

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
FILOZOFICKÁ FAKULTA
ÚSTAV ROMANISTIKY

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

PREZENTACE FRANKOFONNÍCH ZEMÍ (MIMO FRANCII) V ZEMĚPISNÝCH A
CESTOVATELSKÝCH ČASOPISECH VYDÁVANÝCH V ČESKÉ REPUBLICE

Vedoucí práce: Mgr. Kateřina Drsková, Ph.D.

Autor práce: Tereza Kašparová

Studijní obor: Francouzský jazyk pro evropský a mezinárodní obchod

Ročník: 4.

2017

Prohlášení:

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci na téma prezentace Francie v zeměpisných a cestovatelských časopisech vydávaných v České republice jsem napsala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu 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.

V Táboře dne 30. 4. 2017

.....

Tereza Kašparová

Tímto bych chtěla poděkovat Mgr. Kateřině Drskové, Ph.D., vedoucí mé bakalářské práce, za její trpělivost, užitečné rady a nesmírnou ochotu, se kterou mi věnovala svůj čas.

Anotace:

Cílem této bakalářské práce je získání analýzy o prezentaci frankofonních zemí (mimo Francii) v zeměpisných a cestovatelských časopisech vydávaných v České republice. Teoretická část práce definuje cestovní ruch a jeho typy, dále prezentuje frankofonii, francouzštinu v Evropě a následně frankofonní země (evropské a částečně i mimoevropské) z historického hlediska i jako turistickou destinaci. Teoretická část je ukončena krátkým popisem marketingové strategie destinace cestovního ruchu a prezentací studovaných periodik. Praktická část se věnuje analýze článků týkajících se frankofonních zemí. Zaměřuje se na množství nalezených článků, jazykovou stránku článků a vyhodnocení prezentovaných informací, uspořádaných do tematických okruhů. Výsledkem je prezentace celkového obrazu studovaných zemí, která je předkládána čtenáři. Práce obsahuje závěr shrnující práci, trojjazyčný glosář a přílohu s vyhodnocením dotazníků předložených obyvatelům Švýcarska a Belgie.

Annotation:

The aim of this bachelor's thesis is to provide an analysis of the image of French-speaking countries (except France) reflected by the geographical and travel magazines published in the Czech Republic. The theoretical part of this thesis deals with the tourist industry and its various types. It is followed by an overall presentation of Francophony, the French language in Europe, and then the French-speaking countries (European and partially non-European countries) from a historical point of view as well as a tourist destination. The theoretical part is concluded by a short description of the marketing strategy of the tourist destination and a presentation of the studied periodical (geographical and travel) magazines. As for the practical part, it is devoted to the analysis of the articles concerning French-speaking countries. The latter part focuses on the quantity of found articles, the linguistic part of the articles and the evaluation of presented informations in which the thematic units are organised. The result of this thesis is a presentation of the complex image of the studied countries presented to the readers. The thesis comprises a conclusion summarizing the text, a trilingual glossary, and an annexe showcasing the evaluation of questionnaires responded by Swiss and Belgian citizens.

Obsah

1 Teoretická část.....	3
1.1 Úvod.....	3
1.2 Obecné vymezení cestovního ruchu.....	7
1.2.1 Definice.....	8
1.2.2 Typy cestovního ruchu.....	10
1.2.3 Služby.....	12
1.2.3.1 Ubytování.....	12
1.2.3.2 Stravování.....	12
1.2.3.3 Doprava.....	13
1.2.3.4 Kulturní dědictví.....	13
1.3 Frankofonie frankofonní země.....	15
1.3.1 Francouzština v Evropě a prezentace jednotlivých zemí.....	19
1.3.1.1 Belgie.....	21
1.3.1.2 Lucembursko.....	24
1.3.1.3 Švýcarsko.....	26
1.3.1.4 Monako.....	28
1.3.2 Dle kontinentů.....	28
1.3.2.1 Severní Amerika.....	28
1.3.2.2 Afrika.....	29
1.3.2.3 Ostrovy v Indickém oceánu a Tichomoří.....	31
1.4 Marketingová strategie destinace cestovního ruchu	33
1.5 O časopisech.....	35
1.5.1 Lidé a země.....	35
1.5.2 Magazín Koktejl.....	35
1.5.3 Travefocus.....	36
1.5.4 Travel Digest.....	36
1.5.5 Geo.....	36
1.5.6 National Geographic ČR.....	37
1.5.7 Země světa.....	37
2 Praktická část.....	38
2.1 Množství článků.....	38
2.2 Jazyk.....	40
2.3 Témata.....	45
2.3.1 Belgie.....	45
2.3.1.1 Typické lokality, historické památky a neobvyklá místa.....	45
2.3.1.2 Různé chutě.....	49
2.3.1.3 Diamanty.....	50
2.3.2 Švýcarsko.....	51
2.3.2.1 Zajímavá místa.....	51
2.3.2.2 Švýcarské chutě.....	53
2.3.2.3 Švýcarsko po kolejích.....	55
2.3.2.4 Hory na lyžích i pěšky.....	58
2.3.2.5 Švýcarská kultura.....	61
2.3.3 Monako.....	64
2.3.4 Lucembursko.....	64
2.3.5 Další země.....	65

3 Závěr.....	68
4 Résumé.....	71
5 Glosář.....	75
6 Zdroje.....	77
7 Přílohy.....	82
Vyhodnocení dotazníků.....	82

1 Teoretická část

1.1 Úvod

Zájem o cizí zemi může podnítit zájem o znalost cizího jazyka, ale funguje to i naopak. Pokud člověk zjistí, že se v jeho oblíbené zemi mluví oním jazykem, začne se mu učit, aby si při případné návštěvě mohl tuto zemi vychutnat se vším všudy. Později třeba zjistí to, o co má zájem druhý typ člověka- ten, kdo se učí jazyk a zkoumá, kde všude se tímto jazykem domluví.

Nás, francouzsky hovořící, tedy zajímá, kde všude tuto znalost můžeme využít. Kam se kromě Francie můžeme vydat vyzbrojeni znalostí oficiálního jazyka destinace? Samozřejmě jsou to frankofonní země, které najdeme nejen v Evropě, ale po celém světě.

V dnešní době je cestování velmi rozšířeným způsobem trávení volného času, díky tomu vzkvétá odvětví cestovního ruchu a postupně se vytvořilo konkurenční prostředí založené na atraktivitě země a atrakcích, které destinace může nabídnout. Vždy přítomná je snaha o naplnění poptávky po nejrůznějších oblastech cestování, tedy po poptávce cestovatelů po daných typech cestovního ruchu.

Cestovatel se musí do cizí země dopravit, tam se musí ubytovat a také stravovat. V rámci jeho výprav mohou být i tyto aktivity cílem jeho cest a proto jsou doprava, ubytování a strava důležitou a plnohodnotnou součástí cestovního ruchu, nejen nezbytností dočasného žití v cizí zemi. Mimo jiné jsou to aktivity, které mají určitá specifika a které dají cestovateli poznat jinou kulturu.

Částečně se člověk na tato specifika může připravit informováním se prostřednictvím médií. Oblíbenost cestování mezi lidmi podporuje vznik televizních cestopisných pořadů, internetových stránek a blogů s touto tematikou, dále knih a průvodců, a samozřejmě časopisů, které přiblíží geografickou a kulturní situaci. Tato média mohou potencionálnímu turistovi a cestovateli zprostředkovat nejen obecné informace, tipy a praktické rady, ale také osobní zkušenosti a osvědčená doporučení lidí, kteří konkrétní zemi dobře znají. V době, kdy lidé mohou bez větších omezení cestovat a objevovat nové kultury, je velkým pomocníkem také internet, kde mohou rychle a bez námahy hledání v desítkách knih najít informace o zemích, které je zajímají.

Obecné informace o zemi jsou základ a od toho se mohou odvíjet další podrobnější témata, která mohou být, spolu se základními informacemi, zveřejněna v cestopisných a geografických časopisech. Tyto informace, články, mohou mít například formu reportáže, která je doplněna o fotografie. Právě originální reportáže a kvalitní velkoformátové fotografie jsou často hlavním trumfem cestopisných časopisů.

Na internetu najdeme i internetové verze nebo doplňující články cestovatelských a geografických periodik, která mají svou papírovou podobu. Na českém trhu nalezneme několik nejrozšířenějších časopisů, která mají již několikiletou tradici a publikují kvalitní články, reportáže a fotografie z cest. Z nich jsem vybrala ty neznámější, které nabízejí články o frankofonních zemích v časovém rozmezí leden 2010 až červenec 2015. Mezi ně patří časopisy Lidé a země, Magazín koktejl, Země světa, Geo, National Geographic ČR, Travel Digest a Travel Focus.

Mým základním cílem je v rámci této práce analyzovat prezentaci frankofonních zemí (mimo Francii) v cestovatelských a zeměpisných časopisech, které vycházejí v České republice. Korpusem práce bude určitý počet periodik zaměřujících se na danou problematiku a konkrétně články s tematikou frankofonních zemí za období leden 2010- květen 2015.

Základními metodami zkoumání této práce jsou deskripce a následná analýza. Nejprve popíši cílové destinace (Belgie, Švýcarsko, Lucembursko, Monako) a dále jednotlivé mnou zvolené časopisy, které mi poskytly korpus článků, který mohu analyzovat (pohled na daná území, množství článků, témata). Díky této analýze získám data, která mi pomohou zjistit, jaký názor si čtenáři daných časopisů mohou o zmíněných frankofonních zemích udělat. Použiji také metodu komparace a to mezi vybraným korpusem článků, díky kterým si čtenář může vytvořit určitý obraz a mezi názory obyvatel zkoumaných území za pomoci mnou vytvořeného dotazníku, který naleznete v příloze.

Práce začíná vymezením pojmů z oblasti cestovního ruchu, frankofonie a marketingu cestovního ruchu. Dále se zaměřuje na popis zkoumaných zemí, využívající aktuální informace a čísla z pohledu geografického a kulturního, ale také historický pohled na vývoj frankofonie na území. Následuje popis zvolených cestovatelských a zeměpisných periodik: Lidé a země, Magazín Koktejl, Travefocus, Travel Digest, Geo,

National Geographic ČR a Země světa.

Zkoumanými aspekty časopisů, které jsou představeny včetně informací jako je celý titul, podtitul a vydavatel, je formální a obsahová stránka, zaměření, množství článků a jejich styl. Dále se zaměřím na aktuálnost článků, zda se zabývají aktuálním tématem nebo tématem, které není blíže spojené s bodem v čase.

Tato práce čerpá z konkrétních titulů periodik, z odborné literatury z oblasti cestovního ruchu, managementu, lingvistiky a historie frankofonie a cestopisných průvodců zaměřených na hlavní cíl této bakalářské práce a jedná se tedy o jednorázovou a vícedruhovou rešerši¹. Jinak řečeno shrnuje materiál k vytyčenému tématu za stanovené období a obsahuje záznamy dokumentů dvou a více druhů. Čerpáno bylo i z internetových pramenů. Celý seznam bude uveden na konci bakalářské práce.

Pro psaní této práce bylo tedy potřeba nejprve shromáždit korpus článků z periodik, který mi určil směr, kterým se bude tato práce ubírat. Poté následovalo shromáždění další literatury a materiálů, které podpořily tuto práci teoretickými informacemi. Knižní zdroje byly čerpány z Akademické knihovny Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích, Městské knihovny v Táboře a Jihočeské vědecké knihovny v Českých Budějovicích, kde byly knihy a periodika zapůjčeny či oskenovány. Dalšími zdroji byly internetové prameny s aktuálními informacemi a čísla o cestovním ruchu a studovaných zemích a oficiální internetové stránky vydavatelství. Následovalo prostudování zdrojů, jejich roztřídění a počáteční analýza článků na jejichž základě byly vytvořeny grafy a dotazníky, které mi pomohou konfrontovat publikované informace s názory obyvatel daných lokalit. Díky zevrubnému prostudování korpusu článků jsem dokázala vybrat správný postup deskripce článků, tedy seskupit články podle zemí, a ne témat.

Díky studiu daných lokalit jsem mohla účinně rozdělit články na ty, které se věnují obecným tématům, všeobecně známým a tématům vzácnějším, které poskytují nové či aktuální informace.

Nejprve tedy definuji pojmy jako cestovní ruch a frankofonie, charakterizují zkoumaná území z aktuálního i historického hlediska vzhledem k frankofonii území. Dále definuji marketing cestovního ruchu a popíši analyzovaná periodika.

Díky analýze a komparaci s názory obyvatel zjistím, jaký obraz si může čtenář

1 Akademická knihovna JU

utovřit díky prezentovaným informacím a zároveň fakta, která v člancích chybí. Dále bude mým cílem zjistit, kolik prostoru je těmto informacím poskytnuto v časopisech Lidé a země, Magazín Koktejl, Travefocus, Travel Digest, Geo, National Geographic ČR a Země světa v rozmezí let 2010-2015, jaký použitý jazykový styl a jak autoři pracují s cizojazyčnými názvy a slovy zmiňovanými v člancích.

1.2 Obecné vymezení cestovního ruchu

Celá kapitola „1.2 Obecní vymezení cestovního ruchu“ je založeno na knize „Cestovní ruch (základy)“ Jarmily Indrové.

Cestovní ruch² je definován jako opuštění místa trvalého bydliště za účelem rekreace, poznávání, kontaktu s lidmi a dalších. Jedná se o záměrnou změnu prostředí, která poskytuje uspokojení potřeb, například odpočinku, pohybu, poznání, kulturních a estetických zážitků, změny místa, seberealizace a další. Tyto potřeby nejsou uspokojeny v místě stálého bydliště a tak za nimi musí cestovat.

V závislosti na cestovním ruchu můžeme také slyšet termíny jako cestování, rekreace a turistika. Cestování obsahuje cesty, které se do cestovního ruchu nezařazují, například obchodní, služební a studijní cesty. Rekreace je součástí cestovního ruchu a znamená fyzický i duševní odpočinek. Na druhou stranu ovšem rekreací můžeme nazvat i odpočinkové aktivity vykonávané v běžném prostředí účastníka, tedy místě bydliště. Turistika je součástí cestovního ruchu spojená s pobytem v přírodě a využívající jednoduché možnosti ubytování a stravování, často například vlastní stan a jídlo.

V jednání člověka se odrážení potřeby, zájmy, cíle a úmysly. V závislosti na těchto bodech a finančních prostředcích se cestovní ruch může stát měřítkem životní úrovně účastníků.

Cestovní ruch je důležitou součástí spotřeby ve vyspělých státech a ekonomickým fenoménem- aby byla funkčnost cestovního ruchu možná, je potřeba zajistit dodání velkého množství zboží a služeb. Počínaje transportem lidí z místa trvalého bydliště na místo dovolené, ubytováním, stravováním a využitím volného času, který je jejich cílem, konče velkým množstvím podnikatelských příležitostí pro jednotlivce, rozvoj regionálních celků a národních i světových ekonomik. Jde o spojení potřeb a zároveň podnikatelských příležitostí. Můžeme tedy vymezit jednotlivé subjekty, které se podílejí na cestovním ruchu a poskytují služby:

- Subjekty poskytující ubytování a lázeňské služby
- Stravovací podniky

2 INDROVÁ, Jarmila. Cestovní ruch: (základy). Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2007, 119 s. ISBN 978-80-245-1252-5.

- Dopravní podniky
- Subjekty poskytující cestovní služby, např. cestovní kanceláře a agentury
- Sportovně-rekreační zařízení
- Subjekty poskytující zvláštní služby, např. průvodcovské, překladatelské
- Subjekty prodávající a vyrábějící turistické produkty
- Subjekty zprostředkovávající další služby, např. Pronájem aut či směnárna
- Subjekty zprostředkovávající reklamu a propagaci

Na cestovní ruch nelze pohlížet jen z jednoho úhlu a proto k jeho zkoumání uplatňujeme více přístupů.

- Ekonomický: Cestovní ruch jako ekonomické procesy vedoucí k zajištění účasti a jeho účinků na ekonomiku všech geografických území.
- Ekologický: Vztah cestovního ruchu a životního prostředí, jeho ochrana a hodnocení potenciálu území.
- Geografický: Cestovní ruch a jak je spjatý s geografickým prostředím a jeho význam pro rozvoj cestovního ruchu, jaký vztah je mezi místem bydliště a cílovou lokalitou cestovního ruchu.
- Sociologický a psychologický: Tento přístup se soustředí na vztah cestovního ruchu a člověka, jeho potřeb, motivů účasti, vztahy mezi lidmi, hlavně vztahy mezi účastníky cestovního ruchu a místními obyvateli dané lokality.

Další vědní disciplíny spjaté s cestovním ruchem jsou například klimatologie, hydrologie, demografie, epidemiologie, ekonomika obchodu, kultury, stavebnictví, dále finance a práva. Musíme tedy cestovní ruch chápat jako spojení velkého množství oborů a společenských souvislostí.

1.2.1 Definice

Jelikož se cestovní ruch dotýká velkého množství oborů a můžeme na něj pohlížet z různých úhlů, je obtížné ho přesně definovat. Jeho definice se mění v samotném průběhu jeho vývoje a závisí na tom, jak ho kdo pojme. Autoři definic se

snaží zdůraznit různé stránky tohoto jevu a v mezích různých vědních disciplín a tak můžeme nalézt nekonečné množství oficiálně vydaných popisů.

Nejdůležitější je ovšem definice, vydaná při příležitosti Mezinárodní konference o statistice cestovního ruchu v červnu 1991 v Ottavě, pořádané Světovou organizací cestovního ruchu (WTO). Bylo zde řečeno, že cestovní ruch významně ovlivňuje světový obchod, ekonomický, kulturní i sociální rozvoj zemí, a i přes pokusy odborníků se nepodařilo ho přesně vymezit a zajistit přesné statistické sledování. V Ottavě tedy představitelé 91 zemí podali návrh na unifikaci základních pojmů souvisejících s cestovním ruchem. Jeho cílem bylo sjednotit terminologii a tím umožnit jednotný sběr a zpracování statistických dat.

Oficiální definice WTO, vydaná v rámci International Conference on Travel and Tourism Statistic, Conference Resolutions WTO, Madrid, červenec 1991:

Cestovní ruch je definován jako činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí (mimo místo bydliště) a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.³

Doba tohoto pobytu je stanovena na kratší dobu než 1 rok u mezinárodního a 6 měsíců u národního cestovního ruchu. Za cestovní ruch tedy podle této definice nemůžeme považovat cesty v blízkosti místa trvalého bydliště, pravidelné cesty do zahraničí, dočasné přistěhování za prací a dlouhodobé migrace.

Nejednotnost definic a dělení jednotlivými odborníky neumožňuje přesně vymezit cestovní ruch. Průřezově lze ale cestovní ruch členit podle těchto kritérií:

- motivace k účasti na cestovním ruchu
- místo rekreace
- vztah k platební bilanci státu

³ Zdroj: International Conference on Travel and Tourism Statistic. Conference Resolutions WTO, Madrid, červenec 1991; český překlad z: INDROVÁ, Jarmila. Cestovní ruch: (základy). Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2007, 119 s. ISBN 978-80-245-1252-5.

- délka pobytu
- druh cestování a ubytování
- počet účastníků
- jak je pobyt financován
- věk účastníků
- prostředí pobytu
- ostatní kritéria

1.2.2 Typy cestovního ruchu

Cestovní ruch můžeme dělit podle motivace účastníků.

- *Rekreační cestovní ruch* : Účastník cestuje do vhodného rekreačního prostředí, kde může nabýt nových duševních i fyzických sil pomocí koníčků, sportovních aktivit a zájmů, které mohou být provozovány v přírodě. Například houbaření, zahrádkaření, ale i chataření a chalupaření.
- *Kulturně poznávací cestovní ruch* : Základem je poznávání kultur jiných národů, jejich historie, tradic a zvyků, což zahrnuje návštěvy historických památek, kulturních zařízení jako je muzeum či galerie, kulturních akcí (divadlo, festivaly) a kulturních krajín (parky, zahrady).
- *Cestovní ruch s náboženskou orientací* : Neboli poutní turistika. Hlavní cíl je návštěva poutních míst a církevních památek.
- *Se vzdělávacími motivy* : Do této kategorie bychom mohli zahrnout všechny typy cestovního ruchu, jelikož se jedná o poznávání něčeho nového- kultur, přírody, apod. Můžeme ovšem najít zájezdy speciálně zaměřené na vzdělávání se, například výuku jazyků, sportů, vědeckých činností, které se odehrávají v místě s odborným programem, vedením a podklady.
- *Se společenskými motivy* : Jde o cestovní ruch zaměřený na komunikaci a styky mezi lidmi, například návštěvy přátel či příbuzných, návštěvy společenských akcí, které často spojují lidi se společným zájmem a podobným stylem trávení volného času.

- *Zdravotně orientovaný* : Je zaměřen na zdraví účastníků, jejich rehabilitaci, prevenci a rekonvalescenci pomocí zdravotních aktivit. Je čím dál více důležitější částí cestovního ruchu díky uvědomění obyvatelstva v oblasti zdraví a zdravého způsobu života.)
- *Sportovně orientovaný* : Jedná se o cestovní ruch s cílem udržet si fyzickou kondici, kde nejde jen o typické sportovní aktivity, ale také např. Lovecká turistika ⁴
- *S motivy poznávání přírodního prostředí* : Účastník se vypravuje do přírody, zejména chráněných území jako jsou národní parky a rezervace.
- *S dobrodružnými motivy* : Tento typ cestovního ruchu je spojen s adrenalinovými aktivitami, je tedy spojen s riskováním a testováním fyzických a psychických limitů. K takovým aktivitám patří i rafting a bungee-jumping.
- *S profesními motivy* : Jedná se o cestovní ruch spojený s prací účastníka, často probáhaný v jeho pracovní době, jehož podkategorie jsou: ⁵
 - *Obchodní cestovní ruch* : Zahrnuje služební cesty s cílem výměny obchodních kontaktů a jednání mezi firmami.
 - *Kongresový cestovní ruch* : Jedná se o kongresy, konference a semináře, při kterých si odborníci mohou vyměnit odborné informace.
 - *Cestovní ruch veletrhů a výstav* : Cílený na odbornou i laickou veřejnost, vystavovatele i návštěvníky, kde je možné představit novinky na trhu produktů a služeb, informovat a získat kontakty.
 - *Incentivní cestovní ruch* : Cestovní ruch s cílem zlepšit vztahy se zaměstnanci či se zákazníky.
- *Specificky orientovaný cestovní ruch*

4 https://is.mendelu.cz/eknihovna/opory/zobraz_cast.pl?cast=44498

5 https://www.mmr.cz/getmedia/efcd9671-4737-427b-bab5-1b6be507e800/GetFile10_1.pdf

Cestovní ruch dále můžeme dělit na:

- Dlouhodobý (nejméně 3 přenocování, ale ne více než 6 měsíců v DCR a 1 rok v ZCR)
a
- Krátkodobý (do 3 přenocování)

- Organizovaný (cesta a pobyt zajištěny cestovní kanceláří či jiným zprostředkovatelem, účastník si kupuje ucelený zájezd)
a
- neorganizovaný (účastník si zajišťuje veškeré služby sám)

- Individuální (účastník si zjišťuje vše potřebné, cestuje sám nebo s rodinou)
a
- Skupinový (Hromadně cestuje více lidí, skupina lidí, často se společným zájmem. Cesta a ubytování je zajišťován hromadně pro celou skupinu.)

Dalšími kritérii může být například roční období, způsob ubytování, použitý dopravní prostředek a další.

1.2.3 Služby

1.2.3.1 Ubytování

Ubytovací služby jsou základem pro cestovní ruch a jeho rozvoj, jelikož se jedná o nabídku přechodného ubytování mimo trvalé bydliště. Zároveň je rozvoj těchto zařízení ovlivňován změnami politickými, hospodářskými i sociálními v dané oblasti. Často samo ubytování může plnit cíl cesty, pokud se jedná o objekt zvláštní svými službami či kulturní hodnotou.

1.2.3.2 Stravování

Cestovní ruch je spojen s další službou, a to stravováním, které uspokojuje základní potřebu během cestování i během doby pobytu v daném místě. Kromě uspokojení potřeb může účastník seznámit se specifickým kulturním prvkem-

gastronomií dané oblasti, což se může stát samotným cílem cestování, protože se jedná o kulturní dědictví gastronomie. Je ovlivněna geografickou polohou, náboženstvím, tradicemi, vlivy cizích zemí a historickým vývojem.

1.2.3.3 Doprava

Doprava je důležitou součástí cestovního ruchu- umožňuje přemístování se do cílové destinace. Účastník požaduje, aby cesta proběhla rychle, bezpečně a pohodlně, aby bylo zajištěno dostatečné množství dopravních prostředků v dostatečných časových intervalech a za cenu, která je úměrná kvalitě.

Dopravu můžeme využít leteckou, která je výhodná z pohledu rychlosti; dále silniční, vodní, železniční a další, zvláštní, které jsou využívány zvláště účastníky cestovního ruchu (lanovky, lyžařské vleky a další).

Stejně jako gastronomie, i doprava a dopravní prostředky samy o sobě mohou představovat samotný cíl cestovního ruchu (vyhlídkové lety, jízda historickými dopravními prostředky, projížďky po souši i po moři, a jiné)

1.2.3.4 Kulturní dědictví

Kultura, hmotná (movitá: umělecká díla, nemovitá, architektura, řemesla) i nehmotná (duchovní: národní tance, zvyky, písně, a jiné), je neoddělitelnou součástí země a často je cílem účastníků turistického ruchu. V každé zemi má kulturní dědictví specifický charakter díky rozdílným historickým a geografickým podmínkám.

Památky mohou účastníci turistického ruchu najít buď na původním místě (např.hrady), nebo na jiném místě, ve sbírkách (v galeriích, muzeích). Památky můžeme dělit na:

- Archeologické
- Architektonické- které se dále dělí na památky profánní, neboli světské (hrady, zámky, domy, a jiné) a sakrální, neboli církevní (kostely, katedrály, atd.).
- Sochy, kašny, drobná díla
- Lidová architektura
- Technické památky
- Vojenské, historické a kulturně historické
- Zahrady a parky

V mezinárodním prostoru je důležitým dokumentem Evropská kulturní úmluva (1954), která dává základ mezivládní spolupráci v kulturních oblastech zemí (mezikulturní výchova, organizace uměleckých výstav, ochrana evropského dědictví, zakládání evropských kulturních itinerářů, atd.). Dále Úmluva na ochranu archeologického dědictví (1992) a Úmluva na ochranu architektonického dědictví Evropy (1985).

Důležitou roli hraje též UNESCO- speciální organizace OSN, zabývající se výchovou, vědou a kulturou. Jedním ze základních úkolů této organizace je pečovat o kulturní dědictví, přispívat k jeho poznávání a navrhuje státům lepší zajištění ochrany jejich národních památek pomocí mezinárodních úmluv a dokumentů s různými stupni právní závaznosti.

1.3 Frankofonie frankofonní země

Tato kapitola je založena na knize „La francophonie dans le monde 2006-2007“ Christiana Valantina a „Francouzština v Evropě“ Jana Holeše a Jaromíra Kadlece.

Frankofonie (s velkým F) je skupina vlád, zemí, oficiálních úřadů, které se hlásí k francouzštině jako k pracovnímu jazyku, nebo které její používání podporují. Oproti tomu frankofonie (s malým f) značí skupinu národů nebo mluvčích, které francouzský jazyk používají v každodenním životě a to částečně či výhradně.

Pozici francouzštiny můžeme zkoumat z pohledu různých typologií, ale dle současných vědců nezohledňuje ani jedna složitost situace a jsou z dnešního hlediska nedostatečné.

V knize „Francouzština v Evropě“ Jan Holeš a Jaromír Kadlec citují spisovatele Willyho Bala. Dle autora Bala ⁶ francouzština zažila 3 důležité fáze (jedná se ovšem více o historický pohled, z dnešního pohledu je tato typologie nedostatečná): *Superpozice, import, expanze kulturním rozmachem a implantace*. *Superpozice* znamená, že se francouzština stala většinovým a úředním jazykem, mluvilo se jím ve školách, a při mezinárodních vztazích. *Importem* se rozumí expanze založená na přesunu obyvatelstva (například do Kanady, Luisiany, na Haiti či Réunion). *Expanzí kulturním rozmachem* považujeme jev, kdy je jazyk používán určitou společenskou vrstvou (například v Lucembursku, Rusku, Polsku, Rumunsku). *Implantace* znamená, že se jazyk stal mateřským jazykem užívaným velkým počtem obyvatel nového území.

Dále Jan Holeš a Jaromír Kadlec uvádějí Valdmanovu typologii, která tvrdí, že jazyk může být *dorozumívací*, tedy že francouzština je jedním z neoficiálních jazyků, kterými lidé v dané zemi mluví (případ mnohých afrických zemí). Dále může být jazyk a jeho další varianty *běžně užívaný*, ale úřední jazyk je jiný (Ontario). A poslední variantou je, že jazyk je *úředním jazykem země a je také běžně používán* (Québec, Valonsko, Francie, švýcarské kantony). Tato typologie je ale jednostranná a nezohledňuje složitost situace, a to skutečné chování mluvčích.

⁶ HOLEŠ, Jan a Jaromír KADLEC. *Francouzština v Evropě*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005. Monografie. ISBN 80-244-1049-4

Autoři knihy „*Francouzština v Evropě*“ tvrdí, že problém Chaudensovy typologie tkví v jednotné kvalifikaci podkladových údajů. Tato typologie má podobu grafu. Vodorovná linka znázorňuje míru korpusu (proměnné jako forma osvojování francouzštiny, její šíření jako běžný jazyk, její aktivní používání) a na svislé lince najdeme stupeň statutu (právní postavení francouzského jazyka, použití v oficiálních textech, soudnictví, náboženství, školství). Země dále získávají body za tyto hlediska a ty jsou zobrazovány v grafu.

Frankofonní země (země, kde je úředním jazykem francouzština), jsou buď jednojazyčné, nebo vícejazyčné. V některých zemích funguje více jazyků vedle sebe, v jiných jediný mluvčí střídá jazyků více.

Frankofonní člověk (francophone) je dle definice člověk, který je schopný v běžných situacích reagovat ve francouzštině

Částečný frankofonní člověk (francophone partiel) znamená zmenšenou schopnost komunikovat ve francouzštině, která mu poskytuje limitovanou možnost komunikovat v běžných situacích.

Francie se dlouhodobě snaží podporovat šíření a užívání francouzštiny. Tvrdí, že je nutné posilovat běžné užívání tohoto jazyka a tedy počet frankofonních lidí (například novými technologiemi a sdělovacími prostředky) a ne její statut.

Existuje organizace, která spojuje frankofoní země a poskytuje kulturní a mediální zázemí. Organizace francouzsky hovořících zemí je složena z 57 členů a 23 pozorovatelů. Tato organizace se snaží udržet kulturní rozmanitost frankofonních zemí a rozšiřovat ji. 2. listopadu 2001 se konala Konference organizace UNESCO kde byla jednohlasně přijata Všeobecná deklaráce o kulturní rozmanitosti (Déclaration universelle sur la diversité culturelle). Tato deklaráce podporuje filmové produkce, výstavy, divadelní představení, festivaly a asociace, které se snaží o šíření frankofonních kultur.⁷

V dnešní době jsou média velmi silným prostředkem ve sdílení informací a také pomocníkem při výuce jazyků. To Organizace francouzsky hovořících zemí ví a podporuje všechny druhy mediálních prostředků. Velká část frankofonního tisku dnes zůstává pouze na daném území, můžeme ale najít i tisk, který překročil hranice a těší se

⁷ VALANTIN, Christian. *La francophonie dans le monde 2006-2007*. Paris: Nathan, c2007. ISBN 978-2-09-882177-4

mezinárodnímu zázemí a odbytu (RFI, AFP). Co ale můžeme považovat za největší úspěch je stanice TV5, která dosáhla úspěchu v oblasti tisku, televizního vysílání, ale i rádia a díky uzpůsobenosti pro čtenáře, diváky a posluchače všech jazykových úrovní je neocenitelnou součástí prostředků pro rozvoj jazykových schopností jednotlivce.

Nyní krátký seznam dalších mediálních prostředků a organizací, které pomáhají šířit frankofoní kulturu:

Televize

Jedná se o sdělovací prostředek přenášející obrazové i zvukové informace ⁸, které ve formě písní, filmů, zpráv či vzdělávacích pořadů pomáhají rozvíjet jazykové znalosti a schopnosti diváků.

- Canal France International
- EuroNews
- MCM (Ma chaine musicale)
- Canal+ Horizons
- Espace francophone
- France 24

Rádia

Stejně jako televize, jde o sdělovací prostředek, ovšem přenášející jen zvukové informace, jejich účel je stejný jako u televize.

- RFI
- MFI (agence multimédia de RFI)
- Africa n°1
- Radio Mediterranée International

⁸ <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/televize>

Tiskové agentury

Dle slovníku mediální komunikace je tisková agentura „mediální organizací, která se zabývá získáváním, zpracováním, ukládáním a šířením textových, obrazových, zvukových či audiovizuálních informací. Produkci tiskové agentury za úplaty odebírají jiná masová média nebo státní i soukromé instituce a jednotlivci.“⁹

- Agence France Presse (AFP)
- Agence Panapress
- Agence Syfia

Profesní sdružení

„Regroupements professionnels“ sdružuje skupiny dle mediálních prostředků a jejich druhové blízkosti (např. skupina televizních společností, rádiových, a jejich kooperace v rámci sdružení) s cílem spolupráce a komunikace.

- Conseil international des radios et télévisions d'expression française
- Communauté des télévisions francophones
- Les radios francophones publiques (RFP)

Asociace

Jedná se o sdružení více organizací.

- Union internationale de la presse francophone (UPF)
- Association internationale de la presse francophone (AIPF)

9 REIFOVÁ, Irena. Slovník mediální komunikace. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, ISBN 80-7178-926-7

Instituce

- Les ministères en charge de la coopération dans les pays du N (Belgique, Canada, France, Suisse)
- Les structures internationales (Banque mondiale, UNESCO, UE)
- Organismes non gouvernementaux (Fondation Friedrich Elbert)
- Organizace francouzsky hovořících zemí (Organisation internationale de la Francophonie (OIF))

Nyní se blíže zaměříme na frankofonii daných územních celků.

1.3.1 Francouzština v Evropě a prezentace jednotlivých zemí

Evropa je druhý nejmenší kontinent světa rozprostírající se mezi pohořím Ural, tvořícím východní hranici, a Atlantským oceánem na západě. Právě větry vanoucí od moře a teplý mořský proud, zvaný Severoatlantský Golský proud, ovlivňují podnebí na západě Evropy, které je mírné s častými dešti. Ve středozeší, odděleném od severu pohořímí (Pyreneje, Karpaty a Alpy) jsou mírné zimy a teplá léta. Střední Evropa je tvořena nížinou, ve které divoká příroda a lesy ustoupily zemědělské půdě a je to oblast horkých lét a velmi chladných zim. Na severu Evropy najdeme Skandinávský poloostrov, jež nalezneme mezi Baltským, Severním, Norským a Barentsovým mořem, na západě Pyrenejský, ve středozeší dále Apeninský a Balkánský poloostrov. U severozápadního pobřeží Evropy najdeme největší ostrov Evropy, Velkou Británii.

Evropská příroda je z důvodu rozmáhajícího se průmyslu, zemědělství a měst značně omezena a tudíž ne tak rozmanitá. I přesto v různých druzích lesů nalezneme nejrozumnější živočichy. Na severu, v tundře tvořené mechy a lišejníky, potkáme soby, husy či sovce sněžné. Níže, ve smrkových a březových lesích, najdeme medvědy a vlky, a v mírném pásmu, ve smíšených lesích je možné pozorovat mnoho druhů ptáků, veverky, kance a vysokou zvěř. Střední Evropa je domovem například sokolům, orlům, koroptvím, myším či krtků, Alpy dále svišťům a kamzíků a Středozeší hadům,

ještěrkám a želvám.¹⁰

V Evropě nalezneme 5 států, které používají francouzštinu jako úřední jazyk: Belgie, Lucembursko, Švýcarsko, Monako a Francie, z nichž posledním státem se zabývat nebudeme. Ostatní čtyři země budeme stručně charakterizovat

Zabývat se budeme částečně i historickým vývojem země, abychom pochopili vlivy, jakými byla a je země ovlivněna, což může částečně vysvětlit francouzštinu jako oficiální jazyk a zároveň její současnou kulturu.¹¹

¹⁰ *Velká encyklopedie zeměpisu : kompletní průvodce státy celého světa, jejich kulturou a populací.* 2. české vyd. Praha: Svojtka & Co., 2003. 640 s.: il., fot., pl., gr., mp., rejstř. ISBN 80-7237-939-9

¹¹ HOLEŠ, Jan a Jaromír KADLEC. *Francouzština v Evropě.* 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005. Monografie. ISBN 80-244-1049-4

1.3.1.1 Belgie

Belgie, čili Belgické království, je konstituční monarchií, jejímž hlavním městem je Brusel a rozkládá se na 30 528 km². Belgie sousedí s Lucemburskem, Nizozemskem, Německem a Francií a v jejím čele stojí jeho výsost král Filip Belgický. Předsedou vlády je Charles Michel.¹²

V roce 2014 byla Belgie obydlena 11 300 000 obyvateli, kteří se dorozumívají třemi oficiálními jazyky: nizozemštinou, němčinou a francouzštinou, vyznávají islám, katolickou, protestantskou a židovskou víru a platí eurem. Belgie patří k nejhustěji zalidněným evropským zemím, s 315 osobami na km² je hustota osídlení třikrát vyšší než ve Francii. 8,2% obyvatel je cizinců, přistěhovalců.

Belgie se dělí na 3 regiony (Vlámský, Valonský a Bruselský), ty se dále dělí na 10 provincií:

- Antverpy
- Vlámský Brabant
- Východní Flandry
- Západní Flandry
- Limburk
- Valonský Brabant
- Henegavsko
- Lutych
- Namur
- Lucemburk

V historii Belgie můžeme najít několik okamžiků, které jsou pro francouzštinu na tomto území velmi důležité a vysvětlují udržení francouzštiny jako jednoho z úředních jazyků.

Již ve středověku byla vytvořena jazyková hranice mezi Valony a Vlány, která

¹² <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/dossiers-pays/belgique/presentation-de-la-belgique/>
<http://global.britannica.com/place/Belgium>

však neodpovídala žádnému geografickému ani politickému rozdělení. Dlouho se vědci snažili vysvětlit vznik této hranice.

Důležitým obdobím pro Belgii byla vláda Karla V. Habsburského (1500-1558), který sjednotil velké území 17 provincií. Důležitým faktem je, že byl polygot (traduje se jeho výrok: „S Bohem mluvím španělsky, s ženami italsky, s muži francouzsky a se svým koněm německy“), a že s výjimkou komunikace s vlámskými městy stanovil úředním jazykem francouzštinu. Možná právě díky této politice a vedení panovníka vznikaly první francouzsko-vlámské slovníky a gramatiky francouzského jazyka.

Od roku 1795, kdy Francie připojila Belgii ke svému území, byl stanoven zákaz používání nizozemštiny ve státní správě, školství, soudnictví a tisku. I přesto v roce 1830 bylo v zemi pouze 15% francouzsky mluvících obyvatel. Po Francouzské revoluci se Belgie snažila osamostatnit a jediným úředním jazykem byla francouzština, která se používala ve školství a soudnictví a byl to jazyk elity, jakožto jazyk osvícenství a civilizace.

V tento okamžik se rozběhla tzv. „Jazyková válka“, neboli spory o jazyku po revoluci. V tomto období byli největší nepřátelé lidu právě pofrancouzštění a frankofilští Vlámové. Cílem tohoto sporu bylo ustanovení vlámsštiny úředním jazykem soudnictví a školství, a aby úředníci a území Vlámška ovládali vlámsštinu. Vlámové také chtěli založit Vlámskou akademii.

Vlámové postupně dosáhli zrovnoprávnění svého jazyka s francouzštinou a až v roce 1932 skončila éra francouzštiny jako jazyka společenské elity a zákonem vyhlášeným úředním jazykem Valonska se stala vlámsština.

Dlouho fungovala i pohyblivá jazyková hranice. Ta se posouvala podle počtů mluvčích na jednotlivých územích, proti čemuž v 60. letech protestovali Vlámové, jelikož se hranice každý rok posouvala v jejich neprospěch. Hranice nakonec byla pevně stanovena v roce 1962.

Změnou ústavy 1993 (v platnost vstoupila 1.ledna 1995) se Belgie stala federací tvořenou třemi již zmíněnými hospodářsky nezávislými regiony (Vlámský region, Valonský region, Region Hlavní město Brusel) rozdělenou na tři jazyková společenství: (Francouzské společenství (Communauté française), Vlámské společenství (Communauté flamande), Německy mluvící společenství (Communauté germanophone). Článek 4 změny z 24.prosince 1970 ústavy vymezuje tři jazykové

regiony (régions linguistiques):

- Nizozemský jazykový region (région linguistique néerlandaise)- Antverpy, Vlámský Brabant, Západní Flandry, Východní Flandry, Limburk
- francouzský jazykový region (région linguistique française)- Valonské provincie: Valonský Brabant, Hainaut, Lutych, Lucembursko, Namur
- Německý jazykový region (région linguistique allemande)- německy mluvící obce : Kelmis, Eupen, Lontzen, Raeren, Bütgenbach, Büllingen, Amel, Sankt-Vith, Burg-Reuland

Dále můžeme také narazit na takzvaný Dvojjazyčný jazykový region (région linguistique bilingue- 19 obcí v bruselské aglomeraci, což je výsledek kompromisu mezi hlavními jazykovými společenstvími žijícími v Belgii.

Belgie prošla velkou proměnou v posledních letech a její situace se ustálila po stanovení pevných vnitřních hranic. Belgie je v tomto ohledu unikát, jelikož soužití je založeno na kompromisech. Ovšem obě hlavní jazyková společenství spolu moc nekomunikují a nevěří si, a proto je otázkou, jak dlouho tato situace vydrží.

Co se týče nynějšího jazyka se standardní francouzská francouzština a belgická francouzština liší hlavně proto, že belgická je ovlivněna nizozemštinou a dalšími románskými jazyky (archaismy, dialektismy), ale nyní můžeme sledovat přiblížení se obou francouzštin.¹³

Z ekonomického hlediska je Belgie velmi pestrá. Důležitými sektory jsou zemědělství, finanční služby, obchod, průmysl, ale také věda a výzkum (biotechnologie, farmacie, informační a komunikační technologie). Tradiční byla výroba ocele a chemikálií. Tu dnes ovládají hlavně nadnárodní společnosti, stejně jako v Lucembursku. Antverpy a Flandry jsou světově známé jako regiony obchodující s diamanty. Důležitý pro tuto zemi je také turistický ruch.

Již v historii byla Belgie důležitou zemí pro rozvoj kultury, a to ve všech

13 HOLEŠ, Jan a Jaromír KADLEC. *Francouzština v Evropě*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005. Monografie. ISBN 80-244-1049-4

oblastech. Je to země malířů Petera Paula Rubense, Jana van Eycka či Reného Magritta a spisovatele Georgese Simenona. Belgie je také známá pro svůj komiks. Belgie dala světu Tintina (Hergé) a Šmouly (Peyo).

Tato země měla čím umělce inspirovat. Zvlněná krajina přecházející v kopce, divoká krajina nabízející rozmanitou faunu a flóru- řeky, moře a lesy které inspirují nejen umělce, ale i turisty k pěším túrám a výletům do všech koutů Belgie.

Ač relativně malá země, Belgie se honosí množstvím hradů a zámku jako žádná jiná evropská země. Architektura těchto hradů a zámků je různorodá, od zřícenin po paláce z 19.století a nabízejí tak turistům další možnost jak využít svůj volný čas.

Turisté Belgie vyhledávají nejen velká historická města, ale cestují také za gastronomií do více či méně odlehlých lokalit.¹⁴

1.3.1.2 Lucembursko

Lucembursko , nebo také Velkovévodství lucemburské, je konstituční monarchií s hlavním městem jménem Lucemburk. Dnes na trůně sedí Jindřich I. Lucemburský a předsedou vlády je Xavier Bettel. Lucembursko sousedí s Belgií, Francií a Německem

Lucembursko se rozláhá na 2 586 km² a jeho obyvatelstvo, které v roce 2014 čítalo 556 000 osob, mluví lucemburštinou, němčinou a francouzštinou a většina vyznává katolickou víru.¹⁵

V Lucembursku najdeme 3 okresy, které se dělí na 12 kantonů a v nichž se nachází 118 obcí. Lucembursko je zemí Evropské unie s nejvyšším podílem cizinců (38,1%), kteří pocházejí většinou z Portugalska, Francie, Itálie, Belgie a Německa. K povinnosti cizinců , kteří žádají o občanství, patří aktivní znalost alespoň jednoho ze tří úředních jazyků (němčina, francouzština a lucemburština). Ovšem dále je podmínka taková, že kdo umí francouzsky, musí doložit ještě základní znalost lucemburštiny, ale ten, kdo umí dokonale lucembursky, nemusí umět další jazyk.

Z historického hlediska je francouzština v Lucembursku velmi hluboce zakořeněna. Již ve 14.století se v Lucembursku mluvilo francouzsky a německy. Během první francouzské revoluce za vlády Ludvíka XIV. se stala francouzština jediným úředním jazykem a za Velké francouzské revoluce byla její pozice ještě posílněna.

¹⁴ MASON, Antony. *Belgie a Lucembursko*. Vyd. 1. Praha: Ikar, 2011. 352 s. ISBN 978-80-249-1560-9 · il.

¹⁵ <http://global.britannica.com/place/Luxembourg>

Během této periody však lucemburština stále žila a mluvila jí většina obyvatelstva. V roce 1839 bylo Lucembursko rozděleno na dvě části: na lucemburském území se mluvilo jen lucemburštinou a francouzština byla vytlačována němčinou. Avšak politická situace ovlivnila uvažování německých úředníků a byla důvodem k zavedení francouzštiny jako jazyka státní správy, soudnictví a politického života. Během druhé světové války ztratil francouzský jazyk svou pozici, jelikož se obyvatelé shodli, že jediným oficiálním jazykem bude lucemburština, do které přimíchali francouzská slova.

I tak je nyní francouzština důležitým jazykem. Jednání parlamentu probíhá většinou v lucemburštině, s výpůjčkami z francouzštiny (*Congé péal*) a němčiny, ale zákony jsou vydávány pouze ve francouzštině. Stejně tak jednání soudu probíhá v lucemburštině, ale zápisy jsou psané ve francouzštině nebo němčině. V každodenním životě mají občané právo jednat s lucemburskými úřady ve všech třech úředních jazycích.

Výuka jazyků je v Lucembursku velmi důležitá a má svou specifickou podobu. Lucemburské děti od 4 do 6 let navštěvují povinně mateřskou školu, kde se mluví lucembursky, a v první třídě se začínají učit němčinu, v druhé třídě francouzštinu. Že je výuka jazyků opravdu důležitá, můžeme soudit dle faktu, že výuce jazyků v Lucembursku je věnováno 50% vyučovacích hodin. A pokud se někdo rozhodne být učitelem na střední škole, musí se povinně vydat studovat do ciziny.

Dlouhou dobu v Lucembursku chyběla univerzita, kde by studenti získávali celé vysokoškolské vzdělání. Mohli získat pouze diplom o získání specializovaného vysokoškolského vzdělání ve více oborech a tak studenti studovali ve všech sousedských zemích. Až teprve ve školním roce 2003-2004 přijala univerzita své první studenty.

Lucembursko je jeden z mála států, kde bez problému fungují 3 úřední jazyky a území není rozděleno na jazykové celky- všechny 3 jazyky jsou používány rovnoměrně a výběr jazyka závisí na typu a funkci sdělení.

Lucemburská francouzština je ovlivněna lucemburštinou a němčinou a má velmi blízko k francouzštině užívané v Belgii.¹⁶

Stejně jako Belgie je Lucembursko zvlněnou zemí, jehož hlavní město se tyčí nad územím a shlíží na něj ze strmého skalnatého útesu. A stejně jako v Belgii je příroda

16 HOLEŠ, Jan a Jaromír KADLEC. *Francouzština v Evropě*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005. Monografie. ISBN 80-244-1049-4

divoká a rozmanitá s bohatou faunou a flórou.

Lucembursko bylo kdysi známé pro své tradiční odvětví výroby oceli, které dnes nahradily finanční služby, pojišťovnictví a bankovníctví, které jsou nyní hlavní ekonomickou aktivitou země.

Pro turisty je hlavním cílem Lucemburk, hlavní město, ale také národní park Malé Švýcarsko.¹⁷

1.3.1.3 Švýcarsko

Čili Švýcarská konfederace, jejímž hlavním administrativním městem je Bern, ovšem oficiálně žádné město není hlavní. Švýcarsko je děleno na 26 kantonů, vládne mu Spolková rada o sedmi členech, ve které se prezident mění každý rok: pro rok 2016 jím byl Johann N.Schneider-Ammann, od 1.ledna 2017 je to Doris Leuthard.

V zemi o rozloze 41,285 km² bydlí 8184 obyvatel, kteří platí švýcarským frankem a mluví francouzsky, německy, italsky a místy rétorománsky.

Je to bohatá země díky strategické poloze ve středu západní Evropy, své politické stabilitě a také je pověstná svou důvěryhodností.¹⁸

Na území se nachází 4 významné jazykové oblasti, jejichž hranice zůstávají po tisíciletí neměnné. Vyskytly se sice spory o umístění těchto hranic a jazyků, ale situace není tak vyhrocená jako v Belgii možná proto, že se Švýcarsko pyšní velkým počtem zákonů, které mají vliv na jazykovou politiku. Největší je oblast německá- jen pět kantonů z 23 nemá němčinu jako úřední jazyk. Naopak Suisse romande (francouzské Švýcarsko) zahrnuje částečně 6 kantonů, a přibližně pětina obyvatel Švýcarska je frankofonních. Navíc i v Bernu, který je úředně dvoujazyčný, žije pouze 7,6% frankofonních obyvatel oproti 84% germanofonních.

Jelikož je francouzština regionálním jazykem, nalezneme ve Švýcarsku mnohé francouzských nářečí příslušejících k langue d'oïl a frankoprovincálskému (nářečí : Evolène ; Crésuz ; Miércourt).

V současnosti má jazyková politika určitá pravidla. Ve federálním shromáždění v Bernu jsou zastoupeny všechny národní jazyky a federální poslanci se tak mohou vyjadřovat jakýmkoli jazykem, nejužívanějším je němčina. Ve spolkové radě je

17 KOVAL, Josef. 2011. Belgie a Lucembursko: společník cestovatel. Praha: Ikar. ISBN- 978-80-249-1560-9.

18 <http://global.britannica.com/place/Switzerland>

akceptována pouze standardní němčina a francouzština a všichni poslanci by měli být minimálně bilingvní, jelikož tam není zařízení pro simultánní tlumočení.

Veškeré federální zákony jsou vyhlašovány a zveřejňovány ve francouzštině, němčině a italštině a všechny tři verze mají platnost originálu.

U federálního soudu mají občané právo užívat rodného jazyka, rozhodnutí je však vydáváno pouze v jednom jazyce, a to jazyce žalované strany.

Dopravní značení je psáno v jazyce užívaném v dané obci. U vícejazyčných obcí se užívá jazyk většiny, a když menšina tvoří alespoň 30%, je označení dvojjazyčné.

Pierre Knecht v roce 1993 zveřejnil 4 body specifik švýcarské frankofonie:

- Francouzština je velmi často přijímána jako jazyk konverzace.
- Předčasně vymizela nářečí a to i ve venkovských oblastech.
- Ve Švýcarsku se velmi časně zajímali o nářečí jako o objekt vědeckého zkoumání.
- V rámci frankofonních států zde byl sepsán první slovník věnovaný regionální variantě francouzštiny odpovídající kritériím moderní lexikologie.

I přes to všechno je faktem i to, že frankofonní Švýcarsko (la Suisse romande) institucionálně, administrativně a politicky neexistuje.¹⁹

Dnešní Švýcarsko je vyhledávané hlavně pro svá horská střediska a všudepřítomnou horskou divokou přírodu, která je díky síti železniční dopravy dostupná pro všechny. Švýcarská veřejná doprava je důmyslná a díky ní se lidé levně a rychle dostanou do všech koutů země, včetně řady horských vrcholů.

Velmi důležitou částí švýcarské ekonomiky je turismus, o čemž svědčí i snaha Švýcarska o vytváření zajímavých turistických cílů a atrakcí, zakládání agentur a propagace Švýcarska jako turistické destinace v cizích cestopisných publikacích. Další součástí je hodinářství a strojírenství obecně, farmacie či finanční služby.²⁰

19 HOLEŠ, Jan a Jaromír KADLEC. *Francouzština v Evropě*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005. Monografie. ISBN 80-244-1049-4

20 TELLER, Matthew. *Švýcarsko : [turistický průvodce]*. 1. vyd. Brno: Jota, 2011. 515 s., [8] s. obr. příl. ISBN 978-80-7217-896-4 · il.

1.3.1.4 Monako

Nebo také Monacké knížectví (konstituční monarchie), s hlavním městem jménem Monako, je se svou rozlohou 2,02 km² druhou nejmenší nezávislou zemí Evropy. Hlavou státu je princ Albert II a ministrem státu je Michel Roger.

Monako obývá 36 950 obyvatel, většinou patřící k římskokatolické církvi, oficiálním jazykem je francouzština a platí se zde eurem.^{21 22}

Kromě Francie je Monako jedinou zemí, kde je francouzština jediným úředním jazykem, který je využíván státními institucemi a soudními orgány a není ohrožována dalšími jazyky. Díky tomu zde nenajdeme žádné zvláštní jazykové zákony.

Školský systém je stejný jako ve Francii (Monako patří pod školskou správu v Nice), ale žáci zde mají více hodin angličtiny a studují náboženství.

V Monaku je možné domluvit se též anglicky a italsky.²³

Dalšími frankofonními zeměmi, dle kontinentů, jsou:

1.3.2 Dle kontinentů

1.3.2.1 Severní Amerika

Severní Amerika, třetí největší kontinent, je omývána na západě Tichým oceánem, na severu Severním ledovým oceánem a na východě atlantským oceánem. K Severní Americe patří také Grónsko, a i na hlavním území kontinentu nalezneme oblasti daleko za polárním kruhem. Proti tomu na jihu je možné projít se v deštných pralesech či pouštích. Horské masivy jsou dodnes tvořeny, a to pohyby zemské kůry, které jsou důvodem občasných zemětřeseních na severoamerickém kontinentu. Na severu najdeme lesy, ve středu Severní Ameriky zase prairie.²⁴

Země tohoto kontinentu byly kdysi řízeny evropskými zeměmi jejichž obyvatelé emigrovali do Severní Ameriky a proto je to ještě stále kontinent mnoha jazyků a kultur.

Díky své rozloze skrývá Severní Amerika mnoho druhů živočichů i rostlin,

²¹ <http://global.britannica.com/place/Monaco>

²² http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/evropa/monako/

²³ HOLEŠ, Jan a Jaromír KADLEC. *Francouzština v Evropě*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005. Monografie. ISBN 80-244-1049-4

²⁴ *Velká encyklopedie zeměpisu : kompletní průvodce státy celého světa, jejich kulturou a populací*. 2. české vyd. Praha: Svojtka & Co., 2003. 640 s.: il., fot., pl., gr., mp., rejstř. ISBN 80-7237-939-9

závisících na daných podmínkách. Na severu, ve studených nehostinných podmínkách, můžeme pozorovat polární medvědy, polární vlky, a další. Dále v jižnější oblasti můžeme nalézt lesy a ve střední části nalezneme prerie, které obývají prérijní psi, kojoti či syslové. To úplně na jihu je možné si užít slunce a tropické flóry a fauny.

- Kanada

Kanada je země Severní Ameriky, nalézající se na sever od Spojených států amerických, je parlamentní monarchie v rámci Commonwealthu s hlavním městem jménem Ottawa. V Kanadě je možné domluvit se dvěma úředními jazyky (angličtina, francouzština) a indiánskými jazyky či eskymáčtinou.²⁵

Kanada je zemí jezer, jinde na světě jich v jedné zemi nenalezneme tolik. Dále je téměř polovina území zalesněna a proto není překvapením, že Kanada je největším světovým vývozcem dřeva a silná v s dřevem spojenými odvětvími.²⁶

- Haiti

Republika Haiti ležící v Karibském moři, s hlavním městem Port-au-Prince, je ostrov objevený Kryštofem Kolumbem, jehož východní část byla kolonizována Francií a západ Španělskem. Haiti bylo v historii zmínáno politickými problémy a nadvládou kolonizátorů, nyní jsou problémem přírodní katastrofy a jejich následky.²⁷

1.3.2.2 Afrika

Francouzský jazyk je úředním jazykem nebo jedním z úředních jazyků ve 14 bývalých francouzských a třech belgických koloniích na africkém kontinentě. (Oproti tomu v Alžírsku, Maroku, Tunisku a Mauretánii je jediným úředním jazykem arabština.)²⁸

Afrika, druhý největší kontinent po Asii, je od Evropy oddělen jen uměle

25 HONZÁK, František. *Státy a jejich představitelé*. 4. vyd. Praha: Libri, 1998. 449 s. : il. ISBN 80-85983-79-6.

26 *Velká encyklopedie zeměpisu : kompletní průvodce státy celého světa, jejich kulturou a populací*. 2. české vyd. Praha: Svojtka & Co., 2003. 640 s.: il., fot., pl., gr., mp., rejstř. ISBN 80-7237-939-9

27 HONZÁK, František. *Státy a jejich představitelé*. 4. vyd. Praha: Libri, 1998. 449 s. : il. ISBN 80-85983-79-6.

28 KADLEC, Jaromír. *Francouzština v Africe*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2012. Monografie. ISBN 978-80-244-3007-2

vytvořeným Suezským průplavem a omývají ho 3 vodní plochy: Atlantský oceán, Rudé moře a Indický oceán. Důležitými přírodními oblastmi Afriky je pohoří Atlas a poušť Sahara na severozápadě Afriky a řeka Nil na východě, táhnoucí se z jihu na sever. Dále jeden z posledních velkých deštných pralesů najdeme u řeky Zaire v Kongu či sopečný masív Ruwenzori, který je věčně pokryt sněhem.

Většina 50 států Afriky byly ještě před 50 lety pod nadvládou evropských zemí, které těžily přírodního bohatství tohoto kontinentu a pokusy sjednotit obyvatele mluvící různými jazyky a vyznávající různá náboženství zavedením umělých hranic se staly problematickými. Proto velké množství afrických zemí trpělo pod diktaturou.

Africký kontinent poskytuje velký prostor pro rozmanitou faunu a flóru a je to jedno z posledních míst, kde je možné pozorovat tisícihlavá stáda divokých zvířat. Problémem se nyní ovšem stává lov, kvůli kterému již bylo vyhubeno velké množství druhů a nutnost zemědělské půdy a těžba dřeva, která zničila lesy. Tím půda přestává být zpevněná, a tudíž je rozfoukávána větrem a odplavována tropickými dešti, čímž se mění v poušť. Nyní můžeme pozorovat snahu zakládat národní parky.²⁹

- Alžírsko
- Benin
- Burkina
- Burundi
- Čad
- Demokratická republika Kongo
- Džibutsko
- Gabun
- Guinea
- Kamerun
- Kožská republika
- Mali
- Mauretánie
- Monako

²⁹ *Velká encyklopedie zeměpisu : kompletní průvodce státy celého světa, jejich kulturou a populací.* 2. české vyd. Praha: Svojtka & Co., 2003. 640 s.: il., fot., pl., gr., mp., rejstř. ISBN 80-7237-939-9

- Niger
- Pobřeží slonoviny
- Rovníková Guinea
- Rwanda
- Senegal
- Středoafriická republika
- Togo
- Tunisko

1.3.2.3 Ostrovy v Indickém oceánu a Tichomoří

Na těchto ostrovech je v současnosti vliv francouzštiny oslaben protifrancouzskými náladami a obdivem k anglosaskému světu a často se můžeme setkat s kreolštinou a jinými regionálními jazyky.

Indický oceán je třetím největším největším oceánem na světě, který je spojen se Středozemním mořem Suezským průplavem. Pod tímto oceánem najdeme pánev Africkou, Antarktickou a Indo-Australskou, jejichž pohyb často způsobuje podmořská zemětřesení a následné vlny, takzvané tsunami.

Indický oceán je důležitou obchodní oblastí a místní ostrovy byly a jsou strategickými body. Proto byly často okupovány, drancovány piráty a osidlovány obchodníky. Kvůli těmto migracím a obchodu bylo vyhubeno mnoho druhů zvířat, a to dokonce již v 17.století.³⁰

Tichý oceán je největší oceán na světě a se svými 180 000 000 km² zabírá jednu třetinu plochy Země. Vyplňuje prostor mezi východní Asií a Austrálií a západním pobřežím Severní a Jižní Ameriky. V Tichém oceánu nalezneme sopečné ostrovy, mezi nimiž je i Hawaii a korálové ostrovy.

V Tichý oceán byl prvním cílem zámořských plaveb, a to již před 40 000 lety, kdy se domorodci z Nové Guineje vypravili do Austrálie. V dnešní době je velmi vidět snaha o snížení negativních dopadů znečišťování prostředí a turistického ruchu, který

³⁰ KADLEC, Jaromír. *Francouzština na ostrovech v Indickém oceánu a v Tichomoří*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. Odborná kniha. ISBN 978-80-244-3467-4

zde velmi rychle roste.³¹

- Francouzská jižní a antarktická území (Území se zvláštním statutem)
- Francouzská Polynésie (Zámořské společenství)
- Komory
- Madagaskar
- Mauricius
- Mayotte (Zámořský region Francie)
- Nová Kaledonie (Území se zvláštním statutem)
- Réunion (Zámořský region Francie)
- Seychely
- Vanuatu
- Wallis a Futuna (Zámořské společenství)

³¹ *Velká encyklopedie zeměpisu : kompletní průvodce státy celého světa, jejich kulturou a populací.* 2. české vyd. Praha: Svojtka & Co., 2003. 640 s.: il., fot., pl., gr., mp., rejstř. ISBN 80-7237-939-9

1.4 Marketingová strategie destinace cestovního ruchu³²

Destinace je svazek různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou vázané na potenciál cestovního ruchu (atraktivitu) místa nebo oblasti. Dle definice WTO je destinace „geografický prostor (stát, místo, region), který si návštěvník (segment) vybírá jako svůj cíl cesty“ a jsou „multiprodejné“. To znamená, že jedna destinace může být jak historická, kulturní, nebo plážová.

Marketingem destinace je filosofie orientace na zákazníka mezi nichž patří analytické postupy a koncepty nutné k rozvíjení filosofie, techniky sběru dat, plánovací funkce a okruh strategických rozhodnutí a organizační struktura nutná pro uskutečnění plánu.

Palatková uvádí 2 Coltmannovy teorie marketingu destinace:

- Marketing destinace jako filosofie řízení, stanovující umístění produktu na trh na základě spotřebitelské poptávky zjištěné výzkumem a předpověďmi s cílem realizace maximálního zisku.
- marketing jako řízený souhrn cílených aktivit vyvažujících cíle destinace s potřebami klientů.

Palatková zmiňuje Goodallovu definici. Dle Goodalla je destinace souborem příležitostí z vnějšího pohledu zdrojových trhů.

Organizace destinačního managementu /marketingu se dělí na státní, polostátní, a na převažující privátní podíl.

Dle WTO máme 4 základní funkce národní organizace cestovního ruchu:

- identifikace cílového trhu (průzkum trhu)
- komunikace s cílovou skupinou (propagace)
- zvyšování návštěvnosti
- propagace image destinace

³² PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. Manažer. Marketing. ISBN 80-247-1014-5

Právě díky publikaci článků v cestopisných časopisech mohou subjekty komunikovat s cílovou skupinou. Důležitou roli také hraje umístění časopisu na trhu a jeho cílová skupina. Pokud se časopis zaměřuje spíše na potencionální cestovatele, kteří mají větší kapitál, prezentace destinace v daném časopise může znamenat propagaci image destinace a její posílení.

Vývoj destinačních strategií v západní Evropě je určován velkou konkurencí, která mezi destinacemi je. Díky tomu se časem vytvořily úzké kooperační vazby subjektů v regionu, jejich cílem byla tvorba produktu a jeho prosazení namísto konkurenčního boje osamocенých subjektů mezi sebou uvnitř destinace. Tato strategie zaznamenala v západní Evropě za posledních 30 let velký úspěch. Byly vytvořeny kooperační vazby a marketingové aliance, které umožňují externí růst malých a středních podniků a zachování jejich nezávislosti.

Vznik těchto marketingových aliancí je podporován a velký úspěch slavil ve Švýcarsku. Na konci 90.let (po krizi švýcarského turismu) byla určena zvláštní finanční podpora pro marketing destinace Švýcarsko národní organizací cestovního ruchu Swiss Tourism, která dala světu inovativní projekty rozvoje turismu. Marketingové aliance podporují kooperace regionálních podniků a projektů.

Důležitým PR pomocníkem jsou média, a z nich právě časopisy. Články mohou být napsány na požádání nějaké agentury, nebo spontánní a vždy vytvářejí nějaký pohled na destinaci.

1.5 O časopisech

1.5.1 Lidé a země

Za obzorem čeká svět

Měsíčník Lidé a země se prezentuje jako jeden z nejstarších (založen v roce 1952) a nejvýznamnějších českých titulů, zaměřený na cestování a poznávání cizích zemí. V tomto magazínu můžeme najít reportáže, které přinášejí informace o zvycích, tradicích, aktuálních událostech a životním stylu v zemích celého světa. Reportáže píše cestovatelé a novináři, kteří dané země dobře znají a tak si můžeme přečíst jejich zasvěcené vyprávění a popis přírody, kulturních a adrenalinových zážitků.³³

Tento časopis vydává vydavatelství CN Invest a.s. v nákladu 34 000 kusů, jichž se v lednu 2016 prodalo 17 217 kusů.³⁴

1.5.2 Magazín Koktejl

Všechny chutě světa

Původní český geografický magazín s 20letou tradicí s články českých cestovatelů, publicistů a fotografů, který se snaží poskytovat informace nejen o exotických zemích, ale i těch bližších Čechám a o zajímavých místech u nás. Každý měsíc tento časopis publikuje reportáže a články o cestování a zajímavých tipech, ale také o vědeckých novinkách a ekologických problémech.³⁵

Magazín Koktejl vydává Czech Press Group, a.s. nákladu 24 000 kusů, jichž se v lednu 2016 prodalo 10 056 kusů³⁶.

33 <http://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=titul&titul=105>

34 <http://www.abccr.cz/overovana-data/vyhledavani-nakladu-tisku/?page=1&filterMonth=&filterYear=&filterNamePublisher=&filterNameTitle=Lid%C3%A9+a+Zem%C4%9B&filterType=&filterGenre=>

35 http://www.czech-press.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=8228&Itemid=276

36 <http://www.abccr.cz/overovana-data/vyhledavani-nakladu-tisku/?page=2&filterMonth=&filterYear=&filterNamePublisher=&filterNameTitle=Koktejl%20Magaz%C3%ADn&filterType=&filterGenre=#list>

1.5.3 Travelfocus

Sny plány cesty- zaostřeno na cestování

Cestovatelský magazín vycházející od roku 2003 vydávaný nakladatelstvím Leonardo spol.s.r.o., je časopis,, který si zakládá na originální grafice a designu, kterým vévodí velkoformátové fotografie. Důležité je pro ně načasování aktuálních témat zpracovaných autorskými články týkajících se praktickému cestování i témat spjatých s aktuálním děním v zemi. Tento čtvrtletník se zaměřuje na témata bezprostředně spjatá s cestováním a potencionálním cestovatelům tak přináší informace o ubytování, dopravě, jídle a dalších praktických tématech.³⁷

1.5.4 Travel Digest

Časopis o cestování

Dvoutměsíčník, vydávaný ATEMI, s.r.o. v nákladu 15 000 kusů³⁸, zaměřený na praktické cestování, vychází od roku 2006 a poskytuje praktické informace o daných destinacích, novinkách v trendech, cestování a finanční náročnosti od novinářů, kteří tyto země dobře znají. Travel Digest přináší nejen kvalitní články, reportáže a rozhovory, ale také velké množství kvalitních fotografií.³⁹

1.5.5 Geo

Objevovat a chápat svět

Tento měsíčník vydávaný Czech News Center, a.s. v nákladu 21 520 kusů⁴⁰, se od všech ostatních cestovatelských a geografických časopisů liší svou odborností a zaměřením spíše na vědecké a odborné reportáže o cestování a aktuálním dění ve světě. Tyto informace pak dává do souvislostí a čtenář tak má možnost pochopit události v celosvětovém kontextu. Geo přináší informace o přírodě, vesmíru a lidech.⁴¹

37 <http://www.travelfocus.cz/o-casopisu/>

38 <http://www.protext.cz/zprava.php?id=6980>

39 <http://www.traveldigest.cz/o-casopisu/>

40 <http://www.geo-magazin.cz/redakce/pro-inzerenty>

41 <http://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=titul&titul=1004>

1.5.6 National Geographic ČR

Měsíčník National Geographic ČR vydavatelství Astrosat, s.r.o. s nákladem 29 021 kusů a prodaným nákladem 20 983 kusů v lednu 2016⁴², se může pyšnit nejen zajímavými a obsáhlými reportážemi o cestování, přírodě, kultuře, vědě a geografii, ale také kvalitními fotografiemi, které velmi dobře ilustrují krásu a zajímavosti ze všech koutů naší planety.⁴³

1.5.7 Země světa

Zeměpisný a cestopisný měsíčník

Tento měsíčník vydávaný vydavatelstvím GeoBohemia, s.r.o., informuje své čtenáře vždy o jedné vybrané zemi. Díky tomuto konceptu může zevrubně popsat danou destinaci a zaměřit se i na méně diskutovaná témata. Popisovaná země je vždy probírána z geografického, kulturního a často i historického pohledu.⁴⁴

Určitým problematickým bodem zjišťování nákladu tisku a množství prodaných výtisků je neochota nakladatelství poskytnout tyto údaje veřejnosti. Zdrojem těchto informací je ABC ČR, kancelář ověřování nákladu tisku, ale ani tam nelze nalézt informace o všech publikacích.

42 <http://www.abccr.cz/overovana-data/vyhledavani-nakladu-tisku/?page=2&filterMonth=&filterYear=&filterNamePublisher=&filterNameTitle=Koktejl%20Magaz%C3%ADn&filterType=&filterGenre=#list>

43 <http://www.national-geographic.cz/casopis/>

44 <http://www.zemesveta.cz/>

2 Praktická část

Díky zeměpisným a cestopisným časopisům vydávaných v České republice se může čtenář seznámit s kulturou cizích zemí a jejich specifiky. Právě články v těchto časopisech a v jejich elektronické podobě mohou velmi ovlivnit všeobecné vnímání cizích zemí a například inspirovat čtenáře k návštěvě popisované destinace.

Můžeme si tedy položit otázku, jaký obrázek si o frankofonních zemích (mimo Francii) český čtenář vytvoří, když si prolistuje některé ze zeměpisných a cestopisných časopisů. Díky těmto článkům může čtenář získat větší všeobecný přehled, a nebo se naopak utvrdit ve starých či nových kliše vázaných k této zemi.

Dále si můžeme všimnout rozdílu v množství článků vázaných k dané zemi a jejich oblastí a tématům jichž se články týkají.

Více budeme zkoumat prezentaci evropských frankofonních zemí, tedy Belgie, Švýcarska, Monaka a Lucemburska, ale zkoumat budeme i exotické země, které jsou spojené s frankofonií a francouzskou kulturou.

Všímat si budeme i jazykové stránky článků, zda jsou používány francouzské názvy (nebo názvy v jiném oficiálním jazyce země), zda jsou počesťovány, jak jsou názvy a slova vázaná k tématu překládána, skloňována. Jakým způsobem autor článku pracuje s cizím jazykem.

2.1 *Množství článků*

Nehledě na témata, jsou zajímavá i množství publikovaných zmínek o dané zemi. V tomto bodě je vidět jasná nerovnováha, a to ne mezi množstvím článků o exotických a evropských zemích, ale pouze mezi evropskými zeměmi. Králem množství zmínek je Švýcarsko. O Belgii najdeme také reportáže, ale už ne tak často, a v posledních 2 letech jen pár drobných zmínek. To o Monaku můžeme číst v posledních letech jen jednu reportáž a najdeme i jednu krátkou zmínku. A Lucembursko bylo připomenuto dvakrát.

Důvodem může být atraktivita země a atrakce, které nabízí. Další důvodem může být i PR aktivita, tedy články napsané a otištěné na zakázku jako propagace destinace. Několik studovaných časopisů si zakládá na autorství článků a tedy faktu, že otištěné články nejsou přijaté z nějaké cizojazyčné publikace, ale jsou napsány přímo pro ten daný časopis jedním z autorů. Zároveň ale PR aktivita může znamenat i reklamní kampaň například v televizi, která velmi na diváky působí a může přitáhnout pozornost veřejnosti. Jak už bylo řečeno v kapitole Marketingová strategie destinace cestovního ruchu, velkou pomocí jsou marketingové aliance pro rozvoj destinace a Švýcarsko s touto strategií a svými inovátorskými projekty slavilo velký úspěch.

Z důvodu nerovnováhy mezi množstvím článků se tedy budu soustředit hlavně na ony dvě země, Švýcarsko a Belgie, a samostatná kapitola se bude věnovat mimoevropským zemím, které všechny dohromady zabírají nepřehlédnutelný prostor ve sledovaných časopisech.

I z délky článků je jasné, o které zemi se čtenáři dozví nejvíce- a to o Švýcarsku. Jedná se taky o fakt, že každé vydání časopisu Země světa je věnované vždy a pouze jedné lokalitě. To tedy v praxi znamená přibližně 70 stran článků a informací pouze o jedné zemi, v tomto případě v dubnu 2011, 2012, 2013 a 2014 pouze o Švýcarsku.

Belgie: 27 (z toho jedno celé číslo o Flandrech)

Švýcarsko: 82 (Z toho 3 čísla o Švýcarsku)

Monako: 2

Lucembursko:2

Po bližším prozkoumání časopisů si můžeme všimnout, že titul Země světa, který se v každém svém vydání věnuje pouze jedné lokalitě, spolupracuje s agenturami, asociacemi a organizacemi, které se věnují turistickému ruchu v dané zemi a mají na starost i propagaci.

To velmi dobře vysvětluje množství článků, dokonce 3 čísla časopisu Země světa, věnovaných Švýcarsku, za posledních 5 let. Pod obsahem můžeme číst:

Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis (Toto číslo bylo připraveno ve spolupráci s Valais/Wallis Promotion a zastoupením Switzerland Tourism v ČR.

Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích (Toto číslo bylo připraveno ve spolupráci se zastoupením Switzerland Tourism v ČR.

Ve vydání Země světa z roku 2012 není žádná poznámka tohoto typu.

V roce 2010 se jedno číslo zmíněného časopisu věnovalo i belgickému regionu Flandry:

Země světa, březen 2010 : Flandry (Toto číslo bylo připraveno ve spolupráci s Flanderskou turistickou informační kanceláří a Dutch Masters.

Ostatní časopisy se představují jako tituly, které vydávají autorské články a hledají aktuální témata. Můžeme tedy pouze hádat, zda počet článků souvisí s atraktivitou lokality a Lucembursko a Monako se tedy jako atraktivní nezdají, nebo i zde působí PR aktivita daných zemí, i když nepřímo.

2.2 Jazyk

K cizím jazykům se váže problém při přenášení termínů a vlastních jmen do jazyka jiného. Jak s ním zacházet, překládat vše, zda dané vlastní jméno již překlad má, a i když ano, zda tento překlad použít. A u článků o cizích zemích takováto situace musela přijít. Proto se tedy nabízí zkoumat i jazykovou stránku zkoumaných podkladů.

Nepůjde jen o překládání vlastních jmen, ale také o to, jestli, a pokud ano, tak jak autoři nakládají s počeštěnými slovy, i zda správně skoňují vlastní jména.

Zkoumat budeme 2 skupiny slov: Jména vlastní a obecná slova.

Jména vlastní:

Řešení problému s vlastními jmény a jejich používání v různých pádech odpadá, pokud jsou již počeštěná. U jiných slov a nepočeštěných jmen se autoři článků snaží používat větné konstrukce, které jim dovolí použít toto slovo v prvním pádu. Díky možnostem českého jazyka upravit větu různými způsoby, aniž by změnila zamýšlený smysl, má autor velmi širokou nabídku sloves a slov bez toho, aby zbytečně opakoval

slova.

Pokud ale autor potřebuje slovo vyskloňovat, použije pravidla psaní cizích vlastních jmen, většinou dělené podle koncovek.

- *Lidé a země- 01/2013, Muzeum šilenství v Gentu: dr. Josefa Guislaina“ x „Architekt Adolphe Pauli“*

Zde vidíme dva odlišné způsoby práce s vlastními jmény v jednom a tom samém článku- skloňování jména a ponechání formy 1.pádu.

- *Lidé a země- sýrový unikát s vůní bylinek, Bohumil Brejžek, 2.října 2014: Dominique= Dominiqueova; lidé z L'Eztivazu*
- *Lidé a země -01/2013- Láska, sex a gerewol: „Autobus mě vyloží v Agadezu, míříme k Ingallu, Měsíční sonáta v Tezemu“*

V tomto článku se autor moc nesnažil o první pády a často tedy můžeme najít vlastní jména v jiném než pouze 1.pádu.

- *Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis, Wallisem na kole: „Podél Rhony“*

Při používání jmen měst či cest můžeme nalézt vysvětlení, proč se tak jmenují a případně i překlad v závorkách.

- *Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis, Střecha Švýcarska: „Třetí největší kanton Švýcarska je v srdci Alp, nejvýše položená lanovka a vinice v Evropě a metro na světě. Ve francouzštině Valais, v němčině Wallis. Leží tam třetina nejvyšších alpských vrcholů. Osou kantonu je Rhona- zavlažování, ale i problémy.*
- *Země světa, duben 2012, Literární toulky Graubündenem: V tomto článku najdeme překlady jmen měst či cest v závorkách: „ Via Mala (Zlá cesta)“*

- *Země světa duben 2012: Zaměřeno na Graubunden, Engadinem po Innské cyklostezce: Jména jezer jsou v daném jazyce („s jezery Silsersee, Silvaplannersee a St. Moritzersee)*

Naopak, autor může použít jako hlavní název český překlad a v tom případě na začátku článku uvede originální francouzský název v závorce a dále používá český název.

- *Země světa, duben 2012, Bernina Express: od ledovců k palmám : Ledovcový (Glacier) expres*

Správně skloňovat francouzská vlastní jména a ověřit správnost v jiných publikacích může pomoci kniha: *Jak užívat francouzská vlastní jména ve spisovné češtině*⁴⁵, nakladatelství Academia, z roku 2002. Za pomoci této publikace jsem ověřila správnost skloňovaných vlastních jmen. Všechna byla napsána správně, až na jednu výjimku.

Jednalo se o článek Bohumila Brejžka, „*Sýrový unikát s vůní bylinek*“ (*Lidé a země, 2.října 2014*), kde vystupoval muž jménem Dominique. V knize *Jak užívat francouzská vlastní jména ve spisovné češtině (str.28)* je řečeno, že jména končící na samohlásku E toto poslední písmeno při skloňování ztrácí a koncovky se tedy připojují k, v tomto případě, „Dominiqu-“. Autor tohoto článku ale používal jméno celé, a vidět tedy můžeme tvary jako „Dominiqueova“, které jsou tedy gramaticky špatně.

Obecná jména:

Stejně jako u jmen vlastních, cizí slovo můžeme nalézt přímo v textu a přeložené či vysvětlené v závorce nebo v uvozovkách, či naopak.

- *Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis, Střecha Švýcarska:*
„Letní pastva (alpe) a jejich podzimní shánění zpět do údolí (désalpe)“
„Portes du Soleil (Brány slunce)“

⁴⁵ SEKVENT, Karel a Dušan ŠLOSAR. *Jak užívat francouzská vlastní jména ve spisovné češtině: pravopis, výslovnost, skloňování, odvozování, slovníček jmen*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2002. ISBN 80-200-0989-2.

„Dřevěný „chalettový““.

- *Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis, Wallisem na kole*
„Přístřešek pro sezónní dělníky (guérite)“
„Majitel vinic, Frédéric Varone- „rodinné heslo praví :Fait bien son vin tout le rest est vain (Dělej dobře víno své, vše ostatní je zbytečné)““

- *Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích, Pěšky kolem koleji: Vlakové pěší trasy, naučné (lehr), zážitkové (erlebnis), pohodové (wander)*
- *Země světa duben 2012: Zaměřeno na Graubunden, Kanton Graubunden- v srdci Alp: Jazykově: „vysvětluje že Bund (spolkový), má již ve jméně.“*

Dále autor může použít všeobecně známou věc v cizím jazyce, většinou v uvozovkách, to bez překladu.

- *Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích, Pod královnou hor : „ Z období Belle époque“*

Bez doslovného překladu můžeme nalézt i zmínku v původním znění o charakteristice produktu, který daný produkt má. Smysl ovšem i nefrankofonní člověk nalezne ve článku, respektive v daném odstavci, kde o věci mluví. Může jít o přiblížení dané kultury, subjektivního pocitu, který přesný překlad v češtině nemá a autorův úmysl vzdělávat čtenáře i na jazykové úrovni.

- *Sýrový unikát s vůní bylinek, Bohumil Brejžek, Lidé a země 2.října 2014: „Nám stačí, že produkujeme něco jedinečného, co jinde ve Švýcarsku nemají – un produit rare.“*

Žádnou souvislost v používání prvních pádů či skloňování vlastních jmen a daných titulů jsem neobjevila. Jedná se spíše o autorův styl.

Na autorovi také závisí, zda cizí slovo přeloží a jakou formou (zda je český překlad v závorce, uvozovkách či zakomponovaný ve větě). Můžeme také objevit, že je

v článku užito české slovo, název, a v závorce je uvedena cizí verze slova, jak jsme již viděli.

- České slovo a překlad v závorce
- české slovo a za ním v uvozovkách počestěné francouzské slovo
- Francouzské slovo a český překlad v závorce

2.3 *Témata*

2.3.1 **Belgie**

Belgie je zemí geograficky blízkou a tudíž lehce dosažitelnou. Je o ní známo, že obyvatelé hovoří francouzsky, německy a nizozemsky, hlavní město je Brusel, který je též důležitou turistickou lokalitou, kde najdeme Atomium a „Čůrajícího chlapečka“ a užít si můžeme i spousty druhů belgického piva.

V následující části tedy můžeme pozorovat, zda se autoři článků drželi spíše tradičních témat, nebo se snažili informovat o nových tématech a objevovat neznámé aspekty této nevelké evropské země.

2.3.1.1 *Typické lokality, historické památky a neobvyklá místa*

V Belgii, jako všude na světě, můžeme najít neobvyklá místa, něčím zajímavá, která lákají davy turistů, a nebo se o nich naopak neví a o to zajímavějším tématem pro článek jsou, ale přečíst si samozřejmě můžeme o místech notoricky známých a hlavních turistických atrakcích.

Belgii jako takové se věnuje článek Ivy Stříbrské (*Koktejl, 2013/09, Země neznámá*), která čtenáře informuje o lokalitách, kterými se v jiných cestopisech nezabývají. Zmiňuje také, že „cestovatelským pokladem je francouzská část“ a v článku se věnuje vlakům a pivu.

Tématem článků jsou často určité lokality, často velmi známé turistické cíle. Ty jsou dále spojeny s již zmíněnými jednotlivostmi, jako je pivo, typické jídlo, či dalšími částmi belgické kultury a jsou jejími nedílnými součástmi. Proto jsou zmíněny v rámci dané lokality a ne jednotlivě.

Flandry jsou velmi zajímavý region a právě jemu se věnuje celé jedno číslo časopisu *Země světa (2010/3)*, kde nás v úvodu autoři seznámí s historií a všeobecnými informacemi o této lokalitě („*S černým lvem ve znaku*“). Ve Flandrách najdeme pobřežní nížiny, ale třeba i hranice uprostřed supermarketu.

Brusel je další turistickou destinací, která si získala prostor na stránkách časopisů. Je to logické, jelikož je to hlavní město plné historických památek, muzeí a je to kulturní centrum země.

Brusel je místem, kde je možné vidět a zažít od všeho trochu a je plný zajímavostí (*Travel Digest 2014/03, Brusel!*). Samozřejmostí je Muzeum vlámského umění a krásné historické centrum, kde můžeme skoro na každém rohu narazit na street art, které oživuje město a zároveň zavítat do konžské čtvrti. Z gastronomie autor článku zmiňuje množství vinných barů, čokoládu, mořské plody či restauraci, kde nabízejí minimalistické jídlo. Není vyloučené, že potkáme nějakého hipстера, protože podle autora článku je Brusel jejich ráj.

Brusel je „evropský a surrealistický“ (*Země světa, 2010/3*). Je jedním ze 3 správních regionů Belgie a hlavním městem obou dalších. V této celosvětové metropoli můžeme najít muzeum Magritta s dopisy, kresbami a skleněnými harmonikami, které vydávají specifické tóny a vydat se například po stopách Adolpha Saxe, vynálezce saxofonu.

Největší atrakcí, kterou nalezneme v Bruselu, je bezesporu Atomium. Této stavbě, která měla stát pouze 6 měsíců během výstavy EXPO 58, v době napsání článků stála již 56 let a které se věnuje Lucie Radová (*Koktejl, 2014/03, Nejpodivnější stavba*).

Brusel, v porovnání s dalšími tématy, si získal logicky prostor na stránkách časopisů a je popisován z různých pohledů. Čtenář si tedy může přečíst, co dalšího kromě „Čůrajícího chlapečka“ a Atomia může Brusel nabídnout.

Další oblíbenou destinací jsou Antverpy, které byly zmíněny jako jedno z pěti měst, „kde si užijete prodloužený víkend po celý rok“ (*Lidé a země, 9. ledna 2013*). Je to hlavně město módy a plné mladých návrhářů, ale také město muzeí, piva a nočních klubů (*Země světa, 2010/3, Flandry, Kapesní metropole*). Již v historii toto město získalo na důležitosti jako město přístavní, kam se dováželo koření a stříbro ze zámoří a dodnes si turisté mohou luxus užít v okolí hlavního nádraží, kde najdeme 1800 obchodů s diamanty.

Městy, která jsou dále popisována, jsou Gent (*Země světa, 2010/3, Flandry; Gent-město velkých věží; Gentský oltář*) a Bruggy (*Země světa, 2010/3, Flandry; Klenot pozdního středověku*). Jedná se o články popisující velmi obecně historii měst a jejich architekturu.

Poslední dvě věci, které byly zmíněny v časopise *Země světa*, ve vydání věnované Flandrám (2010/3, *Posedlost komiksem; René Magritte*), jsou belgický komiks Tintin a René Magritte. Ve Flandrách najdeme muzea věnovaná těmto dvěma uměleckým cílům belgické kultury.

I Belgie má místa, kam moc turisté nejedí a některé články se snažily informovat čtenáře o těchto možnostech a tipech na výlet.

Článek „*Do země piva a saxofonů*“ (*Lidé a země*, 2013/10) se soustřeďuje na turistické cíle země, které jsou trochu přehlíženy- jedná se o lokality ve valonské části zemi. Ve vlámské části Belgie se nachází Bruggy, Antverpy a Gent a tam se právě soustřeďuje nejvíce turistické aktivity. A přitom ve valonské části mají podle autora článku také co nabídnout: vaří tu stovky druhů piv, nacházejí se tu pohádková města a v této části Belgie byl položen základ jazzu. Pivo se tu vaří hlavně v kláštorech, a v Dinantu, městě kde najdeme most s řadou barevných saxofonů, se narodil vynálezce saxofonu Adolphe Sax. Co se týče pohádkových měst, jejich kouzlo dodávají hlavně staré kostely (Nivelles- vzácný románský kostel svaté Gertrudy), katedrály a také klášterní ruiny, jako například Abbaye de Villers. Jedná se o největší klášterní ruiny v Belgii. Dalším prvenstvím se pyšní Durbuy- nejmenší město na světě, ovšem na druhou stranu k němu přiléhá okrasný park, který je na světě naopak největší. Za zmínku stojí i město Tournai ve kterém se mluví dialektem, kterému i dobří francouzštináři těžko rozumí.

V tomto článku můžeme pozorovat snahu nalákat čtenáře, tedy potenciální turisty, na neokoukané a přehlížené atrakce. Což je dle mého soudu logické vyústění dlouhé periody článků na stejné téma a většinou pouze o hlavních turistických a všeobecně známých turistických cílech, i když i zbytek země má potenciál.

Každá země dokáže nabídnout něco mimo hlavní turistické cíle, něco exkluzivního, jedinečného a originálního, čeho byste si třeba nevšimli. A právě na takovéto atrakce autoři článků také upozorňují.

Mezi takové patří například historický centrální průplav na jihozápadě Belgie, v provincii Henegavsko. Najít tam můžeme památkově chráněné výtahy založené na hydraulickém principu (*Lidé a země*, 13. července 2011, *Na lodi v belgickém výtahu*, Pavel Novák). Tyto výtahy jsou celosvětovou raritou, jelikož na světě najdeme pouze 4

svého druhu- další ve Francii, Kanadě a Liverpoolu. Právě takováto rarita může přilákat turisty, kteří touží v Belgii navštívit něco neobvyklého a světového.

Dalším zajímavým místem je město Baarle, které sídlí na hranici Belgie a Nizozemska a můžeme tam najít asi nejkomplicovanější hraniční čáru na světě (*Lidé a země, 24.července 2014, Hranice v obýváku, Vladimír Pomortzeff*). Toto město je rozděleno na Belgickou část (Baarle-Hertog) a Nizozemskou (Baarle-Nassau) a je plně enkláv, tedy území obklopených jiným územím, které jsou jen pár metrů široké. V Baarle můžeme najít 22 belgických enkláv a v těchto enklávách 7 nizozemských a nejmenší z nich měří 60 krát na 30 metrů. Spousta budov je v tomto městě rozpůlena, například radnice, sklad lihovin a mnoho rodinných domů. Najdeme tu také 2 pošty, 2 kostely, 2 školy a odvoz odpadu, každý z nich zřizovaný jiným státem. Dnes už mají Belgie a Nizozemsko uzavřenou mezistátní dohodu. Ta říká, že obyvatelé náleží k tomu státu, ve kterém se nachází hlavní vchodové dveře do jejich domu. To vyřešilo zmatek a zneužívání četných hraničních čar. Stávalo se, že lidé umisťovali cíleně dětské pokoje na belgické území, jelikož vojenská povinnost byla kratší v Belgii a po zavírací době restaurací na nizozemském území lidé jen přesunuli stolečky z nizozemské části do belgické. Toto místo může přilákat turisty, kteří se rádi pobaví přecházením hranic, z jedné země do druhé.

V Gentu můžeme navštívit Muzeum šílenství, Muzeum dr.Josefa Guislaina (*Lidé a země, 01/2013, Muzeum šílenství v Gentu*), kde jsou vystavena výtvarná díla pacientů, na severovýchodě země si zalyžovat indoor v hale, která byla v roce 2001, při svém otevření, prvním indoorovým snowparkem na světě (*zmínka v Travel Digest, říjen-listopad 2013, Lyžujeme indoor*), a zajet se podívat k městu Arlon na největší autohřbitov veteránů, které zde fotil Martin Krsek (*Koktejl, 2010/07-08*).

Právě takovéto zajímavosti a nezvyká místa mohou přilákat turisty, kteří by cestovali pouze po více známých lokalitách a nebo naopak může daná atrakce inspirovat čtenáře k navštívení země, v tomto případě Belgie.

2.3.1.2 Různé chutě

Jako každá lokalita, i Belgie má svoji specifickou gastronomii a o té její se autoři článků ve studovaných publikacích také zmiňují. Pro nás nejznámějšími pochutinami jsou asi belgické pralinky, vafle, pivo. Následně uvidíme, zda se autoři článků drželi těchto známých faktů.

Jednou z pochoutek, která se s Belgií pojí, je čokoláda. O cestě kakaových bobů z Guadeloupe a jejich zpracování pojednává článek *Putování s kakaovým bobem, z 9.července 2010 od Markéty a Michaela Foktových*. Vypěstované boby se převezou do Belgie, kde v Antverpském přístavu tuto zásilku převezme továrna na čokoládu. Příležitost k napsání článku byl fakt, že v roce 2010 slavily Belgické pralinky 100 let a ani tato dlouhá historie není překážkou pro vymyšlení nových chutí. Příkladem může být novátor Dominique Persoone, který je zapsaný v Průvodci Michelin. Stejnému tématu a zpracování se věnuje také článek „*Od bobů až k pralinkám*“ (*Země světa, 2010/3, Flandry*).

Další specialitou jsou vafle, již zmíněné čokoládové pralinky a pivo (*Travel Digest, listopad/prosinec 2010, Speciální recept; Netypické chutě: Za pivními orgiemi do belgického Gentu*). Právě posledně zmiňované pivo si má možnost vychutnat každý, protože si určitě z 600 druhů piva vybere to pravé podle své chuti. To také potvrzuje článek *Belgické pivo má stovky tváří* (*Země světa, 2010/3, Flandry*), kde se také věnují nespočetnému množství druhů belgického piva.

Alkoholu se také věnují články „*Svátek jalovcové*“ (*Země světa, 2010/3, Flandry*) a „*Džin z kašny*“ (*Koktejl, 2013/01, Bohumil Brejžek*) které popisují belgický svátek ve městě Hasselt. Jedná se o každoroční festival v říjnu, kdy se oslavuje jenever, holandský gin. Tento svátek je spojen s tradicemi, jako je naplnění kašen tímto alkoholem, nebo běh číšníků se sklenkami a lahví jalovcové. A samozřejmostí je tradiční jídlo a město plné oslavujících lidí degustujících různé druhy nápojů.

Podle většiny článků může čtenář soudit, že pivo je národní poklad, který má nepřehledné množství chutí a druhů a obyvatelé Belgie jsou na něj hrdí. A tento obrázek není mylný.

Pro spoustu Čechů mohla být informace o jeneveru novou, jinak se články držely již známých faktů.

Belgie, i další země, jsou plné národních svátků a zvyklostí a právě poznávání cizí země a kultury může být jeden z turistických cílů a díky článkům popisujících tyto kulturní akce mohou být více navštěvovanými a známými, jako například festival holandského ginu.

2.3.1.3 *Diamanty*

Dalším velmi důležitým tématem, které se dotýká Belgie, jsou diamanty. Tyto lesklé kameny mají v Belgii již dlouhou historii a velmi ovlivňují místní prostředí a ekonomiku.

Důležitým místem pro diamanty je antverpská ulice Hoveniersstraat, kterou projde ročně 4/5 diamantů a 1/2 diamantů, které se ročně ve světě vytěží a proteče jí tak ročně 30 miliard dolarů (*Lidé a země, 6.dubna 2011, Markéta a Michael Foktovi*). V této ulici najdeme laboratoře a brusírny, které jsou dokonale zabezpečeny, také díky monitorovacímu systému, který dělá z této „Diamantové ulice“ nejbezpečnější ulici Belgie. Zároveň se ale obchodníci také hlídají navzájem, často lépe než policie.

Diamanty se také zabývají dva články v časopise *Země světa, 2010/03*, vydání zaměřené na Flandry. Ve článku *Lesk a krása uhlíku* se dozvíme něco o teorii diamantů a více o fungování „Diamantové ulice“, o které nás informoval jiný článek v jiném časopise a v následujícím článku *Muž, který vybrousil „turban sultána“* se seznámíme s mužem, který dostal belgický rytířský titul za svůj přínos diamantovému průmyslu. Známý je hlavně díky tomu, že v 80 letech vybrousil největší a nejčistší moderně broušený brilant.

Většina lidí snad ani neví o souvislosti mezi Belgií, přesněji řečeno Antverpami, a diamanty a díky těmto třem článkům je jim tato souvislost popsána z více pohledů.

2.3.2 Švýcarsko

Švýcarsko je pro nás zemí bohatou, s divokou přírodou, horami, lyžařskými středisky, jezery, výbornou čokoládou a luxusními hodinkami.

2.3.2.1 Zajímavá místa

I ve Švýcarsku je možné navštívit zajímavá a nevšední místa.

Jedním z nich je vesnice Guarda v Graubündenu (*Lidé a země, 3.dubna 2014, Ladova pohádka ve Švýcarsku, Štěpánka Strouhalová*). Jistě po přečtení předchozí kapitoly věnované vlakům ve Švýcarsku nikoho nepřekvapí, že i tudy se dá projet vlakem na trase Albula a Bernina, zapsané na seznamu UNESCO. Tato vesnice je nejen krásná na pohled (Komise EU ji zvolila za druhou nejkrásnější obec v Evropě), ale zajímavá i z hlediska jazykového. Nachází se zde kulturní menšina, která mluví rétorománštinou. Zde se až do třetí třídy vyučuje na školách pouze rétorománština, která je hlavním vyučovacím jazykem až do 6. třídy. Od třetí třídy se přidá k rétorománštině němčina.

V kantonu Graubünden, v srdci Alp, najdete například řeky, které odvádějí vodu do 3 moří, najdete tam nejstarší souvislé osídlení- Chur, kláštery, lázně a další zajímavá historická místa. (*Země světa, duben 2012, Kanton Graubünden- v srdci Alp*).

Graubünden byl i zajímavým místem pro spisovatele, které inspiroval k napsání příběhů, které se často odehrávaly právě v tomto kantonu (*Země světa, duben 2012, Literární toulky Graubündenem*). Na ozdravné pobyty sem například jezdil Bertold Brecht, John Knittel, J.F. Cooper, C. F. Meyer, Friedrich Nietzsche, Rainer Maria Rilke, Hermann Hesse a Thomas Mann. Další oblíbenou destinací umělců byl Montreux na Vaudské riviéře, kterou si zamilovali slavní jako Tolstý, Bill Gates, Nabokov, Sisi či Lord Byron (*Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích, Nejchutnější švýcarská trať*).

Jednou ze zajímavostí benediktýnského kláštera ve Val Mustair, mimo jeho historie, (*Země světa, duben 2012, Claustra Son Jon-Mustair*), je právě jeho jméno. Mustair (čti myštajr“) je v rétorománštině zkomolené „monasterum“.

Přírodní zajímavostí Graubündenu je alpská soutěska Ruinaulta, „Švýcarský

Grand Canyon“ (*Země světa, duben 2012, Tektonická aréna Sardona*). Uprostřed skal a přírody se nachází geologické abnormality, které jsou zapsané na seznamu UNESCO.

To mezi jezery Thun a Brienz vyrostl „Most dvou jezer“ (*Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích, Harder Kulm*), ze kterého je dobrý výhled na tyto rozlehlé vodní plochy na kterých je možné provozovat různé vodní sporty či rybařit. Je z něj také dobře vidět Harder Kulm, minihora, která skýtá možnost proletět se na závěsných kluzácích .

Další vodní plochou, tentokrát ledovou, je Velký Aletschský ledovec (*Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis, Ubývající obr*). Je to nejrozsáhlejší ledová plocha v Alpách a jeden z nejfantastičtějších přírodních úkazů celého Švýcarska. Je zde také nejvyšší železniční stanice Evropy.

A v Alpách je možné se také ponořit do horkých vod, tryskajících z alpských hlubin a mít tak požitek z koupele uprostřed alpské přírody (*Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis, Ponořte se do teplých pramenů*).

Ponořit se do vody je možné v zatopených jeskyních La Chaudanne Spring, kousek od Rossinière, a což je nejpozoruhodnější lokalita ve Švýcarsku (*Koktejl, Oceán 2010- jaro, Po stopách objevů evropských zatopených jeskyní, David Skoumal*).

Není lehké ustanovit přírodní plochu parkem a proto je úspěch 1 národní park a dále 14 tzv. regionálních parků, z toho 2 právě ve Wallisu (*Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis, Přírodní parky*).

Tyto články informovaly o jednotlivostech, které mohou být inspirací. Nejen mezi vlaky a horami, ale i ve švýcarské přírodě najdeme spoustu „nej“ a zajímavých míst, které mohou čtenáře nalákat.

Také si již po několikáté můžeme všimnout souvislosti zmiňovaných míst ve Švýcarsku a přítomnost železnice. Můžeme z toho také usoudit, proč se Swiss Pass a celkově Švýcarská železnice těší takové popularitě. Otázkou zůstává, jakou měrou se na této popularitě podílí cílená propagace.

Za sluncem nás autor článku *Sion* (*Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis*), posílá do Sionu, nejslunečnějšího města Švýcarska, plného řemeslných děl a krásných katedrál, které leží na jazykové hranici. Kdysi bylo jazykové rozložení rovnoměrné,

dnes ovšem 70% obyvatel mluví francouzsky, 5% německy a 5% italsky.

Dále najdeme zmínky o letišti v Curychu jako o velmi rušném letišti (*Travel Digest duben/květen 2015: Letiště Curych*), dále o městu Livigno, kde se nachází bezcelní zóna a lze zde provozovat freeriding, jako jedno z 26 evropských měst kde to žije (*Travel Digest, prosinec 2014/leden 2015, 26 evropských měst kde to žije*), či o 27 nejzajímavějších evropských hotelech, kde hned 4 na seznamu najdeme ve Švýcarsku (*Travel Digest 02/2014, 27 nejzajímavějších evropských hotelů*) a to v Curychu: The Dolner Grand, kde najdeme pokoje jako galerie, v Ženevě: Hotel President Wilson s výhledem na Ženevské jezero a Alpy, a v horách, v Lenzerheide: Priva Alpine Lodge a v Andermattu: The Chedi. V článku *Nejlepší ze Švýcarska (Travel Digest říjen-listopad 2013)* autor navrhuje programy pro celou rodinu, švýcarská nej: Nej lázně, dětská nej, největší střediska, nejlepší snowparky a kde se dobře „paří“.

2.3.2.2 Švýcarské chutě

Také Švýcarsko má svou typickou gastronomii a důležitými a kvalitními surovinami je ovoce, byliny, mouka a sýr (*Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis, Království voňavých kapek a klásků*). Švýcarsko je známé právě svými sýry, čokoládou, ale třeba i specialitami z kaštanů.

Sýr jako typický prvek švýcarské gastronomie zmiňuje mnoho článků sýr (*Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis, Království voňavých kapek a klásků; Travel Digest prosinec 2014/leden 2015, Jídlo v Graubundenu; Travel Digest, 02,03/2013-Tradiční Švýcarsko*). A jako slavný švýcarský sýr v oblasti Montreux na Vaudské riviéře byl zmíněn sýr Gruyères (*Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích, Nejchutnější švýcarská trať*).

Jedním z dalších slavných švýcarských sýrů je L'Etivaz (*Lidé a země, 2.října 2014, Sýrový unikát s vůní bylinek, Bohumil Brejžek*). Sýr se jmenuje podle města na jihozápadě Švýcarska, kde se ročně vyrobí 20 000 bochníků této pochoutky. A to není jediné unikum. Etivaz jako první horský sýr obdržel označení AOC (Appellations d'origine contrôlée) a lidé, kteří se jeho výrobou zabývají jsou na něj náležitě pyšní a nazývají ho „produit rare“. Jak říkají: „Nám stačí, že produkujeme něco jedinečného, co

jinde ve Švýcarsku nemají.“. To co dělá tento sýr jedinečným je alpská flóra, která dodává sýru typickou chuť. Záleží totiž, čím se krávy dávající mléko na sýr, pasou. Znalci prý dokáží poznat, na jakém svahu je daný bochník vyroben, protože každý svah je specifický složením bylin, které sýru dávají jeho chuť.

Ve Švýcarsku tedy můžeme stále najít hezké sýrárny, kde navíc rádi uvítají hosty a ukáží, jak sýr vyrábějí. A ty nejlepší jsou prý v okolí Davosu (*Travel Digest 03/2014, Poklady sýráren*).

Sýr je v nalezených člancích popisován jako základní prvek švýcarské gastronomie, navíc s dlouhou tradicí, jehož výrobu mohou turisté vidět na vlastní oči a tudíž tím je tím přitahována čtenářova pozornost a zájem o švýcarskou kulturu.

Švýcarská čokoláda, ač mezi lidmi známé sousloví, se v člancích vyskytlo jen párkrát. Jednou v souvislosti s multimediálním centrem čokoládovny v Brocu (*Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích, Nejchutnější švýcarská trať*), dále v souvislosti s pivovarem v Davosu, kde vyrábějí pivní čokoládu (*Lidé a země, 2012/11, Davos, luxus i nostalgie*)

Speciální surovinou jsou kaštiny. Na jihu Švýcarska se kaštiny sbírají a jedí ve velkém množství (*Lidé a země, 2013/10, Kaštanová renesance*). Tuto pochutinu najdeme v různých jídlech a vyrábí se z ni ledacos. Dokonce po kaštanech chutná i šunka, jelikož se zde vepři kaštiny krmí. Kaštiny si můžeme vychutnat i v tekutém stavu- vyrábí se z nich pálenka, stejně jako z mnoho dalších druhů ovoce.

Kromě pálenky vyrábějí ve Švýcarsku také víno (*Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis, Kraj vínu zaslíbený*). Reportáž *Wallisem na kole (Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis)* popisuje setkání s majitelem vinic, který se podělil o rodinné heslo: - „Fait bien son vin tout le reste est vain“ (Dělej dobře víno své, vše ostatní je zbytečné)

V Graubündenu je všechno „spolkové“ (bunden) (*Země světa, duben 2012, Spolková kuchyně*). Toto slovo se nachází i v názvech jídel, například spolkové nudle, spolkové maso, aj., a to proto, že to vše je ovlivněno 3 kulturami. I to dělá ze Švýcarska velmi různorodou zemi (klimaticky, geomorfologicky a také z kulinářského hlediska). Na jídelničkách můžeme najít například Plain in Pigna cun Ardoffels, Kartoffelknödel, Hardöpfeltatsch a další.

Švýcarskými nej v kulinářském světě je nejvýše položený pivovar v Evropě a

nejtučnější mléko v Alpách. Další zajímavostí jsou šperky z masa vyráběné ve Svatém Mořici (*Travel Digest prosinec 2014/leden 2015, jídlo v Graubundenu*).

Díky takovýmto zmínkám si může turista lehce udělat obrázek, co je možné v cizí zemi ochutnat a jaké speciality dané zemi náleží.

2.3.2.3 Švýcarsko po kolejích

Vlaky a koleje jsou neodmyslitelnou součástí Švýcarska. Tedy alespoň množství zmínek o švýcarských kolejích to evokuje.

Podle *Travel Digest* (srpen/září 2012) článku *Pod štíty Alp* je „Švýcarsko zemí hor, výborné čokolády, ale i skvěle fungujících železnic.“, které stoupají do velkých nadmořských výšek a jsou „Přesnější než švýcarské hodinky“ (*Travel Digest srpen/září 2012*). Díky Swiss Passu mohou turisté projet Gotthardskou dráhu, tedy nejstrmější zubačka na světě.

O Bernina Expressu je možné najít mnoho článků. Fakt, že se Bernina Expressem můžeme dostat „Od ledovců k palmám“ (*Země světa, duben 2012, Bernina Express: od ledovců k palmám*) může navnadit spoustu turistů. Berninskou a Albulskou dráhou, těmito ojedinělými technickými díly zapsanými na seznamu Světového dědictví UNESCO, je možné přejet napříč Alpami a užít si jízdu ve speciálních vyhlídkových vozech.

Článek se stejným názvem (*Od ledovců k palmám*) a se stejnými informacemi, ale od jiného autora, si můžeme přečíst i v časopise *Země světa, duben 2014, Švýcarskem po kolejích*.

Z Bernu do Brigu vede stoletá železnice (*Lidé a země, 08/2013, Lotschberg: stoletá železnice, kterou museli stavět dvakrát*). Na této trase si můžeme vychutnat krásný výhled a také využít možnost jít se podívat do kabiny strojvedoucího.

Cestám po kolejích napříč Švýcarskem se věnuje celé jedno vydání časopisu *Země světa z dubna 2014: Švýcarskem po kolejích*. Díky železničním trasám, které vedou opravdu napříč celým Švýcarskem, se témata článků nedotýkají jen vlaků, ale také tradiční kuchyně, hor, pěšího turismu a zajímavostí, které po cestě vlakem můžeme vidět.

Švýcarsko není ideálním územím pro železnici kvůli svému reliéfu. To ale nezastavilo konstrukce železnic, řešením se staly tunely a díky tomu se stala švýcarská doprava velmi přívětivou a přesnou (*Země světa, duben 2014, Fenomén zvaný železnice*). Promyšlený systém různých typů dopravy, které na sebe navazují, skýtá možnost je využít k výletu na druhý konec země jen za jízdenku pořízenou v automatu na zastávce. Dále je možné využít různých slev včetně velmi propagovaného Suisse Pass (na lodních linkách, poloviční sleva na horských železnicích, lanovkách, použití zdarma hromadné dopravy v 75 městech, volný vstup do 500 výstavních sálů a muzeí).

Na cestě po Švýcarsku si můžeme užít i několik světových rekordů. V Gotthardském masivu se buduje nový tunel dlouhý 57 km (*Země světa, duben 2014, Tunelářský rekordman Gotthard*). Díky tomuto tunelu už bude nelogické cestovat autem i letadlem, jelikož se 4 hodinová cesta zkrátí na 160 minut.

Třetí nejdelší tunel planety měřící 34,5 km najdeme v Novém Lotschbergu na trase mezi kantony Bern a Wallis (*Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích, Železnice Lotschberg, autostráda na kolejích*).

Rétská dráha, železniční společnost v kantonu Graubünden, provozuje velmi známé a turisticky oblíbené vlaky, jako je Glacier Express, což je nejpomalejší rychlík na světě, či Benina Express, na jehož trati najdeme 55 tunelů, 196 mostů a musí podstoupit stoupání 70%. (*Země světa, duben 2014, Krasojízda na kolejích*). I díky tomu se trať Albula a Bernina dostala na seznam UNESCO. Autorem článku je navrhovaná i návštěva muzea této trati, podívat se na modely vláček 1:45 a zkusit si na simulátoru zastavit rozjetou vlakovou soupravu.

O Ledovcovém expresu (Glacier Express) se zmiňuje i článek *Železnice páteř i ozdoba* (*Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis*) či *Muž, jenž vzkřísil Ledovcový expres* (*Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích*), který vysvětluje celou historii- jak se zrodila myšlenka tento expres zachránit, jak se to stalo a všeobecné informace o tomto nejpomalejší rychlíku planety.

Podle článku *Nekorunovaná královna* (*Země světa, duben 2014*) je královnou švýcarských hor Jungfrau, ale mírou technických inovací je významná hora Pilatus. A to i přesto, že tato alpská trať, Jungfraubahn, končí v úctyhodných 3571 m n.m. (i s rychlovýtahem) a má vlastní elektrárnu, která zároveň zásobuje i další tratě (*Země světa, duben 2014, Jungfraubahn vlak k nebesům*).

Ovšem článek ze *Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích, Pod královnou hor* říká, že pro Švýcarsko je královnou hor hora Rigi. Aby se lidé na tuto horu dostali, zavedli vlak a dodnes po ní jezdí parní mašiny „Z období Belle époque“ a nahoře si užívají wellness, bazény a vyjíždějí po jezerech na historických parnicích a lodích.

Další historický parní vlak vyveze návštěvníky z nádraží v Brienzu pod vrchol Rothornu do 2244m nad mořem, kam se vypravují i pěší turisté pro krásný výhled a přírodu (*Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích, Párou na Rothorn*). Také trať z Wilderswilu na Schynige Platte je autentická svou železniční technikou. Při jízdě touto úzkokolejkou mohou cestující pozorovat měnící se přírodu a na konci cesty botanickou zahradu (*Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích, Nostalgie na Schynige Platte*). Na švýcarských kolejích můžeme také potkat staré zrezivělé lokomotivy z Vietnamu (*Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích, Vietnamská epizoda v ryze švýcarském příběhu*).

Téma švýcarských vlaků je očividně velmi plodné a nejen přímo, ale i ve vedlejších rovinách; téma vlaků, které křižují zemi je vděčné z mnoha důvodů. Tyto články skrývají potenciál pevně daného tématu s mnohými vedlejšími tématy, které poskytují materiál, zajímavost a nezměrné množství možností.

Díky ať už podmíněné (zadaný článek švýcarskou agenturou) či nepodmíněné (článek napsaný nezávislým novinářem) reklamě, dráhy ve Švýcarsku jsou nejen veřejným dopravním prostředkem, ale také turistickou atrakcí, která nechá objevit turistům krásu Švýcarska z jiného úhlu. A Swiss Pass je dalším důvodem, proč využít vlak jako dopravní prostředek na dovolené, kdyby k tomu všechna „nej“ švýcarské dráhy nestačila.

Prostřednictvím článků na toto téma může mít čtenář pocit, že vlaky ve Švýcarsku neslouží jen k dopravě, ale také jako místo k nezapomenutelným zážitkům a jistě by si tento potencionální turista nenechal jízdu vlakem ujít, ať už by se jednalo o Glacier Express, Bernina Express či jiný vlak. A to z důvodu, že všechny tyto články evokují, že vlak je švýcarské národní bohatství a důležitá součást země a její kultury.

2.3.2.4 Hory na lyžích i pěšky

Švýcarsko je proslulé svými horskými letovisky a jezdit na hory do Švýcarska může být zážitkem a také tím může člověk dát najevo, kam ve společnosti patří, pokud zavítá do vyhlášeného luxusního resortu.

Jedním takovým resortem je Davos. Do Davosu jezdí slavné osobnosti a odborníci ve svém oboru, kteří se například jedou zúčastnit mezinárodní konference v moderním kongresovém komplexu (*Lidé a země, 2012/11, Davos, luxus i nostalgie*). Tam najdeme přednáškové sály, restaurace a relaxační zóny. Do Davosu jezdili a jezdí lidé proto, aby „viděli a byli viděni“. Davos je spojen i s kulturou- již v minulosti tam jezdili umělci. Zde se například odehrává Mannův Kouzelný vrch, nalezneme zde nejvýše položený pivovar v Evropě a můžeme zde ochutnat pivní pálenku, whisky, pivní čokoládu či bonbóny.

V článku věnovaném evropským lyžařským resortům (*Lidé a země, 2012/11, Evropské lyžařské resorty*) se autor zmiňuje o Crans-Montana, o jeho ideální poloze mezi jezery a lesy a místním čerstvém vzduchu.

Články také často informují o nových módních aktivitách, například v zimních sportech, jako je freeriding (*Lidé a země, 11/2013, Volnost zvaná freeriding*). Kromě dalších lokalit v Evropě se tento článek zmiňuje i o Švýcarsku, Engandin Svatý Mořic. Tato oblast v kantonu Graubünden nabízí pobyty ve všech cenových kategoriích, i když Svatý Mořic je známý hlavně pro svou luxusní nabídku pro „smetánku“. Engandin „*Je jedním z největších lyžařských regionů s nadprůměrnou sněhovou jistotou, 322 slunečnými dny v roce a v rozumné dojezdové vzdálenosti z Česka.*“. Najít zde můžeme freeridové terény, snowparky, alpské sjezdovky v příjemném terénu, přenocovat můžeme v iglů, vydat se na túru na sněžnicích a ochutnat všudepřítomné švýcarské speciality jako je fondue, spatzle, sýry a sušené salámy.

Svatý Mořic má pověst kolébky zimní turistiky, kam jezdí slavní hosté, důležitý je zde vzhled a značka a gastronomie je tu na vysoké úrovni (*Země světa, duben 2012, Třpytivý Glamour a Alpen chic*). Jak už ale bylo řečeno, Svatý Mořic je i místem nezvyklých a módních sportovních aktivit. Ve Svatém Mořici můžete vidět skijoring, sport, který se v této podobě nikde jinde na světě neprovozuje. Jedná se o jízdu na lyžích za koňmi na dlouhých lanech. Pro tento sport je důležitá atletická zdatnost a zkušenost s ovládním koní, jelikož se často rychlost jízdy pohybuje okolo 50 km/h.

Autor článku *Na lyžích mezi nebem a zemí* (*Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis*) píše, že nejznámějším střediskem Švýcarska a celých Alp je Zermatt. Jezdí tam slavné a bohaté rodiny a provozovat zde mohou skialpinismus. Při této aktivitě je zájemce dopraven letadlem na horu, které pak na speciálních lyžích sjíždějí či po nich stoupají.

V případě nehody či laviny v horách se ve Švýcarsku využívají jako pomocníci záchranářů bernardýni, kterým je v kantonu Wallis věnované muzeum, ve kterém se návštěvníci dozví, jak tyto psi zachraňují životy (*Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis, Pes? Kult!*).

Kantonu Graubünden se věnuje celé jedno vydání *Země světa, duben 2012*. I tam tedy můžeme najít informace o horských túrách a lyžování v této lokalitě.

Úvodní článek tohoto vydání, *Kanton Graubünden- v srdci Alp*, se mimo jiné věnuje také horským aktivitám, zimním střediskům, horským vískám, tradičním jízdám na saních a Švýcarským národním parkům a co po cestě po turistických trasách můžete vidět. Vzdálenosti tras se zde udávají v hodinách a minutách a vybrat si turisté mohou ze tří stupňů obtížnosti.

V tomto vydání se věnují i velehorskému středisku Silvretta Arena, měst Samnaun a Ischgl, které využívá francouzských zkušeností a rakouských a švýcarských tradic (*Lyžování z hranic*), které leží na hranici Švýcarska a Rakouska. Zde můžeme sjet sjezdovku, která leží na území obou zmíněných států. Toto středisko se může chlubit sněhovou jistotou od listopadu do května a bezcelní zónou, kde jsou zastoupeny všechny lepší mezinárodní firmy.

Co je ovšem opravdu typické pro Graubünden, a obyvatele tohoto kantonu jsou na to obzvláště pyšní, jsou kozorožci (*Graubündenští kozorožci*). Kozorožci jsou symbolem Graubündenu a najít je můžeme nejen v horách při procházce, ale také v erbech, tradičních obrázcích, výzdobách, atd.

Hory nemusí být zážitkem jen pro lyžaře či turisty, ale i pro cyklisty. A v tomto případě i pro ty nejnáročnější (*Země světa, duben 2012, Engadinem po Innské cyklostezce*). Tato cyklostezka začíná v Graubündenu a pokračuje do Rakouska a Itálie, kde cestou cyklista projede nespočet alpských průsmyků. O této tematice také hovoří článek *Graubünden kopce cyklistům zaslíbené* (*Travel Digest 06,07/2013*).

Do Graubündenu se může vydat celá rodina po celý rok a žádný člen se tu nebude nudit (*Země světa, duben 2012, Graubünden miluje rodiny*). Uprostřed krásné přírody najdeme bazény, naučné stezky, lanové parky, sjezdovky, snowparky, pro děti tu najdete lyžařské školy, lyžařské koutky a hlídání.

A dokonce je možné si na svahu s úžasným výhledem zahrát golf (*Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis, Svatá golfová trojice*).

Pro výjimečné výhledy se turisté vydávají do míst jako je Davos, Lenzerheide, Engadin Scuol-Samnaun, Val Mustair, Saas-Fee, Aletsch, Jungfrau, Engadin Sv.Mořic, Zermatt a Lucern (*Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích, Letní tipy ve znamení jedinečných výhledů*).

Díky Swiss Passu bylo v roce 2014 možné navštívit 8 vrcholů Švýcarska, mezi nimiž najdeme Corvatsch, Santis, Brienzler Rothorn, Cardada či Niesen (*Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích, Nejkrásnější výhledy Švýcarska*).

Královnou švýcarských hor lidé nazývají horu Jungfraubahn, ale mírou technických inovací ji zastíní hora Pilatus (*Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích, Nekorunovaná královna?*), a na horu Rothorn se turisté mohou nechat vyvést parním vlakem do výšky 2244 m, kde si mohou užít přírodu i pěší turisté, které na vrchol vystoupají.

Střechou Švýcarska je nazýván region Wallis, který je třetí největší kanton Švýcarska a leží v srdci Alp (*Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis, Střecha Švýcarska*). Nachází se tam nejvýše položená lanovka a vinice v Evropě a dokonce nejvýše položené metro světa. V tomto kantonu leží třetina nejvyšších alpských vrcholů, a proto se není čemu divit, když se právě Wallis stal kolébkou alpského lyžování. Na svazích je také běžnou činností pastevectví, které má zavedené své speciální názvosloví: „Letní pastva (alpe) a jejich podzimní shánění zpět do údolí (désalpe)“. I když je osou kantonu Rhona, mají obyvatelé problémy se zavlažováním. Proto je možné často narazit na zavlažovací kanály, horskými vodovody, kterým se říká „suonen“ a které odvádějí vodu z alpských ledovců. Narazit je také možné na zemní pyramidy v údolí Val d'Héréns, které vznikly nestejnou erozí.

Článek *Túry kolem vody* (*Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis*) vybízí k

procházce v této zemi hor, slunce a vody okolo suonenů, kde můžete ne výjimečně zahlédnout kamzíky. Voda se tu nejezdí, ale chodí se okolo ní po velkém množství upravených tras, které vedou i do údolí Baltschieder, které je protkané štolami.

Wallis se dá také projet na kole a zvládnou to i méně zdatní cyklisté a to díky trasám, které vedou v údolí podél Rhony (*Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis, Wallisem na kole*).

Právě takovými přízvisky jako je „Střecha Švýcarska“ , „Královna švýcarských hor“ a různými „nej“ je čtenář článku přesvědčen, že jde o něco jedinečného a díky tomu si danou lokalitu či atrakci zapíše na seznam „Co navštívit v dané zemi“.

S tématem hor znovu velmi souvisí téma vlaků, které často v článcích figuruje.

Švýcarsko nabízí mnoho podob horské turistiky, například ze sportů mondénní lyžování, z gurmánského švýcarska například raclette u vyhlídky na vysoké štíty hor a mezi ideální destinace řadí Jungfrau Region a Sv. Mořic (*Travel Digest list/pro 2010, Švýcarsko nabízí mondénní lyžování*). Autor článku radí typy pro každý typ turisty: děti, pařmeny, zkušené lyžaře či kam se vypravit za celebritami.

Koktejl 2012/11, Divoké Švýcarsko- reportáž *Petra Slavíka* představuje Švýcarsko jako zemi hor, *svištů a kozorožců a Lukáš Sobotka v zimním speciálu magazínu Koktejl 2012* vydal reportáž Vábení Eigeru o výstupu na čtyřtisícovku.

Ve zkoumaném období si můžeme všimnout snahy o hledání a vyzdvižení nových a moderních sportů či jiných aktivit, na které jsou čtenáři lákáni.

Švýcarsko je celkově vykreslováno jako zemí hor a divoké přírody, která je v létě cílem mnoha pěších turistů a v zimě hlavní lyžařskou destinací Evropy.

2.3.2.5 Švýcarská kultura

Švýcarská kultura je velmi bohatá a její tradice jsou velmi stálé. Jak nás informuje článek *Maják křesťanství (Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis)*, ve francouzské části Švýcarska je velmi silně zakořeněné křesťanství a oblíbeným svatým je sv. Mořic.

S všeobecnými informacemi o vlajce a historii Švýcarska se lze seznámit v

článku *Všichni za jednoho (Koktejl 2010/11, Michal Dvořák)*.

Dále nás některé články seznamují s historií jak všeobecnou, tak cílenou na určitou oblast či téma, jako například *Křížovatka dějin (Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis)*, článek který mluví o historii města Martigny, období římské nadvlády, o historickém amfiteátru, ale také o Bernina expresu. Článek *Meceáš z Martigny (Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis)* čtenáře seznamuje s nadací Pierra Gianaddy, díky které mohou návštěvníci Martigny navštívit jedny z nejprestižnějších a nejoriginálnějších výstavních prostor na světě. Nechal dokonce ozdobit i kruhové objekty. V místě archeologického okruhu vytvořil výstavní a koncertní síň a založil parky.

Takové články o obecných informacích o zemi poskytují čtenáři dobrý základ pro poznání země a její kultury.

Celý rok je ve Švýcarsku co dělat. Každé toto období skýtá určité možnosti a tradice, které jsou jistě pro turistu zážitkem (*Lidé a země, 2013/04, Čtvero ročních dob ve Švýcarsku*). „Švýcarsko v českých očích platí za zemi pevných pořádků a silných tradic.“. Také je podle autora zemí fontán (kterých najdeme ve Švýcarsku bezpočet a vždy v nich proudí pitná voda) a železnic. Na jaře se, jako ve většině Evropy, slaví Velikonoce, které jsou doprovázené mnoha tradicemi- zdobením kašen květinami, stuhami a vajíčky, a také rituály jako je Zwanzgerle. Snahou dospělých je rozbít mincemi zdobená vajíčka dětí. Pokud se jim to povede, vyhrají vejce a drobné zpátky. Pokud ne, peníze zůstávají dětem, z čehož jsou děti nadšené. V létě se ve Švýcarsku chodí hlavně na vandry a výšlapy v horách. Na podzim si můžeme s místními pochutnat při Bresolee- hodech, při kterých jsou hlavní surovinou kaštiny. Ty jsou doprovázeny hroznovým vínem, jablky, sušeným masem, tvrdými sýry, chlebem a máslem. Jelikož je Švýcarsko prý také zemí vína, ani to na stole nechybí. Ze Švýcarska se ovšem nevyváží, jelikož místní obyvatelé všechno víno vypijí a na vývoz nic nezbude. Během zimy si obyvatelé užívají karneval za vlády krále karnevalu nad městem, od něhož dostal od starosty klíč a kochají se pohledem na drahé a nákladné nově ušité kostýmy kapel.

Dalším článkem informujícím o starých zvycích, tradicích a masopustu je článek *Svěrázní patrioti (Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis)*.

Seznam toho nejtradičtějšího pro Švýcarsko nabízí článek *Tradiční Švýcarsko (Travel Digest 02,03/2013)*. Jsou to hlavně řeky, alphornisté, jódlování, házení vlajek,

Davos, sýry, lanovky, stezky pro túry, koupání uprostřed měst, architektura, karnevalové reje, scházení krav a „Schingen“, takzvaný zápas po Švýcarsku. Jako netypičtější tradicí ze všech označují výrobu sýra, lidovou hudbu a hru na alpský roh.

Velmi známou švýcarskou tradicí i v cizině je tedy Alphorn (*Lidé a země, 2013/06, Alphorn, trefa do srdce Švýcarska*). Folklorní vystoupení alphornistů za doprovodu létajících vlajek na louce v úpatí hory je určitě zážitek a v článku ho přirovnávají k českým koncertům a hudebníkům (Pražské jaro či Bedřich Smetana).

S horami je spojena i soutěž, při které účastníci zjistí *Jak se volí rohatá královna (Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis)*, tedy ta nejhezčí kráva na svazích Švýcarska.

Ve Švýcarsku můžeme najít to, čím se honosí hlavně české domy- sgrafity (*Země světa, duben 2012, Graubündenská sgrafita*). Tento italský styl není jen česká a moravská specialita, ale byla přivezena i do Švýcarska.

Nakonec malé srovnání, *Detaily, jimiž se liší švýcarský kanton Graubünden od Česka (Travel Digest říjen/listopad 2014)*. Jsou to rozdíly v ohleduplnosti, čistotě, pro obyvatele je důležité, co je místní, vytváří přírodní cesty mezi domy, dřevo v lese je zadarmo a ze spadáných stromů vyrábí lavičky.. Sáčky na psí exkrementy najdeme i uprostřed přírody, parkování, jak píše autor článku, je za pakatel, řidiči parkují správně a není těžké najít elegantní kuřárny. Na salaši můžete bez problému sledovat výrobu sýra, v přírodě na vyznačených místech najdeme čisté grily na kterých si můžou návštěvníci opéct kvalitní uzeniny. Označení míst se ve Švýcarsku prý nekrade, ani to na záchodcích, které jsou označeny jinak než u nás, a kde je vždy vyhrazené odkládací místo na věci, které v dané chvíli nepotřebujete.

Všechny popsané zvyklosti a takzvané tradiční věci jsou seznamem, který přibližuje čtenáři švýcarskou kulturu. A srovnání Česka a Graubündenu přesunuje srovnání i do jiné než kulturní roviny. Právě tento článek můžeme považovat za „rozšiřování obzorů“, to, proč lidé cestují. Aby viděli, jak se žije i jinde, poznali nové věci a možnosti a zda lze věci řešit i jinak. A v posledním popisovaném článku je to napsané přímo.

2.3.3 Monako

Kapitolu o Monaku můžeme rozdělit na dvě části: Kam se vydat v Monaku a jak se nad ním proletět.

Jediný velký článek publikovaný v posledních pěti letech ve zkoumaných časopisech, který se věnuje Monaku, se zabývá tím, co nesmíte v Monaku minout (*Travel Digest, únor/březen 2011, Miniaturní knížectví*). Autor článku nabádá na návštěvu Monaka v čase konání závodů formule, kdy zároveň můžete navštívit i místní podmořský svět, kasino a vychutnat si přírodu v rozlehlých parcích.

Monako také figuruje v článku *Pohlednice z oblohy (Travel Digest, 2014/03)*, kde autor popisuje zážitek z paraglidingu ze čtyř lokalit v Evropě, z nichž jednou je i Monako a které slibuje krásný přelet nad městem a přistání na bílé oblázkové pláži.

Z těchto dvou článků můžeme soudit, že Monako není pro autory dostatečným tématem, nebo si myslí, že se téma tohoto státu velmi rychle vyčerpá.

2.3.4 Lucembursko

Lucembursko přitahuje turisty hlavně díky své přírodě a právě té se věnují z velké části jediné dva články, které za pět let ve zkoumaných časopisech vyšly.

Přírodu podobající se Kokořínsku a historii oblasti Malé lucemburské Švýcarsko (*Petite Suisse Luxembourgaise (Lidé a země, 2012/8, Malé lucemburské Švýcarsko)*) obohacuje autor o vyprávění o místních řekách, kláštorech, starobyklých vilách, domech a procházkách i po turistických trasách. Mimo jiné se v části článku zmiňuje o mnichu Willibrordovi.

Ten je hlavním tématem dalšího článku „*V zemi mnicha Willibrorda*“ (*Lidé a země, 2014/2*), kde popisuje historii jeho i této lokality, kostela a okolí řek Ern. Tuto lokalitu doporučuje i horolezcům.

Podle nalezených článků je Lucembursko zemí přírody a bohaté historie, kterým se ovšem v posledních dvou letech poskytl prostor pouze dvakrát.

2.3.5 Další země

Další frankofonní země nacházející se mimo evropský kontinent nás také zajímají. Po vyřazení francouzských území nám zůstává **Ostrov Rodriguez, Madagaskar, Tunisko, Mauricius a Seychely, Libanon, Kongo, Kanada, Haiti a Niger**, tedy země o kterých se studované časopisy v průběhu studovaného období alespoň jednou zmínily.

Články můžeme rozdělit na dvě skupiny- ty, které hovoří o politických a jiných problémech a ty, které informují o zajímavé turistické destinaci, kam tedy vyrazit, nebo se jedná o reportáž z neobvyklých míst.

Velmi často se jedná o články, které představují jiný způsob turistiky, kdy lidé nenavštěvují známé turistické destinace ale snaží se poznat zemi jinak.

Takovým článkem je například *Ostrov Rodriguez, Útěk z civilizace (Travel Digest, únor/březen 2015)*, kdy je cestovatel ušetřen masové turistiky, poznává kulturu trochu jinak a to přímo od obyvatel tohoto ostrova, kteří ho zavedou na krásná místa, které v průvodcích nenajdeme.

Madagaskar je ostrov, kde najdeme rostliny živočichy, které nikde jinde nemáme šanci zahlédnout (*National Geographic- září 2010, Zasažené srdce Madagaskaru*). Proto je velká škoda, že je zmítán politickými a ekonomickými problémy. Právě kvůli své nestabilitě jsou lidé nuceni udělat pro obživu cokoli a jako ideálním prostředkem se stává nelegální těžba vzácného dřeva a nerostného bohatství uprostřed tohoto krásného území.

Tunisko je také představováno spíše z obecného hlediska, ale článek *Ještěřčí veterán (Travel Digest srpen/září 2012)*, kromě obecných informací o Tunisku, zemi pláží, představuje historický vlak „Lezard Rouge“, který odpovídá dobovým reáliím, je původem z Francie, a který nyní jezdí ve vnitrozemí.

Mauricius a Seychely jsou prezentovány jako ideální destinace pro svatbu (*Travel Digest říjen/listopad 2012, Ideální destinace pro svatbu*), spolu s informacemi,

co je nutné zařídit a jaké dokumenty si opatřit.

Mauricius je sice malý ostrov, ale velmi různorodý, s možností svatby (jak už bylo řečeno), kde najdeme sice směs kultur, ale vlastní kultura zmizela (*Travel Digest říjen/listopad 2013, Mauricius*).

V článku *Speciální surovina (Travel Digest, listopad/prosinec 2010)*, kde můžeme najít zvláštní suroviny zemí celého světa, je zmíněn i Mauricius a to jako místo, kde lidé jedli maso blbouna nejapného zvaného pták dodo a tradiční surovinou je třtinový cukr.

Libanon je mimo jiné zemí vína, což prezentuje článek *Víno stvořené láskou (Travelfocus, jaro 2015)*. Představuje rodinu, která vyrábí víno v údolí Kadiša zapsaném na seznamu UNESCO. Dále mluví o středomořském nápoji Arak, který můžeme přirovnat k řeckému Ouzo, a o hroznovém džemu.

Dále je Libanon představován pouze jako zemí s politickými problémy a viditelnými dozvuky občanské války (*Travelfocus, jaro 2015, Chut' žít naplno*). V článku *Disneyland podle Hizballáhu (Lidé a země, 11/2012)* se autor článku procházel po bývalých kasárnách, bojovém poli a všude nacházel tanky a zbraně. Hovoří také o politice, problémech a hnutích.

Kongo, Zelené srdce Afriky (Travelfocus jaro 2015), je zemí, kde najdeme zbytky koloniální éry francouzského architektonického stylu, národní park Noubalé-Ndoki, který je zapsaný na seznamu UNESCO a zvířata, která jsou zvyklá na blízký kontakt s lidmi a žijí blízko nich, například sloni a gorily.

Najdeme zde také činnou sopku, která je nyní pod dohledem odborníků, kteří vyvinuli program na odhad času výbuchu, což domorodci vítají (*National Geographic duben 2011, V sousedství sopky*). Článek poskytuje informace o fungování vulkánu a rozhovor s domorodcem.

Dále články hovoří už jen o problematických tématech. O sociálních problémech hovoří článek *Sestry ze Shambundy (Lidé a země, 11/2013)*, jako jsou nemoci, násilí či vpády ozbrojených skupin, a pomoci postiženým oblastem kongregací Missionnaires du Divine Maitre.

Politikou se zabývá článek „*Už nejsme vaše opice!*“ (*Lidé a země, 06/2013*).

Hovoří také o žalobě podané potomky konžského premiéra Patrice Lulumbly na 10 Belgičanů, kteří se měli v roce 1961 podílet na vraždě této ikoně africké nezávislosti, který musel zemřít pro udržení ideí.

V této zemi mají běloši těžký život (*Koktejl, 2010/09, Kde bílá páli*). Článek hovoří o politice Konga a nelibosti, kterou obyvatelé chovají k bělochům, ať už se jedná o businessmany, vojáky či lidi ze zdravotnických organizací. Obyvatelé Konga je nemají rádi už od belgické kolonizace, a když už nějaký turista zavítá, což se nestává moc často, o peníze si jim říkají všichni včetně policistů a státních úředníků. Kongo je zemí, kde není žádná infrastruktura, byla drancována a všechno bohatství jako je zlato, diamanty, kobalt a coltan odcházejí ze země.

Oproti tomu je **Kanada** klidnou zemí, která hostila v roce 2010 Olympijské hry (*Lidé a země, 05/2012- Whistler, město s otevřenou náručí*) a nyní nabízí atrakce a aktivity jako lyžování, běžky, sněžné skútry, heliskiing, sněžné saně, helikoptéra, gurmánské večery, lázně, cyklistické a pěší trasy, pozorování medvědů, ochutnávky vín, golf, lezení po skalách, lyžování na ledovcích, čtyřkolky, rybaření, koně, procházka v korunách stromů. Článek také poskytuje informace o vládním programu ZAŽIJTE KANADU, který nabízí možnost v Kanadě studovat či pracovat.

Do přírody lze v Quebecu jít do přírodní rezervace Réserve Faunique La Vérendrye, lidskou rukou skoro nezasažená (*Travel Digest, prosinec 2014/leden 2015, Réserve Faunique La Vérendrye v Quebecu*).

Haiti je ostrovem nyní zmítaným zvláště finančními problémy způsobenými zemětřesením v roce 2010, které zabilo 220 tisíc lidí. I přes miliardy, které byly zaslány na Haiti stále trvá období trosek, protože peníze doputují k vládní firmě či úředníkovi a pak zmizí. To způsobuje i zdravotní problémy obyvatelstva, které chvátí epidemie cholery.

Niger je představen v reportáži *Láska, sex a gerewol (Lidé a země-01/2013)*, kde autor článku popisuje soutěž krásy kmene Wodaabe a krásu tohoto etnika. Zdůrazňuje ale také fakt, že teprve v roce 2003 bylo v Nigeru zrušeno otroctví a i přesto spoustu lidí otroky zůstává.

3 Závěr

Právě cestopisné a zeměpisné časopisy a magazíny jsou důležitým zdrojem informací o cizích zemích, spolu se tématickými televizními pořady. Časopisy čtenářům poskytují různorodé informace o daných zemích, nejen co se týče témat, ale i stylu předložení faktů či příběhů v kombinaci s fotografiemi. Články představují typické turistické lokality, historii, přírodu, gastronomii, ale i politickou situaci a problémy daných zemí. Tyto informace mohou být podány ve formě jednoduchého článku předkládajícího fakta, či reportáže spojené s osobním příběhem a zážitky.

Tato periodika mají velkou moc v ovlivňování rozhodnutí čtenářů, potencionálních turistů. Poskytují informace o zajímavosti, dostupnosti, kulturních rozdílech a praktických součástech cestování. Turisty mnou sledovaných evropských zemí může velmi ovlivnit fakt, že dané téma bylo během pěti let velmi často opakované, a tudíž pro pravidelného čtenáře velmi snadno zapamatovatelné a pro jednorázového čtenáře, který hledá inspiraci pro cestování, náhodný typ. A právě i množství zmínek je důležité také zhodnotit z objektivního pohledu, zda je toto téma tak zajímavé a důležité, náhodně vybrané více autory, nebo zařízené agenturou určité země a tudíž je článek využíván jako propagační nástroj. Toto všechno jsem tedy zkoumala v sedmi periodikách , jednotlivě: Lidé a země, Magazín koktejl, Země světa, Geo, National Geographic ČR, Travel Digest a Travel Focus v období 5 let (leden 2010-srpen 2015).

Články o Belgii jsem tedy rozdělila podle témat: Typické lokality, historické památky a neobvyklá místa , Diamanty a Různé chutě, které skrývají věci méně či více všeobecně známé, někdy až klišé, jako je Atomium, čokoláda či pivo. Belgie ale může i překvapit místy a fakty, o kterých se neví a články pojednávající o těchto faktech mohou být pro čtenáře příjemnou inspirací jak ozvláštnit svůj pobyt v této zemi.

Článků o Belgii mohlo být za 5 let více, ale již toto je přijatelné množství a málokdy najdeme články, které se tématem přímo opakují a tak nabízejí širokou škálu informací. Jedno číslo Země světa bylo připraveno ve spolupráci s Flanderskou turistickou informační kanceláří a Dutch Masters.

Oproti tomu Švýcarsko zahrnuje více témat, a to Švýcarské chutě, Švýcarská kultura, Švýcarsko po kolejích, Hory na lyžích i pěšky a Zajímavá místa. Množství článků nezanechává příliš prostoru pro originalitu a proto najdeme více článků, které hovoří o stejném tématu, ne-li jsou kromě pár detailů skoro jakoby okopírované.

I pro Švýcarsko platí to co pro Belgie- mluví se nejen o všeobecně známých věcech, až klišé, ale také objevují nová fakta a místa.

Jako zásadní témata se jeví Švýcarsko po kolejích a Hory na lyžích i pěšky, což může vést, i s ohledem na množství článků, k názoru, že ve Švýcarsku najdeme jen hory a vlaky. Je pravda, že podtémat jako takových není moc, a často se opakují

Ovšem může se po přečtení všech článků zdát jasné, že autoři často nepiší články na dané téma jen proto, že je poutavé. A bude to pravda. Množství článků a jejich zaměření nedává moc šanci pochybovat. Dokonce celá čísla publikací jsou vytvářena ve spolupráci se švýcarskými agenturami (Země světa: duben 2014: Švýcarskem po kolejích ~Toto číslo bylo připraveno ve spolupráci se zastoupením Switzerland Tourism v ČR. Země světa duben 2013: Švýcarsko Wallis (toto číslo bylo připraveno ve spolupráci s Valais/Wallis Promotion a zastoupením Switzerland Tourism v ČR.)

Zajímavé je určitě srovnání české a švýcarské kultury a náтуры autora článku „*Detaily, jimiž se liší švýcarský kanton Graubunden od Česka (Travel Digest říjen/listopad 2014)*“.

Monako, sice malá země, ale určitě zajímavá by si zasloužila více prostoru a ne jen jeden článek a jednu krátkou zmínku, stejně tak jako Lucembursko, které se sice rozsahem článků může chlubit více, ale určitě může nabídnout více, než jen jeden park a příběh jedné národní osobnosti.

U evropských zemí tedy můžeme najít jak zmínky o známých věcech, tak ale také zajímavosti a inspiraci na zajímavé výlety.

Když se ovšem zamyslíme nad množstvím článků, je otázka, zda je tento velký rozdíl v mezi danými zeměmi kvůli jejich zajímavosti či nezajímavosti a atraktivitě pro cestovatele a novináře, nebo se jedná spíše o důvody jiné, ekonomické a a z důvodu spolupráce s agenturami určité země.

Oproti tomu země mimoevropské zajímají spíše časopisy, které investují do zajímavých a nákladnějších reportáží, přebírají je od svých kolegů z ciziny a nebojí se upozornit na politické a sociální problémy.

Je možné najít články, které tyto problémy nezmiňují; v tomto případě se jedná o Kanadu či ostrovy, které jsou v našem povědomí jako ty, kam se jezdí odpočinout si a zaplavat si v průzračném moři.

Z pohledu aktuálnosti můžeme pozorovat, že aktuálními tématy se spíše zabývají články hovořící o mimoevropských zemích, a evropské země jsou zmiňovány spíše obecně, nezařazeně do časové osy, nebo pouze co se týče ročního období (zimní sporty, tradice, aj.).

Ucelený obraz si, dle mého názoru, může čtenář udělat o Švýcarsku a Belgii, i když musíme vzít potaz spolupráci časopisů s propagačními agenturami. Ale ucelený obraz o přírodě, historii, gastronomii, typických lokalitách a zajímavostech je vykreslen dostatečně, typická, již známá fakta, řekli bychom klišé, i nové zajímavosti. O Monaku a Lucembursku informace chybí a informace o mimoevropských zemích se soustřeďují na problematiku či kde strávit luxusní dovolenou.

Proč se periodika soustřeďují více na určitá témata než jiná je nelehké určit. Možností je zdánlivá neatraktivnost lokality, vysoká cena reportáže při vyslání autora do dané země, či spolupráce periodik s agenturami.

4 Résumé

Une personne francophone sera tournée vers un pays étranger francophone parce qu'elle aura les connaissances suffisantes de la langue. Cela peut être une raison pour aller visiter un des nombreux pays de langue française qui sont présents dans le monde entier et non pas seulement en Europe.

A notre époque, le voyage est une manière très populaire de passer le temps libre ; ce mode de vie s'est tellement développé qu'il a aussi développé l'industrie du tourisme en imposant un environnement concurrentiel. Un concurrent aura plus de chance d'attirer des touristes en diversifiant ses modes et ses offres de voyage en fonction des destinations. Ces offres peuvent concerner le transport, la restauration ou l'hébergement, ils ne seront pas forcément en supplément pour le touriste et peuvent fortement influencer son choix de destination. Grâce au développement du tourisme, les modes d'information se sont aussi développés et diversifiés. C'est pourquoi on peut facilement trouver des informations sur des sites internet, des blog, dans des livres et des magazines et même dans des émissions de tv spécialisées.

L'objectif de mon mémoire de Licence est d'analyser les informations au sujet des pays francophones (sauf la France) présentés dans les magazines de géographie et de voyage qui ont été publiés en République tchèque sur la période de janvier 2010 à juillet 2015 et ainsi, faire ressortir une image de ces pays qui se présente aux lecteurs et de manière plus élargie.

Pour développer mon analyse, ce mémoire examine la quantité des informations sur chaque pays francophone (essentiellement européens) et le langage utilisé dans les articles de chaque magazine sélectionné (Lidé a země, Magazín koktejl, Země světa, Geo, National Geographic ČR, Travel Digest a Travel Focus). Ce sont des publications populaires dont chaque revue a sa personnalité et son histoire.

Afin d'analyser les articles efficacement, il faut fixer les termes et les informations de base sur l'industrie de tourisme, le marketing avec sa stratégie de destinations et ses moyens d'information, la francophonie, les magazines examinés et les pays étudiés d'un point de vue historique, linguistique, culturel et géographique.

Cette analyse se fait à l'aide de littérature spécialisée qui permet de s'orienter plus facilement vers les thématiques à trier parmi les informations trouvées dans les différents articles. Cette partie permet d'éclaircir les méthodes utilisées dans la partie pratique c'est à dire la description des pays, l'analyse (linguistique) des articles et la comparaison des informations écrites entre les articles et les avis des sondés (par le biais de questionnaires utilisées).

Un des aspects étudiés est la quantité des informations parmi les articles trouvés. En effet, entre les années 2010 et 2015, on a pu répertorier 27 articles au sujet de la Belgique, 82 sur la Suisse et seulement 2 au sujet de Monaco et du Luxembourg. Ces chiffres mettent clairement en avant le fait que la Suisse est le pays le plus attractif. Grâce à ça, on est dirigé vers l'objectivité de l'information. En effet, si nous regardons de plus près, nous remarquons une note intéressante qui apparaît souvent dans les magazines et qui questionne quant à l'objectivité de l'information: « Ce numéro a été préparé en coopération avec... », Souvent en coopération avec une agence de tourisme de ledit pays. Il m'apparaît nécessaire de prendre cet élément en considération afin de rester vigilante sur le traitement de mon analyse. Le dernier est l'aspect linguistique. J'ai remarqué que parmi les divers supports, aucune règle de langage n'a été trouvée et toute utilisation linguistique dépend en réalité des journalistes, et de leurs styles d'écriture orienté en fonction de leurs intentions envers le lecteur.

La plus grande partie de mon analyse est consacrée à l'analyse des informations classées en blocs thématiques répartis de la manière suivante:

La Belgique :

- 1 « Les destinations typiques, les monuments historiques et les endroits extraordinaires »
- 2 « Les diamants » (le minéral)
- 3 « Les goûts différents » (gastronomie)

Ces thèmes se concentrent surtout sur les aspects nouveaux et les informations insolites mais aussi des clichés et des aspects connus de tous. L'éventail de ces

informations est assez large en diversifiant généralement ses sujets.

En Suisse :

- « Les endroits intéressants »
- « Les montagnes, à pied et au ski »
- « La Suisse sur les rails »
- « La culture suisse »
- « Les goûts suisses ». (gastronomie)

La quantité importante des articles sur le thème des trains est surprenante et la quantité des articles en générale sur la Suisse ne laisse pas douter que la Suisse est un pays intéressant et peut-être grâce à la coopération très forte entre les magazines tchèques et les agences de tourisme suisses.

Ici, au contraire de la Belgique, les articles se répètent un peu plus mais nous pouvons trouver tout de même des thèmes originaux et inspirants.

En revanche, Monaco et le Luxembourg n'ont été mentionnés que deux fois chacun.

En ce qui concerne les pays non européens, les thèmes se concentrent sur les informations politiques et des problèmes de destinations, donc actuelles, ou l'inspiration des vacances « de luxe ».

J'ai élaboré deux questionnaires que j'ai présentés à un public de tout âge portant sur les informations trouvées et manquantes dans les articles étudiés.

Il apparaît clairement que les pays francophones en Europe (exceptée la France) sont représentés dans les magazines de géographie et de voyage publiés en République tchèque de la manière inégale. On peut bien voir l'image de la Belgique et la Suisse, mais Monaco et le Luxembourg restent absents. La différence entre la quantité des informations sur les pays européens est vraiment remarquable et nous pouvons seulement deviner la cause.

Après cette analyse, nous pouvons nous poser une autre question : Quelle image de la République tchèque est présentée aux lecteurs à l'étranger dans les magazines de géographie et de voyage?

5 Glosář

Česky	Francouzsky	Německy
<i>Místní jména</i>		
Alpy	Alpes	Alpen
Antverpy	Anvers	Antwerpen
Belgické království	Royaume de Belgique	Königreich Belgien
Bruggy	Bruges	Brügge
Brusel	Bruxelles	Brüssel
Davos	Davos	Davos (Die Landschaft Davos)
Gent	Gand	Gent
Monacké knížectví	Principauté de Monaco	Fürstentum Monaco
Svatý Mořic	Saint-Moritz	St. Moritz
Švýcarská konfederace	Confédération suisse	Schweizerische Eidgenossenschaft
Valonsko/Valonský region	Région wallonne	Wallonische Region
Velkovévodství lucemburské	Grand-Duché de Luxembourg	Großherzogtum Luxemburg
Vlámsko/Flandry	Région flamande	Vlaams Gewest
Wallis/Valais	Valais	Wallis
<i>Obecná jména</i>		
Alphorn/Alpský roh	Le cor des Alpes	Das Alphorn
Bernina express	Le Bernina Express	Der Bernina-Express
Cyklistika	Le cyclisme	Der Radsport
Čokoláda	Le chocolat	Die Schokolade
Diamant	Le diamant	Der Diamant
Enkláva	L'enclave (f)	Eine Enklave
Festival	Le festival	Das Festival
Glacier Express	Le Glacier Express	Der Glacier Express
Hora	La montagne	Der Berg
Horská chata	Le Chalet	Das Landhaus
Jenever	Genièvre	Genever

Česky	Francouzsky	Německy
Jezero	Le lac	Der See
Kozorožec horský	Le bouquetin des Alpes	Der Alpensteinbock
Lyžovat	Faire du ski	Ski fahren
Označení původu zboží	AOC (appellations d'origine contrôlée)	Kontrollierte Herkunftsbezeichnung
Park	Le parc	Der Park
Pivo	La bière	Das Bier
Sýr	Le fromage	Der Käse
Turistika	Le tourisme	Der Tourismus
Víno	Le vin	Der Wein
Vlak	Le train	Der Zug

6 Zdroje

Knižní zdroje

HOLEŠ, Jan a Jaromír KADLEC. *Francouzština v Evropě*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005. Monografie. ISBN 80-244-1049-4

HONZÁK, František. *Státy a jejich představitelé*. 4. vyd. Praha: Libri, 1998. 449 s. : il. ISBN 80-85983-79-6.

INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2007, 119 s. ISBN 978-80-245-1252-5.

International Conference on Travel and Tourism Statistic. Conference Resolutions WTO, Madrid, červenec 1991; český překlad z: INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 2007, 119 s. ISBN 978-80-245-1252-5.

MASON, Antony. *Belgie a Lucembursko*. Vyd. 1. Praha: Ikar, 2011. 352 s. ISBN 978-80-249-1560-9 · il.

PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. Manažer. Marketing. ISBN 80-247-1014-5

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, ISBN 80-7178-926-7

SEKVENT, Karel a Dušan ŠLOSAR. *Jak užívat francouzská vlastní jména ve spisovné češtině: pravopis, výslovnost, skloňování, odvozování, slovníček jmen*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2002. ISBN 80-200-0989-2.

TELLER, Matthew. *Švýcarsko : [turistický průvodce]*. 1. vyd. Brno: Jota, 2011. 515 s., [8] s. obr. příl. ISBN 978-80-7217-896-4 · il.

VALANTIN, Christian. *La francophonie dans le monde 2006-2007*. Paris: Nathan, c2007. ISBN 978-2-09-882177-4

Velká encyklopedie zeměpisu : kompletní průvodce státy celého světa, jejich kulturou a populací. 2. české vyd. Praha: Svojtka & Co., 2003. 640 s.: il., fot., pl., gr., mp., rejstř. ISBN 80-7237-939-9

Časopisecké zdroje

Koktejl, všechny chutě světa. Česká republika. Praha: Czech Press Group a.s., 2010. ISSN 1210-4353. [vydání: červenec-srpen, září, listopad, ; Oceán 2010- jaro]

Koktejl, všechny chutě světa. Česká republika. Praha: Czech Press Group a.s., 2012. ISSN 1210-4353. [vydání: listopad]

Koktejl, všechny chutě světa. Česká republika. Praha: Czech Press Group a.s., 2013. ISSN 1210-4353. [vydání: leden, září; zimní speciál magazínu Koktejl 2013]

Koktejl, všechny chutě světa. Česká republika. Praha: Czech Press Group a.s., 2014. ISSN 1210-4353. [vydání: březen]

Lidé a Země, Za obzorem čeká svět. Česká republika. Praha: Serafico investment s.r.o., 2010. ISSN 0024-2896. [vydání:]

Lidé a Země, Za obzorem čeká svět. Česká republika. Praha: Serafico investment s.r.o., 2011. ISSN 0024-2896. [vydání: duben, červenec]

Lidé a Země, Za obzorem čeká svět. Česká republika. Praha: Serafico investment s.r.o., 2012. ISSN 0024-2896. [vydání: květen, srpen, listopad]

Lidé a Země, Za obzorem čeká svět. Česká republika. Praha: Serafico investment s.r.o., 2013. ISSN 0024-2896. [vydání: leden, duben, srpen, říjen, listopad]

Lidé a Země, Za obzorem čeká svět. Česká republika. Praha: Serafico investment s.r.o., 2014. ISSN 0024-2896. [vydání: únor, duben, červen, červenec, říjen,]

Lidé a Země, Za obzorem čeká svět. Česká republika. Praha: Serafico investment s.r.o., 2015. ISSN 0024-2896. [vydání:]

National geographic: Česko. Česká republika. Praha: Sanoma Magazines Praha, 2010. ISSN 1213-9394. [vydání: září]

National geographic: Česko. Česká republika. Praha: Sanoma Magazines Praha, 2011. ISSN 1213-9394. [vydání: duben]

Travel focus. Česká republika. Praha: Leonardo spol. s r.o., 2015. ISSN 1801-1993.
[vydání: jaro]

Travel Digest. Česká republika. Praha: 1. Distribuční společnost, s.r.o., 2010. ISSN 1801-5417. [vydání: listopad-prosinec,]

Travel Digest. Česká republika. Praha: 1. Distribuční společnost, s.r.o., 2012. ISSN 1801-5417. [vydání: srpen-září, říjen-listopad]

Travel Digest. Česká republika. Praha: 1. Distribuční společnost, s.r.o., 2013. ISSN 1801-5417. [vydání: únor- březen, červen-červenec, říjen-listopad,]

Travel Digest. Česká republika. Praha: 1. Distribuční společnost, s.r.o., 2014. ISSN 1801-5417. [vydání: únor, únor-březen, březen, říjen- listopad, prosinec 2014-leden2015]

Travel Digest. Česká republika. Praha: 1. Distribuční společnost, s.r.o., 2015. ISSN 1801-5417. [vydání: prosinec 2014-leden2015, únor, únor-březen, duben-květen]

Země Světa. Česká republika. Praha: GeoBohemia, s. r. o., 2010. ISSN 1213-8193. [vydání: březen]

Země Světa. Česká republika. Praha: GeoBohemia, s. r. o., 2012. ISSN 1213-8193. [vydání: duben]

Země Světa. Česká republika. Praha: GeoBohemia, s. r. o., 2013. ISSN 1213-8193. [vydání: duben]

Země Světa. Česká republika. Praha: GeoBohemia, s. r. o., 2014. ISSN 1213-8193. [vydání: duben]

Internetové zdroje

ABC ČR, Kancelář ověřování nákladu tisku, Audit Bureau of Circulations
[online]. [cit. 15/02/2016]

dostupné z WWW: <http://www.abccr.cz/overovana-data/vyhledavani-nakladu-tisku/?page=1&filterMonth=&filterYear=&filterNamePublisher=&filterNameTitle=Lid%C3%A9+a+Zem%C4%B&filterType=&filterGenre=>

ABC ČR, Kancelář ověřování nákladu tisku, Audit Bureau of Circulations
[online]. [cit. 15/02/2016]

dostupné z WWW: <http://www.abccr.cz/overovana-data/vyhledavani-nakladu-tisku/?page=2&filterMonth=&filterYear=&filterNamePublisher=&filterNameTitle=Koktejl%20Magaz%C3%ADn&filterType=&filterGenre=#list>

ABC ČR, Kancelář ověřování nákladu tisku, Audit Bureau of Circulations
[online]. [cit. 15/02/2016]

dostupné z WWW: <http://www.abccr.cz/overovana-data/vyhledavani-nakladu-tisku/?page=2&filterMonth=&filterYear=&filterNamePublisher=&filterNameTitle=Koktejl%20Magaz%C3%ADn&filterType=&filterGenre=#list>

ČTK PROTEXT, PR servis České tiskové kanceláře [online]. [cit. 15/02/2016]

dostupné z WWW:

<http://www.protext.cz/zprava.php?id=6980>

E-knihovna Mendelovy Univerzity [online]. [cit. 05/03/2016]

dostupné z WWW: https://is.mendelu.cz/eknihovna/opory/zobraz_cast.pl?cast=44498

Encyclopædia Britannica [online]. [cit. 20/01/2016]

dostupné z WWW: <http://global.britannica.com/place/Belgium>

Encyclopædia Britannica [online]. [cit. 20/01/2016]

dostupné z WWW: <http://global.britannica.com/place/Luxembourg>

Encyclopædia Britannica [online]. [cit. 20/01/2016]

dostupné z WWW: <http://global.britannica.com/place/Switzerland>

Encyclopædia Britannica [online]. [cit. 20/01/2016]

dostupné z WWW: <http://global.britannica.com/place/Monaco>

France Diplomatie [online]. [cit. 20/01/2016]

dostupné z WWW: <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/dossiers-pays/belgique/presentation-de-la-belgique/>

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [online]. [cit. 07/11/2015]

dostupné z WWW: https://www.mmr.cz/getmedia/efcd9671-4737-427b-bab5-1b6be507e800/GetFile10_1.pdf

Ministerstvo zahraničních věcí [online]. [cit. 20/01/2016]

dostupné z WWW: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/evropa/monako/

Portál Periodik.cz [online]. [cit. 15/02/2016]

dostupné z WWW: <http://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=titul&titul=105>

Portál Periodik.cz [online]. [cit. 15/02/2016]

dostupné z WWW: <http://www.periodik.cz/predplatne/casopis.php?akce=titul&titul=1004>

Slovník cizích slov [online]. [cit. 16/02/2017]

dostupné z WWW: <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/televize>

Webové stránky magazínu Geo [online]. [cit. 15/02/2016]

dostupné z WWW: <http://www.geo-magazin.cz/redakce/pro-inzerenty>

Webové stránky magazínu Koktejl [online]. [cit. 15/02/2016]

dostupné z WWW: http://www.czech-press.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=8228&Itemid=276

Webové stránky časopisu National Geographic Česko [online]. [cit. 15/02/2016]

dostupné z WWW: <http://www.national-geographic.cz/casopis/>

Webové stránky časopisu Travefocus [online]. [cit. 15/02/2016]

dostupné z WWW: <http://www.travefocus.cz/o-casopisu/>

Webové stránky časopisu Travel Digest [online]. [cit. 15/02/2016]

dostupné z WWW: <http://www.travedigest.cz/o-casopisu/>

Webové stránky časopisu Země světa [online]. [cit. 15/02/2016]

dostupné z WWW: <http://www.zemesveta.cz/>

7 Přílohy

Vyhodnocení dotazníků

Po zhodnocení nalezených informací jsem pomocí technologie Google Forma vytvořila dotazníky týkající se Belgie a Švýcarska, tedy zemí nejvíce zmiňovaných, abych mohla lépe konfrontovat obraz čtenářů a obyvatel daných lokalit.

Tyto dotazníky jsem šířila pomocí sociálních sítí a emailovou poštou mezi přáteli, ale také na stránkách univerzit.

I přesto se mi nepodařilo získat větší vzorek odpovědí. Na dotazník o Belgii odpovědělo 22 respondentů a na dotazník o Švýcarsku pouze 17. Toto množství odpovědí není tedy adekvátních pro vyvozování faktů, ale může pomoci s ujasněním, zda je popis zemí v časopisech směřován alespoň částečně správně.

Dotazník pro Belgie

La Belgique

Le but de ce questionnaire est de trouver des éléments qui manquent dans la présentation de votre pays dans les articles sur la Belgique publiés en République tchèque . C'est pourquoi je vous demande de réfléchir sur les mots qui manquent ci-dessous. Vos réponses seront comparées avec les informations publiées dans les articles et vont m'aider de bien conclure mon mémoire. Merci beaucoup!

*Povinné pole

1. Êtes vous habitant d'une région francophone ?

Označte jen jednu elipsu.

- Oui
 Non

2. Cochez les notions qui correspondent le mieux à la description de votre pays et de votre culture. (L'échelle de 1 jusqu'à 5)

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	1. Pas du tout d'accord	2.	3.	4.	5. Tout à fait d'accord
La bière	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le chocolat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le saxophone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le ski	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le canal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les gaufres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Qu'est-ce qui manque? *

4. Est-ce qu'il y a une notion qui n'appartient pas à cette liste?

5. Cochez les destinations les plus intéressantes et les plus représentatives. *
Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	1. Pas du tout d'accord	2.	3.	4.	5. Tout à fait d'accord
Baarle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gent	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bruges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anvers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Řádek 5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Qu'est-ce qui manque?

7. Est-ce qu'il y a une notion qui n'appartient pas à cette liste?

Dotazník pro Švýcarsko

La Suisse

Le but de ce questionnaire est de trouver des éléments qui manquent dans la présentation de votre pays dans les articles sur la Suisse publiés en République tchèque . C'est pourquoi je vous demande de réfléchir sur les mots qui manquent ci-dessous. Vos réponses seront comparées avec les informations publiées dans les articles et vont m'aider de bien conclure mon mémoire. Merci beaucoup!

*Povinné pole

1. Etes-vous habitant d'un canton francophone?

Zaškrtněte všechny platné možnosti.

Oui

Non

2. Cochez les notions qui correspondent le mieux à la description de votre pays et de votre culture. (L'échelle de 1 jusqu'à 5) *

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	1. Pas du tout d'accord	2.	3.	4.	5. Tout à fait d'accord
Les montagnes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le ski	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les sports d'hiver	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le fromage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La nature	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les trains	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le cor des Alpes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les marrons	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les lacs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le chocolat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les randonnées à pied	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les Alpes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les traditions et coutumes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le vin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La musique traditionnelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les resorts de ski de luxe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le bouquetin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Swiss pass	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le cyclisme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les montres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Qu'est-ce qui manque?

4. Est-ce qu'il y a une notion qui n'appartient pas à cette liste?

5. Classez les destinations les plus intéressantes et les plus représentatives.

Označte jen jednu elipsu na každém řádku.

	1. Pas du tout d'accord	2.	3.	4.	5. Tout à fait d'accord
Graubünden/Les Grisons	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Davos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lötschberg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bemina Express (Albula et Bemina)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Glacier express	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saint-Maurice	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jungfraubahn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Massif du Saint-Gothard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Glacier d'Aletsch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zermatt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tunnel du Saint-Gothard	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Qu'est-ce qui manque?

7. Est-ce qu'il y a une notion qui n'appartient pas à cette liste?

Tyto dotazníky byly šířeny v období od 3.11.2016 do 17.4.2017.

Výsledky jsem následně zanesla do tabulek a seřadila dané kategorie a v nich dané termíny dle získaných bodů podle pravidla:

„Za každý hlas pro daný termín v kolonce 1 (Pas du tout d'accord) násobený 1, v kolonce 2 násobený 2, (...), v kolonce 5 (Tout à fait d'accord) násobený 5.“

Díky tomu lze zjistit, s čím dotazovaní nejvíce souhlasili.

Zde již jednotlivé výsledky:

Belgie

Z dotazovaných 22 bylo 19 z frankofonního regionu Belgie, 2 z jiného a jeden dotazovaný neodpověděl.

	1	2	3	4	5	Celková hodnota
Le chocolat	0	0	0	4	18	106
La bière	0	0	1	6	15	102
Les Gaufres	0	0	0	9	13	101
Le saxophone	2	6	10	3	1	61
Le canal	2	6	12	0	2	60
Le ski	10	10	0	1	1	39

Můžeme tedy vidět, že z daných typických věcí pro Belgii nejlépe dopadla čokoláda, pivo a vafle. Tedy tyto tři pochutiny k Belgii patří jak podle novinářů, tak podle obyvatel.

Na seznamu respondentům chyběly hranolky, kulturní festivaly, historické budovy, slunce, belgický komiks a Manneken Pis.

Naopak jim na seznamu přebývala možnost „Le saxophone“ a „Le ski“.

	1	2	3	4	5	Celková hodnota
Bruges	0	0	2	7	13	99
Anvers	0	3	5	7	7	84
Gent	2	2	0	13	5	83
Baarle	3	7	8	3	1	58

Dále respondenti souhlasili, že typickou lokalitou Belgie je Bruges a kromě Baarle nebyli proti Antverpám a Gentu.

Co jim ale v nabídce odpovědí chybělo byl Brusel, Lutych, Mons a „mnohá další města. V Belgii nalezneme velké množství měst a vesnic, které má cenu navštívit“.

Z nabízených 4 měst podle dotazovaných na tento seznam nepatří Baarle.

Celkově mohu zhodnotit sdílnost belgických respondentů velmi kladně, často odpověděli i na otevřené otázky.

Celkové srovnání nalezených informací v člancích a výsledků dotazníků, že ač klišé, čokoláda, pivo a vafle opravdu patří k belgické kultuře a na stránkách časopisů mají své místo. Stejně tak i belgický komiks, o kterém bylo možné pár zmínek najít a historické budovy. Více by se články mohly věnovat kulturním festivalům, mezi kterými jsme našli jen festival jeneveru.

K typickým lokalitám můžeme bez váhání řadit Bruges, Antverpy a Gent, které na stránkách našly své místo. Stejně jako Brusel a dle názoru respondentů mohou autoři článků psát o Lutychu a o městě Mons.

Švýcarsko

Z dotazovaných 17 bylo 14 z frankofonního kantonu Švýcarska, 2 z jiného a jeden dotazovaný neodpověděl.

	1	2	3	4	5	Celková hodnota
Le chocolat	0	0	0	3	14	82
Le fromage	0	0	1	3	13	80
Les montagnes	0	0	1	7	9	76
Les Alpes	0	0	0	12	5	73
Les montres	0	0	1	11	5	72
Les trains	0	0	1	13	3	70
La nature	0	0	5	7	5	68
Le ski	0	0	3	12	2	67
Les lacs	0	0	3	12	2	67
Les sports d'hiver	0	0	3	14	0	65
Le cor des Alpes	0	0	8	9	0	60
Les randonnées à pied	0	0	10	7	0	58
Le vin	0	7	3	7	0	51
Les resorts de ski de luxe	0	3	12	2	0	50
Les traditions est coutumes	0	4	12	1	0	48
Le bouquetin	0	8	9	0	0	43
La musique traditionnelle	0	10	7	0	0	41
Swiss Pass	0	13	2	2	0	40
Les marrons	9	7	1	0	0	26
Le cyclisme	9	7	1	0	0	26

Dle této tabulky je patrné, že čokoláda, sýry, hory všeobecně, Alpy a hodinky ke Švýcarsku patří, alespoň dle vzorku respondentů. Vlaky, o kterých se tolik v článcích psalo jsou až na 6.místě. Největším překvapení je Swiss Pass na 18. místě z 20. Můžeme toto hodnocení chápat tak, že Swiss Pass je cílen na turisty, což se odráží i v reklamě publikované v cizích zemích, jako například v České Republice, ale obyvatelé Švýcarska ho nevyzdvihují.

Švýcarští respondenti sdílní nebyli. Na otázku s žádostí o upřesnění, co na seznamu chybí, nebyla napsána žádná odpověď, nebo „Plein de choses! Mais pas le temps d'y réfléchir là“ - “Spoustu věcí! Ale nemám čas nad tím přemýšlet“.

Ani v otázce, co na seznam nepatří jsem se nesetkala s odpovědí.

	1	2	3	4	5	Celková hodnota
Graubünden/Les Grisons	0	0	1	12	4	71
Zermatt	0	0	2	15	0	66
Davos	0	0	7	7	3	64
Glacier d'Aletsch	0	0	7	10	0	61
Bernina Express (Albula et Bernina)	0	0	9	8	0	59
Glacier express	0	0	9	8	0	59
Massif du Saint-Gothard	0	2	11	4	0	53
Jungfraubahn	0	3	13	1	0	49
Lötschberg	0	4	12	1	0	48
Tunnel du Saint-Gotthard	0	4	13	0	0	47
Saint-Maurice	0	9	8	0	0	42

V kategorii míst a vlakových tratí byla nejvýše umístěna místa, jako je kanton Graubünden, Zermatt, Davos a Aletský ledovec.

Jak již bylo řečeno, všechny tyto výsledky jsou jen ilustrací malého vzorku respondentů a nelze z toho tedy vyvozovat závazná fakta.

Tyto čísla mohou sloužit pouze pro představu, zda se obrázek dané země vykreslený ve studovaných publikacích liší a v čem od názoru obyvatel studovaných zemí.