujíždějí za prací. Směr: Jižní Amerika	b
Španělský král "řeší" krizi po svém - loví slony	b
Open Europe: Analýza problémů Španělska	b
Z jihu Evropy za prací do rozvojového světa nebo i do Česka	b
Španělská krize v praxi: Seat skomírá, Zara září. Osud země mají ale v hrsti banky	b
Španělé na dovolené šetří, turisty lákají k sobě	b
Ztracená generace z jihu míří do Česka. Za prací	b
Cestování: Drážďany - Tenerife, léto 2012	b
Španělsko: Německý recept	b
Mladí Španělé nechtějí návrat do středověku	b
Krize žene jihoevropany k učebnicím: Kolik umíš řeči, tolikrát jsi člověkem	b
Jižní Evropa: Turisti nebo život	b
Ostrov vulkánů, památka UNESCO či útočiště španělského krále. To je Lanzarote!	b
Řešení realitní krize? Za drahý dům povolení k pobytu	b
Španělsko plánuje kampaň za 9 milionů EUR	b
Španělská krize lidského kaptálu	b
Investoři přestávají věřit Itálii a Španělsku	c
Španělsko po krk v krizi	c
Španělský deficit nahání strach	c
Španělská Telefónica doma v krizi trpí. Latinská Amerika v 1Q vynesla více, než Evropa	c
Finanční pomoc potřebuje už i nejbohatší region Španělska	c
Krize přivádí squatery do španělských novostaveb, radnice jim fandí	c
Wizz Air ruší letenky do Madridu, na zimu končí spojení Brna a Říma	c
Krize clooumá Španělskem, ze země oteklo 163 miliard eur	c
Příběhy krize: Mladí Španělé studují co nejdéle, pracují skoro zadarmo. Budoucnost je nejistá	c

Hodnocení toho, jak jednotlivé titulky působí na čtenáře, jsem založila na tom, jaká slova jsou v titulku použita. Hodnocení vychází ze sémantické analýzy. Pokud jsou použita pozitivní slova, vyvolávají pozitivní naladění, celý titulek tak působí kladně. Hodnotící výrazy jako například *augmentar*, *crecer*, *recuperar*, *resistir*, *lograr*, *ajeno a la crisis*, *crear empleos*, *posibles salidas*, v nás evokují kladná řešení problému. Z pohledu čtenáře tedy článek přináší dobré zprávy.

Naopak slova negativní, například *afectar*, *caída*, *locales cieran*, *sufrir*, *deunciar* *gastar menos* nebo *recesión*, evokují u čtenáře negativní hodnocení situace a ten pak očekává, že zpráva nebude příznivá, případně vyloženě negativní.

V případě, že použitá slova jsou neutrální, nemají tedy žádný hodnotící náboj, je titulek vnímán jako čistě informativní a text, který následuje, jako zpráva o stavu věcí. Pokud tedy není zahrnuto hodnocení, titulek nepůsobí na přijímání informace na citové rovině, ale spíše pragmaticky.

8. Naratologická analýza výzkumného vzorku

8.1. Prezentace španělských tradic, zvyklostí a kultury v českém tisku

Téma španělské kultury, tradic a zvyklostí se týká hlavně česky psaných článků. Zjistila jsem, že nejčastěji se objevují následující témata, která se vztahují ke španělské kultuře. Jsou to: Španělsko jako oblíbená turistická destinace, siesta, fotbal, Seat, Katalánsko, Kanárské a Baleárské ostrovy, sangría, Zara, Telefónica, banco Santander a paella.

Průměrný český čtenář má o Španělsku stereotypní povědomí jako o zemi, kam se jezdí na **letní dovolenou**, kde stále svítí slunce a neustále se něco slaví. Mezi očekávání českého čtenáře a španělské motto *España de sol y playa* můžeme tedy dát rovnítko. S prezentací Španělska jako turistické destinace souvisí i geografické pojmy, které se čtenáři vybaví hned vzápětí – Katalánsko, Kanárské a Baleárské ostrovy jsou destinacemi, kam každý rok zamíří nejvíce zahraničních turistů.

K cestování do Španělska se nabaluje další téma, které je v českém tisku prezentováno a jsou to tradiční pokrmy a nápoje. V článcích byla zmíněna sangría a paella. Turista se s nimi setkává v letoviscích a v poslední době je možné zakoupit je i v českých obchodech, hlavně pokud se jedná o sangrii. Protože po ní byla poptávka, začala se do České republiky dovážet a tak se můžeme v obchodech setkat se značkami jako například *Don Simón*. Také paellu si můžeme objednat i v českých restauracích, z nichž některé provozují přímo Španělé. V tomto případě dochází ke sblížování obou kultur, kdy španělská proniká do zahraničí, tedy do České republiky.

Dalším pojmem, který české novináře značně zajímá, je **siesta**, tedy její potencionální zrušení. Český čtenář má poměrně dobrou znalost o koncepci pojmu siesta, ačkoli na něj může působit jako zbytečný a zastaralý. Jedná se o jev pro Španělsko natolik typický, že jinde se s ním nenesetkal, alespoň ne v tak značném rozsahu. Protože se jedná o historicko- společensky podmíněný zvyk, český příjemce mu nemusí zcela rozumět, nebo může dojít až k jeho nepochopení v případě, že příjemce siestu aplikuje na české prostředí, kde je zbytečná a působí zvláště a nepotřebně.

Protože se Španělsko potýká s krizí a hledá všechna možná východiska, jak ji překonat, hledá inspiraci v zahraničí a snaží se přizpůsobit se modelům, které jsou úspěšnější než tradiční španělské. Do tohoto konceptu však siesta nezapadá, proto se zvažuje, zdali by nebylo dobré se siesty zbavit. Protože se ale jedná o zvyk, který ve společnosti přetrvává velmi dlouho a je pro Španělsko typický a hluboce zakořeněný, velká většina podniků zůstala protazím u tradičního uspořádání a ke zrušení siesty se neodhodlala.

Může to souviset i s konzervativními hodnotami, které jsou pro španělskou společnost typické. Domnívám se, že plošné zrušení siesty by byl opravdu velký zákrok do tradičního uspořádání dne ve Španělsku.

Na stranu druhou, podniky, které zavedly západní uspořádání pracovního dne s pracovní dobou od devíti hodin od rána do pěti hodin odpoledne, hodnotí změnu jako pozitivní. Nejedná se jen o zahraniční podniky, které mají své pobočky ve Španělsku, ale například také o tradiční španělskou energetickou společnost *Iberdrola*, která siestu nedodrжуje a je jednou z mála ziskových podniků v celém Španělsku.

V tomto případě se střetává tradiční pohled na uspořádání dne s relativní nutností zavedení změny. Protože je tradice velmi silně zakořeněna, není možné, aby byla zrušena okamžitě a celostátně. Nicméně na základě informací z analyzovaného korpusu vidíme, že nejen zahraniční společnosti, pro které je západní model uspořádání obvyklý, zavádí změny a ty následně vedou k lepším hospodářským výsledkům, které v současné době Španělsko tolik potřebuje. Je tedy jen otázkou času, kdy se siesta stane okrajovou záležitostí a nakonec vymizí zcela. Domnívám se ale, že tato doba bude ještě poměrně dlouhá.

Fenoménem ve španělské kultuře je **fotbal**. Je to sport, který se ve Španělsku těší značné oblibě a některé kluby jsou velmi úspěšné i na evropské úrovni. To jim přináší fanoušky nejen v mateřské zemi a v rámci Evropy, ale vlastně po celém světě. V českém povědomí se dlouhodobě drží kluby jako *Real Madrid* nebo *FC Barcelona*. Mezi fanoušky, kteří sledují i španělskou ligu, je jejich počet ještě mnohem vyšší. Televize v České republice věnují tomuto sportu poměrně značnou část svého vysílacího času a přenáší i zápasy, ve kterých nefiguruje český tým. Jedná se hlavně zápasy *Ligy mistrů* a *Evropské ligy*. Poměrně známá jsou i jména jednotlivých hráčů, jako jsou například Casillas, Fabregas, Ronaldo, Messi nebo Benzema.

Můžeme tedy říct, že pokud se jedná o sport, zvláště fotbal, máme se Španělskem společné zájmy. Pokud je mi známo, i úspěšní čeští hráči pronikli do povědomí fanoušků ve Španělsku. Jedná se ale většinou o sportovce, kteří hrají ve významných evropských klubech. Ve španělských médiích jsem zaznamenala i informace o fanoušcích, kteří doprovází do zahraničí na utkání své kluby. Jednalo se o fanoušky ostravského *Baníku* a sekci *Ultras Sparta*, před kterými španělská média varovala a prezentovala je velmi negativně.

Tradičními **španělskými značkami**, které se prosadily na českém trhu, jsou výrobce automobilů *Seat*, prodejce oděvů *Zara*, nebo telekomunikační společnost

Telefónica. Znamé jsou také oděvy prodávané pod značkou *Desigual*. Tyto španělské firmy, které se prosadily na evropském trhu a mají svá zastoupení i v České republice.

Telefónica provozuje nejúspěšnějšího mobilního operátora na českém trhu *O2*, dále se zaměřuje na tradiční volání přes pevné linky, je poskytovatelem internetu a datových služeb.

V poslední době se začal zvyšovat nárůst prodaných automobilů značky *Seat*. V současné době tvoří přes 1,5% celkové domácí flotily⁹⁵ a jejich zastoupení stále stoupá.

Oděvy *Zara* můžeme najít ve většině větších nákupních center a i když v roce 2010 *Zara* zvažovala odchod z České republiky⁹⁶, její obchody jsou stále otevřené. *Zara* spolu se značkami *Bershka*, *Pull & Bear*, *Massimo Dutti* a *Stradivarius*⁹⁷ patří do skupiny *Inditex*, což je jeden z největších distributorů oděvů na světě.

Značka *Desigual* se na českém trhu prosadila díky své jedinečnosti; zajímavým designem svých oděvů zaujala především mladší zákaznice.

Poněkud odlišným způsobem vstoupila do povědomí českých čtenářů finanční skupina *Banco Santander*, která je štědrým sponzorem závodů *Formule 1*. Svoje obří reklamy umísťuje kolem závodních tratí po celém světě.

Z výše uvedeného usuzuji, že povědomí českých čtenářů o španělské kultuře a zvycích je poměrně široké, zvláště pokud tyto znalosti srovnáme s povědomím o ekonomickém dění na Pyrenejském poloostrově. Čtenáři znají typicky španělské věci a rádi je na trhu vyhledávají, ať už se jedná o věci každodenní spotřeby, jako jsou potraviny nebo oděvy, nebo o dlouhodobé investice v případě nákupu automobilu.

V zásadě můžeme říci, že informace nalezené v česky psaných článcích, které se vztahovaly ke španělské kultuře a zvykům, vyznívají pozitivně, případně neutrálně, jsou tedy informativní, nebo mají funkci persvazivní a nabádají k větší konzumaci zmíněného zboží.

Vidíme také, že v kulturní sféře máme se Španělskem mnoho společných témat, která se postupně dále rozšiřují a prohlubují. Souvisí to s postupným vzájemným objevováním obou zemí. Pro Čechy je Španělsko již léta tradiční destinací, Španělé teprve Českou republiku objevují. Příkladem malého úspěchu české kultury ve Španělsku může být otevření prodejny *Todo Checo*⁹⁸ v Madridu.

⁹⁵ <http://www.cngplus.cz/novinky/seat-chce-v-roce-2013-v-cr-zvysit-prodej-tahouny-budou-leon-a-toledo.html>

⁹⁶ <http://www.invogue.cz/fashion/fashion-novinky/zara-konci-v-cr-40229>

⁹⁷ http://www.inditex.com/es/quienes_somos/nuestro_grupo

⁹⁸ <http://todochecho.com/>

8.2. **Prezentace sociálních problémů ve Španělsku**

Protože oba dva korpusy zaujímají odlišný úhel pohledu, španělská část, jak jsem výše uvedla, zaujímá primární místo událostí, kdežto česká část je psána v prostředí distancovaném a odlišném od místa, kde se události odehrávají, je nutné je od sebe při interpretaci oddělit.

Česky psaná část korpusu zmiňuje sociální jevy, které jsou v poslední době stereotypně vnímané v souvislosti s krizí ve Španělsku.

Státy, které se dostaly do krize tak hluboko, že ji nejsou schopny samy řešit, jsou v tisku často ostrakizované a je jim tato situace dávana za vinu bez toho, aby se přihlíželo k ostatním příčinám tohoto stavu. Mnohokrát bylo v různých médiích potvrzeno, že pokud by například pouze splaskla hypotéční bublina na španělském realitním trhu, vedlo by to nepopíratelně k problémům, nicméně jejich dopad by nebyl tak drastický, jako tomu bylo poté, co se přidaly další problémy, které Španělsko zasáhly ve spojení s celosvětovou krizí.

Navíc všechny státy jižní Evropy jsou stavěny na stejnou úroveň a příčiny problémů v jednotlivých státech jsou často buď zamlčovány, nebo jsou pojímány velmi globálně. Přitom každý stát je jiný a krize v nich má svá vlastní specifika. Nemůžeme například hodnotit stejně příčiny krize v Řecku a Španělsku, nebo Irsku. V každém z těchto států vedlo ke krizi něco jiného a poté, co se přidaly problémy spojené s celosvětovou krizí, se situace prohloubila natolik, že státy musely žádat Evropskou unii o finanční pomoc.

V česky psaných člancích jsem pozorovala vysokou míru zobecňování, pokud se jednalo o **zmiňování příčiny špatného stavu ekonomiky**. Domnívám se, že následkem této přílišné obecnosti a snahy o spojování příčin, které spolu ovšem nesouvisí, se může čtenář dostat k mylné interpretaci prezentovaných faktů. Může tedy nabýt nesprávného dojmu, že všechny státy jižní Evropy, které se neúspěšně potýkají s krizí a jsou nuceny žádat o pomoc Evropskou centrální banku, se do tohoto problému dostaly ze stejné příčiny a obvykle vlastní vinou.

Na základě analýzy jednotlivých článků tedy usuzuji, že příčiny, které vedly ke krizi v jednotlivých státech jižní Evropy, nejsou prezentovány dostatečně odlišně s ohledem na zmíněné státy a čtenář může nabýt mylného dojmu, že se jedná o tutéž příčinu, což není pravda.

Dalším tématem, které jsem zaznamenala zmínění nejen v novinách, ale i v televizi, je **problém nesplácených hypoték a následného vystěhování neplatiče z bytu**.

Jedná se o téma čtenářsky atraktivní, často emocionálně podávané, protože zasahuje do velmi osobní sféry člověka.

Příčina této situace je následující. Lidé podepisovali hypotéky v dobré vůli a věřili, že po splacení bude nemovitost jejich. V některých případech rozkládali splácení na velmi dlouhou dobu, aby splátky byly relativně nízké a oni je byli schopni financovat. Je otázkou, nakolik bylo od banky etické rozložení splátkového kalendáře na například šedesát let a to z důvodu zřejmého prodloužení splácení do důchodového věku dlužníka. Jisté riziko zde tedy bylo od začátku, nicméně ve srovnání s americkými hypotékami ne tak vysoké.

S drastickou změnou v ekonomice celého státu, tedy jejím markantním poklesem, následným útlumem ve výrobě a také ve službách, došlo k nárůstu nezaměstnanosti, která měla za následek závislost občanů na sociálních dávkách. Protože v době, kdy hypotéku podepisovali, nic takového reálně nehrozilo, dlužníci si toto potencionální riziko neuvědomovali a tak ho podcenili. Protože se ale jedná o nezaměstnanost dlouhodobého charakteru, ani úspory nestačily na to, aby mohli vysokou hypotéku dlouhodobě splácet.

Banky sice lidem nabízí úpravy ve splátkovém kalendáři, ale protože sociální dávky jsou nízké, nestačí na splátky a zajištění chodu domácnosti zároveň. V některých případech banka přistoupila na pozastavení splácení, nebo na razantní snížení splátek; velmi často ale přistupuje k prodeji nemovitosti za poloviční hodnotu, vystěhování dlužníka a jeho povinnost druhou polovinu hypotéky dále splácet.

Dlužník se tedy ocitá v dramatické situaci, kdy se ze dne na den ocitá bez střechy nad hlavou, na další nájem často nemá finance, nicméně stále je povinen splácet nemovitost, kterou už nevlastní. Problémem je, že tato situace je v současném Španělsku tak častá, že sociální síto již není schopné tyto případy zachytit a lidé po vystěhování opravdu končí na ulici.

Právě toto je důvod, proč se média těmto případům tolik věnují. Zachycují pohnuté případy lidí, kteří ze dne na den přišli o všechno. Podle novinářské etiky se nejedná o její porušení, cílem těchto zpráv je upozornit na nový fenomén, který do budoucna přinese mnoho dalších problémů.

Vystěhování z bytu z důvodu jeho nesplácení je jedno z témat, které proniklo i do českých médií, byť je prezentováno i v médiích španělských. Z článků prezentovaných v českém tisku vidíme, že se nejedná jen o problémy, které se sice týkají početné skupiny imigrantů, ale také takzvané střední a nižší třídy. Téma je prezentováno jako velmi negativní jev, který zásadně zasahuje do běžného života Španělů a také naznačuje, že v brzké době se tyto případy budou odehrávat stále častěji. Není ale naznačeno žádné řešení.

Dalším sociálním problémem, který na vystěhování z bytu přímo navazuje, je **problém squaterů v prázdných bytech**. Jak uvádí článek zveřejněný na webu České televize *Krise přivádí squatory do španělských novostaveb, radnice jim fandí*⁹⁹, problém nelegálního bydlení v prázdných bytech nebyl ve Španělsku až do nedávna příliš rozšířený, ovšem poté, co banky začaly rodiny neschopné splácet hypotéky vystěhovávat z bytů, se nelegální obývání prázdných bytů, kterých je navíc po celém Španělsku velký počet, začalo rychle šířit.

Squatting je jednou z mála možností, jak mohou rodiny bez střechy nad hlavou získat novou. Podle článku se sice jedná o protiprávní jednání, ale ani radnice, na jejímž území budovy stojí, ani banka, která budovy financovala, nemůže zasáhnout, protože budovy mají svého vlastníka, i když jsou prázdné, a pokud ten nevznese formální stížnost, nikdo proti samozvaným obyvatelům zasahovat nebude. Vidíme také pozitivní přijetí od obyvatel, kteří žijí v okolí těchto staveb. Obecně se totiž domnívají, že pokud jsou byty prázdné a nikdo se do nich ani stěhovat nemá, je lepší, aby v nich bydleli lidé, kteří by jinak skončili na ulici v mnohem horších podmínkách.

Z článku vyplývá, že ačkoli se jedná o protiprávní jednání, je zástupci místní administrativy přijímáno, a to z toho důvodu, že řeší jiné problémy, které by jinak radnice musela řešit. Také od ostatních občanů je toto počínání vnímáno kladně, protože zlepšuje podmínky k životu ve čtvrtích, kde by se, pokud by vše probíhalo v souladu se zákonem, objevili bezdomovci a klesla by tak hodnota jejich nemovitostí, už tak značně sražená kvůli splasklé hypotéční bublině.

Dalším problémem, který je zmiňován, je stále **větší šetření španělských domácností**. Odvíjí se od stále častějšího návratu dětí do domácnosti rodičů, kteří, ač jsou sami v důchodovém věku, musí podporovat svoje děti, protože ty nemají práci a sociální podpora od státu není dostatečně vysoká na to, aby jim pokryla náklady spojené se samostatným bydlením a vedením vlastní domácnosti (viz fenomén „*nimileuristas*“¹⁰⁰).

V tomto problému se kumuluje několik vzájemně propojených potíží. Protože mladí lidé nemají práci, nemohou bydlet samostatně a kvůli tomu zůstává mnoho nemovitostí prázdných. Na stranu druhou se musí tísnit v bytě rodičů, leckdy s několika vlastními dětmi, takže nastává problém v bytové otázce, protože rodina žije ve velmi stísněných podmínkách. Tím, že mladší generace nemá práci a je závislá na sociálních

⁹⁹ ceskatelevize.cz. *Krise přivádí squatory do španělských novostaveb, radnice jim fandí*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/178902-krize-privadi-squatory-do-spanelskych-novostaveb-radnice-jim-fandi/>

¹⁰⁰ Fenomén ve španělské společnosti, který vyděluje skupinu obyvatel, kteří nevydělávají „ani tisíc euro“ <http://elpais.com/tag/nimileuristas/a/>

dávkách, je v rodině nedostatek finančních prostředků, které jsou potřeba k zajištění standardu, na který byla rodina před krizí zvyklá.

V momentě, kdy jsou mladé generaci kvůli dlouhodobé nezaměstnanosti sníženy sociální dávky na minimum, se stává do jisté míry závislá na příjmech svých rodičů, dnes důchodců. Následkem toho jsou všichni nuceni šetřit na všem, co se dá omezit a není nezbytně nutné. Tím se ale dostává ekonomika do začarovaného kruhu, protože pokud domácnosti neutrácí a nespotřebovávají, nedostávají se od oběhu finance a ekonomika nemůže růst. Zároveň stát musí vydávat finance, kterých má nedostatek, na sociální dávky a to stahuje ekonomiku ještě více dolů.

Španělé si stěžují, že jsou nuceni omezovat svoji spotřebu na opravdu nezbytné minimum, které jim nezajišťuje ani základní standard. Stále více si uvědomují, o kolik klesla jejich životní úroveň a to přispívá k napětí ve společnosti. Následně informace o tom, že pro španělského krále bylo do Afriky vysláno zvláštní letadlo, aby ho dopravilo domů poté, co si na lovu slonů zlomil krček stehenní kosti, je v kontextu těchto událostí vnímána jasně negativně a vede spolu s dalšími podobnými zprávami k demonstracím a protestům.

Zprávy o šetření a poklesu životní úrovně jsou zmiňovány velmi často a v různých kontextech. Jsou doprovázeny informacemi o poklesu spotřeby, výroby, o menším počtu turistů, atd. Zdůrazňován je obvykle negativní dopad na celkově už tak špatný stav ekonomiky a také zhoršující se životní podmínky jak seniorů, tak rodin s dětmi. Jedná se o prezentaci velmi negativní, která ve všech článcích, které se zabývají tímto tématem, převažuje.

Pokud jsem zmínila **stávky a demonstrace**, vyděluji toto sociální téma zvlášť, protože je v českých médiích zmiňováno často a poměrně obsáhle. Již od počátku krize, která Španělsko zasáhla, se obyvatelé bránili vládním škrtům a protestovali. Nejdříve lokálně, potom protesty přerostly v generální stávky, které ochromily provoz v celé zemi a se zhoršující se ekonomickou situací nabíraly na síle i četnosti.

V poslední době je výrazně prezentováno zvláště hnutí tzv. rozhořčených (*Indignados*). Vzniklo jako spontánní hnutí na sociálních sítích, které se následně přeneslo do ulic, kde se manifestovalo prostřednictvím většinou poklidných demonstrací a meetingů na náměstích velkých měst. Ze současného stavu viní hlavně banky, které podle nich půjčovaly hnány vidinou velkých zisků v budoucnosti a nebraly ohled na skutečnou ekonomickou situaci lidí, kterým půjčovaly. Jako druhého viníka vidí politiky, kteří podle hnutí neřeší vzniklé potíže a pokračují ve stále stejném politickém směru, který byl ovšem nastolen před lety, když bylo Španělsko prosperující zemí, což ale neplatí dnes, kdy jsou

zapotřebí velké změny, které ale přichází velmi pomalu a nejsou zatím vidět žádné znatelné výsledky.

Méně pokojná jsou ale jiná uskupení, která proklamují své požadavky za použití násilí. Útočí na banky, vypalují bankomaty a plní tak rubriku domácího zpravodajství. Pokud hnutí rozhořčených má vysokou podporu mezi obyvateli, tyto násilné projevy tak vysoké zastání nemají. Existuje sice skupina, pro kterou je takové jednání akceptovatelné, není ale přijatelné pro všechny. Pokojné demonstrace obvykle nechává policie proběhnout a nezasahuje proti nim, v případě nepokojů a ničení majetku demonstranty rozhání a nekompromisně zasahuje. I přesto ale převládá přesvědčení, že za krizi mohou banky a politici a je třeba se proti nim postavit, aby došlo ke zlepšení situace. Protesty proto v obou formách pokračují dál.

Protesty, které často plní ulice, ale přispívají k tomu, že Španělsko začíná být chápáno jako země méně bezpečná a odrazuje tak potencionální turisty od návštěvy země. Vzhledem k tomu, že ve srovnání s ostatními zeměmi, které se potýkají s násilnými protesty, je Španělsko zatím relativně klidnou zemí, turisté zatím přijíždí, protože ostatní středomořské destinace jako jsou Egypt nebo Řecko, jsou na tom s bezpečností o mnoho hůře a turistům tam reálně hrozí nebezpečí. V případě Španělska tomu tak zatím není, i když v době generální stávky není návštěva země doporučována právě kvůli zhoršené bezpečnostní situaci.

Česká média informují o protestních akcích ve Španělsku celkem obsáhle, nicméně zdůrazňují, že situace na poloostrově je relativně klidná a turistům nehrozí zásadní nebezpečí. I přesto se ale varování různého stupně důraznosti objevují. Jejich síla je závislá na tom, kdy zpráva vyšla – pokud v období protestů, varování je silnější, pokud v klidnějším období, varování je méně důrazné nebo se objevuje jen velmi okrajově, pokud vůbec.

V souvislosti s cestovním ruchem se často objevuje **téma nezaměstnanosti**, která se ve Španělsku již několik let neustále zvyšuje. Španělsko se tradičně potýká s vysokou nezaměstnaností, ale ta s příchodem ekonomické krize ještě vzrostla a neustále stoupá. Česká média začala zajímat v momentě, kdy překročila zhruba 15% a od té doby se články na toto téma nepřestaly objevovat.

Český tisk si všímá nezaměstnanosti ve Španělsku jako celku, ale věnuje se také jednotlivým příčinám a oborům, které jsou nejvíce postižené, všímá si opatření vlády jak národní, tak jednotlivých autonomních oblastí, které se snaží proti tomuto problému bojovat. Nejčastější informace přichází o výši nezaměstnanosti a jejím srovnání s průměrem v rámci

celé Evropské unie. Španělsko z tohoto srovnání vychází velmi špatně, protože jeho nezaměstnanost je jednou z nejvyšších v celé Evropě.

Další informace, kterou český tisk přináší poměrně často, je **nezaměstnanost mladých** lidí ve Španělsku a sleduje také jejich vyhlídky do budoucna. Jelikož nezaměstnanost mezi mladými do třiceti let se pohybuje kolem 48%, což znamená, že bez práce je takřka každý druhý, jedná se o problém opravdu závažný a média jsou ti této situaci vědoma. Prezентují tuto skutečnost jako závažnou a přináší zprávy o tom, jak ji její oběti řeší.

Jedním z logických rozhodnutí je odchod mladých lidí do těch zemí Evropské unie, které nejsou krizí tolik zasaženy, jako je například Německo, což má jako průvodní jev také velké navýšení studentů němčiny jak v samotném Španělsku, tak také v Německu. K jednoduchému odchodu do zahraničí přispívá společná legislativa na úrovni Evropské unie a snadné hledání práce v členských státech. Nalezla jsem i informaci, že mladí Španělé odchází za prací také do České republiky, kde pracují v zahraničních firmách a využívají mimo jiné svůj mateřský jazyk, stejně tak jako svůj temperament.

Druhou destinací, kam mladí lidé odchází, je Latinská Amerika, která má se Španělskem historickou spojitost a díky stejnému jazyku je tak jednodušší najít si práci. Problémem je ovšem geografická odlehlost. Mnoho mladých lidí také odchází do zahraničí mimo Evropskou unii, je zmiňována například Čína, což má ovšem celkově za následek demografický problém, protože mladí lidé ze Španělska odchází, usazují se jinde a Španělsko tak přichází o perspektivní mladé lidi, kteří mohli přispívat do systému sociálního zabezpečení, platit daně a přispívat k ostatnímu rozvoji.

Pokud mladí lidé zůstávají ve Španělsku, je pro ně velmi obtížné práci najít, protože nemají praxi. Z některých článků vyplývá, že firmy jejich handicapu na trhu práce zneužívají a výměnou za to, že jim poskytnou nezbytnou praxi pro pozdější snadnější získání práce, tyto mladé lidi využívají v rámci takzvaných neplacených stáží a praxí. Jedná se o to, že mladí lidé pracují ve firmách zadarmo jen proto, aby obdrželi potvrzení o vykonané praxi, odvedou práci, na kterou by zaměstnavatel musel najmout pracovníka na hlavní pracovní poměr, ale protože stážistovi firma nic neplatí, je to pro ni výhodné. Mladým lidem, kteří praxi potřebují, tak nezbyvá nic jiného, než na tento princip přistoupit, pracovat a nedostávat žádnou nebo jen velmi symbolickou mzdu.

Systém praxí, které nejsou placené, je v mnoha člancích kritizován a je na něj pohlíženo jako na negativní, protože si bere mladé nezaměstnané lidi jako rukojmí, kteří nemají na výběr a musí se v dané situaci podvolit.

Španělsky psané články se často věnují možnostem, které mladí lidé ve Španělsku mají, aby nezaměstnanosti unikli. Zmiňují vysokou specializaci, studium oborů, ve kterých chybí odborníci, a také nezbytnou znalost jazyků, ideálně několika z nich.

Články ze španělského prostředí vyznívají velmi negativně a přináší informace o stavu, v jakém se španělský trh práce nachází. Rady, které jsou dávány nezaměstnaným, jsou velmi obecné a domnívám se, že v krátkodobém horizontu nemohou výrazně pomoci. V horizontu několika let je možné, že se situace na španělském trhu práce zlepší, vývoj ale bude do značné míry záviset na vývoji ekonomiky nejen Španělska, ale na odeznění krize v celosvětovém měřítku.

V souvislosti s vysokou nezaměstnaností mladých se objevuje **téma malinvestice do vzdělání a inflace diplomů**. V několika člancích jsem našla názor, že mladí lidé ve Španělsku příliš studují místo toho, aby si dříve hledali uplatnění na trhu práce. Protože velká část populace vlastní vysokoškolský titul, zaměstnavatelé je neberou tak, jako tomu bylo dříve, tedy nepohlíží na něj jako na věc prestižní a relativně vzácnou, která zaručuje odbornost a vysokou připravenost jeho vlastníka, ale naopak se přiklání k názoru, že se jedná o věc běžnou, což devaluje jeho cenu a také cenu jeho držitele na trhu práce.

Protože v současné době je velmi obtížné pro mladé lidi práci najít, řeší mnoho z nich svoji nezaměstnanost tím, že setrvávají ve škole co nejdéle možnou dobu a studují více oborů po sobě. Neobjeví se tak ve statistikách nezaměstnanosti, ale do budoucna se jejich situace nezlepší. Protože budou mít vysoké vzdělání, budou pro trh práce překvalifikovaní a proto, aby práci našli, budou muset přijmout práci, pro kterou budou příliš kvalifikovaní. Pohybují se tak v začarovaném kruhu, ze kterého v následujících letech nevede cesta ven.

Informace o vysoké nezaměstnanosti mezi mladými lidmi ve Španělsku je téma, které česká média zajímá a o kterém informují obšírně a poměrně často. Prezentují ho jako závažný problém, který se s přetrvávající krizí stále zhoršuje a neváhají ho pojmenovat z pohledu mladých jako generační stigma. Jedná se tedy o zprávy značně negativní, které zasahují celou společnost a všechny její vrstvy.

Jako další důsledek krize se v českém tisku objevila zpráva, která informuje o tom, že **v Katalánsku sílí separatistické tendence**. Mají souvislost s krizí a jejími dopady na jednotlivé autonomní oblasti Španělska.

Protože je Katalánsko tradičně baštou španělského průmyslu, tvoří největší část hrubého domácího produktu a přispívá nejvyšší měrou do státní pokladny. Zároveň je to ale také jeden z nejvíce zadlužených regionů Španělska. Situace je natolik špatná, že Katalánsko

bylo nuceno požádat vládu v Madridu o finanční pomoc. Nedostalo ale tolik financí, o kolik si požádalo. Katalánsku se nelíbí, že přispívá nejvíce do státního rozpočtu, ale nedostalo částku, o kterou si řeklo, a na kterou, jak se domnívá, má nárok.

Katalánsko je autonomní oblastí, která byla historicky odlišná od Španělského království, a když byla začleněna do státního útvaru Španělska, Katalánci to nesli nelibě a dlouhodobě usilují o svoji samostatnost. Katalánsko bylo jednou z prvních autonomních oblastí, která měla uzákoněný svůj vlastní jazyk, tedy katalánštinu, a těšilo se i dalším výhodám v rámci Španělského království. Protože současná ekonomická situace Španělska je špatná, v Katalánsku sílí názory, že již dále nechtějí přispívat na záchranu celého státu a prosazují odtržení. Jedná se ale o protiústavní jednání, protože španělská ústava obsahuje klauzuli o nedělitelnosti státu, ke kterému by odtržením Katalánska došlo.

Katalánci pohlízejí na svoje setrvání ve Španělském království velmi negativně, domnívají se, že jsou jim upírána jejich nezadatelná práva, která jim byla odepřena již při začlenění do Španělského království. Chtějí vlastní stát, domnívají se, že je katalánština marginalizována na úkor španělštiny a většina obyvatel Katalánska je rozhodně pro odtržení od Španělska. Takto mi byla situace prezentována na hodinách katalánštiny během mého studia na York University v Kanadě (2012-2013) profesorkou Shaudin Melgar Foraster, která je původem z Barcelony.

Domnívám se ale, že skutečná situace není tak radikální. Zcela jistě existuje mnoho zástupců odtržení, na stranu druhou ale díky dalším osobním kontaktům vím, že ne všichni jsou zastánci tak radikálního řešení. V minulém roce regionální parlament schválil návrh, který povede k referendu o odtržení, které by se mělo konat letos¹⁰¹. Případně nově vzniklý stát by měl vzniknout v rámci Evropské unie, což také není neproblematické, protože by musela proběhnout kompletní přijímací procedura, což je obvykle otázka několika let. Španělská vláda je ale připravena napadnout případný úspěch referenda u ústavního soudu, protože ho, jak jsem zmínila výše, ho považuje za protiústavní.

Katalánsko je oblíbenou destinací českých turistů, proto je zpráva o jeho odtržení od Španělska vnímána jako zajímavá a v současném politickém uspořádání Evropy také bezprecedentní. Domnívám se, že situaci budou média dále se zaujetí sledovat.

Posledním tématem, které se ze sociální oblasti objevuje v české části korpusu, je **přítomnost mafie na španělském území**. Nalezla jsem zmínku o jejím původu v zemích, jako jsou Čína nebo Rusko.

¹⁰¹ <http://www.novinky.cz/zahranicni/evropa/289994-katalansko-se-chysta-vypsat-referendum-o-nezavislosti.html>

Obě země mají poměrně početné zastoupení mezi imigranty, kteří jsou ve Španělsku usazeni. Příchozí původem z Číny se často živí jako provozovatelé prodejen, které jsou mezi domácími oblíbené, protože se v nich dá koupit takřka cokoli a navíc velmi levně. Namíření proti čínským imigrantům zmiňují dále v souvislosti s článkem, který zmiňuje prostituci na hranicích s Francií.

Rusové se usazují ve Španělsku kvůli jeho příjemným klimatickým podmínkám. Na rozdíl od Číňanů se v jejich případě obvykle nejedná o ekonomický důvod migrace. Přichází do země s relativně velkým bohatstvím, za které si pořizují luxusní nemovitosti na pobřeží a tráví v nich přinejmenším část roku. Věnují se také podnikání v různých oborech. Nejčastěji do země ovšem přijíždí jako turisté, protože i pro ně je Španělsko velmi lákavou destinací, i když je geograficky poměrně vzdáleno. Jejich pobyt je proto obvykle delší, pohybuje se v řádech několika týdnů. I jako turisté přináší do státního rozpočtu značné částky.

Informace o tom že v v zemi operují členové ruské a čínské mafie jsou vždy spojeny s negativy, které tato činnost, většinou ilegálního charakteru, přináší. V očích veřejnosti je tato informace namířena proti celé skupině obyvatel, protože je postavena na dichotomii *my* versus *oni*. Nedostatek informací, které běžný obyvatel o těchto skupinách má a které jsou dány uzavřeností imigrantů, vede k tomu, že jsou často všichni stavěni na stejnou úroveň, což má za následek negativní vnímání celé skupiny. Tyto dvě cizojazyčné skupiny jsou tedy prezentovány v negativním světle. Na stranu druhou se z článků dozvídáme, že Španělé mají zájem studovat tyto dva jazyky, protože v souvislosti se službami v turistickém ruchu je po těchto jazycích poptávka.

Vzhledem k výše uvedenému můžeme shrnout, že sociální problémy ve španělské společnosti jsou prezentovány poměrně obsáhle a zmiňují četná témata, která se objevují i v souvislosti s naší realitou. Patří mezi ně například nezaměstnanost, i když v českém prostředí se nevyskytuje v tak značném rozsahu, jako je tomu ve Španělsku, nebo stále větší šetření domácností. Objevují se ale témata, která jsou pro Španělsko charakteristická, a s nimiž se v českém prostředí takřka nesetkáme. Jedná se o vystěhování z bytu z důvodu jeho nesplácení, stávkové demonstrace, neplacená práce a stávkové demonstrace pro mladé, nebo katalánský separatismus.

Česká média o těchto specificky španělských problémech informují poměrně obsírně. Domnívám se, že je to dáno zájmem českých čtenářů o tento stát, a také společnou přítomností v Evropské unii. Negativní informace, které se ve spojitosti se Španělskem v tisku objevují, mohou být českým čtenářem interpretovány na základě srovnání s realitou

v České republice, která, srovnána s problémy Španělska, není až tak tíživá, i když musíme připustit, že krize zasáhla i naši ekonomiku.

V porovnání s články psanými v češtině, se španělská média obsažená v mém korpusu dat, věnují sociálním otázkám jen okrajově. Ve španělsky psaném korpusu jsem našla zmíněná témata o vystěhování neplatičů, o mafii a nezaměstnanosti. Ostatní zmíněna nebyla. Domnívám se, že je to tím, že španělská média věnují značnou pozornost ekonomické stránce cestovního ruchu a nezaměřují se tolik na kulturu a s ní spojené informace, mezi které sociální otázka patří.

8.3. Sebeprezentace Španělska versus pohled zvenčí

Při porovnávání informací obsažených v obou korpusech jsem si všimla rozdílu, jakým je prezentováno Španělsko v českém tisku a jak se Španělsko prezentuje ve svých domácích médiích.

Čeští novináři přináší o Španělsku informace různorodého charakteru. Protože je korpus vymezený tématem krize a jejího dopadu na cestovní ruch, musíme vycházet z článků, které máme k dispozici. I přes toto omezení si můžeme všimnout poměrně bohaté škály doprovodných informací, které doplňují základní linii informace.

Témata, která se objevují, můžeme rozdělit do několika základních skupin. Nejdříve je rozdělím na **kladné** a **záporné** informování. Kladné informace dále dělím do několika skupin podle toho, o kterou oblast cestovního ruchu se zajímají.

Jako první vymezuji **informace o destinaci jako takové**. Za kladné informace, které se objevily v českém tisku lze jistě považovat to, že Španělsko je prezentováno jako bezpečná, atraktivní a tradičně pohostinná destinace, která je oblíbená mezi českými turisty a to nejen mladými, ale také seniory, kteří se navíc mohou těšit na to, že mohou na svoji dovolenou ve Španělsku dostat i dotaci a tak snížit cenu svého zájezdu. Jedná se o destinaci, které má dobré letecké spojení v rámci pravidelných linek, které jsou ale omezeny mimo sezónu, ale na stranu druhou mají výborné spojení během letní turistické sezóny charterovými lety. V poslední době navíc došlo k výraznému snížení cen jak zájezdů samotných, tak nájmu v turisticky atraktivních lokalitách a existuje také možnost odcestovat s německou cestovní kanceláří, která má obvykle ceny ještě nižší, než česká.

Jako druhou skupinu vydělují **informace spojené s vlastním pobytem**. Turista si může vybrat ze široké možnosti trávení svého času – může využít jak pobytové, tak poznávací zájezdy, může přijet hrát golf nebo naopak využít alternativní *turismo rural*, které jej zavede mimo obvykle navštěvované oblasti. Dalším lákadlem jsou různé atrakce, například tematicky zaměřená vesnička k filmu Šmoulové, a nebo kulinářské a kulturní zážitky.

Třetí skupinou jsou **služby během pobytu**. Španělé jsou na turisty velmi dobře připraveni a vychází jim všemožně vstříc, například prostřednictvím znalosti cizích jazyků v letoviscích, a nebo snahou vyjít vstříc požadavkům, které by turista snad mohl mít.

Čtvrtou kategorií zaměřují na **možnosti investic ve Španělsku**. Pozitivní zprávou je skutečnost, že pád cen bytů znamená možnost levně si pořídit nemovitost u moře, za což je možné v případě zájmu dostat i španělské občanství. O zájmy zahraničních vlastníků nemovitostí se navíc stará i legislativa Evropské unie, která chrání majitele proti nedávno přijatému *ley de costas*, který prohlásil pobřeží za území, kde se může s pozemky disponovat v jen omezené míře. V České republice je také poměrně široce prezentováno španělské zboží, které je možné zakoupit na našem trhu.

Vidíme, že pozitivní zprávy jsou v českém tisku poměrně rozšířené, nicméně objevují se i **zprávy negativní**. Všechny jsou spojené s dopadem krize na španělskou ekonomiku a také to, jak se tyto problémy projevují v každodenním životě tamních obyvatel. Jedná se o zprávy o celkovém stavu ekonomiky, nutnost přijmout zahraniční pomoc od Evropské unie, rekapitalizaci bank a velký státní deficit; život Španělů je zasažen velkou nezaměstnaností, kvůli které nezvládají splácet svoje vysoké hypotéky a jsou proto bankami vystěhováni, což mělo za následek nárůst počtu bezdomovců a také se objevil squatting. Není proto divu, že se stále častěji objevují demonstrace a stávky.

V porovnání vidíme, že česká média přináší více pozitivních informací a nezaměřují se tolik na negativní. Z toho lze vyvodit, že cestovní ruch je ve spojitosti se Španělskem stále vnímán jako bezproblémová a příjemná aktivita. V očích české veřejnosti je Španělsko vnímáno jako oblíbená destinace, která má co nabídnout a v současné době je Španělsko ve srovnání s ostatními středomořskými destinacemi vyhledávané. Negativní informace jsou spojeny s ekonomickou situací, která je ale prezentována tak, že se turistů, kteří do Španělska přijedou, nedotýká.

Pokud se zaměříme na španělsky psanou část korpusu, neunikne nám, že prezentuje Španělsko ze zcela jiného úhlu pohledu. Také v tomto případě rozdělím prezentované informace opět na kladné a záporné. Již na první pohled je patrné, že záporné převládají.

Kladné informace můžeme rozdělit do několika témat. První, stejně jako v české části korpusu, **prezentuje Španělsko na obecné rovině**. Je vnímáno jako země, která má dobrou pověst, je v Evropě nejoblíbenější destinací a ze srovnání s ostatními destinacemi ve Středomoří vychází velmi dobře.

Druhé téma španělského korpusu jsou turisté a jejich **možnosti trávení volného času**. Pozitivně je hodnocen nárůst počtu turistů zahraniční provenience a také to, že je stále více láká eko-turismus a *turismo rural* a nově nabízená turistika zaměřená na cestování za vínem nebo poznávací zájezdy v době španělských svátků, jako jsou například Velikonoce.

Jedná se také o stavbě nových turistických atrakcí a některé z nich již byly otevřeny. Nejvíce turistů přijíždí tradičně z Německa, Itálie, Velké Británie a Skandinávských zemí, zajímavá je ale informace, která zmiňuje nárůst turistů přijíždějících z České Republiky.

Třetím tématem je **ekonomický pohled na cestovní ruch**. Je zdůrazněna informace, že pobytové zájezdy letos významně zlevnily, což by mělo přilákat ještě více turistů. Některé články informují, že i když se Španělsko ocitlo v krizi, jeho turismus ohrožen není a je ve velmi dobré kondici. Na rok 2013 ekonomové předpovídají velmi dobrou turistickou sezónu a domnívají se, že následkem toho poklesne nezaměstnanost, protože lidé najdou práci ve službách. Turismus je ve Španělsku stále vnímán jako tahoun ekonomiky. Jako velmi pozitivní dále vidí to, že hotely se začaly seskupovat do řetězců pod stejnou značkou, což vede k lepšímu finančnímu zabezpečení. Mladým lidem doporučují, aby studovali cokoli, co je spojeno s turistickým ruchem, protože v něm vidí perspektivní zaměstnání a také to, že si tak vychovávají novou generaci kvalifikovaných pracovníků ve službách.

Negativní informace jsou v člancích mnohem častější a obvykle dochází ke kumulaci více negativních zpráv v jednom článku. Opět je rozdělím do několika témat.

Jako první téma vymezují **negativní chování turistů**. Často je zmiňována informace o stále menší účasti samotných Španělů na cestovním ruchu. Krize se negativně odrazila i na výběru destinací, protože turisté sice stále navštěvují letoviska, ale dříve oblíbené poznávací zájezdy do vnitrozemí již tolik obsazené nejsou. Obecně došlo k propadu příjezdu zahraničních turistů a k výraznému poklesu turismu došlo na severním pobřeží Španělska.

Druhým tématem je **ekonomická stránka turismu**. Španělé jsou si plně vědomi, že příliv turistů je podmíněn současnou nestabilní politickou situací v ostatních zemích kolem Středozemního moře, které se Španělskem tradičně konkurovaly, a tato situace se může kdykoli změnit. Dalším negativem je, že turisté mají svoji cestu naplánovanou a zarezervovanou přes internet a neutrácí spontánně na místě. Toto chování vedlo ke krachu mnoha podniků po celé zemi; jedná se jak o restaurace a kavárny, ale také o hotely a jiné atrakce zaměřené na turisty. Turisté také přijíždějí na kratší dobu, svoji dovolenou ve Španělsku tedy zkracují oproti předchozím letům, a také mnohem méně utrácí. Nevyužívají ani pravidelných linek, ale preferují služby nízkonákladových společností.

Poslední negativní téma je připuštění existence **krize v turistickém ruchu**. Některé z článků přiznávají, že turismus ve Španělsku je v krizi, obávají se, že situace se bude v letošním roce ještě zhoršovat a vyhlídky na ozdravení celé ekonomiky nejsou reálné.

Pokud se podíváme na témata, která dominují ve španělském korpusu, neunikne nám, že se objevují zprávy o stejných tématech, ovšem v různé polaritě. Informace jsou tedy značně rozporuplné. Španělský tisk přináší informace zároveň o propadu i nárůstu turistů, o

dobré situaci i krizi v cestovním ruchu, zmiňuje otvírání nových podniků, ale zároveň o krachu jiných.

Domnívala jsem se, že příčinou koexistence obou polarit informací může být poměrně dlouhý časový rozptyl vzniku článků, ale v případě španělské části korpusu se jedná pouze o dobu jednoho roku a poté, co jsem porovnála data vydání jednotlivých článků, jsem zjistila, že rozporuplné informace se objevují ve zhruba stejnou dobu a navíc v průběhu celého roku.

Je tedy možné, že informace prezentované v tisku pochází z různých zdrojů, jsou různě interpretovány a jsou uveřejňovány v médiích různého politického zaměření.

Pokud srovnáme informace, které poskytují oba korpusy, všimneme si, že česká média se zaměřují na Španělsko jako na turistickou destinaci a přináší o ní informace, které jsou spojené s cestováním do zahraničí. Zajímají se tedy o destinaci jako takovou, o možnosti, které turista má během pobytu, na služby, které může využívat. Vzhledem k tomu, že se jedná o členský stát Evropské unie, všímají si média také možnosti, která se vztahuje k volnému pohybu kapitálu a zajímají se tak i o možnost zajímavých investic ve Španělsku. Protože ekonomická situace Španělska v zásadě nezasahuje do cestování českých občanů do této destinace, informace o tomto tématu jsou výrazně upozaděny.

Naproti tomu informace, které jsou obsaženy ve španělské části korpusu, jsou mnohem více zamřeny na ekonomickou stránku cestovního ruchu. Přináší sice také informace o destinaci, ale z pohledu zahraničního turisty a zároveň zdůrazňují pozitivní vnímání Španělska v zahraničí. Pokud informují o příjezdech turistů kladně, informují o zvýšení jejich počtu, nicméně negativně laděné informace tyto pozitivní zprávy demontují. Na jedné straně se také objevují kladné informace o stavu ekonomiky spojené s cestovním ruchem, stejně časté jsou ale zprávy o negativním vývoji. Ve zcela stejném duchu se nesou informace o existenci nebo neexistenci krize v cestovním ruchu. Některé informace jej popírají, jiné potvrzují.

Obecně vzato jsou informace ve španělských médiích negativněji laděné, a to i přesto, že při pohledu na titulky bychom očekávali, že zprávy pod nimi budou stejně pozitivní jako ony. Opak je ale pravdou. Naopak české titulky, které jsou spíše informativní a zprávy obvykle nehodnotí, uvozují spíše informace pozitivního charakteru.

8.4. Pohled na Španělsko v českých médiích

V českých médiích jsem detekovala různá hodnocení situace ve Španělsku. Od pozitivních, přes negativní až po ironii. Velmi mne ovšem zaujal článek, ve kterém jsem našla závažné faktografické chyby, o němž již byla řeč v kapitole 7.7. *Chybné informace*.

Pozitivní informaci, která se týká méně obvyklých témat, jež jsou v souvislosti se Španělskem zmiňována, jsem našla v článku zpracovaného na základě jedné z reportáží České televize, který se jmenuje *Apartment ve Španělsku letos pořídíte až o 40 procent levněji*¹⁰². Zmiňuje městečko Sitges, které leží blízko Barcelony a je vyhlášené mezi gay komunitou. Jsou zde totiž vítáni. V konzervativním Španělsku je to věc relativně kontroverzní. Ne tak mezi mladými, ale mezi starší generací určitě.

Je zajímavé, že tato informace pronikla do českých médií. Domnívám se, že to souvisí s poměrně liberálním přijímáním této skupiny v české společnosti. Může se také jednat o skrytou reklamu zacílenou právě na tuto skupinu. Tato informace je obecně pozitivní a ukazuje zdejší majoritní populaci Španělska v pozitivním světle.

Další příklad pozitivní informace jsem našla v článku Českého rozhlasu *Španělsko po krk v krizi*.¹⁰³ Větu: „*To, že je sice Španěl, ale potomek přistěhovalců, nikomu nevadí.*“, považuji za pozitivní z toho důvodu, že prezentuje soužití Španělů i imigrantů jako bezproblémové. Navíc je tato věta zasazena do kontextu, kdy většinová společnost brání vystěhování imigranta z jeho hypotékou zatíženého bytu, který nezvládá splácet. Vidíme tedy, že problém s bankami se netýká jen imigrantů, ale i většinové společnosti a že ta se v této nelehké situaci staví na stranu migranta proti bance, která ho chce vystěhovat s celou rodinou na ulici.

Z výše zmíněné věty můžeme ale také usuzovat, že soužití Španělů s imigranty nemusí být bezproblémové. Věta na jedné straně tvrdí, že se jedná o Španěla, na stranu druhou však staví do kontrastu, že se jedná o potomka přistěhovalců. Jedná se o takzvanou konvenční implikaturu, která je založena na principu kontrastu, který popírá tvrzení obsažené v původní větě. Věta však vyznívá kladně z toho důvodu, že je přidána ještě třetí část věty, která dodává, že zmíněná cizí provenience dlužníka, který je z bytu vystěhováván, nikomu nevadí.

V českém tisku jsou tedy imigranti ve Španělsku prezentováni pozitivně a vzhledem k tomu, že se jedná o článek z veřejnoprávního Českého rozhlasu, dalo by se usuzovat na to, že tato informace bude ověřená a založen na reálných faktech. Opět se ale jedná jen o jeden případ informování, proto není možné tento postoj zobecňovat. Nicméně je zajímavé, že v článkách ze španělského tisku jsem takovou prezentaci soužití s imigranty nenašla. Může se jednat o náhodu, protože vzorek není velký. Česká populace ale dostává

¹⁰² ceskatelevize.cz. *Apartment ve Španělsku letos pořídíte až o 40 procent levněji*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/cestovani/187178-apartman-ve-spanelsku-letos-poridite-az-o-40-procent-levneji/>

¹⁰³ Koubek, D.: *Španělsko po krk v krizi*. [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://www.rozhlas.cz/zpravy/evropa/_zprava/986909

informaci, která prezentuje imigranty ve Španělsku jako začleněné v majoritní společnosti, což je informace jistě pozitivní.

Negativní hodnocení, dokonce hlavy státu Juana Carlose I., číší z článku, který byl zveřejněn ve zpravodajství České televize a který je založený na zprávách přejatých ze španělského tisku. Jedná se o článek s názvem „*Španělský král ‚řeší‘ krizi po svém – loví slony*“¹⁰⁴. Španělská média se velmi kriticky vyjadřovala na adresu panovníka v momentě, kdy se na veřejnosti objevila informace, že se musel podrobit operaci zlomeného krčku stehenní kosti, protože uklouzl v koupelně. Až potud by to byla informace neutrální, kdyby ovšem neproniklo na veřejnost, že se tak stalo v Botswaně, kde byl král lovit slony. Daňoví poplatníci tak zaplatili nejen samotný zákrok, ale také jeho převoz z Afriky speciálně vyslaným letadlem. V době, kdy Španělsko žádá další a další peníze jako záchranu pro svoji ekonomiku, která je ve velmi špatném stavu, to není právě potěšující zpráva.

Další velkou kritiku si král vyslechl od ochránců zvířat, zvláště od B. Bardotové, protože král předsedá organizaci, která má přírodu chránit, Světovému fondu na ochranu přírody a sám se na veřejnosti prezentuje jako její zapálený ochránce. Jeho činnost v Africe je tedy z tohoto pohledu velmi sporná.

Král je v článku obviňován z lehkomyšlnosti, jsou mu vytýkány zbytečné výdaje, ale také to, že nikoho neinformoval o tom, že ze země odjíždí – nevěděl to ani premiér. Pod tíhou těchto argumentů je vyzýván k rezignaci a odchodu do penze. Je mu připomínáno, že se kvůli svému pokročilému věku netěší dobrému zdraví a jeho výstřelky navíc musí financovat občané.

Článek se tedy celý nese ve velmi negativním duchu. Jak jsem zmínila výše, česká média převzala informace z médií španělských. Zprávy v podobném duchu otiskla většina španělských periodik, i když rétorika některých nebyla až tak ostrá. Na stranu druhou ale hned druhá věta českého článku popisuje Juana Carlose jako *velmi oblíbeného* a také v závěru článku je připojena poznámka – kulturní vysvětlivka, která Juana Carlose představuje jako člověka, který má u Španělů „*značnou úctu*“.

Pokud je mi známo, španělský panovník je v České republice obecně vnímán jako osobnost veskrze pozitivní a ve Španělsku i celé Evropě oblíbená. Článek tohoto vyznění spíše ukazuje, jak je incident vnímán španělskými médii a společností, než aby byl primárně namířen proti jeho osobě. Nicméně ukazuje, že i oblíbený panovník je člověk z masa a kostí a není bez poskvrny.

¹⁰⁴ ceskatelevize.cz. *Španělský král "řeší" krizi země po svém - loví slony*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/172350-spanelsky-kral-resi-krizi-zeme-po-svem-lovi-slony/>

Článek Lidových novin s názvem *Cestování: Drážďany – Tenerife, léto 2012*¹⁰⁵ srovnává české a německé cestovní kanceláře, které organizují zájezdy nejen do Španělska. Destinace na Kanárských ostrovech je popisována velmi pozitivně, autor vyjadřuje velkou spokojenost nad službami poskytovanými hotelem, je spokojen s přátelskými lidmi, kteří jsou k turistům vstřícní. Jediné, co jeho pobyt ve Španělsku kazilo, byla německá delegátka a také následné problémy způsobené na parkovišti letiště v Drážďanech.

Jedná se tedy o článek namířený proti německým cestovním kancelářím a má podporovat ty české. Článek má jednoznačně persvazivní charakter. Nicméně Španělsko je vylíčeno velmi pozitivně, jako pohostinné a příjemné místo pro strávení letní dovolené. I přesto, že téma článku je negativní, Španělsko z něj vychází pozitivně a článek se dá interpretovat i jako pobídka k jeho návštěvě (samozřejmě, že s českou cestovní kanceláří). Obecně je tedy o destinaci samotné sdělována pozitivní informace.

Zaujal mne také článek uveřejněný na www.investicniweb.cz s názvem *Které země navštívit, když krachne euro? Přece PIIGS!*¹⁰⁶ Jde o článek napsaný ve značně ironickém tónu, nicméně na formátu A4 jsou vystiženy podstatné problémy, které sužují pět nejvíce zadlužených zemí Evropské unie. Španělsko není výjimka. Jeho kritika je postavena na stereotypch, které se v současné době vybaví většině Čechů při vyslovení názvu této jihoevropské země. Nezaměstnanost, Madrid, Barcelona, banky, ale také cestování, dovolená, paella, sangría, nebo fotbalisté Messi a Ronaldo. Možná právě proto bylo v roce 2010 Španělsko čtvrtou nejoblíbenější turistickou destinací na celém světě.

Z článku máme pocit, že španělská ekonomika je na tom sice špatně, jinak by se nedostala do této negativně prezentované skupiny států, nicméně že je na nás, abychom mu pomohli. Opět se jedná o pobídku, která nás má na jih Evropy přilákat a pomoci tak nejenom ekonomice Španělska, ale také té naší. Sice na základě negativní prvotní informace, ale vzápětí doplněné informacemi pozitivními, které turistu zajímají, je Španělsko opět představeno jako destinace lákavá, zajímavá a také levná, což je v době světové krize informace zásadní.

8.5. Politická korektnost

Politická korektnost má důležitou výpovědní hodnotu. I přes to, že je v člancích obsažena leckdy implicitně, vypovídá mnoho o postojích společnosti k jevům, které jsou

¹⁰⁵ Schilla, F.: *CESTOVÁNÍ: Drážďany – Tenerife, léto 2012*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://neviditelnyypes.lidovky.cz/cestovani-drazdany-tenerife-leto-2012-dbm-/p_spolecnost.asp?c=A120726_181224_p_spolecnost_wag

¹⁰⁶ Investicniweb.cz. *Které země navštívit, když krachne euro? Přece PIIGS!*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.investicniweb.cz/univerzita/zajimavosti/2012/2/7/ktere-zeme-navstivit-kdyz-krachne-euro-prece-piigs/>

jejím rámci kontroverzní, nezvyklé nebo jiným způsobem obtížně přijímané většinovou společností.

Ve španělské části korpusu jsem si všimla dvou zajímavých věcí. První jsem našla v článku, který zveřejnil deník *El Mundo*. Jeho název je *The New York Times denuncia el boom en el turismo de burdel en España*¹⁰⁷. Pojednává o problematice prostituce ve Španělsku v době krize. Zajímá se o to, kdo jsou zákazníci a odkud pochází ženy, které v této oblasti pracují. Druhá zajímavost se objevila v článku periodika *El País* pod názvem *Alemania – España, recelos mutuos*¹⁰⁸. Pojednává o stereotypch, prostřednictvím kterých oba národy vnímají ten druhý.

Článek o prostituci mě zaujal z toho důvodu, že se jedná o reakci deníku *El Mundo* na článek, který byl publikován v americkém *The New York Times*, tedy periodiku celosvětově vnímaném velmi prestižně, a jehož obsah pro Španělsko nevyznívá právě přívětivě. Španělsko bylo vždy v zahraničí vnímáno jako země velmi konzervativní, která lpí na svých tradicích, je křesťanská, vyznává tradiční hodnoty a model rodiny. I přes to, že se v posledních několika letech Španělsko snažilo posunout svoji vizitku k tomu, aby bylo vnímáno jako moderní stát v rámci Evropské unie, který se postupně vzdává svých původně velmi konzervativních postojů. Je sporné, nakolik se povedlo tento posun v zahraničí prosadit. Nastoupivší krize překryla tuto snahu a obrátila pozornost zahraničí spíše k jeho ekonomické situaci státu, ne k vnitřním společenským proměnám.

Novináři v *El Mundu* patrně cítili potřebu ohradit se a reagovat na tento negativní článek amerického tisku, protože za oceánem článek vyšel 6.5.2012 a reakce na něj byla ve španělských novinách zveřejněna den poté. Vrhá totiž na Španělsko negativní světlo.

Z vlastní zkušenosti vím, že články s tematikou prostituce nejsou ve španělském denním tisku časté, protože se jedná se o téma, které nezapadá do konceptu tradiční španělské společnosti a ženy, které se takto živí, jsou významným způsobem marginalizované a sociálně stigmatizované.

Z geografického hlediska je článek zaměřen na hraniční přechod La Jonquera, který se nachází na hranicích s Francií na východní straně Pyrenejí. Funguje zde největší nevěstinec v celé Evropě, který se jmenuje Club Paradise. Článek ale odhaluje také zajímavá a překvapivá čísla z celostátního průzkumu. Vzhledem k tomu, že ani u původního článku v *The New York Times* jsem nenašla citace, které by odhalovaly, odkud čísla pochází, je

¹⁰⁷ El Mundo. *The New York Times' denuncia un boom en el 'turismo de burdel' en España*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/04/07/espana/1333814834.html>

¹⁰⁸ Villena, M.A.: *Alemania – España, recelos mutuos*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://politica.elpais.com/politica/2012/09/15/actualidad/1347729392_430105.html

těžko soudit, jestli jsou relevantní, nebo ne. Co mě však překvapilo, byla skutečnost, že celostátní deník v konzervativním Španělsku otiskne zprávu, která odhaluje procentuální zastoupení mužů v populaci, kteří někdy ve svém životě vyhledali společnost prostitutky, zveřejní počet žen pracujících v této oblasti služeb a přizná, že 90% z nich jsou vystaveny zneužívání, vydírání a obchodu s bílým masem. Nedodává ale, jestli se tato negativní situace nějak řeší, nebo ne.

Článek také přiznává, že zákazníci nejsou jen starší klienti, ale že se jedná o oblíbenou zábavu náctiletých. Vzápětí ale dodává, že se nejedná o španělskou mládež, ale že jde hlavně o příhraniční zákazníky z Francie. Mají snad být v očích španělské veřejnosti poškozeni? V závěru článku se také dozvídáme, že prostitutky jsou španělské národnosti jen ve 30%, ostatní, tedy více než 2/3, jsou cizinky, hlavně z Číňanky, Japonky a Korejky, které sem dodává čínská mafie a přijíždějí na padělané cestovní pasy. Konec článku tak vlastně vyznívá velmi nepříznivě a je nepřímo namířen proti Asiatům, kterých ve Španělsku není málo. Většinou se ale živí provozováním obchodů, ve kterých se dá koupit všechno a takřka kdykoli. Jsou totiž otevřené skoro nepřetržitě.

Domnívám se, že reakce na zveřejnění tohoto článku je založená na van Dijkově ideologickém čtverci. Vyjadřuje se negativně o imigrantech z asijských zemí, hlavně o Číňanech, ale také o Francouzích; přidává negativní informace o existenci mafie a prostituci, ale neříká o těchto lidech nic pozitivního. Naopak vyzdvihuje informaci, že mezi prostitutkami je Španělek jen necelá třetina a že zákazníci jezdí hlavně ze zahraničí, tedy že Španělé těchto služeb využívají málo.

I když v zahraničí vyšel článek, který na Španělsko vrhá dosti negativní světlo, reakce na něj není o nic méně lichotivá. Staví do protikladu Španěly a imigranty a veškerou vinu svaluje na ně. Což v kontextu politické korektnosti není článek právě vhodný a je navíc do značné míry manipulativní. Explicitně v něm není řečeno nic, co by se dalo napadnout, ale implicitně z něj cítíme, že je namířen proti skupině obyvatel, která to v krizi zmítaném Španělsku nemá právě jednoduché.

Druhým článkem, který upoutal moji pozornost, bylo vyjádření v článku o vzájemné nevraživosti mezi Španělskem a Německem. Článek pojednává o tom, jak se oba národy navzájem vnímají a jaké stereotypy panují v percepci toho druhého.

Zatímco Němci se o Španělech vyjadřovali jako o národu, pro který jsou typické slunce, pláže, býci, siesta a sangría, Španělé byli ve svém soudu mnohem ostřejší. Při vyslovení slova Němec se jim podle článku vybaví pojmy: pivo, auta, nacisté, to, že jsou pyšní, tvrdohlaví a nudní. Pokud se podíváme na obě dvě hodnocení, vidíme na první

pohled, že Němci vidí Španěly pozitivně, i když by vlastně nemuseli, protože to byli právě oni, kdo v poslední době investovali do španělské ekonomiky nemalou sumu peněz; mohlo se tudíž objevit hodnocení negativní, protože v novinách celé Evropské unie se v poslední době o Španělsku nepíše jinak než negativně, ale německé hodnocení zůstalo přesto pozitivní.

Naopak hodnocení Španělů vyznívá velmi negativně. Vzhledem k tomu, že, jak jsem výše zmínila, Německo je vlastně španělským zachráncem v krizi a němečtí turisté plní pláže nejen na kontinentálním pobřeží, ale hlavně na Mallorce a Kanárských ostrovech, a přináší tak do španělského státního rozpočtu nemalé finance, jsou Španěly vnímáni negativně. Navíc mne překvapilo, že Španělé si kladou rovnítko mezi Němce a nacisty. Z historického hlediska nebyla jejich zkušenost s tímto režimem tak negativní a nezasáhla je do takové míry jako například slovanské národy, proto je toto spojení překvapivé. Navíc od konce druhé světové války uplynulo více než půl století a nikdo z generace, která se průzkumu zúčastnila, nemůže mít ani zprostředkovanou zkušenost například rodinnými příslušníky. Objevuje se tedy hodnocení založené na zkreslených stereotypch a klišé, které jsou vůči dnešním Němcům neadekvátní, protože nemají s minulostí nic společného a není možné neustále odkazovat na negativní minulost, která je s nimi ovšem celosvětově často spojována.

O politické korektnosti tohoto článku by tedy bylo možné pochybovat. Zvláště pokud je toto tvrzení uveřejněno v celostátním *El País*.

Z padesáti článků jsem ve dvou našla tvrzení, která by se dala klasifikovat jako politicky korektní jen těžko. Jedná se sice o zlomek z celého korpusu, ale obě dvě tvrzení vyznívají negativně proti ostatním národům. Těžko se na základě tak malého výskytu dá usuzovat na obecnou tendenci ve výskytu diskriminační rétoriky proti imigrantům ve španělských médiích, nicméně tato rétorika se v tisku objevuje. Polarizuje tak majoritní společnost a ostatní národnosti, se kterými Španělé přichází běžně do styku.

Česká média informují o Španělsku korektně. V sebraném vzorku jsem nenarazila na prezentaci, která by byla problematická. Domnívám se, že je to dán tím, že čeští novináři mají od španělské reality odstup a nejsou emocionálně vtaženi do dění. Informují sice o státu, se kterým sdílíme politicko-ekonomické uskupení Evropské unie, nicméně Španělsko je stát, který je geograficky značně vzdálen a většinovou populací vnímán jako místo, kam jezdí strávit letní dovolenou. V poslední době se také přidává informování o negativní ekonomické situaci. Ekonomické zpravodajství je ale obvykle prosté emocionálního hodnocení. Právě to je častá okolnost, která provází nekorektní vyjádření.

8.6. Faktografické nepřesnosti v české části korpusu

Výše jsem se věnovala problematice věcné správnosti v českém článku, který se věnoval prezentaci kanárského ostrova Lanzarote. Uvedla jsem, že se jednalo o článek výjimečný, který výrazně vybočuje z vysokého standardu ostatních článků v tom smyslu, že jako jediný byl faktograficky nesprávný a geografické názvy v něm byly nepřesné a tudíž zavádějící. V ostatních článcích jsem nenalezla žádné další chybné informace. Domnívám se tedy, že článek o Lanzarote byl uveřejněn bez toho, aby prošel korekturou. Ačkoli se jedná o výjimečné pochybení, z hlediska žurnalistického se jedná o selhání jednotlivce. Může se také jednat o důsledek toho, že v dnešní době již není osoba korektora standardem a finální úprava leží na samotném autorovi článku.

Přes zmíněnou vysokou kvalitu článků jsem našla další informaci, kterou považuji za zavádějící. V článku uveřejněném na *idnes.cz* v sekci *ekonomika* s názvem *Hoteliéři lákají české seniory k moři dotacemi. Ozývá se konkurence se v sekundárním titulku tohoto článku objevuje *Zájem je velký, cestovky plánují „erasmus pro seniory“*.*

Již dříve jsem se v České republice setkala s obecně rozšířeným názorem, že program studentské mobility *erasmus* je nezúčastněnou veřejností považován za období cestovní kanceláře pro studenty vysokých škol. Primárním účelem této mobility je umožnit studentům strávit část svého studia na zahraniční akademické instituci. Ruku v ruce s tím samozřejmě jde i poznání jiné země, zdokonalení se v cizím jazyce, ve kterém výuka probíhá, cestování a také poznání nových lidí a načerpání nových zkušeností.

Z vlastní zkušenosti vím, že je těžké po návratu ostatním sdělit zážitky z poměrně dlouhé doby, kterou student v zahraničí stráví, protože jsou spojené jak s místy, tak s lidmi, které přátelé doma neznají. Vše navíc komplikuje takzvaný post-erasmus syndrom neboli inverzní kulturní šok, tedy pocit nostalgie, osamocení a následné deprese, která následuje po návratu do původního prostředí a trvá od několika týdnů po několik měsíců. Student se tedy omezí na vyprávění o cestování, navštívených místech, stylu života, místních zvyklostech, a tak podobně. Přátele, kteří se nepohybují v akademickém prostředí, nezajímají informace z prostředí školy, proto si je student nechá pro sebe.

Nezúčastnění se tedy domnívají, že mobilita *erasmus* rovná se cestování do zahraničí a s tím spojené kulturní zážitky, do popředí se tedy nedostane primárně vzdělávací záměr zahraničního výjezdu. Tím se šíří dezinformace, která je zaměřená na cestování a kulturní vyžití a v některých případech může být u veřejnosti přijímána negativně jako zbytečné výdaje za vzdělávání, které se podle názoru veřejnosti ani neuskuteční.

Na základě této dezinformace je pravděpodobně použit výraz „*erasmus pro seniory*“ i v tomto článku. I když je uveden v uvozovkách, upevňuje vnímání studentské mobility *erasmus* jako cestovní kanceláře pro studenty. Domnívám se, že právě proto se setkala informace, která proběhla tiskem minulý rok na podzim, o možném zrušení tohoto programu s kladným ohlasem u laické veřejnosti.

V článku se tedy mísí dva odlišné koncepty, a to akademická mobilita a cestovní kancelář. Jsou použity jako blízká synonyma, ačkoli jejich význam je diametrálně odlišný. Obě sice shodně spadají pod koncept cestování, nicméně liší se jejich účel a také délka. Použití výrazu „*erasmus pro seniory*“ tedy jen podporuje nesprávně chápaný koncept *erasmu* pro studenty.

9. Závěr

Na závěr se vracím k hypotézám, které jsem si na začátku této práce stanovila. Postupně se k nim vyjádřím a následně se budu věnovat limitům, na které jsem narazila při interpretaci sebraného vzorku.

1. Jako první předpoklad jsem stanovila, že česká i španělská média budou o dopadu krize na cestovní ruch ve Španělsku informovat zhruba stejně. Předpokládala jsem, že současná krize je natolik globální fenomén, že informace o ní budou prezentovány v obou zemích a protože jsem se zaměřila na oblast cestovního ruchu, kterou máme se Španělskem společnou, byť každý stát z jiného hlediska – ve smyslu receptivního a vysílajícího státu, a že informace budou zhruba stejné co do obsahu a také co do četnosti. Dále jsem předpokládala, že pokud jsou oba státy ve stejném politickém uskupení, kterým je Evropská unie, budou díky těmto vzájemným kontaktům a vazbám také zveřejňované informace obdobné.

Zjistila jsem ale, že média v obou státech informují o krizi různou optikou. Zatímco česká média se zaměřila spíše na celkový kontext dopadu ekonomické krize na Španělsko a cestovní ruch prezentují sice kladně, ale vždy ve spojitosti s ekonomicko-politickou situací ve Středomoří, a vnímají Španělsko jako zajímavou destinaci, která má českému turistovi co nabídnout, španělská média mají jinou optiku. Zaměřují se takřka výhradně na ekonomickou stránku cestovního ruchu a také se podstatně více věnují spotřebitelskému chování příjíždějících turistů. Přináší tedy kvalitativně odlišný typ informací. Vysvětluji si to tím, že čtenáře v obou zemích zajímá jiný typ informací. Zatímco české publikum se zaměřuje na Španělsko jako příjíždějící turista, španělské preferuje informace o ekonomické stránce této činnosti, tedy informace zaměřené na čísla a procenta zasazená v celkovém rámci domácí ekonomické situace.

Některá témata jsou prezentována v obou jazykových variantách periodik, jako například vystěhování z bytů z důvodu nesplácení hypotéky nebo problematika vlivu arabského jara a nepokojů ve Středomoří na příjezdový cestovní ruch.

Také struktura článků z hlediska prezentace času je odlišná. Španělsky psaná média preferují lineární řazení událostí, kdežto česká v některých případech volí permutovanou prezentaci času a to z toho důvodu, že je nutné zveřejňovanou zprávu zasadit do širšího kontextu a přidat tedy informace, které zveřejnění zprávy předcházely.

Předpoklad, že zprávy budou obsahově obdobné z důvodu stejných zdrojových informací, se tedy nepotvrdil. Vidíme, že i když je pohled na ekonomickou krizi v cestovním ruchu ve Španělsku v některých směrech liší v závislosti na provenienci jednotlivých článků, některá témata jsou zajímavá pro obě prostředí.

2. Druhá hypotéza se zakládala na tom, že opět z důvodu stejného zájmu obou států o cestovní ruch, bude frekvence informování o tomto tématu obdobná. Poté, co jsem posbírala materiál do obou korpusů, bylo jasné, že tato domněnka nebude správná. Španělská média se této problematice věnují mnohem více než česká, ve kterých jsem musela zvolit delší časový interval, abych nashromáždila stejný počet článků s touto tematikou. Všimla jsem si, že zatímco španělská periodika informují o cestovním ruchu celoročně, česká naopak jen v letních měsících, kdy je výjezdový cestovní ruch nejsilnější, a pak také na konci roku, kdy jsou zveřejňovány statistiky za uplynulou turistickou sezónu.

Po prostudování obsahu jednotlivých článků se domnívám, že můj předpoklad o důležitosti cestovního ruchu z pohledu obou zemí byl správný, nicméně v kontextu celkově zveřejňovaných zpráv o Španělsku v českých médiích, se krize v turistickém ruchu nejeví jako téma zdaleka nejvíce prezentované. Mnohem více se česká média zajímají o ekonomickou krizi a její dopad na celkový stav španělské ekonomiky bez ohledu na její specifickou část. To je tedy důvod proč se v českých médiích neobjevují tak často články o krizi v cestovním ruchu.

3. Třetí hypotézu jsem založila na logickém kontrastu *my* versus *oni*, kterou stanovil van Dijk. Domnívala jsem se, že bude stanoven předěl mezi *my* - *Španělé* a *oni* - *turisté*. V několika málo španělsky psaných článcích je tato dichotomie dodržena, ale mnohem častěji se vyděluje ze Španěly pojímaného *my* skupina zcela jiná, a to imigranti. V některých případech je na ně nahlíženo pozitivně, jako na skupinu, která je ve společnosti dobře začleněná, nicméně v jiných případech jsou články namířeny proti nim.

Turisté jsou bráni jako skupina třetí, která je sice v zemi přítomná trvale, ale zároveň je místními obyvateli brána jako dočasná, tedy taková, která se významně nezúčastňuje politicko-sociálně-ekonomického dění ve Španělsku.

Česky psané články původně zmiňovaný rozdíl mezi turisty a Španěly dodržují. Domnívám se, že je to dáno tím, že informují o cestovním ruchu ve Španělsku z jiného úhlu pohledu a proto jak novinář, tak čtenáři, jsou v protikladu s obyvateli Španělska, a proto tudíž jiná optika nazírání problematiky způsobila také změnu perspektivy v článku.

Zjistila jsem tedy, že dichotomie *my* versus *oni* je taktéž závislá na geografické provenienci článků. Pokud byly psány z pohledu českého čtenáře, byla zachována původní domněnka o protikladu Španělé versus turisté. Pokud byl ale článek napsán ve Španělsku, bylo rozdělení provedeno na základě jiného klíče, který se vztahoval na společenskou situaci a skutečnost, že turisté do španělské společnosti nepatří a jsou z ní vyděleni jako dočasní návštěvníci země.

4. Korektnost a pravdivost článků byly poslední předpoklady, které jsem na zkoumaném vzorku testovala. Předpokládala jsem, že oba základní principy žurnalistiky nebudou překročeny. Pokud se týká pravdivosti, našla jsem pouze jedinou odchylku a to v česky psaném článku, kde se domnívám, že se jednalo o selhání jednotlivce, protože všechny ostatní články jsou po stránce pravdivosti na vysoké úrovni a není jim co vytknout.

Pokud jsem se zabývala otázkou korektnosti, našla jsem některé odchylky. Jednalo se o dva texty psané španělsky, z nich jeden se vyjadřoval o imigrantech, a druhý o Němcích. Nemohu říct, že články by se nesly vyloženě v hostilním duchu, nicméně je z nich patrné jisté negativní ladění vůči těmto skupinám obyvatel, které je založené na stereotypech a omezených informacích místních obyvatel.

Poté, co jsem prozkoumala sebraný vzorek, jsem dospěla k závěru, že pokud se týká pravdivosti, můj předpoklad se, až na jedinou výjimku, potvrdil. Otázka korektnosti se potvrdila jen v česky psané části korpusu, kdežto ve španělsky psané části bylo toto pravidlo překročeno minimálně ve dvou případech.

Na závěr bych se chtěla věnovat krátce problematice limitované možnosti interpretace mnou sebraného vzorku. Jak bylo nastíněno již v teoretické části této práce, interpretace textů do značné míry závisí na člověku, který tuto analýzu provádí. Uplatňuje při tom svoje znalosti ohledně zkoumaného tématu a zároveň do prováděné analýzy promítá své sociálně-politicko-ekonomické zkušenosti.

I přesto, že se snaží pohlížet na zkoumaný vzorek nezaujatě a z odstupu v tom smyslu, že se snaží potlačit svoji výchozí kulturu, není to snadné. Přesvědčila jsem se o tom v případě, kdy jsem nevědomě uplatnila českou optiku na dělení španělské společnosti. Až poté, co jsem se zabývala možnostmi vysvětlení nepotvrzeného předpokladu, jsem si uvědomila, že byl chybný díky nesprávně aplikovanému úhlu pohledu na zkoumaný vzorek, což bylo zapříčiněno interferencí mé kulturní základny.

I přesto, že jsem studentkou španělské filologie a mým dlouhodobým pobytem ve Španělsku, mám o situaci v této zemi z dlouhodobého hlediska poměrně dobré povědomí, bylo někdy obtížné interpretovat všechny informace, které v textech byly obsaženy. Je to zapříčiněno tím, že i když dlouhodobě studuji cizí jazyk i prostředí s ním spojené, stále na toto prostředí pohlížím prostřednictvím odlišného jazykově-kulturního zázemí, byť se tuto skutečnost snažím potlačit.

Domnívám se, že s tímto problémem se potýká každý, kdo přistupuje k cizojazyčnému korpusu. Bylo zajímavé srovnat oba pohledy prezentované v jednotlivých jazykových variantách sebraných článků, protože právě zde se nejvíce projevila odlišnost jak prezentování, tak chápání zveřejňovaných skutečností v obou kulturách.

Usuzuji tedy, že největší překážkou interpretace cizojazyčných textů je naše ukotvení v odlišné kultuře a její nevědomá aplikace na kulturu cizí. Jedná se o přirozený proces, kterému lze jen těžko zabránit i přes to, že se ho snažíme potlačit studiem a poznáváním odlišného prostředí.

Resumen

El tema de este trabajo es el impacto de la crisis económica sobre el turismo en España mediante la óptica de periódicos.

El trabajo está dividido en dos partes, en la parte teórica y práctica. La parte teórica conta con tres temas principales importantes para la consiguiente posibilidad de interpretación de los textos. Son la situación socio-económica en España hoy día, los medios de prensa y los métodos lingüísticos de interpretación y análisis de textos. En la parte del trabajo que sigue me dedico a los aspectos individuales de interpretación del corpus bilingüe checo-español.

Parto de la situación contemporánea socio-económica en España. Es uno de los aspectos sumamente importantes para la interpretación de la información contenida en los textos de corpus en los respectivos idiomas. Explico como la crisis surgió en los Estados Unidos, como se agravó y tuvo impacto sobre la economía global, y me centro en la situación en Europa, sobre todo en España y República Checa.

Continúo con el concepto de medios de comunicación y los métodos que se usan para la construcción de noticias y las posibilidades de manipulación con la información. Investigo sobre la situación en los respectivos países de interés y concluyo este tema con los específicos del idioma que se usa en prensa. También me fijo en la situación y posibilidades de trabajo de periodistas en la República Checa y en España.

Luego añado un capítulo que trata de aspectos de análisis e interpretación de textos. Me centro en análisis del discurso y en la teoría de análisis narratológico.

En el capítulo siguiente describo el proceso de la construcción del corpus que consta de dos partes que difieren en el idioma. Son cincuenta artículos recogidos de los periódicos de los respectivos países. En el caso de España se trata del año 2012, pero los artículos checos provienen de los años 2011 y 2012 porque los periódicos checos no informan tanto sobre el tema que investigo, pues tuve que alargar el período para tener material suficiente.

La parte de investigación está dividida en dos temas centrales. Son la investigación de calidad del corpus y el análisis narratológico de los artículos.

En la parte que trata de calidad comparo las dos partes respectivas del corpus. Se difieren en muchos aspectos. Uno de ellos es por ejemplo la diferente extensión de los artículos. Los escritos en español son mucho más largos, mientras que los en checo son cortos. Supongo que es porque los artículos españoles tratan el tema que es de mucha

importancia para la economía doméstica y son de las primeras páginas de los periódicos. Los artículos checos suelen encontrarse en la parte interior del periódico y como no tratan del tema importante para la economía checa, no suelen ser tan largos.

También los tipos de la información presentada difieren. Las noticias españolas se centran en la información técnica y específica para la economía, mientras que las en el idioma checo suelen traer la información sobre cultura y punto de vista turístico. No dedican tanta importancia a la información económica. Creo que es porque los puntos de vista sobre la crisis económica en turismo difieren según los intereses de los lectores en los respectivos países. Para los españoles es importante la información económica y para los checos la información turística-cultural.

El punto de vista de tiempo es también diferente. Mientras que los artículos en español usan el método de presentación de tiempo lineal (describen las acciones desde el punto de vista sucesivo), los en checo tratan el tiempo de otra perspectiva – la permutada. Como los artículos tratan el tema que no se desarrolla en la República Checa, el público que lee la noticia necesita más información sobre los sucesos descritos. Por lo tanto aparecen las informaciones que adelantan los sucesos de la noticia. Así, la proveniencia geográfica de los textos influye en la presentación del tiempo en los artículos.

Como el tema del turismo es de gran interés en los dos países, suponía que los periódicos informarían del respectivo más o menos con la misma frecuencia. Al construir el corpus noté que no era así. Los periódicos españoles informan sobre la crisis en turismo durante todo el año, pero los periódicos checos publican este tipo de información más a menudo durante el verano y son muy escasos durante el resto del año. Supongo que es porque en España el turismo es importante durante todo el año, mientras que en la República Checa es de interés solamente durante el verano cuando los turistas checos se van a España.

Las informaciones en periódicos tienen que ser sin errores. Por lo tanto supuse que no habría informaciones incorrectas en las dos partes del corpus. Encontré un artículo que traía información factográficamente incorrecta. Teniendo en vista los demás supongo que se trata de fallo de un solo individuo y no es la norma en el periodismo. Además el artículo proviene del periódico checo, pues podemos suponer que se trata también de información no suficiente para poder escribir tal artículo. Las noticias en la parte del corpus escrita en español no presenta incorrecciones.

El siguiente capítulo dedico al efecto del título de artículo sobre el lector. También éste difiere en las dos partes respectivas del corpus. Los títulos checos son a menudo sólo informativos y no valoran el tema que presentan. Los títulos españoles usan palabras que

contienen una valoración en su significado y por lo tanto tienen un impacto sobre el lector más grande. Creo que es porque los periódicos checos sólo traen información sobre el tema de un país extranjero y los periódicos españoles traen una información relevante en el país de origen.

Continúo con el análisis narratológico de los textos. Me centro en la comparación de los puntos de vista sobre temas encontrados en el corpus. El primer tema es la presentación de las tradiciones y cultura española en los periódicos checos. Los lemas de la cultura española desde la perspectiva checa son turismo de verano, siesta, fútbol, las marcas españolas en el comercio checo. Mientras que los artículos checos traen información cultural a menudo, los españoles tratan temas económicos del turismo mucho más frecuentemente.

En el periódico checo a menudo aparece información sobre los problemas sociales en España. Son por ejemplo los problemas con el pago de hipotecas y desalojo del piso que sigue el problema de squatting en los pisos vacíos. Las familias españolas tienen que ahorrar cada día más lo que no les gusta y los cortes en gastos del gobierno llevan a huelgas y demostraciones. Otro tema importante es el paro, sobre todo el paro entre la generación joven. A esta generación la afecta también la emigración fuera de España. Los periódicos informan también sobre el separatismo catalán o sobre la presencia de mafia en el territorio español. Hay temas que aparecen en las dos partes del corpus, pero el checo dedica más espacio a la presentación de los problemas sociales en España.

España está presentada en los periódicos checos como un país que merece la pena visitar, donde hay muchas posibilidades de pasar el tiempo, como un país seguro, atractivo y con servicios orientados a los turistas. De vez en cuando aparecen informaciones negativas, como por ejemplo el desempleo o las huelgas. Los periódicos españoles informan del turismo de manera mucho más negativa. Admiten la crisis en turismo, informan sobre la caída de las llegadas de los turistas o de sus bajos gastos. Al comparar los dos puntos de vista, vemos que los periódicos españoles son mucho más negativos.

Otro tema interesante es el punto de vista políticamente correcto sobre la información presentada. En el corpus checo no encontré ningún problema. La parte española trae informaciones problemáticas. Se trata de tema de los inmigrantes y las relaciones con alemanes. Los dos grupos son presentados negativamente. No se trata de un ataque explícito, sino de información que se esconde debajo de la estructura principal de la noticia.

El último tema al que me dedico en el trabajo es el problema de la inexactitud de las informaciones en la parte escrita en checo del corpus. Se trata del problema de

generalización muy amplia del concepto del programa erasmus para los estudiantes universitarios que en uno de los artículos se aplica a los jubilados.

Según lo arriba mencionado vemos que el problema más grande en la interpretación de los textos es la óptica de la cultura propia a la persona que interpreta los textos. Es consciente de este punto débil e intenta suprimirlo, pero a veces inconscientemente aplica esta perspectiva a la interpretación de los textos. Por lo tanto veo el problema de la cultura y la perspectiva de los informaciones propios a la persona que interpreta los textos como el mayor problema y limitación.

Seznam literatury

ABC Libro de estilo, Barcelona 2001

Albertos Martínez, J.L.: *Curso general de redacción periodística*, Madrid 1991

Alvarez, M.: *Tipos de escrito II: Exposición y argumentación*, Madrid 1994

Amadeus.com. *El sector turístico se defiende a la crisis*. [online]. 2011 [cit. 2013-02-24]. Dostupný z: http://www.amadeus.com/es/documents/aco/spain/es/revista_savia/savia63_020a022.pdf

Bauchelová, M.: *Vliv finanční krize na cestovní ruch*. [online]. 2010 [cit. 2013-02-24]. Dostupný z: <http://theses.cz/id/rv84rs/110453-478045964.pdf>

Bečka, V. J.: *Česká stylistika*, Praha 1992

CanalSur. *Libro de estilo*. [online]. 2009 [cit. 2013-02-18]. Dostupný z: <http://www.canalsur.es/resources/archivos/2010/3/22/1269268079994LibrodeestiloCanalSur.pdf>

Centre for Research on Globalization. *The 2008 World Economic Crisis: Global Shifts and Faultlines*. [online]. 2009 [cit. 2013-02-26]. Dostupný z: <http://www.globalresearch.ca/the-2008-world-economic-crisis-global-shifts-and-faultlines/12283>

Cihelková, E., Křížková, H., Martinčík, D.: *Světová ekonomika. Nové jevy a perspektivy*, Praha 2001

Čechová, M., Krčmová, M., Minářová, E.: *Současná stylistika*, Praha 2008

Černý, J.: *Dějiny lingvistiky*, Praha 1996

Česká televize. *Bankrot Lehman Brothers urychlil světovou finanční krizi*. Reportáž. [online]. 2011 [cit. 2013-02-24]. Dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/66775-bankrot-lehman-brothers-urychlil-svetovou-financni-krizi/>

Český statistický úřad. *Krize: kdo z ní vyšel nejlépe?* Tisková zpráva [online]. 2011 [cit. 2013-02-13]. Dostupný z: http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/krize: kdo_z_ni_vysel_nejlepe

Dallara, Ch.: *Banky se musí vrátit zpět k základům*, in: Sborník textů: Americká finanční krize. Hrozba pro světovou ekonomiku, Praha 2008

Daneš, F.: *Předpoklady a meze interpretace textu*, Slavica Pragensia XXXII, Praha 1985

Ehl, M.: *Jak se dělají Hospodářské noviny*, in: Rosůlek, P.: Média a politika (vybrané problémy), Plzeň 2009

El Mundo. Libro de estilo. [online]. 2013 [cit. 2013-03-12]. Dostupný z: http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/titulo/mundo-libro-estilo-mundo-coord-v-sema-presen-p-j/id/37906905.html

El País. Libro de estilo. [online]. 2013 [cit. 2013-03-17]. Dostupný z: http://www.2shared.com/document/EisEgfer/Manual_de_estilo_EL_PAS.html

Euroskop. Sekce. Španělsko. Španělsko v Evropské unii. [online]. 2012 [cit. 2013-03-31]. Dostupný z: <https://www.euroskop.cz/558/sekce/spanelsko/>

Faiola, A.: *Downturn Starts to Hit Emerging Economies.* [online]. 2008 [cit. 2013-02-25]. Dostupný z: http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/09/12/AR2008091203631_pf.html

Federación de sindicatos de periodistas. [online]. 2013 [cit. 2013-04-07]. Dostupný z: <http://www.fesp.org/>

Finanční noviny. *Agentura Fitch potvrdila rating Španělska na investičním stupni.* [online]. 2013 [cit. 2013-04-01]. Dostupný z: <http://www.finance.cz/zpravy/finance/379293-agentura-fitch-potvrdila-rating-spanelska-na-investicnim-stupni/>

Fundación Empresa y Clima. *El futuro del turismo en España, rehén de la crisis económica...y del cambio climático.* [online]. 2013 [cit. 2013-04-01]. Dostupný z: http://comunicatur.info/cms/images/stories/documents/estudiocambioclimtico_turismo.pdf

Gobierno de España. Ministerio de industria, energía y turismo. *Plan nacional e integral de turismo. 2012-2015.* [online]. 2013 [cit. 2013-04-21]. Dostupný z: <http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Documentos%20Vision%20Destino%20Espaa/National%20and%20Integral%20Tourism%20Plan.pdf>

Gómez, M. V.: *El paro en España supera el 25% por primera vez en la historia.* [online]. 2011 [cit. 2013-03-17]. Dostupný z: http://economia.elpais.com/economia/2012/10/26/actualidad/1351234757_130837.html

Hausenblas, K.: *Výstavba jazykových projevů a styl,* Praha 1972

Helgig, G.: *Vývoj jazykovědy po roce 1970,* Praha 1991

Hnát, P.: *Dopad současné finanční a hospodářské krize na obchod a jeho governance,* Praha 2009

Holman, R.: *Finanční turbulence a role centrální banky,* in: Sborník textů: Americká finanční krize. Hrozba pro světovou ekonomiku, Praha 2008

Hříbalová, M.: *Cestovní ruch v České republice a ve Španělsku.* (rukopis). [online]. 2013 [cit. 2013-04-21]. Dostupný z: <http://theses.cz/id/fvun87/?furl=%2Fid%2Ffvun87%2F;so=nx;lang=en>

- Inditex*. Oficiální stránky skupiny. [online]. 2013 [cit. 2013-04-21]. Dostupný z: http://inditex.com/es/quienes_somos/nuestro_grupo#ld
- Instituto de servicios turísticos. *Balance del turismo. Año 2011*. [online]. 2013 [cit. 2013-04-21]. Dostupný z: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/analisis-turistico/balantur/anuales/Balance%20del%20turismo%20en%20Espa%C3%B1a.%20A%C3%B1o%202011.pdf>
- Investor Words. Odborný slovník. *Heslo Keynesian Economics*. [online]. 2010 [cit. 2013-02-21]. Dostupný z: http://www.investorwords.com/2693/Keynesian_Economics.html#ixzz2LqFqDgDT
- Jaklová, A.: *Persvaze a její prostředky v současných žurnalistických textech*, Naše řeč, ročník 85 (2002), číslo 4, str. 169 - 176
- Jansa, P.: *Zara končí v ČR?* [online]. 2010 [cit. 2013-04-22]. Dostupný z: <http://www.invogue.cz/fashion/fashion-novinky/zara-konci-v-cr-40229>
- Jiráček, J.: *Média a společnost*, Praha 2003
- Jiráček, J., Říchnová, J.: *Politická komunikace a média*, Praha 2000
- Jonáš, J.: *Světová ekonomika na přelomu tisíciletí*, Praha, 2000
- Klein, A., Goldfarb, Z. A.: *The Bubble*. [online]. 2008 [cit. 2013-02-25]. Dostupný z: http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/06/16/AR2008061602279_pf.html
- Knittlová, Černý, Mohaplová: *Funkční styly moderní španělštiny*, Olomouc 1990
- Kohout, P.: *Finance po krizi: důsledky hospodářské recese a co bude dál*, Praha 2009
- Končelík, Večeřa, Orság: *Dějiny českých médií 20. století*, Praha 2010
- Kolektiv: *Encyklopedie praktické žurnalistiky*, Praha 1999
- Kozák, K., Weiss, T.: *Krize jako příležitost, krize jako předěl?*, in: Kozák, K., Weiss, T., Schulzová, H.: *Dopady krize v euroatlantickém prostoru*, Praha 2012
- Králová, J.: *Vybrané problémy španělské stylistiky na pozadí češtiny*, Praha 2012
- Kraus, J.: *Jazyk v proměnách komunikačních médií*, Praha 2008
- Krynek, O. L.: *Katalánsko se chystá vypsat referendum o nezávislosti*. [online]. 2013 [cit. 2013-04-20]. Dostupný z: <http://www.novinky.cz/zahranicni/evropa/289994-katalansko-se-chysta-vypsat-referendum-o-nezavislosti.html>
- Křístek, V.: *Současné novinové titulky*, Naše řeč, ročník 56 (1973), číslo 5

- Michálková, L.: *Novinové titulky před 20 lety a dnes*, Jazykovědné aktuality č.44, str. 25-36, 2007
- Ministerio de industria, energía y turismo. Gobierno de España. *Iniciadores coyunturales turísticos* [online]. 2013 [cit. 2013-03-31]. Dostupný z: <http://www.iet.tourspain.es/es-es/Paginas/default.aspx>
- Ministerio de industria, energía y turismo. Gobierno de España. *Movimientos turísticos en fronteras* [online]. 2013 [cit. 2013-04-01]. Dostupný z: <http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/fichadecoyuntura/paginas/default.aspx>
- Ministerio de industria, energía y turismo. Gobierno de España. *Revistas ICE*. [online]. 2013 [cit. 2013-04-01]. Dostupný z: <http://www.revistasice.com/en/Pages/default.aspx>
- Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. *Encyklopedie států. Severní Amerika. USA*. [online]. 2013 [cit. 2013-02-25]. Dostupný z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/severni_amerika/usa/ekonomika/zahranicni_obchod_ze_me.html
- Mlčoch, M.: *Několik poznámek k nejazykovým a jazykovým prostředkům v současném bulvárním a tzv. seriózním tisku*, Naše řeč, ročník 85 (2002), číslo 5
- Mounin, G.: *Teoretické problémy překladu*, Praha 1999
- Oficiální portál pro podnikání a export. *Španělsko: ekonomická charakteristika země* [online]. 2013 [cit. 2013-03-31]. Dostupný z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/spanelsko-ekonomicka-charakteristika-zeme-18558.html>
- Orság, P.: *Mediální text jako historický pramen – možnosti a limity interpretace* [online]. 2013 [cit. 2013-03-18]. Dostupný z: http://www.pulib.sk/elpub2/FF/Bocak1/pdf_doc/orsag.pdf
- Pavelka, J.: *Možnosti a limity sémiotické a naratologické analýzy jako nástrojů interpretace* [online]. 2013 [cit. 2013-03-13]. Dostupný z: http://www.pulib.sk/elpub2/FF/Bocak1/pdf_doc/pavelka.pdf
- Prokop, D.: *Boj o média*, Praha 2005
- Rašková, T.: *Diskurz diskurzu*. [online]. 2010 [cit. 2013-04-12]. Dostupný z: <http://konstruktmag.cz>
- Romero, Á., Eijo, J.: *El desempleo en España, un empacho de ladrillo y sangría*. [online]. 2011 [cit. 2013-03-17]. Dostupný z: http://economia.elpais.com/economia/2011/04/29/actualidad/1304062375_850215.html
- Sanuy, F.: *El turismo y la crisis económica*. [online]. 2011 [cit. 2013-03-17]. Dostupný z: https://racef.es/archivos/cv/cv_granell2012_junio.pdf
- Seat. Tisková zpráva [online]. 2013 [cit. 2013-04-22]. Dostupný z: <http://www.cngplus.cz/novinky/seat-chce-v-roce-2013-v-cr-zvysit-prodej-tahouny-budou-leon-a-toledo.html>

Schmid, W.: *Narativní transformace*, Praha 2004

Smick, D.: *If Entire Countries Go Broke, We'll Go With Them*. [online]. 2008 [cit. 2013-02-25].
Dostupný z: http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2008/10/24/AR2008102402933_2.html

Soriano Vilar, M.: *Impactos de la crisis económica en España sobre el sector hotelero*. [online]. 2010 [cit. 2013-02-25]. Dostupný z: http://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/9162/TFC%20Marta%20Soriano_%2012-01-2010_2_.pdf

Světové krize a problémy lidstva. *Ekonomická krize*. [online]. 2013 [cit. 2013-02-24]. Dostupný z: <http://krize.eu/ekonomicka-krize>

Světové krize a problémy lidstva. *Finanční krize*. [online]. 2013 [cit. 2013-02-24]. Dostupný z: <http://krize.eu/financni-krize>

Syndikát novinářů. *Etický kodex novináře*. [online]. 1999 [cit. 2013-04-07]. Dostupný z: <http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>

Šmejkal, V.: *Impact of the Financial and Economic Crisis on the Paradigm of the European Union's Antitrust*, Praha 2011

Šmíd, M.: *Internet jako informační zdroj novináře*, in: Kopplová, B., Cebe, J.: *Postavení médií v české společnosti a v EU (příspěvky z odborného semináře konaného ve dnech 6. – 7. 11. 2006)*, Praha 2006

Špetlíková, M.: *Hypoteční krize a její dopad ve Španělském království*. [online]. 2010 [cit. 2013-04-07]. Dostupný z: <http://theses.cz/id/yqohiv/?lang=en;furl=%2Fid%2Fyqohiv%2F>

Todo Checo. Stránky obchodu. [online]. 2013 [cit. 2013-04-20]. Dostupný z: <http://todochecho.com/>

Universidad Centroamericana „José Simeón Cañas“. Materiál k předmětu *Redacción II*. [online]. 2012 [cit. 2013-03-20]. Dostupný z: http://www.uca.edu.sv/deptos/letras/sitio_pers/rbeltran/document/mat_red2/mat1_red2.pdf

University of Mary Washington. *International Finance Class. The Federal Stimulus* [online]. 2009 [cit. 2013-02-25]. Dostupný z: <http://2008financialcrisis.umwblogs.org/the-federal-stimulus/>

University of Mary Washington. *International Finance Class. Why is this recession so serious?* [online]. 2009 [cit. 2013-02-25]. Dostupný z: <http://2008financialcrisis.umwblogs.org/Why-is-this-Recession-So-Serious/>

Valls, F. J.: *Informe de innovación turística en España 2012*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-24]. Dostupný z: <http://itemsweb.esade.edu/wi/Prensa/InformeInnovacionTurismoEspa%C3%B1a2012.pdf>

Van Dijk, T.A.: *La noticia como discurso*, Barcelona 1990

Vítámvášová, L.: *Kudy půjde cena ropy?* [online]. 2009 [cit. 2013-02-24]. Dostupný z:
<http://www.mesec.cz/clanky/kudy-pujde-cena-ropy/>

Von Rétyi, A.: *Bez cenzury! Co masmédia zamlčují*, Liberec 2011

Weiss, T.: *Dopady krize na formování vnější reprezentace EU*, in: Kozák, K., Weiss, T., Schulzová, H.: *Dopady krize v euroatlantickém prostoru*, Praha 2012

Woods, E. T.: *Krach*, Praha 2010

Zubková, M.: *Prostředky jazykové agrese v novinových titulcích*, Brno, 2010

Žaloudek, K.: *Encyklopedie politiky*, Praha 1999

Seznam příloh:

1. Španělsky psaná část korpusu – seznam článků
2. Česky psaná část korpusu – seznam článků

Příloha č.1.: Španělsky psaná část korpusu – seznam článků

ABC.es. *El gasto de los turistas extranjeros aumenta un 5,6% hasta junio, con 23.644 millones.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.abc.es/20120730/economia/abci-gasto-turistas-extranjeros-aumenta-201207300944.html>

Alemán, J.: *El turismo internacional sigue ajeno a la crisis.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://www.tendencias21.net/El-turismo-internacional-sigue-ajeno-a-la-crisis_a13037.html

Cabanillas, L.G.: *Cinco sectores inmunes a la crisis en España.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.vozpopuli.com/economia/10475-cinco-sectores-inmunes-a-la-crisis-en-espana>

Ceinos, J.M.: *Unidos por el turismo contra la crisis.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.lne.es/gijon/2012/08/13/unidos-turismo-crisis/1283521.html>

Cronista.com. *La crisis abarata a España y la convierte en un imán para el turismo extranjero.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.cronista.com/especiales/La-crisis-abarata-a-Espaa-y-la-convierte-en-un-iman-para-el-turismo-extranjero-20121023-0061.html>

De Almirón, V.R.: *Turismo, un nuevo engranaje para la locomotora económica.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.abc.es/20120731/economia/abci-turismo-motor-economia-empresa-201207301045.html>

Del Mar Fernández, M.: *El turismo no está en crisis y seguirá creciendo, según la OMT.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://www.tendencias21.net/notes/El-turismo-no-esta-en-crisis-y-seguira-creciendo-segun-la-OMT_b3936452.html

Díaz, R.: *El turismo y la crisis.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.lne.es/oriente/2012/07/31/turismo-crisis/1277927.html>

El Mundo. *España sufrirá en 2013 lo peor de la crisis con el paro al borde del 27%.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/11/27/economia/1354011249.html>

El Mundo. *'The New York Times' denuncia un boom en el 'turismo de burdel' en España.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/04/07/espana/1333814834.html>

El País. *El número de turistas internacionales aumenta un 2,9% en noviembre.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://economia.elpais.com/economia/2012/12/21/actualidad/1356077677_187657.html

El País. *El turismo aumenta un 7,6% en España durante 2011*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://economia.elpais.com/economia/2012/01/23/actualidad/1327307583_850215.html

El País. *El turismo en España resiste a la crisis*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://economia.elpais.com/economia/2012/01/10/actualidad/1326184380_850215.html

El País. *El turismo en España resiste a la crisis con un aumento del 8,1% en 2011*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://elpais.com/diario/2012/01/11/economia/1326236408_850215.html

El País. *Las pernoctaciones extrahoteleras caen 1,5 por ciento en octubre por turismo nacional*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://economia.elpais.com/economia/2012/11/30/agencias/1354265859_334394.html

El País. *Los turistas extranjeros gastan un 7,2% más en España hasta septiembre*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://economia.elpais.com/economia/2012/10/29/actualidad/1351498966_539757.html

El País. *Los turistas extranjeros gastaron en España el 1,1 por ciento menos en noviembre*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://economia.elpais.com/economia/2012/12/27/agencias/1356613350_126797.html

Europa Press. *España sufrirá en 2013 lo peor de la crisis, con una caída del PIB del 1,4% y el paro al borde del 27%*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.euribor.com.es/2012/11/27/espana-sufrira-en-2013-lo-peor-de-la-crisis-con-una-caida-del-pib-del-14-y-el-paro-al-borde-del-27/>

Expansion.com. *España dedica el Día del Turismo 2012 a la sostenibilidad y las renovables*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.expansion.com/agencia/efe/2012/03/08/17041504.html>

Gabaldón, P.: *El turismo en España: febrero 2012*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://economy.blogs.ie.edu/archivos/2012/03/el-turismo-en-espana-febrero-2012.php>

Galera, C.: *España logra el mejor verano de su historia en llegadas de turistas*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.expansion.com/2012/09/21/empresas/transporte/1348213309.html>

galiciaenpie.com. *España Sigue Siendo Un Destino Turístico Importante En 2012*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.galiciaenpie.com/blog/espana-sigue-siendo-un-destino-turistico-importante-en-2012/>

García López, E.: *Chinos y rusos impulsan el crecimiento del lujo 'made in Spain'*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.arndigital.com/economia/noticias/2240/chinos-y-rusos-impulsan-el-crecimiento-del-lujo-made-in-spain-160/>

- González, P.: *La ciudad resiste la crisis del turismo, aumenta sus visitas y se impone a Gijón*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.lne.es/oviedo/2012/11/24/ciudad-resiste-crisis-turismo-aumenta-visitas-impone-gijon/1331300.html>
- Gómez, E.: *El turismo entrará en recesión en 2012 según las previsiones de los empresarios*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://www.cadenaser.com/economia/articulo/turismo-entrara-recesion-2012-previsiones-empresarios/csrcsrpor/20120503csrcsreco_5/Tes
- Izquierdo, E.V.: *Salidas laborales para jóvenes en época de crisis*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://www.consumer.es/web/es/economia_domestica/trabajo/2012/05/31/209944.php
- Jiménez, C.: *Turismo de calidad frente a turismo de cantidad*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.lne.es/gijon/2012/12/03/turismo-calidad-frente-turismo-cantidad/1335659.html>
- Mesquida, J.: *El turismo en España genera más ingresos que antes de la crisis*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.intereconomia.com/noticias-negocios/claves/turismo-espana-genera-mas-ingresos-que-crisis-20111109>
- Molina, C.: *España recupera el flujo de turistas previo a la crisis*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://www.cinco dias.com/articulo/economia/espana-recupera-flujo-turistas-previo-crisis/20121010cdscdseco_9/
- Nexotur.com. *Los efectos de la crisis económica pasan factura al Turismo Receptivo de Grecia, pero no al de España, Italia y Portugal*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.nexotur.com/efectos/crisis/economica/pasan/factura/al/turismo/receptivo/grecia/pero/no/al/espana/italia/portugal/53198/>
- Nielsen, A.: *Bares y restaurantes: 12.000 locales cierran en España en tres años por la crisis*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://www.hosteltur.com/168430_bares-restaurantes-12000-locales-cierran-espana-tres-anos-crisis.html
- ntn24.com. *Crisis económica y mal tiempo afectan al turismo de España en Semana Santa*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ntn24.com/noticias/crisis-economica-y-mal-tiempo-044876>
- Page, D.: *El turismo compensa ya por sí solo todo el déficit comercial de España*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.expansion.com/2012/10/11/empresas/transporte/1349972956.html>
- Page, D.: *España viaja hacia el mejor verano de su historia en llegadas de turistas*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.expansion.com/2012/08/22/empresas/transporte/1345620752.html>

Page, D.: *La industria europea sale de la crisis mientras la española se hunde aún más*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.expansion.com/2012/11/28/empresas/auto-industria/1354104647.html>

Page, D.: *Las 'dos Españas' del turismo*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.expansion.com/2012/11/19/empresas/transporte/1353340753.html>

Peréz San Gregorio, C.: *España será el destino de turismo favorito de los europeos en 2012*. [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.europacritica.com/europa/espana/union-europea/turismo/destinos/481>

Periodista Digital. *A pesar del desastre económico y de la crisis, España tiene muy buena 'reputación' en el mundo*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.periodistadigital.com/ciencia/educacion/2012/09/22/reputation-insitute-elcano-tesis-desastre-economica-espana-turismo-buena-reputacion-ranking-mundo.shtml>

Quecursar.com. *Turismo a prueba de crisis*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.quecursar.com/turismo-a-prueba-de-tesis-5786.html>

Rodríguez, M.E.: *España, la crisis y el turismo*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://cubamatinal.es/2012/10/09/espana-la-tesis-y-el-turismo/>

rt.com. *La caída del turismo interior en España arrastra al sector a la crisis*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://actualidad.rt.com/ultima_hora/view/56122-caida-turismo-interior-espana-arrastra-sector-tesis

Sarralde, J.L.: *Debil comportamiento hasta febrero en la llegada de turistas internacionales a España*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://guias-viajar.com/viajes-turismo-mundo/datos-estadisticas-turismo-espana-2012/>

Solanas, S.: *La crisis y el turismo disparan los cursos de chino, árabe, ruso y portugués*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://www.economiadigital.es/es/notices/2012/06/la_crisis_y_el_turismo_disparan_los_cursos_de_chino_arabe_ruso_y_portugues_30236.php

Soria, M.J.: *El turismo español recuperará en 2012 las cifras de llegadas previas a la crisis*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://www.hosteltur.com/157320_turismo-espanol-recuperara-2012-cifras-llegadas-previas-tesis.html

Soria, M.J.: *El turismo español se olvida de la crisis: las llegadas de extranjeros se disparan un 8%, hasta rozar los 57 millones*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.expansion.com/2012/01/10/empresas/transporte/1326189902.html>

Tejera, J.: *Posibles salidas de la crisis del TURISMO RURAL en España*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ecoturismo.org/turismo-responsable/turismo/posibles-salidas-de-la-crisis-del-turismo-rural-en-espana/>

turismodetenerife.com. *El turismo consigue en 2012 sortear la crisis y crear empleo*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://blog.turismodetenerife.com/2013/01/el-turismo-consigue-en-2012-sortear-la-crisis-y-crear-empleo.html>

Valls, J.F.: *El turismo será el primer sector en salir de la crisis*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://prensa.esadeblogs.com/06/20/josep-francesc-valls-%E2%80%99Cel-turismo-sera-el-primer-sector-en-salir-de-la-crisis%E2%80%9D/>

Velasco, T.: *Turismo: El motor económico de España que puede griparse*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://www.finanzas.com/noticias/economia/2012-04-09/698351_turismo-motor-economico-espana-puede.html

Villena, M.A.: *Alemania – España, recelos mutuos*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://politica.elpais.com/politica/2012/09/15/actualidad/1347729392_430105.html

Zevallos, G.: *La crisis abre nuevas oportunidades de negocio en el turismo rural*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ellibrepensador.com/2012/07/25/la-crisis-abre-nuevas-oportunidades-de-negocio-en-el-turismo-rural/>

Příloha č.2: Český psaná část korpusu – seznam článků

Arteaga-Taberna, A.: *Příběhy krize: Mladí Španělé studují co nejdéle, pracují skoro zadarmo. Budoucnost je nejistá.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://byznys.ihned.cz/c1-56876150-pribehy-krize-mladi-spanele-studuji-co-nejdele-pracuji-skoro-zadarmo-budoucnost-je-nejista>

Bydžovská M.: *Open Europe: Analýza problémů Španělska.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <https://www.euroskop.cz/9008/20633/clanek/open-europe-analyza-problemu-spanelska/>

ceskatelevize.cz. *Apartmán ve Španělsku letos pořídíte až o 40 procent levněji.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/cestovani/187178-apartman-ve-spanelsku-letos-poridite-az-o-40-procent-levneji/>

ceskatelevize.cz. *Domek u španělského pobřeží stojí stejně jako byt v Praze.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/184753-domek-u-spanelskeho-pobrezi-stoji-stejne-jako-byt-v-praze/>

ceskatelevize.cz. *Krize přivádí squatery do španělských novostaveb, radnice jim fandí.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/178902-krize-privadi-squatery-do-spanelskych-novostaveb-radnice-jim-fandi/>

ceskatelevize.cz. *Krize žene Jihoevropany k učebnicím: Kolik umíš řeči, tolikrát jsi člověkem.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/194664-krize-zene-jihoevropany-k-ucebnicim-kolik-umis-rci-tolikrat-jsi-clovekem/>

ceskatelevize.cz. *Mladí Španělé nechtějí návrat středověku.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/133169-mladi-spanele-nechteji-navrat-stredoveku/>

ceskatelevize.cz. *Španělé na dovolené šetří, turisty lákají k sobě.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/cestovani/185276-spanele-na-dovolene-setri-turisty-lakaji-k-sobe/>

ceskatelevize.cz. *Španělské megalomanské rezidence připomínají města duchů.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/136268-spanelske-megalomanske-rezidence-pripominaji-mesta-uchu/>

ceskatelevize.cz. *Španělský král "řeší" krizi země po svém - loví slony.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/svet/172350-spanelsky-kral-resi-krizi-zeme-po-svem-lovi-slony/>

ceskatelevize.cz. *Španělský realitní trh vstává z popela.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/180603-spanelsky-realitni-trh-vstava-z-popela/>

ceskatelevize.cz. *Vesnička kvůli Šmoulům zmodrala. Turisté se do ní hrnou.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/202971-vesnicka-kvuli-smoulum-zmodrala-turiste-se-do-ni-hrnou/>

ceskatelevize.cz. *Z jihu Evropy za prací do rozvojového světa nebo i do Česka.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/178167-z-jihu-evropy-za-praci-do-rozvojevo-sveta-nebo-i-do-ceska/>

Čermáková, V.: *¡Bienvenido a Madrid!*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://cestovani.tiscali.cz/bienvenido-a-madrid-208132?utm_source=cestovani&utm_medium=article&utm_campaign=related-article

Denik.cz. *Španělsko se kvůli krizi vzdá polední siesty.* [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://www.denik.cz/ze_sveta/spanele-se-kvuli-krizi-budou-muset-vzdat-poledni.html

Devian.cz. *Španělská krize lidského kapitálu.* [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://devian.cz/2011/spanelska-krize-lidskeho-kapitalu/>

Dlouhá, P.: *Cestopis: Costa del Maresme, pohoda na katalánském pobřeží.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://magazin.tripzone.cz/cestopis-costa-del-maresme-pohoda-na-katalanskem-pobrezi-146>

e15.cz. *Finanční pomoc potřebuje už i nejbohatší region Španělska.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://zpravy.e15.cz/zahranicni/ekonomika/financi-pomoc-potrebuje-uz-i-nejbohatsi-region-spanelska-769455>

e15.cz. *Španělsko zažilo rekordní přívál turistů.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://zpravy.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/spanelsko-zazilo-rekordni-pri-val-turistu-907285>

Ehl, M.: *Exekuce, bankroty, emigrace. Jak krize potápí Španělsko ke dnu.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://byznys.ihned.cz/analyzy-a-komentare/c1-55517780-exekuce-bankroty-emigrace-jak-krize-potapi-spanelsko-ke-dnu>

europa.eu. *Dobré vyhlídky pro turistickou sezónu 2011.* [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://ec.europa.eu/ceskarepublika/press/press_releases/11_566_cs.htm

europa.eu. *Komise vítá plány na zlepšení situace občanů, kteří si koupili nemovitost na pobřeží Španělska.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-12-880_cs.htm

europa.eu. *Rakousko najímá hotelové zaměstnance na Kanárských ostrovech.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://ec.europa.eu/eures/main.jsp?lang=cs&catId=9641&myCatId=9641&parentId=20&acro=news&function=newsOnPortal>

europa.eu. *Zárné vyhlídky pro turistickou sezónu 2011*. [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-11-566_cs.htm

Hájek, A.: *Zrušme siestu, navrhuji opatrně Španěle drcení ekonomickou krizí*. [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://zpravy.idnes.cz/zrusme-siestu-navrhuji-opatrne-spanele-drceni-ekonomickou-krizi-p92-/zahranicni.aspx?c=A111115_115658_zahranicni_aha

Hajíčková, J.: *Španělská Huelva vám učaruje*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://prekvapeni.vlasta.cz/magazin/cestovani/prekvapeni-na-cestach/spanelska-huelva-vam-ucaruje_926.html

Horáček, F.: *Investoři přestávají věřit Itálii a Španělsku*. [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://ekonomika.idnes.cz/investori-prestavaji-verit-italii-a-spanelsku-fl-i-eko-zahranicni.aspx?c=A110803_172718_eko-zahranicni_fih

Hovorka, J.: *Dotaci na dovolenou ve Španělsku dostalo 7000 důchodců*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://aktualne.centrum.cz/finance/doprava/clanek.phtml?id=733489>

Hrušová, M.: *Řešení realitní krize? Za drahý dům povolení k pobytu*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.hypindex.cz/reseni-realitni-krize-za-drahy-dum-povoleni-k-pobytu/>

Investicniweb.cz. *Které země navštívit, když krachne euro? Přece PIIGS!*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.investicniweb.cz/uni-verzita/zajimavosti/2012/2/7/ktere-zeme-navstivit-kdyz-krachne-euro-prece-piigs/>

Jelínek, J.: *Rozhovor výkonného ředitele CK FISCHER pro Lidové noviny ze dne 2. listopadu 2011*. [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.kkcg.eu/cs/tisk-media/rozhovory-a-citace/item/5-rozhovor-001>

Kasík, P.: *Vypukla Španělská revoluce. Svrhnou Facebook a Twitter další vlády?*. [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://technet.idnes.cz/vypukla-spanelska-revoluce-svrhnou-facebook-a-twitter-dalsi-vlady-1dx-/sw_internet.aspx?c=A110531_135242_sw_internet_pka

Klein, D.: *Španělsko přivítalo rekordní počet turistů*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://cestovani.tiscali.cz/spanelsko-privitalo-rekordni-pocet-turistu-154354>

Klekner, R.: *Mladí Španěle ujíždějí za prací. Směr: Jižní Amerika*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://aktualne.centrum.cz/zahranici/evropa/clanek.phtml?id=735077>

Koubek, D.: *Španělsko po krk v krizi*. [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.rozhlas.cz/zpravy/evropa/zprava/986909>

Lazarevič, A.: *Cestovní kanceláře mají žně, některé destinace jsou rekordně levné*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.mesec.cz/aktuality/cestovni-kancelare-maji-zne-nektere-destinace-jsou-rekordne-levne/>

Lidovky.cz. *Češi si oblíbili golfové zájezdy. V kurzu je hlavně Španělsko.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://cestovani.lidovky.cz/cesi-si-oblibili-golfove-zajezdy-do5-aktuality.aspx?c=A120819_185002_aktuality_Pta

Moneymag.cz. *Češi si dovolenou ani v krizi neodepřou, zájem roste!*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://ekonomika.moneymag.cz/1118-cesi-si-dovolenou-ani-v-krizi-neodeprou-zajem-roste/>

Němcová, M.: *Ostrov vulkánů, památka UNESCO či útočiště španělského krále. To je Lanzarote!* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://cestovani.tiscali.cz/ostrov-vulkanu-pamatka-unesco-ci-utociste-spanelskeho-krale-to-je-lanzarote-203501?utm_source=cestovani&utm_medium=article&utm_campaign=related-article

Němeček, J.: *Španělská Telefónica doma v krizi trpí. Latinská Amerika v 1Q vynesla více, než Evropa.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.patria.cz/zpravodajstvi/2071106/spanelska-telefonica-doma-v-krizi-trpi-latinska-amerika-v-1q-vynesla-vice-nez-evropa.html>

Novinky.cz. *Krize cloumá Španělskem, ze země odteklo 163 miliard eur.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.novinky.cz/ekonomika/274669-krize-clouma-spanelskem-ze-zeme-odteklo-163-miliard-eur.html>

Palata, L.: *Jižní Evropa: Turisti, nebo život.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.finmag.cz/cs/finmag/kaleidoskop/jizni-evropa-turisti-nebo-zivot/>

Novinky.cz. *Španělé se kvůli krizi asi budou muset vzdát toho nejcennějšího - polední siesty.* [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.novinky.cz/ekonomika/250677-spanele-se-kvuli-krizi-asi-budou-muset-vzdat-toho-nejcennejsiho-poledni-siesty.html>

Schilla, F.: *CESTOVÁNÍ: Drážďany – Tenerife, léto 2012.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://neviditelnypes.lidovky.cz/cestovani-drazdany-tenerife-leto-2012-dbm-/p_spolecnost.aspx?c=A120726_181224_p_spolecnost_wag

Sůra, J.: *Hoteliéři lákají české seniory k moři dotacemi. Ozývá se konkurence.* [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://ekonomika.idnes.cz/hoteliери-lakaji-ceske-seniory-k-mori-dotacemi-ozyva-se-konkurence-1ds/eko-zahranicni.aspx?c=A110201_195521_eko-zahranicni_brm

Šnidl, V.: *Ztracená generace z jihu míří do Česka. Za prací.* [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://m.ihned.cz/ekonom/c1-56577000-ztracena-generace-z-jihu-miri-do-ceska-za-praci>

Tourism-review.cz. *2012: Cestovní ruch na vzestupu.* [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.tourism-review.cz/cestovni-ruch-v-roce-2012-poroste-news3016>

Tourism-review.cz. *Stále více turistů míří do Španělska.* [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.tourism-review.cz/spanelsko-pri-italo-rekordni-pocet-turistu-news2945>

- Tourism-review.cz. *Španělsko plánuje kampaň za 9 milionů eur*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.tourism-review.cz/spanelsko-investuje-do-cestovniho-ruchu-9-milionu-eur-news3495>
- Tourism-review.cz. *Španělsko zažívá turistický boom*. [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.tourism-review.cz/britove-se-vraceji-do-spanelska-news3005>
- Tramba, D.: *Jih Evropy drtí krize, Řekové a Italové chtějí práci v Česku*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://byznys.lidovky.cz/jihoevropane-miri-za-praci-do-ceska-dum-firmy-trhy.asp?c=A120223_173652_firmy-trhy_apa
- Tyden.cz. *Španělsko se těší na příliv statisíců nových turistů*. [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://www.tyden.cz/rubriky/relax/cestovani/spanelsko-se-tesi-na-priliv-statisicu-novych-turistu_201242.html?showTab=diskutovane
- Valentinová, K.: *ŠPANĚLSKO:Německý recept*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://www.presseurop.eu/cs/content/article/2521961-nemecky-recept?xtor=RSS-18>
- Zelený, P.: *Stávku ohlídám z dovolené, vzkázal policejní prezident ze Španělska*. [online]. 2011 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: http://zpravy.idnes.cz/stavku-ohlidam-z-dovolene-vzkazal-policejni-prezident-ze-spanelska-116-/domaci.aspx?c=A110614_110157_domaci_zep
- Zendulka, J.: *Španělská krize v praxi: Seat skomírá, Zara září. Osud země ale mají v hrsti banky*. [online]. 2012 [cit. 2013-02-17]. Dostupný z: <http://byznys.ihned.cz/c1-56110340-spanelska-krize-v-praxi-seat-skomira-zara-zari-osud-zeme-ale-maji-v-hrsti-banky>