

FILOZOFICKÁ FAKULTA UNIVERZITY PALACKÉHO
V OLOMOUCI

KATEDRA SLAVISTIKY

Překlad odborného textu z oblasti cestovního ruchu
s translatologickým komentářem

Translation of a scientific text from the field of tourism
with a translational commentary

VYPRACOVALA: Bc. Lenka Chrastinová

VEDOUCÍ PRÁCE: doc. PhDr. Zdeňka Vychodilová, CSc.

2020

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně a uvedla všechny použité prameny.

V Přerově, 6. 5. 2020

Podpis

Děkuji doc. PhDr. Zdeňce Vychodilové, CSc., za konzultace, rady a připomínky, které mi během psaní diplomové práce poskytla. Ráda bych poděkovala i své rodině a přátelům za podporu během mého studia.

Podpis

Obsah

Úvod	6
1 Styl a klasifikace stylů	8
2 Odborný styl	10
2.1 Klasifikace odborného stylu.....	11
2.2 Kompozice odborného stylu	13
2.3 Syntaktické a morfologicko-syntaktické prostředky odborného stylu.....	13
2.4 Morfologické prostředky odborného stylu.....	16
2.5 Lexikální prostředky odborného stylu	19
3 Vlastní překlad.....	20
4 Translatologický komentář	47
4.1 Analýza vybraných jevů lexikální roviny	47
4.1.1 Překlad termínů.....	47
4.1.2 Překlad antroponym.....	49
4.1.3 Překlad toponym.....	50
4.1.4 Překlad názvů cestovních kanceláří a agentur, hotelových zařízení.....	51
4.1.5 Překlad názvů profesních sdružení cestovního ruchu.....	52
4.1.6 Překlad názvů dalších institucí	54
4.1.7 Překlad legislativy	56
4.2 Analýza vybraných jevů morfologické roviny.....	57
4.3 Analýza vybraných jevů syntaktické roviny	58
4.3.1 Překlad přídavných jmen slovesných	58
4.3.2 Překlad přechodníkových konstrukcí	60
4.3.3 Překlad infinitivních konstrukcí	61
Závěr	63
Резюме	66
Bibliografie	75

Seznam zkratek	81
Příloha 1 – Originál	83
Příloha 2 – Přepis znaků cyrilice podle nařízení vlády č. 594/2006 Sb.	114
Anotace	116
Annotation	117

Úvod

Tématem předkládané diplomové práce je překlad z oblasti cestovního ruchu a translatologický komentář k němu. Výchozí text čerpáme z publikace *История туризма*, která je primárně určena jako skripta pro posluchače vysokých škol. Vyšla roku 2014 v Moskvě v rámci federálního cílového programu Rozvoj domácího a příjezdového cestovního ruchu v Ruské federaci (2011-2018). Jejím autorem a také odpovědným redaktorem je odborník na historii cestovního ruchu v Rusku, J. S. Putrik. K překladu jsme vybrali jednu z podkapitol páté kapitoly, a tou je *Государственная политика Российской Федерации в области туризма в связи с распадом СССР и демонополизацией экономики*. Jedná se o tu část publikace, jež pojednává o rozvoji cestovního ruchu v 90. letech 20. století, tedy v období tzv. perestrojky (česky přestavby), kdy docházelo k výrazným změnám v ruské ekonomice. Právě překlad této podkapitoly může českému čtenáři nabídnout detailnější pohled na období perestrojky v Rusku.

Vytyčili jsme si několik cílů, které má tato diplomová práce splnit. Prvním cílem je vytvořit adekvátní český překlad. Dále jsme si předsevzali vytvořit translatologický komentář, v němž se budeme zabývat některými úskalími překladu tohoto odborného textu a okomentujeme vybraná překladatelská řešení.

Diplomovou práci členíme do čtyř kapitol. V příloze č. 1 se nachází originál textu v ruském jazyce. V první kapitole se věnujeme funkčním stylům. Nejprve charakterizujeme samotný pojem styl, dále uvádíme dělení stylů v koncepcích českých a ruských lingvistů. Mezi jinými uvádíme klasifikaci stylů ruského jazyka D. E. Rozentala, I. J. Svincovové, Z. Nedomové, I. B. Golubové a českého jazyka B. Havránka, A. Jedličky, J. Chloupka a M. Čechové.

V druhé kapitole věnujeme pozornost odbornému stylu a jeho specifikům. Tato kapitola je také rozdělena na několik podkapitol, v nichž se zabýváme zvláštnostmi odborného textu z hlediska jeho kompozice, syntaxe, morfologie a lexika. V první podkapitole také uvádíme několik klasifikací odborného textu, a to jak ruských, tak českých lingvistů (např. I. Svincovové, J. Chloupka, dále J. Hubáčka či M. Čechové). Kapitola *Odborný styl* se opírá zejména o publikaci *Současná stylistika* Marie Čechové, dále o díla I. B. Golubové, M. Něvežinové, I. Svincovové M. Krobotové, M. Hrdličky...

Jádro této diplomové práce představují třetí a čtvrtá kapitola. Třetí kapitolu tvoří samotný překlad podkapitoly *Государственная политика Российской Федерации*

в области туризма в связи с распадом СССР и демомонолизацией экономики. Čtvrtá kapitola je věnována translátologickému komentáři. Tuto část diplomové práce dělíme na tři podkapitoly, vybraná překládatelská řešení tak analyzujeme ve třech rovinách – lexikální, syntaktické a stručně se zabýváme také úrovní morfologickou.

V rovině lexikální se zaměřujeme především na překlad termínů, antroponym a toponym, dále na převod názvů cestovních kanceláří a agentur, profesních sdružení cestovního ruchu a dalších institucí, a také na překlad legislativy, jež byla přijímána během formování moderního cestovního ruchu. V rámci syntaktické roviny se věnujeme překladu přídavných jmen slovesných, přechodníkových a infinitivních konstrukcí.

Práci uzavírá závěr a ruskojazyčné resumé.

1 Styl a klasifikace stylů

Odborný styl, k němuž se řadí náš text originálu, náleží k funkčním stylům ruského i českého jazyka. Teorii stylů se věnuje stylistika, relativně mladá jazykovědná disciplína, která vznikla teprve počátkem 20. století. Český stylistik J. Chloupek definuje jazykový styl následovně: „Jazykový styl je způsob cílevědomého výběru a uspořádání (organizování) jazykových prostředků, který se uplatňuje v genezi textu; v hovorovém komunikátu se pak projevuje jako princip organizace jazykových jednotek, které z částí a jednotlivostí tvoří jednotu vyhovující komunikačnímu záměru autora.“ (J. Chloupek, 1990:15)

V českém i ruském prostředí se můžeme setkat s různými klasifikacemi funkčních stylů, v této kapitole se budeme zabírat pouze některými z nich. Z ruských autorů vybíráme například D. E. Rozentala, který funkční styly ruského jazyka dělí na *книжные стили и разговорный стиль*. V rámci *книжных стилей* poté vyděluje *научный, литературно-художественный, официально-деловой и публицистический стили*. Dále vybíráme I. J. Svincovovou, která funkční styly ruského jazyka dělí na: *научный, публицистический, официально-деловой и разговорно-обиходный*. (Д. Э. Розенталь, 2001:13) (И. Ю. Свинцова, 2004:46)

Rozdělením funkčních stylů ruského jazyka se věnovala také I. B. Golub, která člení funkční styly současného ruského jazyka na *книжные и разговорный стили*. Mezi knižní styly, které se vyznačují písemnou formou, I. B. Golub řadí *научный, административный (официально-деловой), публицистический и художественной (художественно-беллетристический)*. (И. Б. Голуб, 2004:17-18)

Česká rusistka Z. Nedomová ve své publikaci *Функциональная стилистика русского языка* dělí ruské funkční styly na *язык художественной литературы, разговорную речь и книжные стили*, mezi které patří *научный, официально-деловой и публицистический*. (Z. Nedomová, 2010:12)

V českém prostředí rozpracoval teorii funkčních stylů v 30. letech 20. století představitel Pražského lingvistického kroužku B. Havránek, který rozdělil styly na vědecký, věcný, hovorový a básnický. V 70. letech 20. století zasáhl do teorie funkčních stylů A. Jedlička, který vymezuje stylovou oblast odbornou, publicistickou, uměleckou a běžně dorozumivací (hovorovou). Z klasifikace A. Jedličky vychází současné rozdělení funkčních stylů českého jazyka, nímž se zabírá například M. Čechová, která vymezuje

styl odborný, publicistický, administrativní, řečnický, prostědělovací a umělecký.
J. Chloupek v porovnání s M. Čechovou nevymezuje samostatně pouze styl řečnický.
(B. Havránek, 1932:32-84) (M. Čechová, 2008:98) (J. Chloupek, 1990:153-225)

2 Odborný styl

Odborný styl je jeden z komunikačních stylů, který plní funkci odborně sdělnou. Pro funkční styl odborný je charakteristická převážně monologická a psaná forma. Je možné se setkat i s mluvenými komunikáty, ty však bývají prvně důkladně připravovány formou písemnou. Běžné jsou i odborné lekce a debaty, na nichž bývá aplikován mluvený a spontánní projev. Autor si předem promýšlí obsah svého sdělení, odborný komunikát musí být primárně přesný, aby bylo zamezeno odlišným interpretacím, čehož lze docílit užíváním termínů a propracovanou syntaxí. Dále by měl být srozumitelný, objektivní a myšlenky v něm obsažené musí být logicky řazené. Komunikáty, které řadíme k funkčnímu stylu odbornému, se vyznačují nadčasovostí: komunikátor vyjadřuje své myšlenky tak, aby byly nesporné a adresátu srozumitelné i za několik let, v menší míře na něj působí okamžik vzniku. Autor textu bývá anonymizován autorským plurálem nebo neosobní konstrukcí. V komunikátech odborného charakteru jsou frekventované parafráze, citace a odkazy na jinou literaturu. Lze tedy konstatovat, že jedním z charakteristických rysů je také intertextovost. (J. Chloupek, 1990:169) (M. Čechová, 2008:211-222) (J. Hubáček, 1987:61) (M. Krobotová, 2001:19)

Pro odborné komunikáty je charakteristický spisovný jazyk, hovorové prostředky a jazykový slang se používají sporadicky a pouze v ojedinělých případech. Prostředky syntaxe nesou knižní charakter a napomáhají zhuštění a kondenzaci komunikátu. Odborný styl se vyznačuje velkým množstvím odborných názvů (termínů), jimž je v této práci věnována kapitola 4.1.1. „Překlad termínů“ (J. Hubáček, 1987:61)

D. Žváček uvedl tyto typické základní vlastnosti odborného stylu: nezbytnost užití přesného a jednoznačného výrazu, nestrannost výrazu, větší míra nedějového a abstraktivního vyjadřování ve vztahu k dějovému a konkrétnímu, zbavení se expresivity a snaha o větší nasycenost výrazu, větší míra obecně platných pojmenování a hutnost v oblasti syntaxe. (D. Žváček, 1995:16)

I. Svincova dělí vlastnosti odborného stylu do dvou skupin, a to na primární a sekundární. Za primární rysy pokládá užití termínů, využití abstrakce, obecnost a logičnost. Mezi sekundární vlastnosti podle Svincovové patří odosobnělost, standardizace, objektivita, jasnost, rozvážnost, smyslová přesnost, názornost a nekompromisnost. (И. Свинцова, 2004:51)

Odborný styl se vyznačuje rozmanitostí žánrů, řadíme mezi ně monografie, vědecké referáty, recenze, vědecké komentáře, disertační práce, články, příručky a učebnice. Adresáty odborných komunikátů mohou být kromě odborníků pro danou oblast i laici, kteří vykazují zájem o danou problematiku. (И. Свинцова, 2004:31-33)

2.1 Klasifikace odborného stylu

Klasifikaci funkčních stylů ruského jazyka se věnoval například D. E. Rozental, který rozdělil odborný styl na *научно-популярный, научно-деловой, научно-технический, научно-публицистический, учебно-научный*. Oproti Rozentalovi ruská lingvistka I. Svincova uvádí tyto odnože pouze tři, a to *собственно-научный, научно-учебный и научно-популярный*. (Д. Э. Розенталь, 2001:22) (И. Свинцова, 2004:51)

Ke klasifikaci ruského odborného stylu se vyjádřila například i česká rusistka Z. Vychodilová ve své publikaci *Введение в теорию перевода для русистов*, která ve srovnání s I. Svincovou vydělila více podstylů odborného stylu, a sice následující: *собственно-научный, научно-технический, научно-информационный, научно-деловой, научно-публицистический, учебно-научный и научно-популярный*. (Z. Vychodilová, 2013:62)

V české bohemistice najdeme pojednání o odborném stylu například u M. Čechové v publikaci *Současná stylistika*, která jej dělí (stejně jako například M. Křístek v publikaci *Stylistika češtiny*) na vědecký, populárně naučný, styl učebních textů, prakticky odborný a esejistický styl. A. Jedlička v publikaci *Základy české stylistiky* dělí odborné komunikáty na dvě oblasti, těmi jsou teoretická a praktická. (M. Čechová, 2008:10) (M. Křístek, 2011:31) (A. Jedlička, 1970:37)

V českém prostředí se setkáme rovněž s pojetím J. Chloupeka, který odborný styl českého jazyka rozděluje na styl vědeckých textů, styl prakticky odborných textů, učební styl, styl populárně naučný a styl esejistický. Styl vědeckých či teoretických textů je určen pro odborníky dané oblasti, využívá se více mezinárodních termínů ve srovnání s domácími a volí se až knižní výrazy. U prakticky odborných textů se předpokládá, že jeho příjemcem je čtenář se základními znalostmi dané problematiky. Tento typ odborného textu je orientovaný na praktickou činnost a jsou v něm tolerovány i hovorové prvky. Dalším podstylem, který J. Chloupek uvádí, je styl učební, jehož cílem je kromě zprostředkování určité informace také vzbudit zájem čtenářů o danou problematiku. Styl populárně naučný se rozvíjí především v poslední době, přičemž tento typ odborných textů

tíhne až k publicistice a krásné literatuře. Jazyk populárně naučených textů může být hovorovější, typické je menší užití termínů. Esejistický styl se využívá především ve společenskovedních obor a vyznačuje se sepětím prvků uměleckého a odborného stylu. (J. Chloupek, 1990:187-188)

D. Knittlová dělí naučný styl na vědecký a populární. Součástí komunikátu, který se řadí k populárnímu podstylu, mohou být hovorové prvky a jeho cílem je seznamovat širokou veřejnost s danou oblastí (především vědy a techniky). Dále odborný styl klasifikovala například M. Krobotová, která odborný styl člení na vědecko-naučný, prakticky odborný, učební a populárně naučný. (D. Knittlová, 2000:136-138) (M. Krobotová, 2001:42)

J. Hubáček ve své knize Učebnice stylistiky uvádí tři odnože odborného stylu. První z ní je styl teoretický, který pojmenovává i jako vědecký a naučný. Charakterizuje jej jako styl vědeckých publikací, knih pro vysoké školy a studií. Daný styl má vést k rozvoji vědních disciplín v oblasti teoretické. Typickými rysy teoretického odborného stylu jsou jednoznačnost, exaktnost a úplnost výroku, čehož se docílí promyšlenou kompozicí, propracovanou syntaxí a užíváním vědeckého názvosloví. (J. Hubáček, 1987:61)

Jako druhou odnož odborného stylu Josef Hubáček uvádí styl praktický, či také pracovní, jenž hodnotí jako styl jazykového projevu, který vyžaduje přesnost, věcnost, přehlednost a jistou stručnost vyjádření. Také v daných komunikátech je běžně aplikováno odborné názvosloví, automatizované řečnické obraty a stylistické postupy. (J. Hubáček, 1987:61)

Třetí odnož odborného stylu představuje styl popularizační, či populárně odborný, jež Hubáček definuje jako styl výpovědi, která si klade za úkol šířit vědecké poznatky, názory a výsledky napříč nejzastoupenějšími sociálními vrstvami. Výroky odborného stylu popularizačního jsou méně náročné na přesnost formulací, odborných pojmů se v komunikátech vyskytuje méně, jelikož se nahradí opisem, případně jsou termíny vysvětlovány. Adresát se snaží co nejvíce přiblížit vyjádření příjemci, aby mu příjemce porozuměl. Výjimkou nejsou ani hovorové prvky. Pro daný styl je charakteristické užití verb ve druhé osobě plurálu, jimiž se mluvčí obrací k příjemci, výroků v uvozovkách, kalambúrů, avšak věcná správnost zůstává zachována. (J. Hubáček, 1987:61-62)

Na základě výše uvedených klasifikací odborného stylu českých i ruských lingvistů, můžeme konstatovat, že se jejich názory, až na malé rozdíly, překrývají. Nejčastěji odborný styl dělí na podstyl vědecký, který je spíše teoretický, poté praktický, jež se zabývá praktickou stránkou a styl populárně odborný, který poznatky z nauky předává laikům.

2.2 Kompozice odborného stylu

Jedním z charakteristických rysů odborného textu je propracovaná kompozice. M. Čechová definuje kompozici následovně: „Rozumíme jí v procesu tvorby jazykového projevu uspořádání všech jeho složek do celku, které se ve svém výsledku jeví jako uspořádanost, vnitřní řád.“ (M. Čechová, 2008:107)

Při vytváření odborného komunikátu je zcela nezbytná přípravná fáze, kdy autor textu studuje literaturu, která se k danému tématu váže, shromažďuje poznatky a materiál ještě před tím, než vznikne samotný text. Již v této přípravné fázi vytváří předběžné rozvržení textu čili kompozici. (M. Čechová, 2008:212)

Kompozice může být dvojího typu, a sice horizontální a vertikální. K horizontálnímu členění řadíme obecný úvod, který má za cíl upoutat pozornost čtenáře, dále vlastní stať, která představuje stěžejní část textu a závěr, v němž jsou obsaženy výsledky práce a představeny nové poznatky. Kapitoly a odstavce musí být myšlenkově propojeny. Texty vědeckého charakteru jsou rozšířeny o resumé v cizím jazyce a anotaci, ve kterých jsou shrnuty stěžejní ideje vědecké práce. Důležité je rovněž vertikální členění textu, jedná se především o doplňující text, tj. poznámkový aparát, citace a parafráze. (M. Čechová, 2008:213)

Při sestavování naší diplomové práce jsme se řídili výše uvedenými postupy. Nejprve jsme shromáždili materiál týkající se tématu. Text je z horizontálního hlediska členěn na úvod, samotnou vlastní stať a závěr, ve kterém shrnujeme výsledky a nové poznatky. Rovněž je doplněn o anotaci a ruskojazyčné resumé, v nichž jsou shrnuty základní myšlenky této práce. Text je rozdělen na kapitoly, podkapitoly a odstavce, které usnadňují čtenáři orientaci v textu. Z hlediska vertikálního diplomová práce obsahuje citace, parafráze a poznámkový aparát.

2.3 Syntaktické a morfologicko-syntaktické prostředky odborného stylu

Pro syntax odborného stylu jsou obecně charakteristická složitá souvětí a dlouhé věty. Překládáme-li z ruského jazyka, musíme vzít v úvahu to, že ruština dává přednost

delším a komplikovanějším souvětím. Při překladu v rusko-českém plánu je třeba vzít v úvahu zjednodušení syntaxe tím, že zaměníme příliš složité a komplikované souvětí například několika jednoduššími souvětími, což můžeme demonstrovat na následujícím příkladu z textu originálu a našeho překladu:

Originál: *В январе 1996 г. в структуре Государственной Думы Российской Федерации был образован комитет по туризму и спорту под председательством Соколова А. С., после чего в том же, 1996 г., были приняты Закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и Федеральная целевая программа «Развитие туризма в Российской Федерации».*

Překlad: *V lednu roku 1996 byl při Státní Dumě Ruska vytvořen Výbor pro cestovní ruch a sport, který vedl A. S. Sokolov. Téhož roku politici přijali zákon O základech turistické činnosti v Ruské federaci a schválili federální cílový program Rozvoj cestovního ruchu v Ruské federaci.*

Dále jsou pro syntax odborného stylu charakteristické prostředky, jež napomáhají kondenzaci vyjádření. M. Hrdlička upozorňuje, že syntaktická kondenzace se projevuje „užíváním polovětných vazeb namísto vedlejších vět, slovních spojení místo celých vět, stručného a výstižného pojmenování místo detailního vyjádření“. (M. Hrdlička, 2007:70)

V ruskojazyčných textech jsou tak vysoce frekventovaná přídavná jména slovesná, přechodníkové vazby či infinitivní konstrukce. Všechny tyto zmíněné syntaktické prostředky napomáhají zhuštění vyjádření a mohou překladateli při převodu textu do jazyka českého činit potíže. Z tohoto důvodu jim věnujeme samostatnou podkapitolu v rámci našeho translátologického komentáře.

Příklad přídavného jména slovesného (tedy participiální konstrukce) z textu originálu:

Положительную динамику начал было наращивать и въездной туризм, стимулируемый интересом иностранных граждан к большим переменам в нашей стране.

Příklad přechodníkové konstrukce z textu originálu:

Осуществлялись первые попытки применения принципов сетевого маркетинга в сфере туризма, действовало «сарафанное радио», а многие компании

продолжали обходиться наработанными связями с партнерами и клиентами, не давая при этом никакой рекламы.

Пříklad infinitivní konstrukce z textu originálu:

Политический и экономический кризис заставил государство посмотреть на туризм прежде всего с точки зрения его экономического значения для государственного бюджета.

Jak jsme již zmínili v první kapitole, charakteristickým rysem odborného stylu je jeho objektivita. Té autor může docílit pomocí pasivních konstrukcí a neosobních vět. (M. Hrdlička, 2007:68-69) Pasivní konstrukce jsou v odborném stylu ruského jazyka frekventovanější, proto při překladu v rusko-českém plánu je třeba zohlednit, zda pasivní konstrukci zachovat, či ji zaměnit konstrukcí aktivní.

Пříklad pasivní konstrukce z textu originálu:

Несмотря на значительные финансовые проблемы, пик которых пришелся на середину 1990-х гг., этот авиаперевозчик сумел удержаться на рынке и в настоящее время считается одним из лидеров отечественной гражданской авиации.

Překladatelským problémem v oblasti syntaxe může být i obmykání neboli interpoziční slovosled, při němž je mezi substantivum a přívlastek shodný vloženo několik dalších výrazů, které daný přívlastek rozvíjejí, popř. je řídicí člen rozvit dvěma neshodnými přívlastky. V českém jazyce se s tímto jevem nesetkáme. (M. Hrdlička, 1992:74)

Пříklad interpozičního slovosledu z textu originálu:

Благодаря принятому в 1996 г. Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туризм законодательно стал объектом государственного регулирования в целях обеспечения права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий.

Dalším typickým znakem odborných komunikátů, který je záležitostí morfosyntaxe, je jmenná větná stavba, kdy převažují jména nad verby. Pro ruský odborný text jsou specifická verbonominální spojení, kdy se namísto slovesa *поддержать* použije *оказать поддержку*, kdy je kladen důraz na jméno a multiverbizační spojení, která jsou

typická pro odborný styl obou jazykových systémů (*prozkoumat – provést průzkum, исследовать – провести исследование*).

2.4 Morfologické prostředky odborného stylu

V této kapitole se budeme zabývat jednotlivými slovními druhy, často z hlediska jejich kategorií a soustředíme se na vybraná specifika daného slovního druhu pro styl odborný. Obecně lze konstatovat, že charakteristickým rysem odborného komunikátu je nominálnost sdělení, což znamená, že v textu převažují substantiva nad ostatními slovními druhy. (И. Б. Голуб, 2003:29) Substantiva dle M. Krobotové tvoří přibližně 44 % textu. (M. Krobotová, 2001:20)

Substantiva

Substantiva jsou, jak jsme již zmínili v úvodu této podkapitoly, nejzastoupenějším slovním druhem textů náležícím k odbornému stylu. Užívání singuláru ve významu plurálu je také jedním z typických rysů odborného stylu. Látková a abstraktní substantiva se poměrně často v odborných komunikátech vyskytují ve tvaru plurálu. V ruských odborných komunikátech jsou frekventovaná substantiva se sufixem *-ство, -ие, -ка, -ние, -ость*. (Z. Vychodilová, 2013:63) (И. Б. Голуб, 2003:29) Z textu originálu jsme vybrali následující příklady výrazů s těmito sufixy: *сотрудничество, выработка, отсутствие, осознание, принадлежность*. V odborném stylu českého jazyka se nejčastěji objevují substantiva ve tvaru genitivu, a to jak singuláru, tak i plurálu. Lze také zpozorovat vyšší frekvenci substantiv typu kost a stavení. (M. Čechová, 2008:218)

Jak jsme již zmínili v kapitole číslo 2, v níž se věnujeme odbornému stylu obecně, pro odborné komunikáty je důležitá hutnost sdělení, a to nejen v syntaxi, ale i v oblasti morfologie. Zde je hutnost představena například substantivními řetězci, kdy dochází k řetězení podstatných jmen. (D. Žváček, 1995:18) Uveďme si příklad substantivního řetězce z našeho textu originálu:

На этом же основании туристская индустрия стала рассматриваться как отрасль, обеспечивающая потребности граждан при совершении путешествий, создание новых рабочих мест, увеличение доходов государства и граждан Российской Федерации, развитие международных контактов, сохранение объектов туристского показа, рациональное использование природного и культурного наследия.

Rovněž lze říci, že se v odborných textech poměrně často vyskytují také genitivní substantivní řetězce. Tento jev vidíme na následujícím příkladu:

Была отмечена необходимость создания системы научного и рекламно-информационного обеспечения продвижения отечественного туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках.

Adjektiva

Adjektiva jsou po substantivech druhým nejfrekventovanějším slovním druhem, který se v odborných komunikátech vyskytuje. M. Krobotová tvrdí, že se adjektiva podílí přibližně na 16 % textu. Často bývají i součástí terminologických sousloví (v našem textu originálu jsou to například *массовый туризм, моральный износ*). Pro odborný styl ruského jazyka jsou typické krátké formy přídavných jmen. Vzhledem k tomu, že odborné texty tíhnou ke stylistické neutralitě, je zcela žádoucí, aby se autor vyhnul užití komparativu a superlativu, popř. je užil zcela výjimečně. (M. Krobotová, 2004:20) (Н. В. Комиссаров, 1990) (Z. Nedomová, 2010:66)

Pronomina

Pro odborné texty je charakteristická vyšší míra zastoupení deiktických zájmen (ten, tento), která odkazují k jiným místům v textu nebo k jiným skutečnostem. Těmto zájmenům v ruském jazyce odpovídají spíše adjektiva *данный, настоящий, следующий, приведенный,...* (M. Невежина, 2012:178) Na problematiku překladu tohoto jevu upozorňujeme v translatologickém komentáři.

Verba

Jedním z typických rysů odborného stylu je vysoká míra užití verb v přítomném čase, což napomáhá nadčasovosti sdělení. Méně frekventovaná jsou potom verba v čase minulém. Jejich funkce spočívá zejména v charakteristice daného jevu. Co se týče slovesného způsobu, v odborném stylu se nejčastěji setkáme s indikativem. Typickým prvkem je také vyšší frekvence pasivních konstrukcí, které napomáhají objektivitě sdělení. (M. Čechová, 2008:218) (Z. Nedomová, 2010:63)

Podstatou kategorií verb je také osoba. Platí, že díky autorskému plurálu v textech odborného stylu registrujeme více sloves ve tvaru první osoby plurálu. Rovněž je v hojně míře zastoupena třetí osoba singuláru. Zaměříme-li se na vid verb v odborných komunikátech, setkáme se spíše než s dokonalým videm s videm nedokonavým. Verba

dokonavého vidu se užívají spíše v ustálených slovních obratech. (M. Čechová, 2008:218) (M. Невежина, 2012:176)

Také jsou v ruskojazyčných odborných textech hojně zastoupené neurčité tvary sloves, jedná se o přechodníky, přídavná jména slovesná a infinitivní konstrukce. Tyto jevy napomáhají větší míře kondenzace. V současném českém jazyce jsou přechodníky považovány za archaické tvary sloves, které (stejně jako v ruštině) vyjadřují vztah hlavního a doprovodného děje. Zřídka se s nimi setkáme v odborných textech a v uměleckém stylu. V současném ruském jazyce jsou přechodníky považovány za stylisticky neutrální a setkáme se s nimi nejčastěji ve stylu odborném, administrativním či publicistickém. Problematice jejich překladu, stejně jako překladu přídavných jmen slovesných a infinitivních konstrukcí, se v této práci podrobněji věnujeme v translatologickém komentáři (podkapitola 4. 2. „Analýza vybraných problémů syntaktické roviny“).

Prepozice a konjunkce

Pohlédneme-li na prepozice a konjunkce užívané v odborných textech, dojdeme ke zjištění, že jsou užívané spíše jejich složitější podoby, které přispívají k větší logičnosti sdělení a napomáhají čtenáři se v textu lépe orientovat. Dalším typickým rysem pro odborný styl je vyšší frekvence výskytu spojek. (M. Čechová, 2008:218) (M. Невежина, 2012:30)

Příklad sekundární prepozice z textu originálu:

Еще одна причина сложившегося неустойчивого положения и развития отечественной туристской сферы — неупорядоченность информации на туристском рынке, в результате чего необходимая информация в среде организаторов туризма не доходила как до потенциальных партнеров, так и до самих туристов.

Příklad sekundární konjunkce z textu originálu:

Как видим, уже с первых лет существования обновленной России туризм стал быстро развиваться как сфера предпринимательской деятельности, которая потребовала специального государственного регулирования, так как возникали проблемы создания качественного национального туристского продукта, защиты и безопасности российских туристов, которые стали активно путешествовать по всему миру.

2.5 Lexikální prostředky odborného stylu

V odborném stylu je zcela nezbytné užití jednoznačných a přesných výrazů a abstraktního lexika. Dalším typickým rysem lexika odborné sféry je jeho stereotypnost. Dominantou odborného stylu je tzv. pojmovost, tj. užívání speciálních lexikálních jednotek – termínů. Ty často tíhnou k internacionalizaci. Terminologie se často přejímá či adaptuje z cizích jazyků. Podle O. Mana jsou obsahem odborných komunikátů kromě termínů i jiné složky, a sice polospeciální, obecně vědecká (závisí na kontextu) a neutrální (běžně mluvená). Z. Nedomová pak dělí lexikum odborných textů do čtyřech rovin: *общеупотребительные слова, общенаучные слова, и термины*. (M. Čechová, 2008:221) (O. Man, 2007:132) (Z. Nedomová, 2010:62)

Ruský lingvista G. J. Solganik dělí lexikální prostředky odborného stylu na *общеупотребительные, общенаучные и термины*. (Г. Я. Солганик, 1997:93) S totožnou klasifikací se setkáme také u I. B. Golub, která píše o lexikálních prostředcích odborného stylu následující: „*Лексика научного стиля состоит из трех основных пластов: общеупотребительных слов (знание, работа, один, сто, изучать, сначала, по-прежнему и т.д.); общенаучных (исследование, экспериментальный, анализировать, формулировать, дистанционный, беспрецедентный и т.д.) и терминов (синтаксис, молекула, летальный исход, метастазы и т.д.)*.“ (И. Б. Голуб, 2003:28) Termínům a jejich překladu se podrobněji věnujeme v translatologickém komentáři, ve kterém se zaměřujeme taktéž na jejich definici a klasifikaci.

3 Vlastní překlad

Publikace, v níž se originál překladu nachází, nese název *История туризма*. Odpovědným redaktorem a rovněž i autorem je J. S. Putrik, odborník na historii cestovního ruchu v Rusku. Jedná se o publikaci, jež je doporučována Federální agenturou cestovního ruchu pro vzdělávání studentů vysokých škol v oblasti turismu. Byla vydána v r. 2014 v Moskvě v rámci Federálního cílového programu Rozvoj domácího a příjezdového cestovního ruchu v Ruské federaci (2011–2018).

История туризма sestává z pěti kapitol, z nichž každá je rozdělena na několik podkapitol. Pro náš překlad jsme vybrali podkapitolu *Государственная политика Российской Федерации в области туризма в связи с распадом СССР и демонополизацией экономики*, jež je součástí páté, tedy poslední kapitoly. Tuto část jsme vybrali z důvodu toho, že je v ní pojednáváno o vývoji cestovního ruchu v Ruské federaci během perestrojky a v poperestroječném období a umožní nám tak nahlédnout na toto období velkých změn i z jiného úhlu, které silně ovlivnilo dnešní podobu ruského trhu cestovního ruchu.

Státní politika Ruska v oblasti cestovního ruchu v souvislosti s rozpadem SSSR a demonopolizací ekonomiky (90. léta 20. století)

V souvislosti s rozpadem SSSR a utvářením Ruska, jakožto nezávislého státu, nastalo od konce roku 1991 zbrusu nové období pro rozvoj cestovního ruchu. Politická a ekonomická krize stát přiměla, aby vzal v úvahu především ekonomický význam turismu pro státní rozpočet. Stát i veřejnost si začaly postupně uvědomovat, že cestovní ruch představuje pro Rusko sféru nevyužitých příležitostí. Turismus se začal v menším měřítku zkoumat také z hlediska sociálního, především jako prostředek relaxace a péče o zdraví obyvatel. Přitom stále více budil pozornost státu, který v něm viděl zdroj příjmů pro státní rozpočet a možnost vytvořit nová pracovní místa pro své občany. V souladu s Dekretem prezidenta Ruské federace z roku 1992 bylo v Rusku založeno Ministerstvo kultury a cestovního ruchu – první státní orgán, jenž měl za úkol sféru turismu regulovat. Od vzniku ministerstva již bylo možné začít hovořit o nové státní politice v oblasti cestovního ruchu. Ve vedení ministerstva stál V.I. Azar, zástupce ministra kultury, jenž se zabýval otázkami cestovního ruchu. Ten oznámil, že od nynějška se nebude vytvářet umělá hranice, která by cestovní ruch dělila na zahraniční a domácí, kdy zahraniční turisté byli ubytováni v krásných hotelech a Rusové v podstatně skromnějších podmínkách. Z tohoto důvodu prohlásil, že nový systém státní politiky turismu se bude kromě ekonomických priorit zaměřovat rovněž: „...na vrácení lidské důstojnosti bývalým sovětským občanům.“¹. Bylo také potřeba vytvořit síť malých rodinných hotelů, která by byla důležitou součástí ruské turistické infrastruktury, a rozvíjet komerční turistické organizace.



*Viljam Iljič Azar (1931–2008) byl proslulý vědec, jenž působil v oblasti cestovního ruchu, zástupce ministra kultury a cestovního ruchu (1992–1993); výrazně přispěl k formování a rozvoji současného komplexu služeb cestovního ruchu Ruska. Na počátku 60. let 20. století působil jako poradce pro oblast hotelnictví, cestovního ruchu a dopravy v týdeníku ÚV KSSS *Ekonomičeskaja gazeta*. V 70. letech jako vedoucí úseku *Tvorby cen služeb* ve Výzkumném ústavu Státního cenového výboru při Radě ministrů SSSR poprvé vypracoval ceníky K-O5 a K-O5I pro kategorizaci hotelových zařízení, klasifikaci provozoven veřejného stravování a léčebných center. Vypracoval cenový systém pro oblast kultury a cestovního ruchu. V roce 1972 vydal knihu *Ekonomika i organizacija turizma*, jež se později stala klasikou a posloužila jako*

¹ Azar V. I. O novoj politike v oblasti turizma // *Konjunktura turistskogo rynka*. M., 1992. № 2(5). S. 4.

*učebnice a příručka pro odborníky různých úrovní zahraničního a domácího cestovního ruchu Ruska. V roce 1975 se stal držitelem ceny Ruské geografické společnosti, již získal za vypracování stěžejní práce *Rekreacionnaja geografija*, na které spolupracoval s profesorem A. S. Preobraženským. Provozoval veřejnou, vědeckou a pedagogickou činnost, byl členem redakční rady několika specializovaných periodik. Aktivně se podílel na vytváření veřejných turistických sdružení, byl zvolen viceprezidentem Národní asociace cestovního ruchu (Национальная туристская ассоциация) a Národní akademie cestovního ruchu. Dal podnět k založení Mezinárodní turistické akademie v roce 2005 a byl zvolen jejím viceprezidentem.*

V roce 1993 byl založen Výbor pro cestovní ruch Ruské federace Roskomturizm, v jejímž čele stanul S. P. Špilko. Název tohoto státního úřadu pro správu cestovního ruchu a jeho úřední status se následně ještě několikrát změnily. Nicméně jeho zřízení mělo samo o sobě zásadní význam, protože pomohl uznat důležitost cestovního ruchu v ekonomice a sociální politice státu. V té době zadala ruská vláda Výboru pro cestovní ruch Ruské federace tyto úkoly:

- vypracovat strategii rozvoje cestovního ruchu v Rusku a realizovat státní politiku v této oblasti;
- vypracovat a realizovat federální cílové a mezistátní programy v oblasti cestovního ruchu;
- zajistit vzdělání, rekvalifikaci a zvyšování kvalifikace zaměstnanců podniků působících v oblasti cestovního ruchu a řadu dalších úloh.

Od té doby se začala utvářet soustava státních orgánů pro správu cestovního ruchu v republikách, krajích, oblastech, autonomních oblastech a také v Moskvě a Petrohradu.

Přední turistické organizace Sovětského svazu, jimiž byly Ústřední výbor pro cestovní ruch a zájezdy, Intourist (*Интурист*) a Sputnik, se rozpadly na spoustu malých a středních firem. V Moskvě, Petrohradu a mnoha dalších regionech byly založeny na základě fragmentů těchto organizací nezávislé cestovní kanceláře s různou formou vlastnictví, různá sdružení a akciové společnosti. Ústřední výbor pro cestovní ruch a zájezdy se přeměnil na otevřenou akciovou společnost s názvem Ústřední výbor pro cestovní ruch a rekreaci. V současné době jde o největší holdingovou společnost v oblasti domácího cestovního ruchu, v jejímž čele stojí V. G. Pugijev, který vlastní hotelová a lázeňská zařízení v Moskvě, Moskevské oblasti, Petrohradu a Stavropolském kraji.

K Ruské asociaci sociálního cestovního ruchu se mohly dobrovolně připojit bývalé odborové turistické a výletní podniky z různých regionů Ruské federace.

Stejný osud potkal i organizace odpovídající za zahraniční cestovní ruch, i když na konci 80. let pro ně byla ještě situace mimořádně příznivá: Rusko se dostalo do povědomí miliónů turistů, byly zaznamenány ohromné peněžní obraty. Například pro Sputnik se období mezi lety 1988 a 1990 stalo zlatým dolem. V té době pod něj spadalo 218 poboček, 19 turistických středisek a 5 hotelů. V roce 1990 se za získané peníze zakoupilo nové technické vybavení a stavěla se nová hotelová zařízení v různých koutech země. Rozpad SSSR a likvidace Komunistického svazu mládeže však vedly k jednorázovému více než třicetinásobnému poklesu objemu cestovního ruchu a samotná existence Sputniku se ocitla v ohrožení. Za těchto okolností bylo riskantním, ale jediným možným řešením do této společnosti investovat. Jak se později ukázalo, tento krok opravdu pomohl podniku krizi překonat. Nicméně své postavení na trhu cestovního ruchu Sputnik ztratil.

Podobně rychle proběhla transformace Intouristu. Státní majetek této společnosti se s ohledem na nové politické a právní podmínky rozdělil na federální a regionální a poté se převedl na další majitele. Namísto původního monopolního obra se na trhu objevily bývalé součásti Intouristu, které se staly nezávislými komerčními subjekty. Šlo především o: Intourist – Holdingovou společnost (*Интурист-Холдинг компания*), Intourist a.s. (*ВАО Интурист*), Intourreklama (*Интурреклама*), Intourservis (*Интурсервис*), Intourtrans (*Интуртранс*), Mosintour (*Мосинтур*) a také o sdružené podniky, které zahrnovaly hotely Savoj, Slavjanskaja, Olimpijskaja, Holding (*Холдинг*) atd. V následujících letech se na trhu udržela společnost Intourist a. s., jež se postupně stávala největší ruskou cestovní kanceláří s vlastními ubytovacími zařízeními, vlastním dopravními a dalšími službami, které tato oblast zahrnuje. Prezidentem cestovní kanceláře Intourist a. s. byl v těchto letech A. I. Jaročkin.



Anatolij Ivanovič Jaročkin (1954–2011) byl odborníkem a organizátorem cestovního ruchu v SSSR a Ruské federaci. Od roku 1978 pracoval ve společnosti Intourist na různých pozicích. Zaujímal například post průvodce a překladatele ze španělského jazyka, inspektora, hlavního ekonoma, vedoucího oddělení pro Ameriku, Asii a Afriku a zastával funkci viceprezidenta. Od roku 1994 byl prezidentem Intouristu, dále (od konce 90. let 20. stol.) působil jako náměstek ředitele odboru cestovního ruchu Ministerstva hospodářského rozvoje

a obchodu Ruské federace. Od roku 2008 byl ředitelem Federální agentury cestovního ruchu, členem odborné rady výběrové komise Ministerstva hospodářského rozvoje pro soutěž na zhotovitele speciálních ekonomických zón turisticko-rekreačního typu. Od roku 2007 působil také jako prezident Asociace cestovních kanceláří Ruska. Rovněž získal různá vládní ocenění.

Přelom 80. a 90. let Rusku přinesl turismus štědré příjmy. Zisk podniků cestovního ruchu dosahoval téměř 100 %. Za sovětské éry byla cesta do zahraničí pro mnohé obyvatele SSSR celoživotním snem. Z tohoto důvodu se poprvé začalo pro bývalé sovětské obyvatelstvo v praxi uplatňovat právo na volný pohyb a cestování, a to nejen po jejich vlastní zemi, ale i do zahraničí. Šlo o jeden z nejvýznamnějších úspěchů nového Ruska. Tato skutečnost se týkala především zvědavých a vzdělaných osob, jež si chtěly svět prohlédnout na vlastní oči. Právě tito lidé tvořili první vlnu sovětských a následně i ruských turistů.

Se zavedením tržních vztahů v ruské ekonomice na počátku 90. let a demonopolizací zahraničního a domácího cestovního ruchu se začaly objevovat stovky nových turistických organizací: kanceláří, agentur, sdružení, jež zakládali podnikatelé, kteří v důsledku hospodářské krize změnili své pole působnosti. Z důvodu nedostatečné odborné znalosti tohoto odvětví je dané období spjato s naivními představami a odvážným počínáním podnikatelů. Spoustu cestovních kanceláří v té době zakládali pracovníci státních, odborových a komsomolských organizací cestovního ruchu, kteří již aktivně využívali své schopnosti a dovednosti pro komerční účely. Rozrostla se poptávka po odborném vzdělání v oblasti cestovního ruchu. Budovaly se vysoké školy, jež připravovaly budoucí odborníky pro oblast turismu a hotelnictví. V roce 1989 byla založena Sočská státní univerzita cestovního ruchu a lázeňství, první školské zařízení vysokoškolského typu pro oblast cestovního ruchu v tehdejší Sovětském svazu. V roce 1991 se Instituce pro zvyšování kvalifikace pracovníků turistických organizací, která spadala pod Ústřední výbor odborových svazů, přejmenovala na Ruskou mezinárodní akademii cestovního ruchu. Začal se vytvářet systém vysokých a středních vzdělávacích zařízení, které připravují odborníky pro oblast cestovního ruchu.

V důsledku odstranění monopolu na trhu cestovního ruchu vzniklo již v roce 1993 přibližně 7 tisíc turistických firem, které představovaly ve většině případů špatně kontrolovatelný komerční sektor s nízkou kvalitou služeb, a současně možné nebezpečí pro turisty. V souvislosti s rozpadem SSSR se počet destinací vnitřního cestovního ruchu výrazně snížil: zánikem SSSR ztratilo Rusko turisticky atraktivní oblasti (Ukrajinu,

Bělorusko, střední Asii, Pobaltí, Zakavkazsko a další), jež si domácí i zahraniční turisté obzvláště oblíbili. Spolu s tím v důsledku obecných demokratizačních procesů, a zejména v souvislosti s odstraňováním státních omezení na vycestování pro občany Ruska, se rapidně zvyšoval podíl výjezdového cestovního ruchu (tabulka 1).

Občané Ruska objevili nový druh cestovního ruchu, který získal lidový název „zájezdy na nákupy“. Šlo o obchodní cesty zástupců malých a středních firem za levným zbožím do Indie, Číny, Turecka, Řecka, Polska a dalších států. Překupnictví umožnilo během tohoto období mnohým turistickým organizacím získat kapitál, který jim umožnil se dále rozvíjet a přecházet do jiných odvětví ekonomiky, především do oblasti velkoobchodu.

V polovině devadesátých let začalo být mezi Rusy populární cestování do zahraničí za účelem studia, léčby, strávení prázdnin, rekreace, návštěvy sportovních akcí atd. Počet cestovních kanceláří a agentur rychle rostl. Jednotlivé turistické organizace se začaly zaměřovat na konkrétní oblasti a země. V polovině 90. let se rapidně zvýšil počet výjezdů občanů Ruska do zahraničí: vycestovali do více než sta zemí na všech kontinentech naší planety. Milióny ruských obyvatel se vydaly na svou první zahraniční dovolenou. Ihned se v zahraničí stali vítanými hosty, neboť to pro ně byla zcela nová skutečnost a nezdráhali se za poskytované služby zaplatit nemalé částky.

Tou dobou se v rakouských novinách Wirtschaftswoche psalo: „Rusové vytlačují ropné šejky. Nyní přijíždí Arabové z Ruska... V hotelu Mariott je každý dvacátý pěťihvězdičkový pokoj obsazen Rusy, totéž by se dalo říci i o Hiltonu Vienna a Vienna Plaza. V červenci se počet turistů z Ruska oproti předešlému roku zvýšil o 31 %. V roce 1993 strávili v Rakousku ruští turisté celkem 207 000 nocí. Pro srovnání: v roce 1991 jich bylo pouze 149 000. Rakousko zažívá příval ruských turistů. Bohatí ruští turisté si oblíbili zejména nakupování. Nakupují v těch nejdražších a nejluxusnějších obchodech s elegantní módou. Jak uvedla rakouská společnost Tax Free, s. r. o., každý ruský občan utratí za nákupy v Rakousku průměrně 4 670 šilinků, čímž podle těchto ukazatelů předstihli Rusové ostatní národy. Druhé místo zaujali Němci s 4 549 šilinky. Mezi zahraničními podnikateli v oblasti cestovního ruchu se začíná hovořit o tom, že ruští turisté jsou velice vítanými hosty, a to hlavně z důvodu, že údajně přijíždí s pytlí plnými dolarů a rozhazují je jako ropní šejkové. O této skutečnosti svědčí i výpověď Štefana Štajna, generálního ředitele v té době už známé

společnosti Ultramar Express, jež se objevila na stránkách periodika Tourinfo (Турифо): „At jsem přišel kamkoliv, prosili mě, abych jim poslal klienty z Ruska.“²

Pozitivní spád se očekával i u příjezdového cestovního ruchu, který podněcoval zájem občanů jiných zemí o velké změny v Rusku. Politická krize na podzim roku 1993 však negativně ovlivnila motivaci cizinců k návštěvě Ruska, což vedlo k prudkému poklesu zahraničního proudu turistů a způsobilo propad salda cestovního ruchu do negativních hodnot. V praxi to znamená překročení počtu výjezdů ruských občanů do zahraničí ve srovnání s počtem zahraničních občanů přijíždějících do Ruska. Z tabulky č. 1 je patrné, že počet zahraničních turistů přijíždějících do Ruska se snížil z 1 550 500 cest v roce 1993 na 914 700 cest v roce 1994.

Tabulka č. 1

Počet a podíl občanů Ruské federace cestujících do zahraničí za účelem cestovního ruchu a zahraničních občanů přijíždějících do Ruské federace za účelem cestovního ruchu (v řádech tisíců), období 1988–1994.

Rok	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
Příjezdy	2 458,1	1 740,3	2 285,7	2 235,1	995,1	1 550,5	914,7
Výjezdy	1 040,7	1 649,6	2 150,2	3 466,3	1 172,6	1 576,4	2 554,1
Turistický obrat	3 498,8	4 389,9	4 435,9	5 701,4	2 167,8	3 119,3	3 436,6
Podíl výjezdů na turistickém obratu (v %)	29,7	37,6	48,5	60,8	54,1	50,5	74,4
Saldo	+1 417,4	+90,7	+135,5	-1 231,2	-77,5	-25,9	-1 639,4

Zdroj: Turizm. Obzor materialov. Vyp. 8. Statistika v turizmě. M. : 1996. S. 67, 83.

Uvedenou tabulku je třeba dovysvětlit. V 90. letech se za ukazatele intenzity turistické aktivity považoval téměř nic neříkající a z ekonomického hlediska zbytečný turistický obrat. Ten se definuje jako celkový počet příjezdů zahraničních turistů do Ruska a počet výjezdů občanů Ruské federace do zahraničí. Později se tento indikátor již nepoužíval. Daleko důležitějším a jednodušším indikátorem se stalo saldo cestovního

² Štajn Š. Predstavljajut li opasnost dlja rossijskogo turistskogo rynka inostrannyje firmy? // Turinfo. 1996. 1 fevr. S. 13.

ruchu, které se v oblasti zahraničního cestovního ruchu Ruska od roku 1991 změnilo z kladného na záporné. Navzdory veškerému úsilí státu jeho dosud záporná hodnota stále rostla, což znamenalo, že v oblasti zahraničního cestovního ruchu ztrácelo Rusko každoročně desítky miliard dolarů.

Na začátku devadesátých let se začaly objevovat společnosti, z nichž mnohé tvoří dodnes jádro domácího trhu cestovního ruchu. Jde především o tyto společnosti: Art-tour (*АРТ-ТУР*), MITS, UTS Group, Akaděmservis, Astravel, Vand International (*Ванд Интернэшнл*), Vladinvesttour (*Владинвесттур*), Inters, KMP group (*КМП групп*), Krist, Natalie Tours (*Натали Турс*), Něva, Orfeus (*Орфей*), Pac Group (*Пактур*), Roza vetrov, Solvex Travel (*Солвекс-Трэвел*), Spektrum Travel (*Спектрум-тревел*), Taritour (*Таритур*), BSI Group a řadu dalších cestovních kanceláří a agentur, které ovládly různé oblasti výjezdového, příjezdového a domácího cestovního ruchu.

Na jaře roku 1992 se v Petrohradě konal první ruský veletrh cestovního ruchu pod názvem Cestovní ruch a rekreace '92. Zúčastnilo se ho více než 90 domácích i zahraničních turistických společností. Byla tak zahájena tradice každoročního Mezinárodního veletrhu cestovního ruchu Intourfest, kterého se v roce 1993 zúčastnilo již více než 450 cestovních kanceláří a agentur. Koncem března roku 1994 se na moskevském výstavišti Expocentre konala mezinárodní výstava cestovního ruchu MITT, jež se v současné době považuje v globálním měřítku za jednu z předních akcí této oblasti.

Koncem období 1991–1994 se začala vytvářet zcela profesionální komunita, která nahradila neorganizovaná sdružení (později cestovní kanceláře a agentury). Výrazně vzrostla i informovanost – objevovala se periodika o cestovním ruchu, včetně novin Tourinfo, které se staly informačním kanálem pro pracovníky cestovních kanceláří, hotelů atd. V roce 1993 vznikla dvě významná sdružení turistických společností, jimiž byly Ruská asociace cestovních agentur (RATA) a Národní asociace cestovního ruchu (NTA). RATA se v roce 2002 přejmenovala na Ruský svaz turistického průmyslu (RST). Sdružení RATA založili v té době vedoucí pracovníci předních turistických firem, jež se těšily aktivní podpoře Roskomturizmu. Předsedou společnosti byl zvolen ředitel periodika Tourinfo V. V. Remizov. V roce 1996 jej na této pozici vystřídal tehdejší místopředseda Státního výboru Ruské federace pro tělesnou kulturu a cestovní ruch S. P. Špilko. Zakladateli NTA se staly největší cestovní kanceláře, hotelové řetězce, přepravní společnosti a jiné organizace cestovního ruchu. Prezidentem NTA byl v roce 1993 zvolen I. A. Konovalov,

ředitel akciové společnosti Intourist – Holdingová společnost. Později stanul v čele NTA slavný ruský cestovatel J. A. Senkevič.

Veřejné organizace v sektoru cestovního ruchu se formovaly již v období perestrojky, což nepochybně přispělo k upevnění postavení cestovního ruchu. Jako předzvěst demokratických změn se začala objevovat i další společenská sdružení. Například v roce 1990 byla založena Asociace průvodců, překladatelů a delegátů, jejímž prezidentem byl zvolen J. J. Šnajdgen. Všeruská federace cestovního ruchu se transformovala v Turisticko-sportovní svaz Ruska, který vedl I. J. Vostokov.

V roce 1994 se na popud vědců a praktiků cestovního ruchu v Petrohradu vytvořila veřejná organizace Akademie cestovního ruchu, od roku 1999 známá pod názvem Národní akademie cestovního ruchu, jež sdružila spoustu pracovníků této oblasti. Prezidentem Akademie byl zvolen V. T. Rjazanov, profesor Petrohradské státní univerzity. Začaly se objevovat regionální nevládní organizace a sdružení, z nichž největší se stala Asociace pracovníků turistických a výletních společností, hotelů a restaurací Petrohradu v čele s V. I. Nikiforovem.

Veřejné organizace a sdružení v procesu vývoje a zdokonalování vznikajícího cestovního ruchu Ruska začaly rázem hrát významnou roli. Zásadně přispěly k sjednocení názorů a představ o dalším vývoji cestovního ruchu v Rusku pro všechny fáze formování systému státní regulace pro danou oblast. V roce 1995 byla vydána úplně první a relevantní Výroční zpráva o stavu a problémech rozvoje cestovního ruchu v Rusku³, již vypracovala Národní asociace cestovního ruchu. Výroční zpráva byla rozeslána všem mocenským strukturám a těšila se širokému ohlasu veřejnosti. V lednu roku 1996 byl při Státní Dumě Ruska vytvořen Výbor pro cestovní ruch a sport, který vedl A. S. Sokolov. Téhož roku politici přijali zákon O základech turistické činnosti⁴ v Ruské federaci a schválili federální cílový program Rozvoj cestovního ruchu v Ruské federaci.

Turistické organizace začaly aktivně spolupracovat s leteckými, železničními a dalšími přepravními společnostmi. V listopadu roku 1991 bylo založeno Transaero – první soukromá ruská letecká společnost. I přes značné finanční obtíže, které vyvrcholily v polovině devadesátých let, se společnosti Aeroflot podařilo udržet na trhu a v současné

³ Ježegodnyj doklad o sostojanii i problemach razvitija turizma v Rossii. Nacionalnaja turistskaja asociacija. M., 1995

⁴ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

době je jednou z největších ruských leteckých společností. Během tohoto období se důležitým komponentem služeb cestovního ruchu začala stávat doprava. Na důkaz toho získaly v roce 1991 ruské turistické společnosti možnost samostatně prodávat letenky. Nové trendy bylo možné pozorovat i v oblasti hotelnictví. Ruský hotelový trh začal přitahovat pozornost zahraničních podnikatelů, kteří začali investovat do stavby hotelů na mezinárodní úrovni. V roce 1991 vstoupily současně na ruský trh tři zahraniční hotelové řetězce – Pullman (Iris), Inter-Continental (Metropol) a Radisson (Slavjanskaja). Později své hotely v Rusku otevřely řetězce Kempinski a Novotel (1992), Renaissance a MarcoPolo (1993) a některé další. Roku 1993 se na Tversko-Jamské ulici otevřel jeden z prvních moskevských hotelů na mezinárodní úrovni – Sheraton Palace Hotel. Na popud společnosti IRO-Travel byl založen první hostel v Moskvě – TravelGuestHouse. V téže roce vznikla i Ruská asociace hostelů RYHA, která úspěšně funguje dodnes.

Reformy státního aparátu a ekonomiky v Rusku v období po perestrojce vedly k přehodnocení priorit v mnoha oblastech národního hospodářství. Ovlivnily životní úroveň obyvatelstva, rozložení výrobních sil a finančního toku peněz, zároveň umožnily solventní poptávku po zboží a službách. Z toho přirozeně vyplývá, že se zvýšila i poptávka po službách cestovního ruchu. Založení školy pro podnikatele a přijetí federálního zákona z 15. srpna roku 1996 №114-FZ O výjezdech z Ruské federace a příjezdech do Ruské federace⁵ vytvořilo silný impuls k tomu, aby do země i ze země začaly proudit davy turistů. Díky tomu došlo k realokaci finančních prostředků a ke změnám priorit v této sféře. Vytvoření solventního segmentu na spotřebitelském trhu v zemi cestovní ruch oživilo – byly založeny tisíce organizací, vytvořeny stovky tisíc pracovních míst a zajištěny významné finanční toky.

Nově vznikající turistický trh se vyznačoval svou počáteční orientací na výjezdový cestovní ruch. Značnou část cest ruských turistů do zahraničí tvořily zájezdy za nákupy. Výjezdový cestovní ruch nepochybně plnil důležitou demokratickou úlohu a poskytoval Rusům přístup k službám na světové úrovni. Když došlo ke srovnání poměru příjezdového a výjezdového cestovního ruchu, ukázala se i druhá strana mince spojená s vlivem turismu na ekonomiku státu. Obavy vyvolalo zejména rostoucí záporné saldo cestovního ruchu, protože do zahraničí společně s turisty odcházely i jejich finanční prostředky v řádech miliard dolarů, což prakticky znamenalo financování rozvoje turistické infrastruktury

⁵ «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию»

v zahraničí. Deficit platební bilance cestovního ruchu v roce 1994 činil 5 miliard USD. Z praxe světového turismu je známo, že hlavním úkolem národní správy cestovního ruchu každé země vždy bylo a bude vykázat v této oblasti co nejkladnější bilanci. To znamená, že počet příjezdů do země musí převýšit počet výjezdů ze země, což pro obyvatele daného státu dává ekonomický smysl. Jak bylo podotknuto ve výroční zprávě Národní asociace cestovního ruchu, příčinou tohoto stavu je nestabilní ekonomická situace země a nedostatečná spolupráce mezi cestovními kancelářemi a agenturami, přepravními společnostmi a hoteliéry. Stav ruské infrastruktury cestovního ruchu, jejímž pojítkem jsou ubytovací služby (hotely, motely, penziony a jiné), potřebám cestovního ruchu nevyhovoval a byl neefektivní. Tou dobou byla turistická infrastruktura ve značné míře morálně a fyzicky opotřebená. Poptávka po lázeňských a turistických službách vzhledem k problémům v přechodném období v devadesátých letech klesla a počet míst v příslušných institucích se snížil. Síť turistických zařízení, která existovala na začátku roku 1996 (celkem 1,4 miliónů míst, včetně lázeňských zařízení, penzionů, domů a rekreačních středisek), potřebovala ve značné míře (až 80 % z nich) zrekonstruovat nebo přeměnit.

Ke zvýšení přílivu turistů nepřispívaly ani zastaralé služby připomínající minulý režim, které se jen velmi pomalu přibližovaly mezinárodním standardům. Ruský trh cestovního ruchu se navíc potýkal s nedostatkem kvalifikovaného personálu. Prakticky vůbec se nepropagovaly možnosti turistiky v Rusku a jeho regionech, jež by mohly zahraniční turisty hostit. Zahraniční cestovní kanceláře využily nedostatečného dohledu ze strany státu na výjezdový cestovní ruch, obcházel zákony Ruské federace a začaly v neprospěch ruských cestovních kanceláří prodávat zájezdy do zahraničí přímo konečnému zákazníkovi.

Neřízený systém smluvních vztahů mezi turisty a cestovními kancelářemi (příp. cestovními agenturami), absence ochrany práv spotřebitelů, předpisů a norem, jež by upravovaly služby cestovního ruchu, vedly k nekalému jednání některých ruských cestovních agentur. Podvodníci zakládali fiktivní společnosti, které existovaly jen jeden den, turistické produkty vytvářeli nečestní a nekompetentní prodejci. To vše se na ekonomice cestovního ruchu negativně podepsalo. Proto bylo nutné, aby stát co nejrychleji podnikl náležitá opatření a vypracoval strategii cestovního ruchu, která by byla zaměřena na přilákání zahraničních turistů, zajištění kvalitních služeb a bezpečnosti.

V oficiální zprávě Roskomturizmu se objevila informace, že v roce 1993 „... se vypracují návrhy zákonů Ruské federace o cestovním ruchu... připraví se Federální cílový program zaměřený na vytvoření organizační struktury, hospodářského a právního prostředí pro rozvoj domácího a zahraničního cestovního ruchu“⁶. Nicméně ještě před schválením těchto dokumentů vyšel Dekret prezidenta Ruské federace ze dne 25. 4. 1993 № 813 O dodatečných opatřeních pro rozvoj cestovního ruchu v Ruské federaci a zefektivnění využívání státního majetku v cestovním ruchu⁷, který se stal důležitým výchozím nástrojem perestrojky. V daném Dekretu byla poprvé zdůrazněna role státní podpory pro rozvoj cestovního ruchu jako jedna z klíčových úloh státu. Rada ministrů Ruské federace schválila vyhlášku ze dne 25. prosince roku 1993 № 1343 O udělování licencí pro mezinárodní cestovní ruch v Ruské federaci⁸, jejímž úkolem bylo regulovat služby poskytované zahraničním turistům na území Ruska a také ruským občanům v zahraničí. V praxi to znamenalo, že od tohoto data mohly cestovní kanceláře a agentury zahájit svou činnost v oblasti turismu až po získání licence. V roce 1994 Státní výbor Ruské federace pro standardizaci, metrologii a certifikaci rozhodl o povinné certifikaci hotelových služeb a dalších služeb cestovního ruchu. Tento krok byl důležitý pro úpravu systému a zvýšení kvality turistických služeb⁹. Téhož roku se schválily historicky první normy pro ruský cestovní ruch, konkrétně pro oblast hotelových a jiných služeb souvisejících s turismem. Byly to čtyři body, které regulovaly standardizaci obecných zásad, návrh produktu cestovního ruchu¹⁰, zajištění bezpečnosti turistů¹¹, klasifikaci hotelů¹². Tyto normy byly důležitým nástrojem pro zlepšení kvality služeb pro turisty a výletníky. Díky nim se Rusko začalo přibližovat a připojovat k řadě dalších hospodářsky vyspělých států po celém světě, které rozvoji cestovnímu ruchu věnovaly zvláštní pozornost.

Roskomturizm aktivně vystupoval i na mezinárodní scéně. Na 10. zasedání Světové organizace cestovního ruchu, jež se konalo v listopadu roku 1993, bylo Rusko zvoleno

⁶ Rossijskij turistskij bjulletěn: Turizm: informacija, statistika, analiz. 1994. № 1. S. 3.

⁷ «О дополнительных мерах по развитию туризма в Российской Федерации и об упорядочении использования государственной собственности в сфере туризма»

⁸ «О лицензировании международной туристской деятельности в Российской Федерации»

⁹ Postanovlenije Komitěta Rossijskoj Feděracii po standartizacii, metrologii i sertifikacii (Gosstandart Rossii) ot 4 okt'abrja 1994 g. № 18 «Ob utveržđenii Pravil sertifikacii turistskich uslug» // Rossijskij turistskij bjulletěn № 2. Turizm: informacija, statistika, analiz (TISA). M., 1994. S. 14.

¹⁰ GOST R 50681-94. Turistsko-ekskursionnoje obsluživanije. Projektirovanije turistskich uslug.

¹¹ GOST R 50644-94. Turistsko-ekskursionnoje obsluživanije. Trebovanija k obespečeniju bezopasnosti turistov i ekskursantov.

¹² GOST R 50681-94. GOST R 50645-94. Turistsko-ekskursionnoje obsluživanije. Klassifikacija gostinic.

do Výkonné rady Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO). Vypracovávaly a podepisovaly se dohody o spolupráci s dalšími státy, rozvíjely se kontakty s mezinárodními turistickými organizacemi a sdruženími. V důsledku toho byly se mezi lety 1993 až 1995 podepisovaly mezivládní dohody o spolupráci v cestovním ruchu s Řeckem, Albánií, Běloruskem, Bulharskem, Velkou Británií, Egyptem, Indonésií, Íránem, Kazachstánem, Čínskou lidovou republikou, Moldávií, Polskem, Korejskou republikou, Rumunskem, Tureckem, Uzbekistánem, Ukrajinou, Francií a řadou dalších zemí. V roce 1994 byl založen Výbor pro cestovní ruch Společenství nezávislých států, jehož úkolem bylo „...podporovat rozvoj rovnocenné a vzájemně prospěšné spolupráce v oblasti cestovního ruchu na úrovni státu, národních a regionálních asociací, společenství, firem, podniků a mezinárodních turistických organizací“¹³.

V roce 1994 se konal v Petrohradu pro zaměstnance regionálních poboček cestovních kanceláří seminář UNWTO na téma Plánování udržitelného rozvoje cestovního ruchu na místní úrovni, díky němuž se zintenzivnila práce na tvorbě programů pro danou oblast.

Po Goskominturistu SSSR převzal činnost zahraničních poboček Roskomturizm. V roce 1993 Roskomturizm provozoval 23 zahraničních poboček, a to v Rakousku, Belgii, Bulharsku, Vietnamu, Německu, Řecku, Dánsku, Egyptě, Indii, Itálii, Kanadě, Mexiku, Nizozemí, Polsku, Slovensku, Sýrii, USA, Finsku, Francii, Švýcarsku, Japonsku a Jugoslávii. Hlavním úkolem těchto poboček bylo propagovat ruský turistický produkt na zahraničních trzích. Jejich činnost v tomto období však byla z důvodu špatného financování málo efektivní, proto se většina z nich do konce devadesátých let zrušila. V témže období se stánek ruské národní správy cestovního ruchu začal objevovat na mezinárodních turistických veletrzích a výstavách. Rovněž se rozšířila reklamní a informační činnost.

Zcela bezpochyby se od obnovení Ruska začal cestovní ruch rozvíjet jako oblast podnikatelské činnosti. Jelikož vznikaly problémy s vytvořením kvalitního národního turistického produktu, ochranou a bezpečností ruských klientů, kteří začali aktivně cestovat po celém světě, bylo nezbytně nutné, aby tuto oblast upravoval stát. Ten na tuto situaci reagoval tím, že do poloviny 90. let 20. století vytvořil potřebné zákony a podmínky

¹³ Rešenije o Sovetě po turizmu gosudarstv-učastnikov Soglašenija o sotrudničestve v sfere turizma // Rossijskij turistskij bjulleten № 2. Turizm: informacija, statistika, analiz (TISA). M.: 1994. S. 9.

pro vznik národního cestovního ruchu jako vysokopříjmového sektoru ekonomiky, který je schopen v nejbližší době zajistit příliv devizových příjmů, výrazně zmírnit sociální a ekonomické problémy v dotovaných regionech (včetně snížení nezaměstnanosti obyvatel), mít pozitivní vliv na ekonomickou situaci země (včetně zvýšení daňového základu) a přispět k celkovému zlepšení situace v Rusku.

Na začátku 90. let 20. století, při přechodu od centrálně plánované ekonomiky k tržnímu hospodářství, zcela přirozeně vyvstala otázka, na jaké celkové koncepci novou politiku cestovního ruchu Ruské federace postavit. Bylo nutné zvážit, co se může z předchozího režimu zachovat a co naopak musí být odstraněno.

Po rozpadu SSSR a následném vzniku řady suverénních států na postsovětském prostoru se regulace cestovního ruchu přesunula na úroveň zákonodárství států Společenství nezávislých států – SNS. Pobaltské státy, které součástí této aliance nejsou, si vytvářely vlastní legislativu pro cestovní ruch a přizpůsobovaly ji blížícímu se vstupu do EU a Schengenského prostoru.

Kvůli zásadním změnám sociálně-ekonomických a geopolitických podmínek, růstu problémů a zpomalení procesu reform v cestovním ruchu bylo potřeba vypracovat novou státní koncepci. Jednotlivá, byť nezbytná opatření pro udělování licencí a standardizační dokumenty nemohly všechny vznikající problémy vyřešit. Tyto problémy a situace, k nimž docházelo, bylo potřeba řešit komplexně, a to přijetím systémových opatření. Stalo se tak na konci roku 1995, kdy Dekretem prezidenta Ruské federace ze dne 22. prosince roku 1995 № 1284 byla schválena Koncepce reorganizace a rozvoje cestovního ruchu v Ruské federaci¹⁴. Jednalo se o vůbec první koncepci v novém Rusku.

Tato koncepce určila směřování dalšího rozvoje turismu. V tomto stěžejním dokumentu se opět poukazovalo na potřebu aktivní státní politiky, vytvoření právních, organizačních a ekonomických základů, aby se mohl zformovat moderní, konkurenceschopný cestovní ruch. Turismus byl připsán na seznam hlavních oblastí ruské ekonomiky, jež vyžadovaly restrukturalizaci. S ohledem na Koncepci byl usnesením vlády Ruské federace ze dne 26. února 1996 vytvořen a schválen № 177 Federální cílový program Rozvoj cestovního ruchu v Ruské federaci (pro období let 1996–2005)¹⁵.

¹⁴ «Концепция реорганизации и развития туризма в Российской Федерации»

¹⁵ «Развитие туризма в Российской Федерации» (на 1996—2005 гг.)

Díky tomuto Federálnímu cílovému programu se zajistilo právní, organizační a ekonomické prostředí země pro vytvoření moderního cestovního ruchu. Při přípravě programu se brala v potaz ustanovení Manilské deklarace o světovém cestovním ruchu (1980), Haagské deklarace o cestovním ruchu (1989), Konference ministrů o cestovním ruchu v Ósace (1994), rozhodnutí Konference OSN o životním prostředí a rozvoji (Rio de Janeiro), Charta cestovního ruchu a Kodex turisty (1985), dále ustanovení přijatá na 6. zasedání Valného shromáždění Světové organizace cestovního ruchu, další rozhodnutí a doporučení UNWTO, dohody o rozvoji cestovního ruchu uzavřené mezi Ruskou federací a dalšími státy. Způsob rozvoje ruského cestovního ruchu se tedy přizpůsobil systému mezinárodního cestovního ruchu. Tento komplexní a inovativní program měl za úkol podpořit vytvoření moderních tržních vztahů a mechanismů státní regulace. Za nejdůležitější prvky tohoto odvětví programem prohlašoval přírodní, rekreační a historicko-kulturní komplexy. Autoři vycházeli z předpokladu, že široký kulturní a přírodní potenciál země umožní Rusku získat významné postavení na světovém trhu cestovního ruchu. Jak program zdůrazňoval, pro úspěšný rozvoj tohoto odvětví je nezbytné chránit práva turistů a výletníků, zájmy výrobců domácích produktů cestovního ruchu, plně podporovat domácí a příjezdový cestovní ruch, vytvářet turistickou infrastrukturu, připravovat kvalifikovaný personál, věnovat se vědecké, reklamní a informační podpoře. To vše se považuje za nutné pro propagaci národního produktu cestovního ruchu na světovém trhu. Autoři programu v něm také prohlásili, že jeho realizace umožní efektivněji využít stávající potenciál cestovního ruchu, oživit domácí trh cestovního ruchu, posílit materiální základnu, snížit nedostatek kvalifikovaného personálu a získat nezbytnou podporu státu pro rozvoj této oblasti.

Předpokládalo se, že stát podpůrnými prostředky pomůže přilákat soukromé investory (včetně těch zahraničních) do sektoru cestovního ruchu. Z důvodu restrukturalizace stávajícího vzdělávacího systému a změn ve využití institucí dalšího vzdělávání se začaly řešit také problémy spojené s přípravou budoucích odborníků pro cestovní ruch. Bylo nutné vytvořit systém vědecké, reklamní a informační podpory domácího produktu na domácím i zahraničním turistickém trhu.

Program byl navržen na období deseti let, byl komplexní a zaměřoval se na různé oblasti turismu. Nebyly v něm však jasně stanoveny priority pro fáze a jednotlivé roky. To vše ztěžovalo jeho realizaci a problémy s financováním programu z rozpočtu se ještě zvětšovaly. Přesněji řečeno, program nebyl ve většině případů financován vůbec. Tato

situace nakonec vyústila v jeho předčasné ukončení, což mělo za následek nesplnění většiny klíčových bodů, které měly napomoci rozvoji domácího cestovního ruchu.

Zatímco výjezdový cestovní ruch prosperoval, domácí turismus nadále strádal. Způsob financování infrastruktury těchto dvou oblastí byl taktéž odlišný. Absentoval systém udělování licencí pro turistickou činnost v oblasti domácího cestovního ruchu. Zájem o ruské turistické služby brzdila rovněž nedostatečná propagace Ruska na světovém turistickém trhu. Neexistovaly důvěryhodné a oficiální statistiky, které by informovaly o podílu cestovního ruchu na HDP země, daňových příjmech do státního rozpočtu a jak tato oblast ovlivňuje zaměstnanost obyvatel.

Současně je nutno konstatovat, že díky prvnímu federálnímu cílovému programu Rozvoj cestovního ruchu v Ruské federaci se cestovní ruch stal oblastí regulovanou státem a předurčil směřování dalšího rozvoje cestovního ruchu v Rusku. V návaznosti na přijetí Federálního programu se začalo intenzivněji pracovat na vytvoření regionálních programů rozvoje cestovního ruchu v administrativních subjektech Ruské federace. Během první fáze jeho realizace se přijala celá řada důležitých směrnic. Mezi nimi hraje zásadní roli federální zákon ze dne 24. listopadu 1996 № 132 FZ O základech turistické činnosti v Ruské federaci¹⁶. Je nutno podotknout, že tento zákon i první federální program byly přizpůsobeny světovému systému cestovního ruchu a nejdůležitějším mezinárodním právním aktům, z nichž se vycházelo při vytváření koncepčních a legislativních rámců turistické činnosti v Ruské federaci. Zvláštní pozornost si zaslouží dokumenty a listiny týkající se spolupráce států SNS v oblasti turismu. Jednou z prvních byla mezivládní dohoda O spolupráci v oblasti cestovního ruchu z roku 1993. Dne 29. října roku 1994 meziparlamentní shromáždění členských států SNS přijalo doporučující právní akt O základních principech spolupráce členských států SNS v oblasti cestovního ruchu¹⁷. Dne 29. května 1997 meziparlamentní shromáždění států SNS schválilo mezinárodní cílový program Rozvoj vztahů v oblasti cestovního ruchu mezi členskými zeměmi SNS – koncepce¹⁸. Autoři program koncipovali na období do roku 2003 a jedním z jeho stěžejních

¹⁶ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

¹⁷ Ob osnovnyh principach sotrudničestva gosudarstv-učastnikov SNG v oblasti turizma. Rekomendatěnyj zakonodatělnyj akt. Priňat Mežparlamentskoj assamblejej gosudarstv-učastnikov SNG 29 okt'abrja 1994 // Informacionnyj věstnik Mežparlamentskoj assambleji gosudarstv-učastnikov SNG. Bžulletěn № 6. SPb.: Vestì, 1995. S. 148-159

¹⁸ Mežgosudarstvennaja celevaja programma „Razvitije turistskich svjazej meždu gosudarstvami učastnikami SNG (koncepcija)“. Priňata Mežparlamentskoj assamblejej SNG 29 maja 1997 g. // Kwartalnov V. A. Inostrannyj turizm. M., 2001. S. 249-269.
Развитие туристских связей между государствами участниками СНГ (концепция)

bodů bylo vytvořit moderní právní rámec a základy mezinárodního systému (v rámci SNS) regulace turistické činnosti. Předpokládalo se, že pro státy SNS se vypracují vzorové směrnice týkající se cestovního pojištění, standardizace, certifikace turistických tras a služeb a norem pro poskytování turistických a výletních služeb v zemích SNS.

Díky federálnímu zákonu O základech turistické činnosti v Ruské federaci¹⁹, přijatému v roce 1996, se cestovní ruch stal oficiálně oblastí státní regulace, která má zajistit občanům právo na odpočinek, svobodu pohybu a další práva vyplývající z cestování. Zásluhou toho se na něj začalo pohlížet jako na odvětví, které uspokojí touhy občanů po cestování, zajistí vytvoření nových pracovních míst, zvýší příjmy státu a příjmy občanů Ruské federace, bude rozvíjet mezinárodní kontakty, chránit objekty cestovního ruchu a zajistí racionální využití přírodních a kulturních památek.

Význam federálního zákona spočíval především v tom, že prakticky poprvé v ruské historii určoval, jakým způsobem má stát upravovat turistickou činnost. Až tímto se cestovní ruch prohlásil na zákonné úrovni za odvětví průmyslu, které zahrnuje hotely, dopravu, objekty veřejného stravování, zábavní zařízení, obchodní, rekreační, sportovní a jiná střediska, naučná centra, cestovní kanceláře a agentury. Dále společnosti, které organizují výlety a zajišťují průvodcovské služby. V následujících letech se tento seznam rozšířil o provozovatele turistických informačních systémů, lázeňské resorty, sanatoria a organizace poskytující služby instruktorů.

Od té doby měl Státní výbor Ruské federace pro tělesnou kulturu a cestovní ruch právo zasahovat a rozhodovat o celních předpisech a pasové politice. Zkrátka o všech skutečnostech, které ovlivňují zájmy cestovního ruchu, včetně žádostí o dotace ze státního rozpočtu na rozvoj federálních cílových programů. Zákon určil podobu státní politiky, jež v této době zaměřovala svou pozornost na vytvoření právních základů jednotného trhu cestovního ruchu v Ruské federaci. Dále upravoval vztahy vyplývající z realizace práva občanů Ruské federace, zahraničních občanů a osob bez státní příslušnosti na rekreaci, svobodu pohybu a dalších práv, která jsou spjata s cestováním. Rovněž určil způsob racionálního využití turistických možností Ruské federace. Jako prioritní oblasti státní regulace zákon stanovil podporu a rozvoj domácího, výjezdového, sociálního a neorganizovaného cestovního ruchu.

¹⁹ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

Poprvé v ruské historii zákon stanovil, jaká práva a povinnosti vyplývají pro turistu před a během cestování. Paragraf IV zákona se věnuje charakteristice turistické činnosti vtržním hospodářství, plnění závazků z uzavřených smluv. Paragraf V asociacím cestovních kanceláří a agentur, turistickým sdružením a podmínkám pro řádný výkon jejich činnosti. Jednotlivé kapitoly a články tohoto zákona definovaly specifika turistické činnosti ve vztahu k využívání zdrojů cestovního ruchu, podmínky pro zajištění bezpečnosti turistů, určovaly základní pravidla pro mezinárodní spolupráci v oblasti cestovního ruchu a jaké právní postihy v případě porušení tohoto zákona hrozí.

Situace v zemi byla v tomto období pro rozvoj turismu velice příznivá – rostl počet majetných osob, které si chtěly dopřát dovolenou, a podnikatelská svoboda cestovních kanceláří nebyla omezena ničím jiným než jejich vlastními finančními možnostmi a ambicemi. Na základě průzkumu tehdejší situace na trhu cestovního ruchu, který zveřejnil ruský tisk, lze konstatovat, že mezi nejznámější a nejvlivnější ruské cestovní kanceláře poloviny 90. let (společně s cestovní kanceláří Intourist, která již působila na trhu mnohem déle) rostla popularita cestovní kanceláře Roza vetrov (založená r. 1989) a poměrně mladé cestovní kanceláře Svetal. Zároveň se stále větší popularity dostávalo cestovním kancelářím MITS, Lanta Tour (*Ланта тур*), Mosintour (*Мосинтур*), Inna Tour (*Инна Тур*), Moskva Tour (*Москва Тур*), Ajrin, Akaděmservis atd.

Výjezdový cestovní ruch nadále prosperoval. Zatímco začátkem devadesátých let snili ruští turisté o zahraniční dovolené u francouzského pobřeží Středozemního moře nebo na Kanárských ostrovech, během pěti let se situace změnila. Ruské cestovní kanceláře a agentury se začaly zaměřovat na Turecko nejen jako na destinaci, do které je možné se vydat za nákupy, ale také jako na místo, kde by mohli turisté z Ruska trávit svou dovolenou. V roce 1993 cestovní kancelář Svetal jako první vyslala do Turecka 2 300 turistů, následující rok téměř 6 000. V jaké míře cestovali ruští turisté do Turecka, si můžete představit na následujících údajích: v roce 1995 Svetal zvýšil počet svých hotelů z původních 9 na 15. Současně stále více turistů jezdilo na dovolenou na Kanárské ostrovy. Nejpopulárnějšími cestovními kancelářemi mezi turisty byly MITS a Ultramar Express (ruská cestovní kancelář, jejíž 99 % akcií patřilo mezinárodnímu turistickému koncernu TUI).

Další destinací, do níž touto dobou mířily masy lidí, byl Kypr. V roce 1994 se stal Akaděmservis generálním zástupcem společnosti Aeroflot, čímž ji ve skutečnosti

monopolizoval. Kypr se pro něj stal destinací, jež výrazně přispěla k úspěchu této společnosti na trhu. Velké turistické společnosti si postupně osvojily systematický přístup k budování firmy, což představovalo zásadní průlom na trhu a vedlo ke kvalitnějšímu řízení podnikání v oblasti cestovního ruchu. Ředitelé cestovních kanceláří a agentur začali věnovat větší pozornost marketingu a systematicky vést reklamní kampaně, díky čemuž se jim podařilo ovládnout nové destinace a regiony.

Společnosti, které uměly předvídat další vývoj, se stále více zaměřovaly na domácí cestovní ruch. V mnoha regionech Ruska se začala stavět nová hotelová zařízení. V roce 1997 ruská vláda poprvé schválila Pravidla pro poskytování ubytovacích služeb v Ruské federaci²⁰.

Polovina 90. let minulého století se nesla v duchu prvních úspěchů, ale i značných selhání na trhu cestovního ruchu. V zimě roku 1995 nechala své cestující v Thajsku společnost Delex a ředitel této společnosti Alexej Šulepov zmizel. Na přelomu let 1996 a 1997 zmizel s penězi zákazníků ředitel společnosti Turexpress. Od tohoto okamžiku se během několika let podobné aféry ještě opakovaly.

V polovině 90. let se výrazně snížil objem služeb souvisejících se zájezdy za nákupy. Tuto situaci na straně jedné způsobilo omezení importu kvůli překupníkům, a na straně druhé změna motivace ruských občanů, kteří začali dávat přednost kulturně-poznávacímu, sportovní-turistickému a zdravotně orientovanému cestovnímu ruchu.

Na trhu cestovního ruchu se objevili noví lídři, kteří volili inovativní strategie. Obzvláště patrné je to na společnosti Natalie Tours, která v polovině 90. let patřila k těm, které se rozvíjely nejdynamičtěji. Již v roce 1996 více než polovina všech ruských turistů vycestovala na dovolenou do španělských letovisek právě s touto cestovní kanceláří. Cestovní ruch podnikal první kroky k využívání informačních technologií. V létě roku 1996 Natalie Tours jako první ruská cestovní kancelář založila vlastní internetové stránky. Zároveň spustila i systém online rezervací.

Výjezdový cestovní ruch se tak stal hlavním směrem rozvoje domácího cestovního ruchu a tento trend se zachoval až do dnešních dob. Co se týká příjezdového cestovního ruchu, i přestože zahraničních turistů přibývalo, jeho růst zůstal zanedbatelný. Rekordní počet zahraničních turistů, kteří navštívili SSSR, byl zaznamenán v roce 1989, a sice

²⁰ Postanovlenije Pravitelstva RF ot 15 avgusta 1996 g. „Ob utveržděni pravil predostavlenija gostiničnych uslug v Rossijskoj Federacii“ // Rossijskaja gazeta. 1997. 28 avg.

7,8 miliónu osob, což představovalo 1,8 % objemu světového cestovního ruchu. Podíl Ruska představoval tedy 1,4 %, tj. 7,5 miliónů turistů. V letech 1992–1994 klesl podíl Ruska na 0,6 %. Společně s cestovní kanceláří Intourist, která se v této oblasti pohybovala již mnohem déle, aktivně působily na trhu výjezdového cestovního ruchu desítky společností v Moskvě, Petrohradu a dalších regionech Ruska. Společnost KMP Group v roce 1995 přijala do svých řad 20 tisíc pracovníků. Firma nabízela široké spektrum služeb cestovního ruchu: masový turismus, incentivní cestovní ruch, organizace cest pro podnikatele či politiky z Francie, Španělska, Itálie, Kanady, USA, JAR a dalších zemí. V roce 1996 byly mezi turisty velice oblíbené tyto trasy: Moskva – Sibiř, historická část Moskvy, Rusko – Ukrajina, Moskva – Peking. Zahraniční turisty však odrazovala nízká kvalita nabízených služeb ve všech odvětvích cestovního ruchu v poměru k vysoké ceně. Dalšími důvody, proč nebylo Rusko pro zahraniční turisty příliš atraktivní, byly absence komfortního informačního prostředí, poradenského servisu a také nedostatečná propagace ruského turistického produktu na zahraničních trzích. Problém spojený se zajištěním kvalitních služeb pro zahraniční hosty se stával stále aktuálnějším a jeho řešení do značné míry záviselo na podpoře ze strany státu. Bylo potřeba vybudovat kvalitní silnice a přístupové cesty k turistickým objektům, vytvořit národní informační systém pro domácí a zahraniční turisty, zajistit patřičné vzdělání pro pracovníky cestovního ruchu a zaměřit se na daleko více aspektů, ke kterým samotné hotely nebo cestovní kanceláře či agentury nebyly kompetentní.

Politici projednávali, že by stát mohl pro tyto účely uvolnit finanční prostředky ze státního rozpočtu v roce 1996 v rámci Federálního cílového programu Rozvoj cestovního ruchu v Ruské federaci. Rusko se stále častěji účastnilo tradičních mezinárodních výstav cestovního ruchu v Londýně, Berlíně, Miláně, Tokiu a Madridu. Současně se kladl obzvláště velký důraz na to, aby snahu projevíly i samotné subjekty Ruské federace. Mnoho subjektů se již začalo cestovnímu ruchu věnovat. Jednalo se o Jaroslavskou oblast, Kamčatku, Karelskou republiku, Moskvu, Petrohrad, Novgorod, Pskov a Republiku Komi. Příznivé podmínky pro přijímání turistů vytvořilo také Čuvašsko. Ve stejném období byly vypracovány návrhy programů rozvoje řady regionů a historických měst. Jednalo se například o Alexandrov (Vladimírská oblast), Kungur (Permský kraj), Sergijev Posad (Moskevská oblast), Jalutorovsk (Tumenská oblast), Korjacký autonomní okruh, Kurilské ostrovy, národní park Vodlozerskij (Karélie), Tulskou oblast, Soči a některá další území.

Během tohoto období vědecký tým Ruského vědecko-výzkumného ústavu kulturního a přírodního dědictví D. S. Lichačova připravil doporučení a návrhy týkající se rozvoje cestovního ruchu pro některá světově proslulá muzea v přírodě. Mezi nimi byla Jasná Poljana (*Ясная Поляна*), Puškinskije gory, Gorki Leninskije, Alexandrovskaja Sloboda a další. Všechna z nich disponují obrovským turistickým potenciálem, který tato muzea nevyužila naplno a nechopila se příležitosti, níž mohla přispět ke zlepšení své ekonomické situace.

K rozvoji cestovního ruchu v 90. letech minulého století přispělo i založení celé řady vzdělávacích institucí, které připravovaly budoucí odborníky v oblasti sociálních a kulturních služeb, cestovního ruchu, pohostinství, rekreace a lázeňství. Rychle rostoucí počet vzdělávacích institucí podobného typu reflektoval vysoký zájem mladých lidí o získání tohoto typu vzdělání. V tehdejší SSSR se příprava kvalifikovaného personálu a vytváření vzdělávacího systému v oblasti turismu začaly rozvíjet ve větší míře až v období perestrojky. Do té doby se pracovníci pro cestovní ruch s vysokoškolským vzděláním připravovali pouze na Vysoké škole odborového hnutí N. M. Švernika²¹ (VŠPD). V sovětském období každým rokem absolvovalo VŠPD se specializací „řízení a organizace cestovního ruchu“ 20–25 tisíc studentů. Ruská mezinárodní akademie cestovního ruchu (RMAT), která byla založena v roce 1991 jako nástupce sovětského odborového Institutu pro vzdělávání zaměstnanců turistických a výletních organizací (IPK RTEO), se pyšní dlouholetou tradicí ve vzdělávání pracovníků pro oblast cestovního ruchu. V témže roce byl založen pod severozápadní pobočkou IPK RTEO Baltický institut cestovního ruchu, jenž nahradil Baltskou akademii cestovního ruchu a podnikání. Během perestrojky byla založena Vysoká škola cestovního ruchu a hotelnictví (do té doby Ústav dalšího vzdělávání pracovníků Goskominturistu). Dnes je známá jako Moskevský státní institut cestovního ruchu a pohostinství J. A. Senkeviče, který v současné době úspěšně působí na trhu vzdělávání a funguje pod záštitou Výboru pro cestovní ruch a hotelnictví vlády Moskvy (*Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Правительства Москвы*). V roce 1989 byla založena Sočská státní univerzita cestovního ruchu a lázeňství. Šlo o první školské zařízení vysokoškolského typu v této oblasti. Od poloviny 90. let začala vzdělávat budoucí odborníky pro oblast cestovního ruchu také Moskevská státní univerzita služeb, která tímto následně získala status Ruské státní univerzity cestovního ruchu a služeb. Systém vzdělávání v oblasti cestovního ruchu se rozvíjel poměrně dynamicky.

²¹ Nyní se nazývá Akademie práce a sociálních vztahů.

Docházelo ke standardizaci vzdělávacího systému a nadále se aktivně rozšiřovaly partnerské vazby mezi vzdělávacími institucemi a turistickými vládními strukturami.

Podle údajů Světové organizace cestovního ruchu se Rusko v roce 1997 umístilo z hlediska příjmů z cestovního ruchu na 9. místě v Evropě a 17. příčce ve světě, čímž předstihlo Řecko, Turecko, Belgie či Nizozemí. Počátkem roku 1998 působilo v Rusku více než 12 tisíc turistických organizací. Počet osob zaměstnaných v oblasti stravovacích služeb činil 8 milionů. Nicméně tento příznivý trend narušila srpnová krize v roce 1998, která postihla všechna odvětví cestovního ruchu: dopravní společnosti, stravovací zařízení, cestovní kanceláře a agentury, hotely, muzea, a také průvodce. Krize měla největší dopad na organizátory zájezdů, tj. na cestovní kanceláře. Kvůli výraznému poklesu hodnoty rublu vůči dolaru došlo k narušení bankovního systému. Z tohoto důvodu desítky turistických společností, které posílaly své turisty do zahraničí, utrpěly značné ztráty, anebo úplně zkrachovaly. Mnohem méně se krize podepsala na společnostech, které spolupracovaly s ruskými sanatorii a penziony, kde byla většina plateb prováděna v rublech. Přesto všechny firmy strádaly tím, že krize zasáhla nejdůležitější segment trhu, tedy spotřebitele. Ochromený bankovní systém a devalvace rublu měly během jednoho až dvou týdnů ničující dopad pro drobné a střední podnikatele, tudíž sociální skupinu, která cestovala nejvíce. V důsledku toho poklesl výjezdový cestovní ruch přibližně o 40 %. Ve srovnání se zimou 1997–98 se příliv ruských turistů, kteří cestovali do Thajska v roce 1999, snížil o více než 40 %, o 32 % do Egypta, o 44 % do České republiky a téměř o 40 % do Španělska a na Kanárské ostrovy.

Objevily se důkazy, jež svědčily o nezodpovědném přístupu cestovních kanceláří vůči turistům. Například v té době významná turistická společnost EXO Travel nechala v Turecku napospas osudu přes tisíc ruských turistů s tím, že „zapomněla“ převést zahraničnímu letovisku částku, kterou turisté za svou dovolenou zaplatili. Tento problém museli turisté řešit s ministerstvem zahraničních věcí Ruska. Podobné případy se vyskytly u řady dalších cestovních kanceláří a agentur.

Prudký pokles poptávky po službách cestovního ruchu vedl k celkovému snížení objemů služeb cestovního ruchu, a často ke krachu malých a středních podniků i velkých cestovních kanceláří. V létě roku 2000 takto zkrachovala například cestovní kancelář Akademservis, která působila na trhu od roku 1990. Fungovala téměř ve všech turistických

destinacích a s firmou Intourist se dělila o první místo v počtu přijatých zahraničních turistů.

Krise roku 1998 se vyznačovala zejména nezpůsobilostí cestovních kanceláří plnit své platební povinnosti vůči poskytovatelům služeb, ale také rychlým znehodnocením rublu vůči konvertibilním měnám. Z tohoto důvodu cestovním kancelářím a agenturám následně prakticky docházely finance, protože po obnovení běžné činnosti bank a rozmrazení účtů se finanční prostředky cestovních kanceláří a agentur snížily oproti reálné hodnotě 4-5x. Vnější podmínky tak byly v tomto období pro činnost cestovních kanceláří mimořádně nepříznivé. Krize zasáhla relativně malé množství ruských turistů, což bylo odůvodněno zaostalostí a výkonem cestovních kanceláří na trhu cestovního ruchu. S většinou z nich cestovalo poměrně málo zákazníků. Proud turistů se ve velké míře diverzifikoval mezi malé, střední a větší cestovní kanceláře, což vedlo i k tomu, že problémy řešil „celý svět“, a tím došlo k přerozdělení finančních a organizačních rizik. Během krize v letech 1998–2000 zažily největší bankrot cestovní kanceláře, které zastávaly vedoucí postavení na trhu cestovního ruchu. Šlo konkrétně o společnosti Akademservis a Inna tour. Obě společnosti zůstaly na trhu ve značně pozměněné podobě a uchránily si své obchodní značky.

Srpnová krize roku 1998 radikálně změnila podobu trhu cestovního ruchu. Pokud se v polovině 90. let minulého století za hlavní rysy trhu považovaly nestrukturovanost a chaotičnost, pak v roce 2000 již byla situace poměrně stabilizovaná. Oblíbenou destinací mezi ruskými turisty se stal Kypr. Cestovní kanceláře Natalie Tours a Biblio-Globus ovládaly téměř 20 % trhu cestovního ruchu. Společnosti MIBS, TroykaCyprus a Zeus Travel (*Зевс Трэвел*) vlastnily na třetinu 24 % trhu. Dalších 19 % připadlo na France Tours+ (*Франс-турс+*), Super Nova, ICS a LibraHolidays. Akademservis (jedna z prvních společností na trhu cestovního ruchu, která dlouho zaujímal vedoucí postavení v tomto odvětví) již mezi ně nepatřil. Nejvíce turistů (přibližně 35 %) do Španělska několik let po sobě vyslala do zahraničí Natalie Tours. Další příčku, přibližně s 20 %, obsadila Něva, VKO Travel (*ВКО Тревел*) a Vremja, dalších 10 % patřilo společně France Tours+, Soltour (*Сольтур*) a Inalex.

Vyšlo napovrch, které destinace si ruští turisté nejvíce oblíbili. Od té doby neustále proudily davy turistů z Ruska do Turecka. Změnily se i turistické společnosti, které této destinaci dominovaly. V období po krizi nabírá moc a získává největší podíl na domácím trhu společnost Těz Tour (*Тез тур*), jejíž podíl v roce 2001 činil téměř 20 % tureckého trhu. Přibližně stejný podíl si mezi sebou rozdělily i společnosti Pegas a Mostravel (*Мострэвел*), dalších 15 % pak připadlo na Bentour (*Бентур*), Korial, Detour (*Детур*)

a PAK Group (*ПАК Групп*). Na společnosti, které začaly cílit na Turecko jako první, připadlo jen necelých 15 %. Byly to společnosti Crest, Track Travel (*Трек Трэвел*), Spektrum, Trojka.

Za těžkých postkrizových podmínek se zřetelně projevíly mezery a slabiny ve státních mechanismech pro regulaci trhu cestovního ruchu. Jednou z takových mezer bylo to, že turisté nebyli chráněni před nepoctivými cestovními kanceláři a agenturami, ale ani cestovní kanceláře před nepoctivými spotřebiteli. S tímto prozřením začalo být jasné, že stát při řízení vznikajících problémů musí zasahovat více a přijmout náležitá legislativní opatření.

Po krizi se cestovní kanceláře, jakožto organizátoři cestovního ruchu, aktivně zaměřovaly na ruský domácí turismus. Jejich činnost na domácím trhu cestovního ruchu se výrazně zintenzivnila. Již v sezóně roku 1999 prudce vzrostla poptávka po tradičních turistických destinacích v Rusku. Ruští turisté mířili například k černomořskému pobřeží, na Kavkaz, do Povolží a Centrálního regionu (Moskevské oblasti, k jezeru Seliger, do národního parku Smolenskoje Poozerje atd.), na Ruský sever (Karélie) a spoustu dalších míst, která se nacházela jak v evropské, tak i v asijské části Ruska. Významné společnosti, které byly v oblasti výjezdového cestovního ruchu úspěšné, zakládaly také oddělení pro příjezdový a domácí cestovní ruch.

Nicméně ruské turisty, kteří již poznali zahraniční služby, a poté se vypravili do ruských destinací, často čekalo hluboké zklamání: doprava, hotely, ani stravovací zařízení a další služby cestovního ruchu nebyly připraveny uspokojit zvýšené potřeby tuzemských turistů. S ohledem na nové trendy se zásadně změnil systém licencování cestovního ruchu. V souladu s federálním zákonem O udělování licencí k jednotlivým druhům činností²², který politici přijali koncem roku 2001, se udělování licencí k turistickým aktivitám začalo vztahovat také na organizátory domácího cestovního ruchu.

To vše přispělo ke zlepšení vztahů mezi cestovními kanceláři, dopravci, stravovacími zařízeními, muzei a dalšími účastníky cestovního ruchu. Problémy nastaly například při jednorázových hromadných přepravách dětí na letní tábory, kdy nebylo v silách železničních dopravců tyto transporty zajistit.

²² О лицензировании отдельных видов деятельности

Nejen dopravci, ale ani samotná ruská letoviska nebyla připravena uspokojit poptávku svých občanů po dovolené v Rusku. První postkrizové léto roku 1999 proto bylo pro cestovní kanceláře velice náročné. Potýkaly se s přeprodeji v nejoblíbenějších hotelech v Soči, nespolehlivým rezervačním systémem a na povrch vyšla i spousta dalších selhání. Místa, na která měli přijíždět na základě smlouvy klienti cestovních kanceláří, obsadili lidé, kteří si ubytování objednali sami, protože byli ochotni zaplatit více a hotově. Ruský rezervační systém nebyl zdaleka tak dobře propracovaný jako ten evropský. Služby se ani trochu nepřibližovaly těm, se kterými se ruští turisté setkali v zahraničí v době před krizí. Dovolená v Rusku se dokonce ukázala být cenově srovnatelná s dovolenou v zahraničních destinacích. Oblastní úřady začaly kritizovat nedostatečnou medializaci problémů regionálního cestovního ruchu, což byla podle jejich názoru jedna z nejzávažnějších překážek rozvoje příjezdového turismu.

To bylo zřejmé i z nařízení, která se v tomto období schvalovala. Jednalo se například o Globální etický kodex cestovního ruchu (1999), v němž jeho autoři poukazovali na významnou roli médií v podpoře rozvoje cestovního ruchu. Tisk, zejména odborný, i ostatní masmédiá včetně telekomunikačních prostředků musely poskytovat pravdivé a objektivní informace o situaci a událostech, které by mohly ovlivnit návštěvnost určitého území. Měly také spotřebitelům poskytovat nezkrácené a spolehlivé informace o stavu turistických zdrojů. Nicméně návrhy na založení víceúčelového internetového portálu pro ruský cestovní ruch či na vytvoření televizního programu na jednom z federálních televizních kanálů, které by veřejnosti objasnily, na jakém principu funguje státní politika v oblasti cestovního ruchu a propagovaly ruské kulturní a přírodní památky, získaly opravdovou podporu až po roce 2008.

Situace na trhu cestovního ruchu se však v důsledku krize změnila. Výrazný nárůst poptávky po domácím a příjezdovém cestovním ruchu vytvořil skutečný impuls pro odstartování systematické spolupráce mezi turistickými společnostmi a ruskými destinacemi. Mimo to začal stát podnikat první reálné kroky pro alokaci zdrojů pro rozvoj a posílení turistické infrastruktury v určitých regionech země.

Díky tomu organizace a podniky, které měly hmotnou základnu a mnohaleté zkušenosti s prací s turisty, získaly možnost výrazně zvýšit objem služeb a přilákat domácí i zahraniční turisty do svých regionů. Každý region měl přitom jedinečný turistický potenciál a byl na trhu cestovního ruchu plně konkurenceschopný.

Ruské regionální cestovní kanceláře, jež přijímaly domácí i zahraniční turisty a spolupracovaly s podniky cestovního ruchu – hotely, sanatorii, penziony, rekreačními, léčebnými, ubytovacími a jinými zařízeními, využily své předpoklady pro obnovení domácího cestovního ruchu a pro další rozvoj příjezdového turismu. Tyto predispozice však se využily jen ve velmi malé míře.

Vznikla situace, kdy na straně jedné poptávka po některých turistických střediscích převyšovala nabídku, a na straně druhé spousta zařízení v různých regionech země zůstala nevyužita. V důsledku toho značná část obyvatelstva nevycestovala na plnohodnotnou dovolenou a cestovní kanceláře přitom přicházely o nemalé sumy kvůli nedostatku turistů. Přestože se geografie domácího cestovního ruchu stala mnohem rozmanitější, geografie příjezdového cestovního ruchu se v tomto období příliš nezměnila – převážná část zahraničních turistů směřovala do Moskvy a Petrohradu, částečně na Zlatý kruh Ruska, plavby po Volze, a do některých pohraničních oblastí.

Tuto situaci bez pochyb způsobila ekonomická nestabilita země. Existovalo ale mnoho dalších důvodů, proč se cestovní ruch, i přesto, že nestagnoval, v tomto období nestal významným sektorem ekonomiky země. Federální program rozvoje cestovního ruchu, který byl schválen v roce 1996, se z důvodu nedostatečného financování pozastavil. Nedocházelo k aktualizaci ani úpravě norem pro oblast cestovního ruchu. To vedlo k diskreditaci samotné myšlenky certifikace turistických a hotelových služeb, která se navíc od roku 2002 s přijetím federálního zákona O technické regulaci²³ stala dobrovolnou. Tato nepřítisť šťastná strategie neumožnila ruskému cestovnímu ruchu řádně rozvíjet bohatý turistický potenciál země a efektivně propagovat ruský turistický produkt na domácích i mezinárodních turistických trzích. Na vývoji turismu v tomto období se také negativně podepsala nedostatečná odborná podpora, která byla nezbytná pro všechny oblasti cestovního ruchu. Nevypracovaly se žádné vědecké práce ani metody týkající se vzdělávání pracovníků pro tuto oblast.

Dalším důvodem nestabilní situace i nepříznivého vývoje domácího cestovního ruchu byla neuspořádanost informací na trhu cestovního ruchu. V důsledku toho se potřebné informace od organizátorů cestovního ruchu nedostaly k potenciálním partnerům ani k samotným turistům. Současně se zřejmě dostatečně nevyužívaly moderní informační technologie. Učinily se první pokusy aplikovat principy síťového marketingu v oblasti

²³ «О техническом регулировании»

cestovního ruchu. Současně fungoval Word of Mouth marketing a mnoho společností si vystačilo s již dříve navázanými obchodními vztahy, aniž by poskytovaly jakoukoli další reklamu. Sítě lokálních turistických organizací, i ty nově vznikající, se ve výsledku zaměřovaly pouze na své obchodní zájmy a nevyužívaly další dostupné možnosti rozvoje. Nakonec se spousta problémů vyřešila na konci 90. let, kdy se v různých regionech Ruska zřídila specializovaná turistická informační centra (TIC), jejichž síť se v prvních letech nového tisíciletí začala aktivně rozšiřovat.

Jak je zřejmé, aby mohl být ruský turistický produkt úspěšný na domácím i mezinárodním trhu cestovního ruchu, bylo na počátku první dekády jedenadvacátého století nutné vypracovat novou koncepci, která by zaručila vytvoření kvalitního turistického produktu na současném trhu cestovního ruchu. Jeho součástí by měl být kvalifikovaný personál a kvalitní turistická infrastruktura, a také využití moderních informačních technologií pro úspěšnou propagaci produktu na trzích cestovního ruchu.

4 Translatologický komentář

Součástí této diplomové práce, jak již vyplývá z názvu, je rovněž translatologický komentář. V následujících kapitolách se tedy zaměříme na konkrétní jevy, jež pro nás byly z hlediska překladu složité nebo se nabízelo více překladatelských řešení. V lexikální rovině se jedná o překlad termínů, antroponym, toponym, názvů cestovních kanceláří a agentur, asociací a překlad legislativy. V rovině syntaktické se dotkneme problematiky překladu přídavných jmen slovesných, infinitivních vazeb, přechodníků. Příklady, na nichž demonstrujeme vybrané jevy, čerpáme z textu originálu (viz příloha č. 1 „Originál“) a z vlastního překladu (viz kapitola č. 3 „Vlastní překlad“). Rovněž se stručně zabýváme také rovinou morfologickou. V této kapitole čerpáme především z publikací a statí M. Hanákové, J. Horeckého, Z. Vychodilové, K. Horálka, O. Mana, V. Oktábce, H. Flídrové a rovněž z internetových zdrojů.

4.1 Analýza vybraných jevů lexikální roviny

V dané podkapitole se zaměříme v první řadě na překlad termínů. Definujeme je, budeme se věnovat jejich klasifikaci, a sice z různých hledisek. Další významnou složku překládaného textu, kterou jsme se rozhodli okomentovat, představují antroponyma a toponyma, jež byla v textu originálu vysoce frekventovaná. Dále se budeme v dané podkapitole věnovat překladu názvů asociací cestovního ruchu a překladu názvů institucí. Z pohledu překladu pro nás byl zajímavý také překlad zákonů, dekretů a dohod, které byly přijímány v souvislosti s formováním moderního cestovního ruchu.

4.1.1 Překlad termínů

Termíny a terminologická sousloví jsou nedílnou součástí lexikální roviny odborného komunikátu. Definujeme je jako slovo či sousloví, jež označuje předměty dané odborné sféry. Charakteristickými rysy termínu je jeho jednoznačnost, konkrétnost a stylistická neutrálnost. (D. Knittlová, 1977:49)

Podle původu můžeme termíny rozdělit na přejaté (např. basketbal) a domácí (např. košíková). Některé termíny byly doslovně přeloženy z cizích jazyků a následně domestikovány (např. biologie – přírodopis). V komunikátech popularizačních a vědeckých se můžeme setkat s případy, kdy vedle domácího termínu existuje i pojem mezinárodní, typickým příkladem jsou názvy chemických prvků (např. hořčík – magnesium). (M. Hanáková, 2007:41) Ústředním termínem našeho textu je pojem *туризм*, který můžeme překládat dvěma způsoby – prvním z nich je domácí termín

cestovní ruch, jenž je v našem překladovém textu více frekventovaný, druhým *turismus*, tedy termín mezinárodní, který jsme používali méně.

Dále můžeme termíny klasifikovat podle jejich oblasti užití, a to na vědecké a popularizační. První skupinu termínů užívá menší okruh osob. S druhým typem, tedy terminologií popularizační, se setkáváme v učebnicích a příručkách. Pro lepší představu si srovnajme např. adjektivum a přídavné jméno, kdy adjektivum je termín vědecký, kdežto přídavné jméno termín popularizační. (M. Hanáková, 2007:41)

Při překladu odborných komunikátů je třeba brát v úvahu, že ideálním překladatelským řešením při překladu termínů je jejich substituce, tj. nahrazení termínu výchozího jazyka termínem jazyka překladu. Využití substituce je možné tehdy, je-li daná oblast ve výchozím i překladovém jazyce normalizována. Není-li překladatel zároveň také odborníkem pro danou oblast, je nevyhnutelné konzultovat překlad se znalcem příslušné oblasti. Při překladu termínů je rovněž nezbytné brát v úvahu skutečnost, že termín, jenž je ve výchozím jazyce vyjádřen jednoslovně, může být v jazyce překladu vyjádřen souslovím. (J. Horecký, 2007:58) (M. Hrdlička, 2007:69) (Z. Vychodilová, 2013:66) Tuto skutečnost jsme brali v potaz například při překladu termínu *оптовая торговля* – *velkoobchod*, kdy jsme daný víceslovný termín zaměnili jednoslovným termínem, a také při překladu termínu *инcentив* – *incentivní cestovní ruch*, kdy jsme jednoslovný termín nahradili termínem víceslovným.

Neexistuje-li v jazyce překladu odpovídající ekvivalent, je adekvátní využití opisného překladu, částečné či úplné transkripce nebo transliterace, popř. kalkování. Kalkování, tedy doslovný překlad komponentů termínu z výchozího jazyka, využíváme především při převodu víceslovných termínů. Dalšími rozšířenými způsoby převodu termínů je přidání nového významu k již existujícímu slovu či sousloví, dále generalizace či konkretizace významu. (J. Horecký, 2007:57) (Z. Vychodilová, 2013:66-67)

V našem překladu jsme při převodu termínů využili především substituci, což lze demonstrovat na následujících příkladech: *въездной/ выездной/ внутренний туризм* – *příjezdový, výjezdový, domácí cestovní ruch*, *потребительский рынок* – *spotřebitelský trh*, *моральный износ* – *morální opotřebení*, *рыночная экономическая система* – *tržní hospodářství*, *массовый туризм* – *masový turismus*. Díky tomu lze říci, že ruský a český jazyk mají v oblasti cestovního ruchu dostatečně rozvinutou paralelní terminologii.

4.1.2 Překlad antroponym

Při překladu textu originálu jsme se setkali s bezmála dvěma desítkami vlastních jmen osobních čili antroponym. Jednalo se o jména osob, které určitým způsobem přispěly k rozvoji cestovního ruchu – ředitele cestovních kanceláří a agentur (*Alexej Šulepov*), odborníky pro oblast cestovního ruchu (*V. I. Azar*), ředitele asociací (*I. A. Jaročkin*) nebo periodik zaměřených na turismus (*V. V. Remizov*).

Při převodu antroponym jsme měli na výběr z transkripce, transliterace či transplantace. Rozhodli jsme se pro první možnost, tedy pro transkripci, a postupovali jsme v souladu s nařízením vlády č. 594/2006 Sb, ve kterém se pojednává o přepisu znaků cyrilice (podrobnou tabulku nalezneme v příloze 2 obsažené v této práci).

Podle tohoto nařízení je možné převést literu „E“ ruské abecedy do české podoby latinky třemi způsoby, a to jako „E“, „Ě“ nebo „JE“. Jelikož písmenu „E“ ruské abecedy nepředcházela ani v jednom z případů písmena „Д, Т, Н“, transkribovali jsme jej pomocí samohlásky „E“. Proto jsme jména *В. В. Ремизов, Ю. А. Сенкевич, А. Шулепов, Н. М. Шверник* transkribovali následovně: *V. V. Remizov, J. A. Senkevič, A. Šulepov, N. M. Švernik*. Pokud by samohlásce „E“ předcházely souhlásky „Д, Т, Н“, pak bychom samohlásku „E“ transkribovali pomocí českého „Ě“. V případě jména *В. Г. Пугиев* jsme literu „E“ transkribovali jako „JE“, a to z toho důvodu, že před ní stojí samohláska. V textu překladu se tedy s tímto jménem setkáme v podobě *V. G. Pugijev*.

Co se týče přepisu litery ruské abecedy „Ё“, nabízí se opět tři možná řešení. Pokud jí předchází souhlásky „Ж, Ш, Ч, Щ“, pak ji transkribujeme pomocí samohlásky „O“. V případě, že před ní stojí písmena „Д, Т, Н“, pak je transkribovaná podoba této litery „ĎO, ŤO, ŇO“. Ve všech ostatních případech se transkribuje písmeny „JO“. V našem případě je zmiňovaná litera obsažena ve jméně literárního vědce *Д. С. Лихачев* (*Д. С. Лихачев*), které je součástí názvu vzdělávacího zařízení, jež se nazývá *Российский научно-исследовательский институт культурного наследия им. Д. С. Лихачева*. Název této instituce jsme převedli následovně: *Ruský vědecko-výzkumný ústav kulturního a přírodního dědictví D. S. Lichačova*. Literu „Ё“ jsme tedy transliterovali samohláskou „O“ a jméno deklinovali v souladu s pravidly českého pravopisu.

Dvěma způsoby můžeme transkribovat také literu ruské cyrilice „И“. První možností je samohláska „I“, když před ní v ruském originále stojí měkký znak („Ь“), pak

se přepisuje pomocí písmen „И“. V našem případě jsme při transkripci jména *Вильям Ильич Азар* použili druhou možnost a jméno tedy transkribovali takto: *Viljam Iljič Azar*.

V souladu s nařízením, podle něhož jsme antroponyma transkribovali, se v transkribovaných podobách nezachovává měkký znak („Б“; viz následující příklady: *С. П. Шпилько* – *S. P. Špilko*, *Вильям Ильич Азар* – *Viljam Iljič Azar*). Výjimku tvoří pouze výrazy, v nichž měkký znak následuje po souhláskách „Д, Т, Н“, poté se přepisují „Д, Т, Н“: S druhým případem jsme se při transkripci antroponym nesetkali.

Většina křestních jmen a jmen po otci byla v textu originálu vyjádřena iniciálami. Nesmíme zapomínat na to, že počáteční písmena nemůžeme pouze mechanicky převést, ale je nutné vycházet z celkové podoby daného jména v latince. Viz následující případy: *Ю. С. Путрик* – *J. S. Putrik*, *Ю. А. Сенкевич* – *J. A. Senkevič*, *И. Е. Востоков* – *I. J. Vostokov*.

Při překladu antroponym jsme se také setkali se jménem *Штефан Штаин*, u kterého je zřejmý neruský původ. Dané jméno jsme transkribovali v souladu s ruskou výslovností – *Štefan Štajn*. Totožný způsob jsme volili při překladu jména *Й. Й. Шнайден* a transkribovali jej takto: *J. J. Šnajdgen*.

4.1.3 Překlad toponym

Překlad některých toponym obtížný nebyl, máme na mysli například názvy států: *Российская Федерация* – *Ruská federace*, *Китайская Народная Республика* – *Čínská lidová republika*, *Украина* – *Ukrajina* a velkých měst *Рио-де-Жанейро* – *Rio de Janeiro*, *Лондон* – *Londýn*, *Санкт-Петербург* – *Petrohrad*. Dále regionů Ruské federace: *Ставропольский край* – *Stavropolský kraj*, *Корякский автономный округ* – *Korjaský autonomní okruh*, *Ярославская область* – *Jaroslavská oblast* a také dalších míst: *Закавказье* – *Zakavkazsko*, *Поволжье* – *Povolží*, *Канарские острова* – *Kanárské ostrovy*.

V případě muzea v přírodě *Ясная Поляна* jsme zjistili, že se v českém prostředí používá transkribovaná podoba tohoto názvu, tedy *Jasnaja Poljana*. Také se můžeme setkat s polokalkovanou podobou – *Jasná Poljana*. Jelikož jsme některé další geografické názvy transkribovali (např. *Пушкинские горы* – *Puškinskije gory*, *Горки Ленинские* – *Gorki Leninskije*), upřednostnili jsme v tomto případě transkripci před polokalkem.

Názvy států, jež se i v originále vyskytovaly pod zkratkou, jsme přeložili rovněž zkratkou, např.: *США – USA, ЮАР – JAR*. Problém vznikl při překladu některých méně frekventovaných toponym, pro něž jsme nenašli odpovídající ekvivalent. Jedná se tedy o bezeekvivalentní lexikum, které jsme se rozhodli převést pomocí transkripce: *Александровская Слобода – Alexandrovskaja Sloboda, Смоленское Поозерье – Smolenskoje Poozerje*. Dalšími možnými způsoby jsou například transliterace, kdy bychom přepsali litery jedné grafické soustavy (v našem případě cyrilice) literami druhé grafické soustavy (latinky). Dále bylo možné tyto názvy kalkovat a koncovky adjektiv deklinovat v souladu s pravidly českého pravopisu. To by prakticky znamenalo, že bychom přeložili například *Александровская Слобода* jako *Alexandrovské předměstí* nebo *Alexandrovská osada* a *Смоленское Поозерье* jako *Smolenská jezera*.

4.1.4 Překlad názvů cestovních kanceláří a agentur, hotelových zařízení

Během překladu jsme se poměrně často setkávali s názvy cestovních kanceláří či agentur, jejichž součástí byl výraz „тип“; rozhodli jsme se jej přeložit jako anglické „tour“ či „tours“ v plurálu (v závislosti na originálu). Usoudili jsme tak hlavně z toho důvodu, že v některých názvech již byl zakomponován plurál z angličtiny, tedy „тип“. V překladovém textu jsme ponechali v závorkách i originální název společnosti. Viz *Интурист – Intourist, Владinvesttour – Владинвесттур, Natalie Tours – Натали Турс, Soltour – Сольтур*. Součástí názvů některých cestovních kanceláří byly pak i anglické výrazy „group“, „track“, „travel“ (a to dokonce ve třech podobách – *Спектрум-Трэвел, Зевс Трэвел, ВКО Тревел*) nebo „international“, zde jsme se taktéž rozhodli pro užití anglické podoby již zmíněných výrazů: *КМР group – КМР групп, PAK Group – ПАК Групп, Solvex Travel – Солвекс-Трэвел, Track Travel – Трек Трэвел, Vand International – Ванд Интернэшнл*.

Při překladu jsme se rovněž setkali s případy, kdy se názvy daných organizací v textu originálu nacházely v latině, jednalo se především o zahraniční organizace, např. *Ultramar Express (španělská CK), ICS (německá CK), LibraHolidays (anglická CK)* či nadnárodní hotelové řetězce: *Pullman (Iris), Inter-Continental, Kempinski, Novotel, Renaissance, MarcoPolo*. Tyto názvy jsme pouze mechanicky přenesli do textu překladu bez jakýchkoliv změn.

V originálním textu se autor zmiňuje také o dvou společnostech, které ve svém názvu odkazují na řeckou mytologii. Konkrétně hovoříme o moskevské cestovní kanceláři

„*Орфей*“, jejíž název jsme se rozhodli přeložit pomocí odpovídajícího ekvivalentu v českém jazyce, tedy „*Orfeus*“. Totožný přístup jsme zvolili při převodu názvu cestovní kanceláře „*Зевс Трэвел*“, jejíž název jsme přeložili „*Zeus Travel*“. Originální název společnosti jsme ponechali v překladovém textu v závorkách.

U překladu názvů některých hotelů jsme se setkali s případy stejnými jako u překladu antroponym (viz kapitola 4.1.2). Jednalo se o hotelová zařízení, jež se nachází ve Vídni a jejichž názvy autor originálu transkriboval: *Вена-Хилтон*, *Вена-Плаза*, nebylo pro nás obtížné dohledat originální názvy těchto společností: *Hilton Vienna*, *Vienna Plaza*.

V ostatních případech jsme při převodu názvů cestovních kanceláří, agentur a hotelových zařízení použili transkripci: *Спутник* – *Sputnik*, *Академсервис* – *Akaděmservis*, *Савой* – *Savoj*, *Славянская* – *Slavjanskaja*, *Олимпийская* – *Olimpijskaja*.

4.1.5 Překlad názvů profesních sdružení cestovního ruchu

Při překladu textu originálu jsme narazili i na názvy asociací – podobné asociace najdeme i v českém prostředí. Ne vždy jsme však našli profesní organizaci, která by nesla totožný název. Jako příklad si uveďme sdružení s názvem *Российская Ассоциация социального туризма*, jejíž název jsme přeložili doslovně, v překladovém textu se tedy vyskytuje pod názvem *Ruská asociace sociálního cestovního ruchu*. Jedná se o největší turistickou organizaci v Rusku, jež čítá více než 430 členů. Je jednou z mála organizací, jejichž činnost je zaměřena na sociální ochranu obyvatelstva, zejména sociálně znevýhodněných skupin, cílí tak na studenty či seniory.

Dalším sdružením, které působí v oblasti cestovního ruchu, je *Национальная туристская ассоциация*. Jedná se o organizaci, jež byla založena roku 1991. Úkolem dané organizace je zlepšovat kvalitu turistických služeb a propagovat ruské produkty cestovního ruchu na mezinárodním trhu cestovního ruchu. Obdobnou organizaci nalezneme i v českém prostředí, a to organizaci *CzechTourism* neboli *Českou centrálu cestovního ruchu*. Agentura *CzechTourism* je státní příspěvková organizace, jejímž zřizovatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Za cíl si klade propagovat Českou republiku jako destinaci v tuzemsku i zahraničí. Účastní se různých veletrhů a vydává tiskové zprávy o cestovním ruchu. Nabízí se tedy řešení přeložit název *Национальная туристская ассоциация* jako *RussianTourism*, aby si čtenář kompetence tohoto sdružení spojil s českou organizací *CzechTourism*; domníváme se však, že by šlo již o velký zásah do názvu tohoto sdružení. Rovněž jsme se zamýšleli nad názvem *Ruská centrála*

cestovního ruchu. Na dané řešení jsme však nepřistoupili, protože se domníváme, že námi zvolený překlad *Národní asociace cestovního ruchu* v sobě zahrnuje komponenty originálního názvu, a zároveň se domníváme, že je alespoň částečně pochopitelné, v čem spočívá její poslání.

Název *Ассоциация туроператоров России* lze rovněž přeložit více způsoby. Prvním z možných ekvivalentů, který jsme zvažovali, je *Asociace ruských cestovních kanceláří*. Druhým možným způsobem, pro nějž jsme se rozhodli, byl překlad *Asociace cestovních kanceláří Ruska*. Naše řešení odůvodňujeme tím, že v České republice působí *Asociace cestovních kanceláří ČR*, jejíž poslání jsou téměř totožná – hájit zájmy svých členů, poskytovat jim právní a informační podporu; zasahovat proti nekalé konkurenci.

Dalším sdružením byla *Российская ассоциация туристских агентств*. V českém prostředí existuje známá organizace, jež sdružuje jak cestovní kanceláře, tak i cestovní agentury – *Asociace českých cestovních kanceláří a agentur* (zkráceně ACČKA). Na počátku dvacátého století byla založena *Unie cestovních agentur*, při dohledávání dalších informací o tomto sdružení jsme však našli pouze malé množství informací a její oficiální stránky jsou zrušené. I z tohoto důvodu jsme se rozhodli pro doslovný překlad originálního názvu a přeložit jej jako *Ruská asociace cestovních agentur*.

Text originálu obsahuje název sdružení *Ассоциация гидов-переводчиков и турменеджеров*. Totožná organizace v České republice neexistuje. Existuje však *Asociace průvodců ČR*, která hájí profesní zájmy svých členů; vytváří etické normy průvodce; poskytuje poradenské služby... Profesní sdružení, jež by sdružovalo delegáty, jsme nenašli. *Asociace průvodců, překladatelů a delegátů*, jak jsme název dané organizace přeložili, si klade za cíl sjednotit profesionální pracovníky z těchto oblastí, chránit jejich práva, posilovat vazby mezi překladateli, průvodci a delegáty jak z Ruské federace, tak i s jejich kolegy ze zahraničí.

Při překladu názvu sdružení *Ассоциация работников туристско-экскурсионных предприятий, отелей и ресторанов Санкт-Петербурга* jsme se uchýlili k překladu *Asociace pracovníků turistických a výletních společností, hotelů a restaurací Petrohradu*. V České republice stejné sdružení neexistuje, což ovšem neznamená, že neexistují sdružení, která by sdružovala pracovníky těchto oblastí. Existuje například *Asociace hotelů a restaurací ČR*, která si klade za cíl podporovat podnikatele v oblasti gastronomie a hotelnictví.

4.1.6 Překlad názvů dalších institucí

V textu originálu se kromě názvů profesních sdružení cestovního ruchu vyskytovala i spousta názvů dalších institucí a organizací. Oficiální českou podobu názvu se nám podařilo dohledat pouze pro malé množství z nich. Jednalo se ve většině případů o mezinárodní organizace: *Исполнительный совет UNWTO – Výkonná rada UNWTO, Генеральная ассамблея Всемирной туристской организации – Valné shromáždění Světové organizace cestovního ruchu.*

Z toho důvodu, že pro pochopení kontextu byl název organizací ve většině případů zásadní a spousta organizací pod tímto názvem existovala pouze krátkou dobu, rozhodli jsme se názvy organizací přeložit a zaměnit výrazy v textu originálu odpovídajícími lexikálními výrazy překladového jazyka. V daleko menší míře jsme názvy institucí překládali, k tomuto způsobu převodu jsme se uchýlili zejména proto, pokud by z názvu nebylo zřejmé, jakou funkci plní.

Jelikož text pojednává o vývoji cestovního ruchu v Ruské federaci především v devadesátých letech dvacátého století, vyskytují se v textu s názvy ministerstev, která fungovala v tomto období. V současné době (byť zastávají většinou stejné funkce) existují již pod jiným názvem. Máme na mysli např. dnešní *Министерство культуры Российской Федерации*, jehož předchůdcem je v našem textu originálu obsažené *Министерство культуры и туризма Российской Федерации*. Tuto instituci jsme se rozhodli přeložit doslovně jako *Ministerstvo kultury a cestovního ruchu Ruské federace*. Identický postup jsme volili pro předchůdce *Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации*, jímž bylo *Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации*, rovněž jsme název daného ministerstva přeložili doslovně: *Ministerstvo hospodářského rozvoje a obchodu Ruské federace*. Během překladu jsme zvažovali i možnost přeložit daný název jako *Ministerstvo pro hospodářský rozvoj a obchod Ruské federace*. Ale protože v dnešní době existuje *Министерство экономического развития Российской Федерации*, rozhodli jsme se pro první variantu.

Pokud se v názvu originálu objevilo pojmenování instituce či organizace, jehož součástí byl výraz *совет* nebo *комитет*, překládali jsme daný výraz jako *výbor*. Zbývající komponenty jsme přeložili doslovně. V našem překladu se jednalo například o tyto instituce: *Центральный совет по туризму и отдыху (originál) – Ústřední výbor pro cestovní ruch a rekreaci (překlad)* či *Государственный комитет Российской Федерации*

Федерации по физической культуре и туризму (originál) – Státní výbor Ruské federace pro tělesnou kulturu a cestovní ruch (překlad).

U dvou případů jsme se rozhodli názvy organizací transliterovat, a to proto, že se jednalo o zkratky. První z těchto organizací byl *Roskomturizm* (v originále *Роскомтуризм*), což je zkratka pro Federální agenturu cestovní ruchu Ruské federace. Při překladu *Roskomturizmu* jsme zkratku, stejně jako autor originálu, nejprve pro čtenáře rozšířovali. Co se týče zkratky druhé instituce – *Госкоминтурист*, tu jsme také transliterovali, nebylo ji však třeba dovysvětlit, protože posláním této organizace vyplývalo přímo z kontextu.

Součástí názvů tří organizací byla i antroponyma, která se v textu originálu vyskytovala ve tvaru genitivu. Vlastní jména jsme převedli pomocí transkripce (*Ю. А. Сенкевич – J. A. Senkevič, Н. М. Шверник – N. M. Švernik*) a deklinovali v souladu s pravidly českého pravopisu. Antroponyma jsme tedy transkribovali a zbytek názvu organizace jsme doslovně přeložili, viz následující případy:

Московский государственный институт туризма и гостеприимства им. Ю. А. Сенкевича – Moskevský státní institut cestovního ruchu a pohostinství J. A. Senkeviče

Высшая школа профсоюзного движения им. Н. М. Шверника – Vyšší škola odborového hnutí N. M. Švernika

Российский научно-исследовательский институт культурного наследия им. Д. С. Личачева – Ruský vědecko-výzkumný ústav kulturního a přírodního dědictví D. S. Lichačova

Součástí originálního textu byly i názvy různých vzdělávacích zařízení, jež sehrála zásadní roli při formování moderního cestovního ruchu. Jejich překlad byl ve většině případů snadný, uchýlili jsme se k doslovnému překladu a originální název jsme v textu překladu neponechávali. Máme na mysli například *Московский государственный университет сервиса*, který jsme přeložili jako *Moskevskou státní univerzitu služeb* a *Российский государственный университет туризма и сервиса*, který jsme přeložili jako *Ruskou státní univerzitu cestovního ruchu a služeb*.

Problém pro nás představoval překlad názvu vzdělávací instituce *Сочинский государственный университет туризма и курортного дела*. Stáli jsme zde před

otázkou, zda použít v překladu názvu této univerzity adjektivum sočský či sočinský. Při hledání celého názvu dané instituce jsme o ní našli informace na internetových stránkách Univerzity Karlovy, na kterých se název tohoto vzdělávacího zařízení objevuje ve formě *Sočinská státní univerzita cestovního ruchu a lázeňství*. Avšak ve spolupráci s jazykovým korpusem, internetovou jazykovou příručkou Ústavu pro jazyk český a pravidly českého pravopisu online, jsme došli k zjištění, že správný tvar adjektiva odvozeného od nesklonného substantiva Soči je tvar sočský. Na základě takto získaných poznatků jsme se danou vzdělávací institucí rozhodli přeložit jako *Sočskou státní univerzitu cestovního ruchu a lázeňství*.

4.1.7 Překlad legislativy

Vzhledem k tomu, že v devadesátých letech 20. století docházelo v Ruské federaci k transformaci celé řady odvětví ekonomiky a oblast cestovního ruchu nebyla výjimkou, byly přijímány různé zákony, dekrety a další legislativa vázaná k cestovnímu ruchu. V textu originálu figurují dokumenty, jejichž názvy mají oficiální český ekvivalent. Tímto dokumentem je například Manilská deklarace o světovém cestovním ruchu a Haagská deklarace o cestovním ruchu, které byly brány v úvahu při sestavování federálního cílového programu v Rusku v roce 1996.

Obtížnější situace nastala při překladu federálních zákonů, které byly v průběhu devadesátých let 20. století a na přelomu 20. a 21. století přijímány. Vyhledávali jsme tak podobně znějící české zákony, bohužel neúspěšně. Nalezli jsme pouze zákon 159/1999 Sb. ze dne 30. června 1999 „O některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu“, ten však neodpovídá ani jednomu zákonu v textu originálu. Z tohoto důvodu jsme tyto zákony přeložili doslovně. Jde například o názvy následujících zákonů:

Об основах туристской деятельности в Российской Федерации – O základech turistické činnosti v Ruské federaci

О лицензировании отдельных видов деятельности – O udělování licencí na jednotlivé druhy činností

Vlastní překlad jsme zvolili také při překladu dekretů prezidenta Ruské federace, např. *Указ Президента Российской Федерации от 25.04.1993 г. № 813 «О дополнительных мерах по развитию туризма в Российской Федерации и об упорядочении использования государственной собственности в сфере*

туризма» jsme se rozhodli přeložit jako Dekret prezidenta Ruské federace ze dne 25. 4. 1993 №. 813 O dodatečných opatřeních rozvoje cestovního ruchu v Ruské federaci a zefektivnění využívání státního majetku v cestovním ruchu.

Totožný postup jsme zvolili i při překladu federálních cílových programů, kdy jsme přeložili *Развитие туризма в Российской Федерации* jako *Rozvoj cestovního ruchu v Ruské federaci*, či při překladu výročních zpráv, např. *Ежегодный доклад о состоянии и проблемах развития туризма в России – Výroční zpráva o stavu a problémech rozvoje cestovního ruchu v Rusku.*

4.2 Analýza vybraných jevů morfologické roviny

Jak jsme již zmínili v podkapitole 2.4 „Morfologické prostředky odborného stylu“, v odborných komunikátech převažují substantiva nad dalšími slovními druhy. Zejména v ruském jazyce dochází k řetězení podstatných jmen, kdy vznikají substantivní řetězce, které je ale do českého jazyka přirozenější překládat pomocí sloves. Překladatelský postup demonstrují následující příklady:

Originál: *В тот период перед Роскомтуризмом Правительство России поставило следующие задачи:*

- *выработка стратегии развития туризма в России и реализация государственной политики в сфере туризма;*
- *организация разработки и реализация федеральных целевых и межгосударственных программ в сфере туризма;*
- *обеспечение подготовки, переподготовки и повышения квалификации туристского персонала предприятий, действующих в сфере туризма и ряд других вопросов и др.*

Překlad: *V té době zadala ruská vláda Výboru pro cestovní ruch Ruské federace tyto úkoly:*

- *vypracovat strategii rozvoje cestovního ruchu v Rusku a realizovat státní politiku v těžce oblasti;*
- *vypracovat a realizovat federální cílové a mezistátní programy v oblasti cestovního ruchu;*

- *zajistit vzdělání, rekvalifikaci a zvyšování kvalifikace zaměstnanců podniků působících v oblasti cestovního ruchu a řadu dalších úloh.*

Jak se již zmiňujeme v podkapitole 2.4, adjektiva *данный, настоящий, следующий, приведенный*, která v textu plní funkci tzv. textových orientátorů, překládáme do češtiny nejčastěji pomocí ukazovacích zájmen *ten, tento*. Viz následující příklady:

Originál: *Изменились лидеры туристского рынка на данном направлении.*

Překlad: *Změnily se i turistické společnosti, které této destinaci dominovaly.*

Originál: *В тот период перед Роскомтуризмом Правительство России поставило следующие задачи.*

Překlad: *V té době zadala ruská vláda Výboru pro cestovní ruch Ruské federace tyto úkoly.*

4.3 Analýza vybraných jevů syntaktické roviny

I přesto, že jsou čeština a ruština příbuzné jazyky, mezi nimiž je možné najít značné shody, můžeme se v rovině syntaktické, a nejen v ní, setkat se značnými rozdíly. Proto se v této části translatického komentáře zaměříme na vybrané jevy, jež jsou charakteristické pro syntax ruského odborného stylu a mohou při převodu odborného komunikátu z ruského jazyka do jazyka českého činit překladateli potíže. Jde především o prostředky syntaktické komprese, a sice překlad přídavných jmen slovesných čili slovesných adjektiv, jež byla v textu originálu vysoce frekventovaná. V menší míře jsme řešili překlad přechodníkových vazeb a infinitivních konstrukcí.

Existují však i další rozdíly mezi syntaxí ruského a českého jazyka, jako je vynechávání verba být v přítomném čase (např. *Моя мама – преподаватель*), s čímž souvisí, že ruština používá vždy osobní zájmena ve větě s výjimkou prostě sdělovacího stylu. (H. Flídrová, 2005:14-15) My však věnujeme pozornost především syntaktickým prostředkům, které jsou charakteristické pro odborný styl ruského jazyka, se kterými jsme se při překladu textu originálu setkali.

4.3.1 Překlad přídavných jmen slovesných

Pro ruskou syntax odborného stylu je charakteristická kondenzace, při níž je ve vysoké míře užíváno mimo jiné přídavných jmen slovesných (verbálních adjektiv). Přídavná jména slovesná se v textu originálu nacházela ve všech jejich formách, setkali

jsme se tedy s přídavnými jmény slovesnými přítomnými i minulými, činnými i trpnými. Při překladu z ruského jazyka do jazyka českého je nutné zhodnotit, zda je přídavné jméno slovesné významově plnohodnotné či nikoliv. Na základě tohoto rozhodnutí zvážíme, zda jej přeložíme rovněž přídavným jménem slovesným, či větou vedlejší, nejčastěji vztaznou. Je-li informace, jež je vyjádřena přídavným jménem slovesným, redundantní, může být převedena pomocí pádového výrazu nebo může být plně vynechána. (O. Man, 2007:121)

Nejčastěji jsme při překladu přídavných jmen slovesných užívali překlad pomocí vedlejší věty kvůli jeho významové plnohodnotnosti. Rozhodovali jsme se, zda použít konjunktivi „který“ nebo „jenž“. Protože se ale jedná o text odborný, přikláněli jsme se spíše k variantě s „jenž“. Příklad přídavného jména slovesného pomocí vedlejší věty demonstrují následující příklady:

- ...*въездной туризм, стимулируемый интересом ...*
- ...*пříjezdový cestovní ruch, jenž byl podněcován zájmem...*

- ...*перевести суммы, оплаченные туристами за свой отдых на зарубежном курорте.*
- ...*пřevést zahraničnímu letovisku částku, kterou turisté za svou dovolenou zaplatili.*

Druhým nejčastějším způsobem, pomocí něhož jsme přídavné jméno slovesné překládali, byl převod pomocí přídavného jména slovesného:

- ...*предприятий, действующих в сфере туризма...*
- ...*подникů пůsobících в области cestovního ruchu...*

- ...*регулировал отношения, возникающие при реализации...*
- ...*управовал vztahy вытекающие z реализации...*

- ...*соглашения по вопросам развития туризма, заключенные между...*
- ...*догоды о развитии cestovního ruchu узавренé mezi...*

Přestože jsme se rozhodli ve většině případů přídavná jména slovesná přeložit pomocí vedlejší věty nebo přídavného jména slovesného, v jednom případě jsme využili překlad pomocí předložkového pádu:

- ...много наивной романтики и авантюризма, порожденных зачастую отсутствием профессионального знания предмета.
- Z důvodu nedostatečné odborné znalosti tohoto odvětví je dané období spjato s naivními představami a odvážným počínáním podnikatelů...

V jedné situaci jsme se rozhodli přídavné jméno slovesné nezachovat z důvodu jeho nadbytečnosti:

- *Велась деятельность заграничных представительств Роскомтуризма, доставшихся ему «по наследству» от Госкоминтуриста СССР.*
- *Зahraniční pobočky Roskomturismu převzaly činnost po Goskominturistu SSSR.*

4.3.2 Překlad přechodníkových konstrukcí

Využívání přechodníkových vazeb v odborném funkčním stylu ruského jazyka je zcela žádoucí. V ruském i českém jazyce přechodníky vyjadřují vedlejší dějové okolnosti a jsou stejně jako přídavná jména slovesná prostředkem syntaktické kondenzace. (V. Oktábec, 1953:258)

Zdeňka Vychodilová ve své knize *Vvedenije v teoriju perevoda dlja rusistov* uvádí čtyři způsoby překladu přechodníkových konstrukcí z jazyka ruského do jazyka českého. Jsou to: překlad předložkovou vazbou, větou vedlejší, větou hlavní a přechodníkem. (Z. Vychodilová, 2013:46) Vybrali jsme několik příkladů z našeho textu originálu a překladu:

Překlad přechodníku větou vedlejší

- ...за покупку по 4670 шиллингов, опережая по этим показателям представителей любой другой нации
- ...průměrně 4 670 šilinků, čímž podle těchto ukazatelů předstihli Rusové ostatní národy.
- ...наработанными связями с партнерами и клиентами, не давая при этом никакой рекламы.
- ...již dříve navázanými obchodními vztahy, aniž by poskytovaly jakoukoli další reklamu.

Překlad přechodníku větou hlavní

- *...возможность значительно увеличить объемы обслуживания, привлекая отечественных и иностранных туристов в свои регионы...*
- *...возможность výrazně zvýšit objem služeb a přilákat domácí i zahraniční turisty do svých regionů...*
- *...эффе́ктивного туристского отдыха, а туристские компании упустили реальную выгоду, недополучая весьма существенные средства по причине отсутствия туристов.*
- *na plnohodnotnou dovolenou a cestovní kanceláře přitom přicházely o nemalé sumy kvůli nedostatku turistů.*

Překlad přechodníku předložkovou vazbou

- *Опираясь на аналитический обзор ситуации в туристском бизнесе того периода, представленный в отечественной прессе, можно видеть, что...*
- *Na základě průzkumu situace na trhu cestovního ruchu té doby, který byl zveřejněn v ruském tisku, lze konstatovat, že...*

Nejčastěji jsme přechodníkové konstrukce převedli za pomoci věty hlavní nebo vedlejší. Přechodník jsme při překladu nepoužili ani v jednom z případů, protože jej považujeme za archaický a v odborném komunikátu by působil nepřirozeně.

4.3.3 Překlad infinitivních konstrukcí

Za infinitiv lze označit neurčitý tvar verba, jenž může plnit ve větě různou funkci. Obecně lze konstatovat, že ruský jazyk využívá infinitivních konstrukcí více, proto je při překladu do jazyka českého třeba využít jiné prostředky (např. větu vedlejší účelovou). Typickým příkladem užití infinitivní konstrukce v ruském jazyce je vyjádření modálních vztahů, které jsou v jazyce českém vyjádřeny speciálními verby (např. muset) (K. Horálek, 1953:247)

Při studiu odborné literatury se můžeme setkat se širokou škálou možností, pomocí nichž můžeme infinitivní konstrukci přeložit. Jedná se o překlad za pomoci infinitivu, vedlejší věty, osobní konstrukce, modálního verba, kondicionálu... (K. Horálek, 1953:247) Příklady překladu infinitivních konstrukcí:

Překlad infinitivní konstrukce infinitivní konstrukcí

- *С созданием министерства стало возможным говорить о новой государственной политике в сфере туризма.*
- *Od chvíle vzniku ministerstva již bylo možné začít hovořit o nové státní politice v oblasti cestovního ruchu.*

Překlad infinitivní konstrukce pomocí věty vedlejší

- *Политический и экономический кризис заставил государство посмотреть на туризм прежде всего с точки зрения его экономического значения для государственного бюджета.*
- *Politická a ekonomická krize přiměla stát, aby pohlédl na cestovní ruch především s ohledem na jeho ekonomický význam pro státní rozpočet.*

Překlad infinitivní konstrukce jmennou konstrukcí

- *...тот капитал, который дал им возможность развиваться дальше и даже переходить в другие сектора экономики...*
- *...onen kapitál, který jim umožnil nejen další rozvoj, ale i příležitost přecházet do jiných odvětví ekonomiky...*
- *...ее реализация позволит более эффективно использовать имеющийся туристский потенциал, оживить отечественный туристский рынок...*
- *...jeho realizace umožní efektivnější využití stávajícího potenciálu cestovního ruchu, oživení domácího trhu cestovního ruchu...*

Nejčastěji jsme překládali infinitivní konstrukci rovněž infinitivní konstrukcí, popř. vedlejší větou účelovou, substantivizací verba.

Závěr

Tématem předložené diplomové práce je překlad odborného textu z oblasti cestovního ruchu s translatologickým komentářem. Pro účely překladu jsme vybrali kapitolu *Государственная политика Российской Федерации в области туризма в связи с распадом СССР и демонополизацией экономики* z publikace *История туризма*, jež je primárně určena budoucím odborníkům v oblasti cestovního ruchu. Jejím autorem je odborník na historii cestovního ruchu J. S. Putrik. Tuto kapitolu jsme zvolili z toho důvodu, že obeznamuje čtenáře s konkrétními změnami ve specifickém odvětví ekonomiky v období perestrojky. Publikace byla vydána roku 2014 v rámci federálního cílového programu Rozvoj domácího a příjezdového cestovního ruchu v Ruské federaci (2011-2018).

V úvodu této práce jsme si stanovili hned několik cílů, které měla tato práce splnit. Cílem bylo vytvořit adekvátní český překlad a translatologický komentář, v němž bychom se zabývali úskalími daného textu a okomentovali vybrané překladatelské problémy a jejich řešení. K psaní této diplomové práce jsme se snažili přistupovat tak, abychom oba tyto stanovené cíle splnili.

První kapitolu této práce jsme věnovali definici stylu a klasifikací stylů ruského i českého jazyka. Druhá kapitola pojednávala o odborném stylu, uvedli jsme jeho obecné charakteristiky a žánry. Vybrané jevy jsme podložili příklady z textu originálu, čímž jsme prokazovali, že náš text je možné zařadit k odbornému stylu.

Třetí kapitolu představoval samotný překlad odborného komunikátu. Čtvrtá kapitola této práce je věnována translatologickému komentáři k překladu. Součástí translatologického komentáře byly tři podkapitoly – analýza vybraných jevů lexikální roviny, analýza vybraných jevů syntaktické roviny a analýza vybraných jevů morfologické roviny.

První oblastí, jíž jsme se v rámci lexikální roviny zabývali, byl překlad termínů. Stěžejní termín pro nás představoval pojem туризм, kdy jsme se rozhodovali, zda použít domácí termín cestovní ruch nebo mezinárodní termín turismus. Domníváme se, že čeština všeobecně upřednostňuje užití domácích termínů, proto jsme použili častěji termín cestovní ruch.

Jednoznačně ideálním řešením pro překlad termínů, které zastává spousta teoretiků překladu, je jejich substituce, tedy nahrazení termínu termínem cílového jazyka. Substituci

je možné užít tehdy, je-li daná oblast v obou jazycích normalizovaná. Vzhledem k tomu, že jsme při překladu výchozího textu tuto metodu hojně využívali, můžeme konstatovat, že ruština i čeština mají v oblasti cestovního ruchu dostatečně rozvinutou paralelní terminologii.

Teoretici překladu také poukazují na skutečnost, že jednoslovnému termínu ve výchozím jazyce může odpovídat víceslovný termín v cílovém jazyce a naopak. Nedokážeme jednoznačně určit, zda v naší oblasti jeden jazyk upřednostňuje jednoslovné a druhý víceslovné termíny. V našem překladu jsme se poměrně často setkávali s případy obojího typu, překládali jsme jednoslovné termíny víceslovnými, a naopak víceslovné termíny jednoslovnými.

Dále jsme byli nuceni řešit způsoby překladu vlastních jmen osobních (antroponym) a vlastních jmen geografických (toponym). Vzhledem k odlišným grafickým systémům obou jazyků jsme při překladu vlastních jmen osobních postupovali v souladu s nařízením vlády č. 594/2006 Sb., ve kterém se pojednává o přepisu znaků cyrilice. Zjistili jsme, že značná část vlastních jmen geografických, která se v našem textu vyskytovala, má v češtině oficiální podobu. Pouze malé procento z nich jsme se rozhodli přeložit pomocí transkripce.

V lexikální rovině také pokládáme za zajímavý překlad názvů cestovních kanceláří a cestovních agentur. Zjistili jsme, že značná část z nich má ve svém názvu anglické výrazy transkribované do ruštiny. Poměrně frekventované byly pojmy tour (tours), dále group, track, travel. V názvech hotelů či hotelových řetězců také často figuroval výraz international. Srovnáme-li názvy těchto ruských zařízení s českými, zjistíme, že jde i o poměrně častý jev také v českém prostředí (např. Exim Tours, Firo-tour,...). Důvodem bude nejspíš snaha o jejich internacionalizaci. Dalším důvodem užití anglického pojmenování, zejména v ruském prostředí, může být i navození dojmu „světovosti“, příslib „západní“ kvality nabízených služeb, proto jsme při překladu použili původní grafickou podobu těchto výrazů v anglickém jazyce.

V morfologické rovině jsme se zabývali například překladem substantivních řetězců. V souladu se stylistickými pravidly spisovné češtiny jsme se snažili tyto substantivní řetězce narušit nahrazením některých substantiv slovesnými tvary. Stejně tak je přirozenější adjektiva *данный, настоящий, следующий, приведенный* překládat pomocí ukazovacích zájmen *ten, tento*.

V rovině syntaktické jsme se soustředili především na prostředky syntaktické komprese, v jejichž užití se český a ruský jazykový systém liší. Zabývali jsme se překladem přídavných jmen slovesných, přechodníkových vazeb a infinitivních konstrukcí. V syntaktické rovině se můžeme setkat i s dalšími rozdíly, my jsme se však zabývali především prostředky, které jsou charakteristické pro odborný text. Přídavná jména slovesná jsme do češtiny nejčastěji překládali za pomoci vedlejší věty, méně často také přídavným jménem slovesným. Problémy při překladu v rusko-českém plánu mohou představovat také přechodníkové konstrukce, které jsme zpravidla překládali pomocí věty hlavní a vedlejší.

Závěrem je třeba podotknout, že výchozí a cílový text, na jejichž základě jsme vytvořili translatický komentář, pojednávají o období perestrojky, která odstartovala kromě jiných změn v ruské ekonomice také transformaci cestovního ruchu. Vzhledem k absenci obdobných materiálů tak může přeložený text nabídnout českému čtenáři detailnější pohled na změny, které přinesla perestrojka v 90. letech 20. století v Rusku.

Резюме

Темой данной дипломной работы является перевод научного текста из области туризма с транслатологическим комментарием. Для перевода мы выбрали главу «Государственная политика Российской Федерации в области туризма в связи с распадом СССР и демонополизацией экономики» из публикации «История туризма», предназначенной студентам высших учебных заведений по направлению подготовки «Туризм».

Данная публикация была издана в 2014 году в рамках Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» (2011–2018 годы). Автором публикации является специалист по истории туризма Ю. С. Путрик. Цель данной дипломной работы состояла в создании адекватного перевода с русского на чешский язык и транслатологического комментария, рассматривающего определённые проблемы, возникавшие в ходе перевода исходного текста.

Представленная нами работа разделена на четыре главы. В первой главе даётся характеристика понятия «стиль» и классификация стилей русского и чешского языков. Теории стилей посвящена стилистика, относительно молодая языковая дисциплина, возникшая в начале 20-го века. В чешской и русскоязычной среде мы можем встретиться с разными классификациями функциональных стилей. А также в первой главе представлена классификация функциональных стилей лингвистов Д. Э. Розенталя, И. Ю. Свинцовой, И. Б. Голуб и чешской русистки З. Недомовой. Теория функциональных стилей чешского языка была разработана представителем Пражского лингвистического кружка Б. Гавранком, в 70 гг. 20 в. А. Иедличкоу, затем Й. Хлоупкем и М. Чеховой.

Во второй главе внимание обращается на характеристику научного стиля и даётся его классификация. А также представлены морфологические, синтаксические и лексические особенности научного стиля. Научный стиль характеризуется в основном монологической и письменной формой. Текст, принадлежащий к научному стилю, должен быть понятным, объективным, и идеи, содержащиеся в нём, должны быть логически упорядочены. Автор текста анонимизируется авторским множественным числом или безличной конструкцией. Одной из характерных черт является интертекстуальность, которая представленная

перифразами, ссылками на другую литературу. Для текстов научного стиля типичными чертами являются стандартизация языка и применение терминов. Научный стиль характеризуется разнообразием жанров, включая монографии, научные статьи, рецензии, научные комментарии, диссертации, учебные пособия и учебники.

Вторая глава включает в себя пять подразделов. В первом подразделе рассматривается классификация подстилей научного стиля. Здесь приводится классификация Д. Э. Розенталя, И. Свинцовой, З. Выходиловой, М. Чеховой, М. Кржистка, А. Йедлички, более подробно приведены классификации Й. Губачка и Й. Хлоупка. Исходя из классификаций научного стиля вышеупомянутых чешских и русских лингвистов, можно сказать, что их мнения с небольшими отличиями частично совпадают.

Поскольку одной из характерных черт научного текста является сложная композиция, следующий подраздел намерен разобрать композицию текстов научного стиля. В ходе создания научного текста необходим подготовительный этап, когда автор текста изучает соответствующую литературу, ему необходимо собрать сведения и материал. Композиция может быть двух типов, а именно: горизонтальная и вертикальная. Горизонтальное деление — это введение, собственная статья и заключение. Частью научных текстов являются также резюме на иностранном языке и аннотация, обобщающая основные идеи научной работы. С вертикальной точки зрения текст содержит ссылки, перефразирования и примечания.

Третий подраздел – синтаксические средства научного стиля. Синтаксис научного стиля характеризуется длинными предложениями, поэтому в ходе перевода в русско-чешском плане необходимо учитывать упрощение синтаксиса, заменяя слишком сложные предложения, например, несколькими простыми предложениями. В русскоязычных текстах часто появляются причастия, деепричастия и инфинитивные конструкции, которые способствуют конденсации высказывания, но затрудняют перевод текста с русского на чешский язык.

Четвёртый подраздел рассматривает морфологические особенности научного стиля. Можно сказать, что характерной чертой научного стиля является номинальность сообщения, что означает преобладание существительных над

другими частями речи в тексте. В русских научных текстах часто встречаются существительные с суффиксом *-ство, -ие, -ка, -ние, -ость*. Из текста оригинала мы выбрали следующие примеры выражений с данными суффиксами: *сотрудничество, выработка, отсутствие, осознание, принадлежность*. Второй наиболее часто встречающейся частью речи в текстах научного стиля – имена прилагательные, которые часто входят в состав терминологических словосочетаний. Одной из типичных особенностей является широкое использование глаголов настоящего времени, что способствует вневременности сообщения, и частота пассивных конструкций, которые способствуют объективности сообщения. Анализируя предлоги и союзы, используемые в научных текстах, мы обнаружим, что используются более сложные формы, помогающие логичности текста. Глава «Научный стиль» заканчивается пятым подразделом, занимающимся лексическими особенностями научного стиля.

Центральной частью данной дипломной работы является третья глава, т. е. перевод текста, принадлежащего к научному стилю, и четвёртая глава, в которой рассматриваются конкретные явления сложные для перевода или те, которые имели несколько вариантов перевода.

Составной частью четвёртой главы являются три подраздела, в которых рассматриваются определённые переводческие решения на трёх уровнях – лексическом, синтаксическом и морфологическом. На лексическом уровне внимание уделяем переводу терминов, являющихся неотъемлемой частью текстов научного стиля. Характерными чертами термина являются его уникальность, конкретность и стилистическая нейтральность.

Мы сталкиваемся со случаем, когда, помимо существования термина на данном языке, существует также термин международный. В тексте оригинала есть термин *туризм*, который мы можем перевести на чешский язык двумя способами: первый — это термин «*cestovní ruch*», который в нашем переводе чаще встречается, второй «*turismus*», т.е. термин международный, который мы использовали реже. В ходе перевода научных текстов следует учитывать, что идеальным решением перевода терминов является их субституция, то есть замена термина исходного языка термином языка перевода. Использование субституции возможно, если данная область нормализована на исходном языке и языке перевода.

В ходе перевода терминов также необходимо учитывать тот факт, что термин, выраженный на исходном языке однословно, может быть выражен на языке перевода большим количеством лексических компонентов и наоборот. Учитывая этот факт, при переводе термина *оптовая торговля* – *velkoobchod* – мы заменили данный термин, состоящий из двух компонентов, термином однокомпонентным. У русского и чешского языков достаточно развита параллельная терминология в сфере туризма, по этой причине при переводе терминов мы в основном использовали субституцию.

При переводе исходного текста мы должны были перевести около двух десятков антропонимов. Это были имена лиц, которые внесли свой вклад в развитие туризма, а именно: директора туристических операторов и агентств (напр. Алексей Шулепов), специалисты по туризму (напр. В.И. Азар), директора ассоциаций (напр. И.А. Ярочкин) или газет, ориентированных на туризм (напр. В.В. Ремизов). При переводе антропонимов мы могли выбрать транскрипцию, транслитерацию или трансплантацию.

Мы выбрали первый вариант, т. е. транскрипцию, и действовали в соответствии с постановлением правительства Чешской Республики № 594/2006 Сб., касающимся транскрипции символов кириллицы (подробную таблицу можно найти в Приложении 2, содержащемся в данной работе). При переводе антропонимов мы встретились с именем *Штефан Штаин*, у которого явное нерусское происхождение. Мы транскрибировали его имя следующим образом – «*Štefan Štajn*». Мы выбрали тот же способ при переводе имени *Й. Й. Шнайден* и расшифровали его следующим образом: «*J. J. Šnajdgen*».

Перевод некоторых топонимов (т. е. географических названий) был несложным, например, названия стран (напр. *Китайская Народная Республика* – «*Čínská lidová republika*»), городов (напр. *Рио-де-Жанейро* – «*Rio de Janeiro*») и субъектов Российской Федерации (напр. *Корякский автономный округ* – «*Korjaský autonomní okruh*»). В случае музея-заповедника Ясная Поляна мы обнаружили, что в ходе перевода его названия на чешский язык можно было использовать два приема – транскрипцию и полукалькирование. Но так как остальные топонимы, у которых не было чешского эквивалента, были переведены при помощи транскрипции, мы название музея-заповедника Ясная Поляна также транскрибировали.

В ходе работы возникла проблема при переводе некоторых менее знакомых для чешского читателя топонимов, для которых мы не нашли эквивалента, речь идет о безэквивалентной лексике, мы решили перевести с помощью транскрипции (напр. *Александровская Слобода* – «*Alexandrovskaja Sloboda*», *Смоленское Поозерье* – «*Smolenskoje Poozerje*»). Другими возможными методами являются транслитерация и калькирование – это практически означало бы перевести, например, географическое название *Александровакая Слобода* как «*Alexandrovské předměstí*» (или «*Alexandrovská osada*») и «*Смоленское Поозерье*» как «*Smolenská jezera*». Мы решили использовать транскрипцию, чтобы сохранить единообразие при переводе географических названий.

В ходе перевода мы нередко сталкивались с названиями туристических операторов или агентств, частью названий которых являлся термин «*тур*»; мы решили перевести его при помощи английского понятия «*tour*» (напр. *Владинвесттур* – «*Vladinvesttour*», *Сольтур* – «*Soltour*»). Мы выбрали тот же способ, если название туристического оператора или агентства содержало английское выражение «*group*», «*track*», «*travel*» и «*international*» (напр. «*ПАК групп*» – «*PAK Group*», «*Трек Трэвел*» – «*Track Travel*», «*Ванд Интернэшнл*» – «*Vand International*»).

В переводе также были случаи, когда названия туроператоров и турагентств в тексте оригинала были на латинице. В основном это были зарубежные туроператоры, турагентства (напр., «*Ultramar Express*» – испанский туроператор) и гостиничные зарубежные цепочки (напр. «*Интер-Континенталь*»). Мы только механически перенесли данные названия в текст перевода без каких-либо изменений.

Автор исходного текста также упоминает о двух компаниях, ссылающихся в их названиях на греческую мифологию. В частности, речь идет о московском туроператоре *Орфей*, название которого мы решили перевести, используя соответствующий эквивалент в чешском языке «*Orfeus*». Тот же подход мы использовали при переводе названия туроператора *Зевс Трэвел*, название которого мы перевели «*Zeus Travel*». В остальных случаях в ходе перевода названий туроператоров, турагентств и гостиниц использовалась транскрипция (напр. *Славянская* – «*Slavjanskaja*», *Олимпийская* – «*Olimpijskaja*»).

При переводе текста оригинала мы встречали названия ассоциаций, подобные ассоциации можно найти также в Чешской Республике, однако мы не всегда находили профессиональную организацию с таким же названием. В качестве примера можно привести *Российскую Ассоциацию социального туризма*, название которой мы перевели буквально («*Ruská asociace sociálního cestovního ruchu*»). Еще одна ассоциация, которая работает в сфере туризма, - *Национальная туристская ассоциация*. Подобную организацию можно найти в Чешской Республике (организация «*CzechTourism*» – «*Česká centrála cestovního ruchu*»). Задача обеих ассоциаций – продвижение своей страны на туристических рынках. Поэтому название *Национальная туристская ассоциация* можно перевести как «*RussianTourism*», так что читатель может связать компетенцию упомянутой русской ассоциации с чешской организацией «*CzechTourism*». Впрочем, мы считаем, что данное действие было бы серьезным вмешательством в название вышеупомянутой ассоциации. Мы также подумали о варианте «*Ruská centrála cestovního ruchu*». В итоге, мы решили перевести название этой ассоциации буквально, т.е. «*Národní asociace cestovního ruchu*», поскольку мы считаем, что цель данной компании, по крайней мере, частично понятна.

Название «*Ассоциация туроператоров России*» также можно перевести несколькими способами. Первым возможным эквивалентом, который мы обдумывали, был «*Asociace ruských cestovních kanceláří*». Второй возможный способ, который мы выбрали, был буквальный перевод названия, т. е. «*Asociace cestovních kanceláří Ruska*». Мы основываем наше решение тем, что в Чешской Республике действует «*Asociace cestovních kanceláří ČR*», чья задача практически идентична – защищать интересы своих членов, оказывать им юридическую и информационную поддержку; вмешиваться против нечестной конкуренции.

Следующей упомянутой ассоциацией была *Российская ассоциация туристских агентств*. В чешской среде существует известная организация, объединяющая как туристические операторы, так и туристические агентства – «*Asociace českých cestovních kanceláří a agentur (ACČKA)*». В начале двадцатого века была создана «*Unie cestovních agentur*», но, когда мы искали дополнительную информацию о данной ассоциации, мы обнаружили мало данных, и ее официальный сайт был закрыт. Поэтому мы решили название данной ассоциации перевести буквально («*Ruská asociace cestovních agentur*»).

Текст оригинала содержит название ассоциации *Ассоциация гидов-переводчиков и турменеджеров*, у которой нет аналогичной ассоциации в Чешской Республике. Однако существует организация «*Asociace průvodců ČR*», чья задача состоит в защите профессиональных интересов своих членов; в разработке руководства по этическим стандартам; в предоставлении консультационных услуг. Но организации, объединяющей делегатов в Чешской Республике, не существует. «*Asociace průvodců, překladatelů a delegátů*» (наш перевод названия данной ассоциации) стремится объединить профессионалов в этих областях, защитить их права, укрепить связи между переводчиками, гидами и делегатами из Российской Федерации и их коллегами из-за рубежа.

В дополнение к названиям профессиональных туристических ассоциаций, текст оригинала также содержал много названий других учреждений, организаций и министерств. Мы нашли соответствующий эквивалент для некоторых из них, в основном, для международных организаций (напр. *Генеральная ассамблея Всемирной туристской организации* – «*Valné shromáždění Světové organizace cestovního ruchu*»). Поскольку в большинстве случаев название организаций имело решающее значение для понимания контекста, и многие организации под этим названием существовали только в течение короткого времени, мы решили названия большинства организаций перевести буквально.

Если в исходном тексте появилось название учреждения или организации, чье название включает в себя выражения *совет* или *комитет*, мы переводили данное выражение как «*výbor*». В нашем переводе это касалось, например, следующего учреждения: *Государственный комитет Российской Федерации по физической культуре и туризму* – «*Státní výbor Ruské federace pro tělesnou kulturu a cestovní ruch*». В обоих случаях мы решили транслитерировать названия организаций, по причине того, что они являлись сокращениями (*Роскомтуризм*, *Госкоминтурист*).

Для нас стал проблемой перевод названия учебного заведения *Сочинский государственный университет туризма и курортного дела*. Перед нами встал вопрос о том, использовать ли при переводе названия данного вуза имя прилагательное «*sočský*» или «*sočinský*». В ходе поиска названия данного учреждения на чешском языке, мы нашли информацию на сайте Карлова

Университета, где название упомянутого учебного заведения написано в виде «*Sočinská státní univerzita cestovního ruchu a lázeňství*». В соответствии с правилами чешской орфографии, однако, правильной формой является «*sočský*», поэтому мы решили перевести название данного учреждения как «*Sočská státní univerzita cestovního ruchu a lázeňství*».

Поскольку в 1990-х годах многие отрасли экономики в Российской Федерации были преобразованы, и сектор туризма не стал исключением, были приняты различные законы, указы и другие, связанные с туризмом распоряжения. Мы искали эквиваленты чешских законов, но безуспешно. Мы нашли только Акт № 159/1999 Сб. от 30 июня 1999 г. «*O některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu*», однако, он не соответствует ни одному закону в тексте оригинала, по причине того, мы воспользовались собственным переводом. Мы выбрали тот же подход при переводе федеральных целевых программ.

Во втором подразделе четвёртой главы кратко обсуждаются проблемы перевода на морфологическом уровне. Для русского языка характерны цепочки существительных, которые на чешский язык переводятся, прежде всего, при помощи глаголов. Типичным является также употребление прилагательных «*данный, настоящий, следующий, приведенный*», которые переводим на чешский язык посредством указательного местоимения «*tento*».

В последнем подразделе четвёртой главы сосредоточимся на переводе определённых синтаксических явлений, затрудняющих переводческий труд. Синтаксис научного стиля русского языка характеризуется высокой степенью конденсации, средствами которой являются, главным образом, причастия, деепричастия и инфинитивные конструкции. Относительно причастий, чаще всего мы их переводили с помощью придаточного предложения или причастия. Деепричастия в чешском языке являются архаическими формами глаголов, по причине того, их приемлемо переводить при помощи предложно-именной конструкции, главного предложения или придаточного предложения. Чаще всего мы переводили деепричастия, используя главное или придаточное предложение.

Инфинитивом называют неопределённую форму глагола, выполняющую различную функцию в предложении. В целом можно сказать, что для русского языка

характерна высшая степень использования инфинитивных конструкций, поэтому в ходе перевода с русского на чешский язык необходимо использовать другие конструкции. Чаще всего мы переводили инфинитивную конструкцию инфинитивом, придаточным предложением, номинализацией глагола.

Bibliografie

Originál textu: История туризма: учебник/ коллектив авторов; отв. Ред. И сост. Ю. С. Путрик – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 256 с. ISBN 978-5-4365-0131-4

Originál textu online: Путрик Юрий Степанович. *Российский государственный гуманитарный университет* [online]. Copyright © [cit. 28.01.2020]. Dostupné z: https://www.rsuh.ru/who_is_who/detail.php?ID=310441

České knižní zdroje:

CSIRIKOVÁ, Marie a Libuše URIEOVÁ. *Odborný překlad v praxi (na rusko-českém materiálu)*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2005, 165 s. ISBN 8086898342.

ČECHOVÁ, Marie, Marie KRČMOVÁ a Eva MINÁŘOVÁ. *Současná stylistika*. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2008, 381 s. ISBN 978-80-7106-961-4.

FLÍDROVÁ, Helena a Stanislav ŽAŽA. *Sintaxis ruského jazyka v сопоставлении с českým*. Olomouc: Univerzita Palackého, 2005, 163 s. ISBN 8024411040.

GROMOVÁ, Edita, Milan HRDLIČKA a Vítězslav VILÍMEK. *Antologie teorie odborného překladu: výběr z prací českých a slovenských autorů*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, 2007, 243 s. ISBN 9788073683832.

HANÁKOVÁ, Milada. *Termín z hlediska překladu odborného textu*. In: *Antologie teorie odborného překladu: výběr z prací českých a slovenských autorů*. 2. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě. ISBN 97-8807-3683-832.

HORÁLEK, Karel. *O překládání infinitivních konstrukcí*. In: *Kniha o překládání: příspěvky k otázkám překladu z ruštiny*. sv. 11. Praha: Nakladatelství Československo-sovětského institutu, 1953, s. 248-257.

HORECKÝ, Ján. *O prekladaní terminológie*. In: *Antologie teorie odborného překladu: výběr z prací českých a slovenských autorů*. 2. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě. ISBN 97-8807-3683-832.

HRDLIČKA, Milan. *Odborný text a jeho translace*. In: *Antologie teorie odborného překladu: výběr z prací českých a slovenských autorů*. 2. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě. ISBN 97-8807-3683-832.

HUBÁČEK, Josef. *Učebnice stylistiky pro posluchače pedagogických fakult, studenty učitelství v 1.-4. ročníku základní školy*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1987, 219 s.

CHLOUPEK, Jan. *Stylistika češtiny*. Vyd. 1. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1991. 294 s. ISBN 8004233023.

KNITTLOVÁ, Dagmar a Ida ROCHOVANSKÁ. *Funkční styly v angličtině a češtině*. I. díl. Olomouc: Rektorát Univerzity Palackého, 1977, 122 s.

KNITTLOVÁ, Dagmar, Bronislava GRYGOVÁ a Jitka ZEHNALOVÁ. *Překlad a překládání*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2010, 291 s. Monografie. ISBN 9788024424286.

KROBOTOVÁ, Milena. *Úvod do české stylistiky*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2001, 126 s. Skripta. ISBN 80-244-0315-3.

KŘÍSTEK, Michal. *Stylistika češtiny: úvodní kurs (základy teorie a praktická cvičení)*. České Budějovice: Vlastimil Johanus, 2011. ISBN 978-80-904247-9-1.

KUFNEROVÁ, Zlata. *Čtení o překládání*. Jinočany: H&H, 2009, 127 s. ISBN 9788073190880.

LEVÝ, Jiří. *Umění překladu*. 4., upr. vyd. Autor úvodu Zuzana JETTMAROVÁ. Praha: Apostrof, 2012, 367 s. ISBN 978-80-87561-15-7.

MAN, Oldřich. *Otázky ekvivalence v odborném překladu*. In: *Antologie teorie odborného překladu: výběr z prací českých a slovenských autorů*. 2. vyd. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě. ISBN 97-8807-3683-832.

MUCALA, M. *Několik poznámek k překládání termínů z ruštiny*. In: *Knihy o překládání: příspěvky k otázkám překladu z ruštiny*. sv. 11. Praha: Nakladatelství Československo-sovětského institutu, 1953, s.258.

NEDOMOVÁ, Z. *Funkční stylistika ruského jazyka*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2010. Studijní texty. ISBN 978-80-7368-793-9.

ОКТАБЕЦ, В. *O překládání ruských přechodníkových vazeb*. In: *Kniha o překládání: příspěvky k otázkám překladu z ruštiny*. sv. 11. Praha: Nakladatelství Československo-sovětského institutu, 1953, s.258.

РЕЙМАНКОВА, Miloslava, Alois JEDLIČKA a Věra FORMÁNKOVÁ. *Základy české stylistiky*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1970, 226 s.

ВЫХОДИЛОВА, Zdeňka. *Vvedenije v teoriju perevoda dlja rusistov*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013, 83 s. Skripta. ISBN 978-80-244-3417-9.

ВЫСЛОУЖИЛОВА, Eva a Milena MACHALOVÁ. *Cvičebnice překladu pro rusisty*. [I. díl], Politika, ekonomika. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2011, 235 s. Učebnice. ISBN 978-80-244-2854-3.

ВЫСЛОУЖИЛОВА, Eva a Milena MACHALOVÁ. *Cvičebnice překladu pro rusisty*. II, Cestovní ruch, turistika. Olomouc: Univerzita Palackého, 2003, 274 s. ISBN 8024407000.

ЖВÁЧЕК, Dušan. *Kapitoly z teorie překladu*. [Díl] 1, (Odborný překlad). Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého, 1995, 51 s. ISBN 807067489X.

Ruské knižní zdroje:

БАРХУДАРОВ, Л. С. Язык и перевод: вопросы общей и частой теории перевода. Москва: Издательство: Международные отношения, 1975, 240 с.

ВЛАХОВ, С. – ФЛОРИН, С. Непереводимое в переводе. М.: Международные отношения. 1980 – 343 с.

ГАРБОВСКИЙ, Н. К. Перевод как лингвистическая проблема: (сборник статей). Москва: Издательство Московского университета, 1982, 118 с.

ГОЛУБ, И. Б. Русский язык и культура речи: учебное пособие. Москва: Logos, 2003. ISBN5-94010-023-6.

КОМИССАРОВ, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). Москва: Высшая школа, 1990.

КОХТЕВ, Н. Н. – Розенталь, Д. Э. Популярная стилистика русского языка. 2-ое испр. и допл. изд. Москва: Русский язык, 1988, 206 с.

НЕВЕЖИНА, М. В., ШАРОХИНА, Е. В., МИХАЙЛОВА, Е. Б. и др. Русский язык и культура речи: учебное пособие для студентов вузов. Москва: Издательство: ЮНИТИ-ДАНА, 2005, 351 с. ISBN: 5-283-00860-0

СВИНЦОВА, И. Ю. Культура русской речи и практическая стилистика русского языка. Hradec Králové: Gaudeamus, 2004, 390 s. ISBN 80-7041-378-6.

СОЛГАНИК, Г. Я. Стилистика текста: Учеб. пособие. - М.: Флинта, Наука, 1997.- 256 с.

ФИЛИНА, Ф. Экономика России на пути к рынку. Olomouc: Univerzita Palackého, 2000, 94 с.

České elektronické zdroje:

594/2006 Sb. Nařízení vlády o přepisu znaků do podoby, ve které se zobrazují v informačních systémech veřejné spr... Zákony pro lidi – Sběrka zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění [online]. Copyright © [cit. 04.04.2020]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2006-594>

CzechTourism. [online]. Dostupné z: <https://fim2.uhk.cz/wikicr/web/index.php/home/3-organizace/169-czechtourism>

Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism | BusinessInfo.cz. *BusinessInfo.cz - Oficiální portál pro podnikání a export* [online]. Copyright © 1997 [cit. 16.02.2020]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/navody/ceska-centrala-cestovniho-ruchu/>

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, všechna práva vyhrazena [cit. 16.02.2020]. Dostupné z: [https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/pravo-legislativa/prehled-platnych-pravnich-predpisu-\(1\)/archiv/zakon-c-159-1999-sb-o-nekterych-podminkach-podn](https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/pravo-legislativa/prehled-platnych-pravnich-predpisu-(1)/archiv/zakon-c-159-1999-sb-o-nekterych-podminkach-podn)

O asociaci :: Asociace hotelů a restaurací České republiky. *Homepage :: Asociace hotelů a restaurací České republiky* [online]. Copyright © [cit. 16.02.2020]. Dostupné z: <https://www.ahrcr.cz/o-asociaci/>

Profesní organizace v CR [online]. Copyright © [cit. 16.02.2020]. Dostupné z: <https://www.cestovni-ruch.cz/zdroje/sdruzenicr.php>

Představení asociace – Asociace cestovních kanceláří ČR. *Asociace cestovních kanceláří ČR* [online]. Copyright © 2003 [cit. 16.02.2020]. Dostupné z: <https://www.ackcr.cz/predstaveni-asociace/>

Ruskojazyčné elektronické zdroje:

Ассоциация гидов-переводчиков. *Ассоциация гидов-переводчиков, экскурсоводов и турменеджеров* [online]. Copyright © [cit. 16.02.2020]. Dostupné z: <http://www.agipe.ru/about/index1.php>

О нас — Ассоциация по развитию социального туризма. *Ассоциация по развитию социального туризма — АРСТ* [online]. Copyright © [cit. 01.03.2020]. Dostupné z: http://aorst.ru/?page_id=11679

О нас. *Ассоциация туроператоров* [online]. Copyright © 2007 [cit. 01.03.2020]. Dostupné z: <https://www.atorus.ru/ator/about.html>

Slovníky a příručky:

KARLÍK, P.; NEKULA, M.; PLESKALOVÁ, J. (eds.). *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 2002. ISBN 80-7106-484-X.

SÁDLÍKOVÁ, M.: *Velký česko-ruský slovník*. Praha: Leda, 2005, xix, ISBN 80-7335-048-3, s. 1407.

REZKOVÁ, Jaroslava. *Ruština pro právníky*. Praha: Karolinum, 2004, 380 s. ISBN 8024609258.

VENCOVSKÁ, M. *Rusko-český slovník*. 2. vyd. Voznice: Leda, 2010. ISBN 978-80-7335-207-3.

Google [online]. Dostupné z: <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=google+translate>

Internetová jazyková příručka. *Internetová jazyková příručka* [online]. Copyright © [cit. 01.03.2020]. Dostupné z: <http://prirucka.ujc.cas.cz/>

Online dictionary. *Online dictionary* [online]. Dostupné z: <https://glosbe.com/>

Rusko-český slovník | Lingea. *Slovníky Lingea / On-line slovníky, překlady, gramatiky a konverzace / Lingea* [online]. Copyright © Lingea s.r.o., 2017. [cit. 01.03.2020]. Dostupné z: <https://slovníky.lingea.cz/rusko-cesky>

Seznam Slovník. *Seznam Slovník* [online]. Copyright © 1996 [cit. 01.03.2020]. Dostupné z: <https://slovník.seznam.cz/>

Sokr.ru — словарь сокращений русского языка. *Sokr.ru — словарь сокращений русского языка* [online]. Copyright © [cit. 02.03.2020]. Dostupné z: <http://sokr.ru/>

Seznam zkratek

a.s. – akciová společnost

CA – cestovní agentura

CK – cestovní kancelář

CR – cestovní ruch

EU – Evropská unie

FZ – federální zákon

Goskominturist – Státní komise pro zahraniční cestovní ruch

HDP – hrubý domácí produkt

IPK RTEO – Institut pro vzdělávání zaměstnanců turistických a výletních organizací

JAR – Jihoafrická republika

Komsomol – Komunistický svaz mládeže

KSSS – Komunistická strana Sovětského svazu

NTA – Národní asociace cestovního ruchu

OSN – Organizace spojených národů

RATA – Ruská asociace cestovních agentur

RMAT – Ruská mezinárodní akademie cestovního ruchu

Roskomturizm – Výbor pro cestovní ruch

RYHA – Ruská asociace hostelů

SNS – Společenství nezávislých států

s. r. o. – společnost s ručením omezeným

SSSR – Svaz sovětských socialistických republik

TIC – turistické informační centrum

UNWTO – Světová organizace cestovního ruchu

USA – Spojené státy americké

USD – americký dolar

ÚV – Ústřední výbor

Пříloha 1 – Originál

5.4. Государственная политика Российской Федерации в области туризма в связи с распадом СССР и демонополизацией экономики (1990-е гг. XX в.)

С конца 1991 г. в связи с распадом СССР и становлением России как суверенного государства в нашей стране наступил принципиально новый период развития туризма. Политический и экономический кризис заставил государство посмотреть на туризм прежде всего с точки зрения его экономического значения для государственного бюджета. Произошло постепенное осознание на государственном и общественном уровне, что российский туризм — сфера неиспользованных возможностей. Туризм стал в меньшей степени рассматриваться с социальной точки зрения, в первую очередь как средство отдыха и укрепления здоровья, и все больше привлекал внимание государственных как источник поступлений в бюджет и обеспечения занятости населения. В новой России в соответствии с Указом Президента Российской Федерации в 1992 г. впервые был создан государственный орган регулирования туристской сферой — Министерство культуры и туризма. С созданием министерства стало возможным говорить о новой государственной политике в сфере туризма. Руководство министерства в лице В. И. Азара — заместителя министра культуры, ведущего вопросы туризма — сообщало в эти дни, что теперь в России не будет искусственного разделения туризма на иностранный и внутренний, при котором иностранцы размещались в прекрасных отелях, а наши соотечественники жили в гостиницах со значительно более скромным обслуживанием. Поэтому провозглашалось, что новая туристская политика помимо экономических приоритетов будет направлена «...на возвращение человеческого достоинства бывшим советским людям»²⁴. Обращалось внимание на необходимость создания сети малых семейных гостиниц, как важного компонента будущей инфраструктуры российского туризма, а также развитие туристских фирм на коммерческой основе.

Азар Вильям Ильич (1931—2008) — известный ученый в области туризма, заместитель министра культуры и туризма (1992—1993), внес большой вклад в становление и развитие современного туристского комплекса Российской Федерации. В

²⁴ Азар В. И. О новой политике в области туризма // Конъюнктура туристского рынка. М., 1992. № 2 (5). С. 4.



начале 60-х гг. XX в. Работал консультантом гостиничного бизнеса, туризма и транспорта в еженедельнике ЦК КПСС «Экономическая газета». Будучи руководителем сектора «Ценообразование услуг» в НИИ Государственного комитета цен при Совете Министров СССР, в 1970-е гг. впервые разработал преискурранты К-О5 и К-О5И для присвоения категорийности гостиницам и отнесения предприятий общественного питания, а также лечебных учреждений к различным разрядам. Им подготовлены нормативные документы по ценообразованию в сфере культуры и туризма. В 1972 году опубликовал книгу «Экономика и организация туризма», которая впоследствии стала классикой, учебным и настольным пособием для специалистов всех уровней сферы международного и внутреннего туризма России. В 1975 году стал лауреатом премии Всесоюзного географического общества за подготовку в соавторстве с профессором А. С. Преображенским фундаментального труда «Рекреационная география». Вел большую общественную, научную, преподавательскую деятельность, являлся членом редакционной коллегии нескольких специализированных изданий. Активно участвовал в создании туристских общественных объединений — избирался вице-президентом Национальной туристской ассоциации и Национальной академии туризма. Выступил инициатором создания в 2005 г. Международной туристской академии, был избран ее первым вице-президентом.

В 1993 году был образован Комитет Российской Федерации по туризму (Роскомтуризм), во главе с С. П. Шпилько. Название и ведомственная принадлежность государственного органа регулирования туристской отрасли в России впоследствии будут несколько раз меняться, однако его создание само по себе имело принципиальное значение как фактор признания государством важности туризма в экономике и социальной политики государства. В тот период перед Роскомтуризмом Правительство России поставило следующие задачи:

- выработка стратегии развития туризма в России и реализация государственной политики в сфере туризма;
- организация разработки и реализация федеральных целевых и межгосударственных программ в сфере туризма;
- обеспечение подготовки, переподготовки и повышения квалификации туристского персонала предприятий, действующих в сфере туризма и ряд других вопросов и др.

С этого периода началось формирование системы органов государственного регулирования туризма в республиках, краях, областях, автономных образованиях, а также городах Москве и Санкт-Петербурге.

Ведущие туристские организации Советского Союза — ЦСТЭ, Интурист и Спутник распались на множество мелких и средних компаний. В Москве, Санкт-Петербурге и многих регионах на базе фрагментов этих организаций возникли самостоятельные туристские компании с различными формами собственности, их ассоциации и акционерные общества. Центральный совет по туризму и экскурсиям был преобразован в открытое акционерное общество «Центральный совет по туризму и отдыху». В настоящее время это крупнейший холдинг в сфере отечественного туризма, возглавляемый В. Г. Пугиевым, располагающий гостиничными и санаторно-курортными предприятиями в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге и Ставропольском крае. Российская Ассоциация социального туризма на добровольной основе объединила бывшие профсоюзные туристско-экскурсионные предприятия во многих регионах Российской Федерации.

Сходная судьба постигла и структуры, отвечавшие за иностранный туризм, хотя еще в конце 1980-х гг. ситуация для них была исключительно благоприятной: огромное внимание к стране, миллионы туристов, колоссальные денежные обороты. 1988—1990 годы стали, например, для Спутника золотым временем. У него в то время было 218 подразделений, 19 туристских центров, 5 гостиниц. В 1990 году на заработанные деньги была приобретена новая техника, строились новые гостиницы в разных частях страны. Однако распад СССР и ликвидация ВЛКСМ привел к одномоментному, более чем в 30 раз снижению объемов туризма, и под угрозой оказалось само существование Спутника. В этих условиях рискованным, но единственно возможным шагом было акционирование компании. Как показало время, это действительно помогло компании выжить как целостной системе, хотя лидирующие позиции на туристском рынке она потеряла.

Не менее стремительно происходил процесс преобразования Интуриста. Государственная собственность Интуриста с учетом новых политико-правовых условий, разделилась на федеральную и региональную, после чего перешла к другим собственникам. На месте исчезнувшего монопольного гиганта на рынке появились бывшие составные части Интуриста, ставшие самостоятельными коммерческими

организациями. Прежде всего, это: «Интурист-Холдинг компания», ВАО «Интурист», «Интурреклама», «Интурсервис», «Интуртранс», «Мосинтур», а также совместные предприятия, включающие гостиницы «Савой», «Славянская», «Олимпийская», «Холдинг» и др. В последующие годы сохранился ВАО «Интурист», который продолжает развиваться как крупнейший российский туроператор со своими гостиничными предприятиями, собственным транспортным и другим сервисом индустрии гостеприимства. Президентом ВАО «Интурист» в эти годы являлся А. И. Ярочкин.



Ярочкин Анатолий Иванович (1954—2011) — выдающийся организатор и профессионал туристской деятельности в СССР и Российской Федерации. С 1978 года работал на различных должностях в компании «Интурист» — гидом-переводчиком (испанский язык), инспектором, ведущим экономистом, начальником отдела Америки, Азии, Африки, вице-президентом. С 1994 года — президент ВАО «Интурист»; в дальнейшем (с конца 1990-х гг.) занимал пост заместителя директора департамента туризма Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации. С 2008 года являлся руководителем Федерального агентства по туризму, членом экспертного совета при конкурсной комиссии Минэкономразвития по отбору заявок на создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа. С 2007 года занимал также пост президента Ассоциации туроператоров России (АТОР). Отмечен правительственными наградами.

На рубеже 1980—1990-х гг. туризм приносил хороший доход. Прибыль туристских компаний достигала 100%. В советские годы поездка за рубеж была для многих мечтой всей жизни, поэтому впервые для бывших советских людей на практике начали реализовываться их право на свободное передвижение и путешествия не только по своей стране, но и за границу. Это было одним из важнейших достижений новой России. В первую очередь это касалось людей любознательных и образованных, которые хотели увидеть мир своими глазами. Именно они и составили первую волну советских, а затем и российских туристов.

С введением рыночных отношений в экономике России в начале 1990-х гг. и демонополизацией выездного и внутреннего туризма начали появляться сотни новых туристских компаний: фирм, агентств, объединений, создаваемых

предприимчивыми людьми, высвобождаемыми в условиях экономического кризиса из других сфер деятельности. Поэтому в туристском бизнесе этого периода было много наивной романтики и авантюризма, порожденных зачастую отсутствием профессионального знания предмета. Многие туристские фирмы в то время создавались сотрудниками государственных, профсоюзных и комсомольских туристских организаций, которые начали активно пользоваться своими возможностями и наработками в коммерческих целях. Стал расти спрос на профессиональное туристское образование. Появились вузы, осуществляющие подготовку специалистов по туризму и гостиничному делу. В 1989 году был образован Сочинский государственный университет туризма и курортного дела — первое в СССР специализированное государственное образовательное высшее учебное заведение в сфере туризм. В 1991 году Институт повышения квалификации работников туристско-экскурсионных организаций ЦСТЭ ВЦСПС был преобразован в Российскую международную академию туризма. Начался процесс формирования системы высших и средних учебных заведений, готовящих специалистов для сферы туризма.

После ликвидации монополии в сфере туризма на рынке уже в 1993 г. образовалось около 7 тыс. туристских фирм, представляющих в большинстве своем слабо контролируемый коммерческий сектор с низким качеством услуг, а также с беспечностью относящийся к безопасности туристов. В связи с распадом СССР значительно сократилась география внутреннего и въездного туризма: от нашей страны отошли крупные дестинации (Украина, Белоруссия, Средняя Азия, Прибалтика, Закавказье и др.), которые были очень популярны среди отечественных и иностранных туристов. В то же время вследствие как общих процессов демократизации, так, в частности, и в связи со снятием ограничений со стороны государства на выезд граждан России быстрыми темпами растет выездной туризм (табл. 1).

Появились новые виды туризма для российских граждан, которые получили народное название «шоп-туры» — поездки представителей мелкого бизнеса за дешевыми товарами в Индию, Китай, Турцию, Грецию, Польшу и другие государства. «Челночный бизнес» позволил в этот период многим туристским компаниям заработать тот капитал, который дал им возможность развиваться

дальше и даже переходить в другие сектора экономики, в первую очередь в сферу оптовой торговли.

Популярными в середине 1990-х гг. стали выезды российских граждан за границу на учебу, лечение, проведение каникул, отдых, спортивные соревнования и т.д. Быстро росло количество туристских компаний, занимающихся операторской и агентской деятельностью. Отдельные фирмы начали специализироваться на конкретных направлениях и странах. К середине 1990-х гг. стремительно расширилась «география» туристских поездок россиян: ими были охвачены более ста государств на всех континентах нашей планеты. Миллионы людей отправлялись из России в свои первые отпуска за границу. Российские туристы сразу стали желанными гостями за рубежом, так как многое было для них внове и они щедро расплачивались за оказываемые услуги.

В этот период австрийская газета «Виртшафтс Вохэ» писала: «Русские вытесняют нефтяных шейхов. Теперь арабы едут из России... В отеле „Мариотт“ каждый 20-й пятизвездочный номер занят русскими, то же можно было бы сказать и в отношении „Вена-Хилтон“ и „Вена-Плаза“. В июле процент туристов из России вырос на 31% по сравнению с прошлым годом. 1993 год дал в общей сложности 207 000 ночевок русских посетителей в Австрии. Для сравнения, в 1991 г. их было 149 000... Русские идут как волна... Для люкс-туристов из России лучшее времяпрепровождение — шопинг. В самых дорогих, шикарных и престижных магазинах. Каждый русский оставляет в стране в среднем за покупку по 4670 шиллингов, опережая по этим показателям представителей любой другой нации, как заявила австрийская фирма „Такси фри ГМБХ“. На втором месте — немцы с 4549 шиллингами. Среди зарубежных туристских предпринимателей того периода даже пошли разговоры о том, что русские туристы являются не просто желанными гостями, они якобы приезжают с мешками долларов и распоряжаются этими деньгами, как нефтяные шейхи. Как свидетельствовал на страницах газеты „Туринфо“ генеральный директор известной уже в то время фирмы „Ультрамар Экспресс“ ШтефанШтайн, „куда бы я ни попадал, владельцы гостиниц говорили мне: пожалуйста, пришлите мне русских клиентов“»²⁵.

Положительную динамику начал было наращивать и въездной туризм, стимулируемый интересом иностранных граждан к большим переменам в нашей стране. Однако политический кризис осенью 1993 г. отрицательно повлиял на

²⁵ Штайн Ш. Представляют ли опасность для российского туристского рынка иностранные фирмы? // Туринфо. 1996. 1 февр. С. 13.

мотивации иностранцев к туристским посещениям России, что привело к резкому снижению зарубежного потока туристов и быстрому росту отрицательного сальдо туристского баланса, т.е. превышению количества выездов российских граждан за рубеж по сравнению с числом прибытий в нашу страну иностранных граждан. Из таблицы 1 видно, что число прибывших в страну иностранных туристов снизилось от 1550,5 тыс. поездок в 1993 г. до 914,7 тыс. поездок в 1994 г.

Таблица 1

**Численность и доля граждан Российской Федерации,
выезжавших за границу с целью туризма, и иностранных
граждан, посетивших Российскую Федерацию с целью
туризма (тыс. поездок), в период 1988—1994 гг.**

Годы	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
Въезд	2 458,1	1 740,3	2 285,7	2 235,1	995,1	1 550,5	914,7
Выезд	1 040,7	1 649,6	2 150,2	3 466,3	1 172,6	1 576,4	2 554,1
Туристский оборот	3 498,8	4 389,9	4 435,9	5 701,4	2 167,8	3 119,3	3 436,6
Доля выезда в туристском обороте в %	29,7	37,6	48,5	60,8	54,1	50,5	74,4
Сальдо	+ 1 417,4	+90,7	+135,5	-1 231,2	-77,5	-25,9	-1 639,4

Источник: Туризм. Обзор материалов. Вып. 8. Статистика в туризме. М. : 1996. С. 67, 83.

Представленная таблица нуждается в пояснении, так как 1990-х гг. показателем туристской активности считался мало что говорящий и лишенный экономического смысла показатель «туристский оборот», определяемый как суммарное количество поездок иностранных граждан в нашу страну и граждан Российской Федерации за границу. Впоследствии этот показатель уже не употреблялся. Куда более значимым и базовым показателем является показатель «сальдо туристского баланса», который в международном туризме Российской

Федерации поменял с 1991 г. свое положительное значение на противоположное — отрицательное — и, несмотря на все усилия государства, вплоть до настоящего времени его отрицательное значение продолжает увеличиваться, означая тем самым, что в сфере международного туризма наше государство теряет ежегодно десятки миллиардов долларов.

В начале 1990-х гг. появляются фирмы, многие из которых до сих пор составляют костяк отечественного турбизнеса: «АРТ-ТУР», MITS, UTS Group, «Академсервис», «Астравел», «Ванд Интернэшнл», «Владинвесттур», «Интерс», «КМП групп», «Крист», «Натали Турс», «Нева», «Орфей», «ПАКТУР», «Роза ветров», «Солвекс-Трэвэл», «Спектрум-трэвэл», «ТариТур», BSI Group и целый ряд других туроператорских и турагентских компаний, освоившие различные направления выездного, въездного и внутреннего туризма.

Весной 1992 г. в Санкт-Петербурге прошла первая в России туристская выставка с международным участием «Туризм и отдых '92», участниками которой стали более 90 турфирм. Она положила начало ежегодному Международному туристскому фестивалю Intourfest, в котором уже в 1993 г. участвовало свыше 450 турфирм. В конце марта 1994 г. в московском выставочном комплексе «Экспоцентр» впервые прошла международная выставка по туризму МИТТ, которая в настоящее время считается одним из ведущих профессиональных мероприятий в туристской отрасли в мировом масштабе.

К концу периода 1991—1994 гг. вместо разрозненных и мало, что знающих друг о друге кооперативов, потом турфирм, сложилось вполне оформившееся профессиональное сообщество. Значительно расширилось и информационное пространство бизнеса — появляются туристские периодические издания, в том числе газета «Туринфо», ставшей информационным проводником для специалистов, работавших в турфирмах, гостиницах и т.д. В 1993 г. возникли два значимых общественных объединения туристских компаний — Российская ассоциация туристских агентств (РАТА) и Национальная туристская ассоциация (НТА). РАТА с 2002 г. стала называться Российским союзом туриндустрии (РСТ). Основателями и учредителями РАТА стали руководители ведущих на тот период туристских компаний при активной поддержке Роскомтуризма. Президентом РАТА был избран директор «Туринфо» В. В. Ремизов. В 1996 году на этом посту его

сменил С. П. Шпилько, в то время — заместитель председателя Государственного комитета Российской Федерации по физической культуре и туризму. Основателями и учредителями НТА стали крупнейшие туроператоры и гостиничные объединения страны, а также транспортные и туристские компании. Президентом НТА в 1993 г. был избран И. А. Коновалов, руководитель ОАО «Интурист-Холдинг компания». Позже НТА возглавил известный русский путешественник Ю. А. Сенкевич.

Процесс образования общественных организаций в сфере туризма начался еще в годы перестройки, что, несомненно, способствовало укреплению туристской отрасли. Как предвестники демократических перемен стали появляться и другие общественные объединения в сфере туризма. Так, в 1990 г. была создана Ассоциация гидов-переводчиков и турменеджеров. Ее президентом был избран Й. Й. Шнайден. Всероссийская Федерация туризма была преобразована в Туристско-спортивный союз России под председательством И. Е. Востокова.

В 1994 году в Санкт-Петербурге по инициативе ученых и практиков туризма была создана общественная организация — Академия туризма (с 1999 г. Национальная академия туризма), объединившая многих научных и практических работников сферы туризма. Президентом академии был избран профессор Санкт-Петербургского государственного университета В. Т. Рязанов. Стали появляться региональные общественные организации и объединения, крупнейшим из которых стала Ассоциация работников туристско-экскурсионных предприятий, отелей и ресторанов Санкт-Петербурга во главе с В. И. Никифоровым.

Общественные организации и объединения сразу стали играть заметную роль в процессах развития и совершенствования зарождающейся туристской отрасли Российской Федерации. Они внесли важный вклад в формирование единой системы взглядов и представлений о путях развития туризма в России на всех этапах становления системы государственного регулирования туристской сферы. Так, в 1995 г. появился подготовленный Национальной туристской ассоциацией первый и весьма актуальный «Ежегодный доклад о состоянии и проблемах развития туризма в России»²⁶. Доклад был направлен во все властные структуры и имел широкий общественный резонанс. В январе 1996 г. в структуре Государственной Думы

²⁶ Ежегодный доклад о состоянии и проблемах развития туризма в России. Национальная туристская ассоциация. М., 1995

Российской Федерации был образован комитет по туризму и спорту под председательством Соколова А. С., после чего в том же, 1996 г., были приняты Закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и Федеральная целевая программа «Развитие туризма в Российской Федерации».

Туристские компании начали активно сотрудничать с авиационными, железнодорожными и другими транспортными компаниями. В ноябре 1991 г. была основана первая частная авиакомпания России — «Трансаэро». Несмотря на значительные финансовые проблемы, пик которых пришелся на середину 1990-х гг., этот авиаперевозчик сумел удержаться на рынке и в настоящее время считается одним из лидеров отечественной гражданской авиации. В этот период было положено начало взаимной интеграции транспорта и туристского бизнеса. Первые признаки этого процесса проявились в том, что с 1991 г. российские турфирмы получили возможность самостоятельно продавать авиабилеты. Новые тенденции наметились и в гостиничном секторе. Российский гостиничный рынок начал привлекать иностранный бизнес, который стал вкладывать средства в создание отелей международного класса в России. Так, в том же 1991 г. на российский рынок пришли сразу три гостиничные зарубежные цепочки — Pullman (Iris), Inter-Continental («Метрополь») и Radisson («Славянская»). Позднее свои гостиницы в России открыли цепи Kempinski и Novotel (1992), Renaissance и MarcoPolo (1993) и некоторые другие. В 1993 году в Москве на Тверской-Ямской улице открылась одна из первых гостиниц международного класса «Шератон Палас Отель». По инициативе компании IRO-Travel открылся первый в Москве хостел — TravelGuestHouse. В этом же году была образована российская хостел-ассоциация RYHA, которая успешно функционирует и в настоящее время.

Реформы государственного устройства и экономики постперестроечной России изменили приоритеты во многих сферах народного хозяйства, повлияли на уровень жизни населения, распределение производительных сил и финансовых потоков, воздействовали на платежеспособный спрос на товары и услуги, в том числе услуги туризма. Введение института предпринимательства и Федерального Закона от 15 августа 1996 г. № 114-ФЗ «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» дали мощный толчок к генерации масштабных туристских потоков, которые внесли значимое перераспределение капиталов и приоритетов в этой сфере. Создание в стране платежеспособного сегмента

потребительского рынка вызвало оживление туристской отрасли: были созданы тысячи предприятий сферы туризма, сотни тысяч рабочих мест, значимые финансовые потоки.

Характерной особенностью туризма 1990-х гг. было то, что нарождающийся российский туристский бизнес был изначально ориентирован в основном на выезд. При этом значительная часть выездного потока приходилась в этот период на шоппинг. У выездного туризма, который выполнял, безусловно, важную демократическую функцию, обеспечения доступа россиян к благам мировой цивилизации, быстро выявилась и «обратная сторона медали», связанная с экономической составляющей выездного туризма его соотношением с показателями въезда иностранных граждан в Россию с целями туризма. В частности, вызывало беспокойство и растущее отрицательное сальдо туристского баланса, когда вместе с туристами за рубеж уходили вывозимые ими финансовые средства на миллиарды долларов, что фактически означало финансирование развития туристской инфраструктуры зарубежных туристских центров и курортов. Дефицит платежного баланса в туризме за 1994 г. составил 5 млрд дол. США. Из мировой практики туризма известно, что первоочередной задачей национальной туристской администрации в любой стране всегда являлось и является достижение, как можно более положительного сальдо туристского баланса. Имеется в виду превышение въездного туристского потока над выездным, обеспечивающего, собственно, экономический смысл деятельности этой национальной администрации в интересах народа своего государства. Причиной сложившейся ситуации, как было отмечено в Ежегодном докладе Национальной туристской ассоциации, послужило нестабильное экономическое положение, и, соответственно, нескоординированная работа туроператоров, турагентств, транспортных перевозчиков и гостиниц. Состояние отечественной инфраструктуры туризма, центральным звеном которой являются средства размещения (гостиницы, мотели, пансионаты и др.) не отвечала потребностям туризма и работала неэффективно. Она характеризовалась в этот период высокой степенью морального и физического износа. В 1990-х годах спрос на санаторно-курортные и туристско-экскурсионные услуги в силу проблем переходного периода снизился, а количество мест в соответствующих учреждениях сократилось. Существующая на начало 1996 г. сеть туристских учреждений (1,4 млн мест вместе с санаторно-курортными учреждениями, пансионатами, домами и

базами отдыха) в значительной степени (до 80%) нуждалось в реконструкции или замене.

Не способствовал увеличению туристского притока и «ненавязчивый советский сервис», который очень медленно осваивал международные стандарты, резко ощущался недостаток в профессиональных кадрах. Практически отсутствовала реклама туристских возможностей России в целом, а также регионов, которые могли принимать иностранных путешественников. Недостаточность государственного контроля в сфере выездного туризма приводило к тому, что иностранные турфирмы, обходя законы Российской Федерации, в ущерб отечественным турфирмам, стали организовывать выезд за рубеж «по прямым поставкам».

Нерегулируемая система договорных отношений между туристом и туроператором (турагентом), отсутствие защиты прав потребителей, стандартов и правил туристского обслуживания приводило к многочисленным случаям мошенничества со стороны некоторых «сомнительных» российских турагентств, появлению на рынке туризма фирм-однодневок, недобросовестных или некомпетентных производителей туристского продукта. Все это отрицательно сказывалось на экономике туризма в целом, порождало необходимость принятия срочных мер по разработке системы государственного регулирования туристской сферы, направленной на решение проблем более активного привлечения иностранных туристов, обеспечение качественного обслуживания и безопасности туристов.

В официальном издании Роскомтуризма появилась информация о том, что в 1993 г. «...разработан проект основ законодательства Российской Федерации о туризме... разрабатывается Федеральная целевая программа формирования организационной экономической и правовой среды для развития отечественного и зарубежного туризма»²⁷. Однако прежде чем эти документы были приняты, вышел Указ Президента Российской Федерации от 25.04.1993 г. № 813 «О дополнительных мерах по развитию туризма в Российской Федерации и об упорядочении использования государственной собственности в сфере туризма», который стал важным отправным перестроечным инструментом. В этом Указе впервые на

²⁷ Российский туристский бюллетень: Туризм: информация, статистика, анализ. 1994. № 1. С. 3.

высшем государственном уровне поддержка развития туризма в Российской Федерации была признана в качестве одной из приоритетных задач государства. Совет министров Российской Федерации принял постановление от 25 декабря 1993 г. № 1343 «О лицензировании международной туристской деятельности в Российской Федерации», регламентирующее обслуживание иностранных граждан на территории России и российских граждан за границей. Таким образом, отныне турфирма могла начинать туристскую деятельность только после получения лицензии. В 1994 году Комитетом Российской Федерации по стандартизации, метрологии и сертификации было принято решение об обязательной сертификации туристско-экскурсионных и гостиничных услуг, что стало важным шагом на пути упорядочения системы туристских услуг и повышения качества туристского обслуживания²⁸. В этом же году были утверждены первые за всю историю российского туризма стандарты в области оказания туристских и гостиничных услуг. Это были четыре стандарта, регламентирующие: общие принципы стандартизации в туризме, проектирование туристского продукта²⁹, обеспечение безопасности туристов³⁰, классификацию гостиниц³¹. Стандарты рассматривались как важный инструмент повышения качества обслуживания туристов и экскурсантов, признак приближения и причастности России к ряду многих других экономически развитых государств мирового сообщества, уделяющих развитию туристской сферы особое внимание.

Роскомтуризм активно работал и на международной арене. В ноябре 1993 г. на 10-й сессии Всемирной туристской организации Россия была избрана в Исполнительный совет UNWTO, Всемирной туристской организацией ООН. Разрабатывались и подписывались соглашения о сотрудничестве в сфере туризма с иностранными государствами, поддерживались контакты и международными туристскими организациями и ассоциациями. Так, в 1993—1995 гг. были подписаны межправительственные о сотрудничестве в области туризма с Грецией, Албанией,

²⁸ Постановление Комитета Российской Федерации по стандартизации, метрологии и сертификации (Госстандарт России) от 4 октября 1994 г. № 18 «Об утверждении Правил сертификации туристских услуг // Российский туристский бюллетень № 2. Туризм: информация, статистика, анализ (ТИСА). М., 1994. С. 14.

²⁹ ГОСТ Р 50681—94. Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг.

³⁰ ГОСТ Р 50644—94. Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования к обеспечению безопасности туристов и экскурсантов.

³¹ ГОСТ Р 50681—94. ГОСТ Р 50645—94. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц.

Республикой Беларусь, Болгарией, Великобританией, Египтом, Индонезией, Ираном, Казахстаном, Китайской Народной Республикой, Молдовой, Польшей, Республикой Корея, Румынией, Турцией, Узбекистаном, Украиной, Францией и рядом других стран. В 1994 году был образован Совет по туризму Содружества Независимых Государств, основной задачей которого было провозглашено «...содействие развитию равноправного и взаимовыгодного сотрудничества в области туризма по линии государственных органов, национальных и региональных туристских ассоциаций, обществ, фирм, предприятий и международных туристских организаций»³².

В 1994 году в Санкт-Петербурге для работников региональных туристских администраций был проведен семинар UNWTO по теме «Планирование устойчивого развития туризма на местном уровне», результаты которого послужили мощным импульсом для активизации работы по созданию программ развития туризма на местном уровне.

Велась деятельность загранпредставительств Роскомтуризма, доставшихся ему «по наследству» от Госкоминтуриста СССР. В 1993 году функционировали 23 загранпредставительства Роскомтуризма в Австрии, Бельгии, Болгарии, Вьетнаме, Германии, Греции, Дании, Египте, Индии, Италии, Канаде, Мексике, Нидерландах, Польше, Словакии, Сирии, США, Финляндии, Франции, Швейцарии, Японии, Югославии. Основной задачей загранпредставительств было продвижение российского туристского продукта на зарубежные рынки. Однако их деятельность в этот период была мало эффективной по причине мизерного финансирования, поэтому концу 1990-х гг. большинство из них были ликвидированы. Тогда же был создан и стенд российской национальной администрации по туризму на международных туристских ярмарках и выставках, расширена рекламно-информационная деятельность.

Как видим, уже с первых лет существования обновленной России туризм стал быстро развиваться как сфера предпринимательской деятельности, которая потребовала специального государственного регулирования, так как возникали проблемы создания качественного национального туристского продукта, защиты и

³² Решение о Совете по туризму государств-участников Соглашения о сотрудничестве в сфере туризма // Российский туристский бюллетень № 2. Туризм: информация, статистика, анализ (ТИСА). М. : 1994. С. 9.

безопасности российских туристов, которые стали активно путешествовать по всему миру. Таким образом, к середине 1990-х гг. были созданы необходимые основания и условия для формирования российской туристской отрасли как высокодоходного сектора экономики, способного обеспечить в обозримом будущем приток валютных поступлений, значительно смягчить социально-экономические проблемы в дотационных регионах (в том числе проблему занятости населения), оказать со временем положительное влияние на состояние экономики страны (в том числе и путем увеличения налогооблагаемой базы), выступить мощным фактором оздоровления нации.

При переходе в начале 1990-х гг. от формации, основанной на государственно-плановом распределении, к рыночной экономической системе вполне закономерно возникал вопрос, на какой общей концепции должна была основываться туристская политика Российской Федерации в новых исторических условиях? Что из прошлых подходов могло в нее войти? А что уже было отброшено самой жизнью?

С распадом СССР и образованием ряда суверенных государств на постсоветском пространстве, регулирование туризма перешло в рамки национального законодательства государств участников Содружества независимых государств — СНГ. Страны Балтии, не входящие в этот альянс, формировали законодательство по туризму самостоятельно, ориентируясь на предстоящее вхождение в ЕС и Шенгенское пространство.

Кардинальное изменение социально-экономических и геополитических условий, нарастание проблем и замедленность преобразований в туристской отрасли вызвали необходимость разработки и принятия на государственном уровне новой концепции. Отдельные, пусть и необходимые, меры по лицензированию и стандартизации не могли решить всех возникающих проблем. Необходим был комплексный подход, который позволил бы применить системные меры по преодолению возникших негативных ситуаций и проблем. И такие меры были приняты. Это произошло в конце 1995 г., когда Указом Президента РФ от 22 декабря 1995 г. за № 1284 была одобрена первая в новой России «Концепция реорганизации и развития туризма в Российской Федерации».

Концепция определила направление дальнейшего развития туризма. Так, в этом основополагающем документе вновь было указано на необходимость активной государственной политики, на создание правовых, организационных и экономических основ формирования в России современной, конкурентоспособной индустрии туризма. Туризм был включен в перечень основных направлений структурной перестройки российской экономики. С учетом Концепции была разработана и утверждена постановлением Правительства РФ от 26 февраля 1996 г. за № 177 Федеральная целевая программа «Развитие туризма в Российской Федерации» (на 1996—2005 гг.).

В программе начала реализовываться система обеспечения в стране правовой, организационной и экономической среды для формирования современной туристской индустрии. При разработке Программы были учтены положения Манильской декларации по мировому туризму (1980), Гаагской декларации по туризму (1989), Осакской конференции министров по туризму (1994), решения Конференции ООН по окружающей среде и развитию (г. Рио-де-Жанейро), Хартии туризма и Кодекса туриста (1985), принятых 6-й сессией Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации (UNWTO), другие решения и рекомендации UNWTO, соглашения по вопросам развития туризма, заключенные между Российской Федерацией и другими государствами. Таким образом, основные направления развития российского туризма были адаптированы к системе международного туристского процесса. Программа носила комплексный инновационный характер и была призвана стимулировать процесс становления в сфере туризма современных рыночных отношений и адекватных им механизмов государственного регулирования. Важнейшими факторами развития отрасли, согласно программе, объявлялись природно-рекреационный и историко-культурный комплексы. Составители программы исходили из того, что наличие богатого культурного и природного потенциала позволяет России завоевывать серьезные позиции на мировом туристском рынке. Для успешного развития туризма, как подчеркивалось в программе, необходимы защита прав путешественников, интересов производителей отечественного туристского продукта и всемерная поддержка внутреннего и въездного туризма, формирование туристской инфраструктуры, подготовка кадров, научное и рекламно-информационное обеспечение продвижения национального туристского продукта на мировом рынке.

В программе декларировалось, что ее реализация позволит более эффективно использовать имеющийся туристский потенциал, оживить отечественный туристский рынок, укрепить материальную базу, сократить дефицит квалифицированных кадров и получить необходимую поддержку развития туризма со стороны государства.

Предусматривалось использование различных форм государственного стимулирования для привлечения в сферу туризма частных инвестиций, включая иностранные. Проблему подготовки туристских кадров намечалось решить за счет структурной перестройки существующей системы образования и широкого использования возможностей учреждений дополнительного образования. Была отмечена необходимость создания системы научного и рекламно-информационного обеспечения продвижения отечественного туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках.

Программа, рассчитанная на 10-летний период, носила многоплановый комплексный характер. Однако в ней не были четко выражены приоритеты по этапам и годам. Все это делало ее громоздкой и трудновыполнимой, что усугублялось проблемами бюджетного финансирования программных мероприятий (точнее — отсутствием такового в большинстве случаев). Это и предопределило в итоге ее досрочное прекращение, что означало невыполнение большинства ключевых позиций развития отечественного туризма.

На фоне быстро набирающего обороты выездного туризма продолжался кризис внутреннего туризма, инфраструктура которого создавалась под принципиально иной механизм финансирования и использования. Отсутствовало лицензирование туристской деятельности в сфере внутреннего туризма. Привлечение, прием и обслуживание иностранных граждан также тормозилось недостаточностью усилий по поддержанию благоприятного образа России как страны туризма на мировом рынке. Отсутствовала достоверная и официальная статистика, отражающая реальную долю туризма в структуре ВВП страны, в налоговых поступлениях в госбюджет, в занятости населения.

Вместе с тем следует признать, что первая Федеральная целевая программа «Развитие туризма в Российской Федерации» положила начало реальному государственному регулированию туристской деятельности, определила основные

направления развития туристской отрасли в стране. Вслед за принятием федеральной программы активизировалась работа по созданию региональных программ развития туризма субъектах Российской Федерации. При реализации первого этапа Федеральной программы был принят ряд важных нормативно-правовых актов. Среди них основополагающую роль играет Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Следует отметить, что Закон, также как и первая федеральная программа, был адаптирован к системе международного туристского процесса и важнейшим международно-правовым актам в сфере туризма, которые стали исходной базой для разработки концептуальных и законодательных основ туристской деятельности в Российской Федерации. Особо следует выделить документы и акты о сотрудничестве государств — участников СНГ в сфере туризма. Одним из первых среди них было Межправительственное соглашение «О сотрудничестве в области туризма» (1993). 29 октября 1994 г. Межпарламентской ассамблеей государств-участников СНГ был принят рекомендательный законодательный акт «Об основных принципах сотрудничества государств-участников СНГ в области туризма»³³. 29 мая 1997 г. Межпарламентской ассамблеей государств-участников СНГ была принята Межгосударственная целевая программа «Развитие туристских связей между государствами участниками СНГ (концепция)»³⁴. Одной из основных задач этой программы, рассчитанной на период до 2003 г., было формирование современной нормативно-правовой базы и основ системы межгосударственного (в рамках СНГ) регулирования туристской деятельности. Предполагалось, в частности, подготовить и принять модельные для стран СНГ правовые акты, регулирующие вопросы страхования туристов, стандартизацию и сертификацию туристских маршрутов и услуг, принятие Правил оказания туристско-экскурсионных услуг в странах СНГ.

Благодаря принятому в 1996 г. Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туризм законодательно стал объектом

³³ Об основных принципах сотрудничества государств-участников СНГ в области туризма. Рекомендательный законодательный акт. Принят Межпарламентской ассамблеей государств-участников СНГ 29 октября 1994 г. // Информационный вестник Межпарламентской ассамблеи государств участников СНГ. Бюллетень № 6. СПб. : Вести, 1995. С. 148—159.

³⁴ Межгосударственная целевая программа «Развитие туристских связей между государствами участниками СНГ (концепция)». Принята Межпарламентской ассамблеей СНГ 29 мая 1997 г. // Квартальнов В. А. Иностраный туризм. М., 2001. С. 249—269.

государственного регулирования в целях обеспечения права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий. На этом же основании туристская индустрия стала рассматриваться как отрасль, обеспечивающая потребности граждан при совершении путешествий, создание новых рабочих мест, увеличение доходов государства и граждан Российской Федерации, развитие международных контактов, сохранение объектов туристского показа, рациональное использование природного и культурного наследия.

Историческое значение Федерального Закона заключалось прежде всего в том, что он впервые в российской практике определял пути государственного регулирования туристской деятельностью. Впервые на законодательном уровне туризм был объявлен индустрией, включающей гостиницы, средства транспорта, объекты общественного питания, объекты и средства развлечения, объекты познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организации, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организации, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков. В последующие годы этот перечень объектов туристской индустрии был существенно расширен. В него вошли операторы туристско-информационных систем, объекты санаторно-курортного лечения и отдыха, а также организации, предоставляющие услуги инструкторов-проводников.

Государственный комитет Российской Федерации по физической культуре и туризму отныне получил право вмешиваться и требовать, чтобы с ним согласовывали изменения таможенных правил, паспортного режима — всего, что затрагивало интересы турбизнеса, в том числе требовать прямых бюджетных ассигнований на разработку целевых федеральных программ. Закон определял принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в Российской Федерации, и регулировал отношения, возникающие при реализации права граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий, а также определял порядок рационального использования туристских ресурсов Российской Федерации. Приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности Законом были определены поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самодетельного туризма.

Впервые в России на законодательном уровне были прописаны права и обязанности туриста при подготовке и во время совершения путешествия. Глава IV Закона посвящена особенностям туристской деятельности в условиях рыночных отношений; выполнению обязательств по заключенным договорам. Глава V — объединениям туроператоров и турагентов, объединениям туристов, условиям их деятельности. Отдельные главы и статьи Закона раскрывали особенности туристской деятельности в отношении использования туристских ресурсов, условий и гарантий обеспечения безопасности туристов, стандартизации и лицензирования, основ международного сотрудничества в сфере туризма, ответственности за нарушение законодательства.

Ситуация в стране для развития турбизнеса складывалась в этот период исключительно благоприятная: росла прослойка состоятельных людей, которые могли и хотели красиво отдыхать, а предпринимательская свобода турфирм пока ничем особенно не ограничивается кроме их собственных финансовых возможностей и амбиций. Опираясь на аналитический обзор ситуации в туристском бизнесе того периода, представленный в отечественной прессе, можно видеть, что среди самых известных и влиятельных российских турфирм середины 1990-х гг., наряду с таким ветераном, как ВАО «Интурист», получают известность и растущую популярность образованная в 1989 г. туристская компания «Роза Ветров» и новорожденный «Светал». В это время особенно громко звучат имена туристских фирм МITS, «Ланта тур», «Мосинтур», «Инна Тур», «Москва Тур», «Айрин», «Академсервис» и др.

Расширялась география выездов россиян за рубеж. Так, если в начале 1990-х гг. представления об отдыхе за границей у российских туристов в основном были связаны со средиземноморским побережьем Франции и Канарскими островами, то уже через пять — шесть лет российские турфирмы начинают активно осваивать Турцию, уже не только как страну, куда можно ездить за покупками, но и в качестве курорта. Пионером в развитии этого направления выступила еще в 1993 г. фирма «Светал». В первый год «Светал» отправил 2300 человек, на следующий — уже почти 6 тыс. Масштабы отдыха наших соотечественников в Турции в те времена легко представить по таким цифрам: в 1995 г. «Светал» увеличил свои квоты с 9 отелей до 15. Вместе с тем в этот период гораздо больше туристов ехало на Канарские острова. Основной поток делили между собой туристские компании

MITS и Ultramar Express, российская фирма, 99% акций которой принадлежало международному туристскому концерну TUI.

Еще одно массовое направление этого периода — Кипр. В 1994 году компания «Академсервис» стало генеральным агентом «Аэрофлота» на этом направлении и фактически его монополизировало. Кипр в значительной степени стал основой будущего успеха этой компании. Постепенно в крупных туристских компаниях приходит понимание системного подхода к построению бизнеса, что означало серьезный прорыв на рынке к качественно более высокой организации предпринимательства в сфере туризма. Больше внимания руководители туристских компаний стали уделять маркетингу, планомерно проводить рекламные кампании. В результате начинают интенсивно осваиваться новые направления и регионы.

Наиболее дальновидные компании все больше обращали свое внимание на внутренний туризм. Началось строительство новых гостиниц во многих регионах России. В 1997 году Правительством России впервые были утверждены Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации³⁵.

Середина 1990-х гг. была временем не только ярких начинаний, но и первых заметных провалов на туристском рынке. Зимой 1995 г. не могли вернуться из Таиланда туристы компании «Делекс», одновременно исчезает ее директор Алексей Шулепов. Зимой 1996—1997 гг. исчез с деньгами клиентов директор компании «Турэксpress». С этого момента в течение нескольких лет аферы с тайландскими чартерами повторялись несколько раз.

В середине 1990-х гг. заметно сокращаются объемы обслуживания, связанные с шоп-туризмом, вызванные, одной стороны, появившимися ограничениями ввоза челноками товаров в нашу страну и, с другой стороны, произошедшими изменениями мотиваций поездок наших сограждан в сторону познавательных, образовательных и оздоровительных туристско-рекреационных интересов.

Появились новые лидеры и новые направления, что особенно ярко видно на примере одной из наиболее динамично развивающихся в середине 1990-х гг. фирм — «Натали Турс». Уже в 1996 г. больше половины всех российских туристов на

³⁵ Постановление Правительства РФ от 15 августа 1996 г. «Об утверждении правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» // Российская газета. 1997. 28 авг.

отдых в главные испанские курорты было отправлено именно через «Натали Турс». Туристский бизнес делает первые шаги по использованию информационных технологий. Летом 1996 г. «Натали Турс» первой из российских турфирм создает собственный сайт в Интернете. Тогда же объявляется о начале бронирования онлайн.

Таким образом, выездной туризм стал в этот период ведущим направлением в развитии отечественного турбизнеса и остается таковым до настоящего времени. Что касается въездного туризма, то приток иностранных туристов хотя и наблюдался, но его прирост оставался незначительным. Максимальное количество иностранных граждан, посетивших СССР, было зарегистрировано в 1989 г. — 7,8 млн человек, что составило 1,8% в структуре мирового туризма. Доля Российской Федерации составила тогда 1,4% — 7,5 млн человек. В 1992—1994 годах доля России упала до 0,6%. Наряду с Интуристом, для которого этот вид деятельности во все времена был традиционным, на рынке въездного туризма в то время активно работали десятки компаний в Москве, Санкт-Петербурге и в других регионах. Так, компания KMP Group в 1995 г. приняла 20 тыс. человек. Фирма предлагала весь спектр туристских услуг: массовый туризм, инсентив, прием бизнесменов и политических деятелей. География приема охватывала Францию, Испанию, Италию, Канаду, США, ЮАР и другие страны. В 1996 году среди иностранных туристов успехом пользовались маршруты: «Москва — Сибирь», «Москва историческая», «Россия — Украина», «Вечная Россия», «Москва — Пекин». Однако дальнейшее расширение спектра приема иностранных туристов сдерживалось невысоким качеством обслуживания во всех секторах туристской индустрии — гостиницах, предприятиях питания и транспорта, высокими ценами на обслуживание, отсутствием во многих случаях комфортной информационной и сервисной среды, а также явно недостаточным продвижением российского туристского продукта на зарубежных рынках. Проблема обеспечения качества обслуживания гостей из-за границы приобретала все большую остроту, и ее решение во многом зависело от государственной поддержки. Отрасли требовались хорошие дороги и подъезды к туристским объектам, создание национальной системы информирования российских и иностранных туристов, улучшение подготовки кадров для работы в сфере туризма и многое другое, на что отдельная туристская компания или гостиница не могут повлиять.

Средства из государственного бюджета на эти цели впервые стали предусматриваться с принятием в 1996 г. Федеральной целевой программы «Развитие туризма в Российской Федерации». Постепенно активизировалась работа на традиционных международных туристских выставках в Лондоне, Берлине, Милане, Токио и Мадриде. При этом особое значение придавалось активизации работы субъектов Федерации. Многие субъекты уже начинали проявлять реальный интерес к туризму. Среди них: Ярославская область, Камчатка, Карелия, Москва, Санкт-Петербург, Новгород, Псков, Коми. Неплохие предпосылки для приема туристов были созданы в Чувашии. В этот же период в ряде регионов и исторических городов были разработаны программы развития, например для городов Александров (Владимирская обл.), Кунгур (Пермская обл.), Сергиев Посад (Московская обл.), Ялуторовск (Тюменская обл.), Корякского автономного округа и Курильских островов, Национального парка «Водлозерский» (Карелия), Тульской области, Большого Сочи и некоторых других территорий.

В этот период, например, научным коллективом Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия им. Д. С. Лихачева были подготовлены рекомендации и предложения по туристскому развитию для таких всемирно известных музеев-заповедников, как «Ясная Поляна», «Пушкинские горы», «Горки Ленинские», «Александровская Слобода» и других — все они, имея колоссальный туристский потенциал, использовали его в весьма скромных объемах, упуская реальные возможности для улучшения своего экономического положения.

Развитию туризма в 1990-х гг. способствовало и создание ряда учебных заведений, готовящих специалистов в сфере социально-культурного сервиса и туризма, гостеприимства, рекреации, курортного дела. Быстро нараставшее количество учебных заведений подобного профиля отражало огромный интерес молодежи к приобретению соответствующих специальностей. В СССР подготовка профессиональных кадров и становление системы туристского образования начали заметно развиваться лишь в годы перестройки. До этого времени кадры для туризма с высшим образованием готовились только в Высшей школе профсоюзного движения им. Н. М. Шверника (ВШПД)³⁶. В советский период ежегодно в ВШПД

³⁶ В настоящее время это Академия труда и социальных отношений.

по специальности «организация туристско-экскурсионной работы» выпускалось всего 20—25 человек. Давние традиции в подготовке туристских кадров имеет Российская международная академия туризма (РМАТ), которая была создана в 1991 г. как преемник существовавшего в советский период профсоюзного Института повышения квалификации работников туристско-экскурсионных организаций (ИПК РТЭО). В том же, 1991 г., на базе Северо-западного филиала ИПК РТЭО был создан Балтийский институт туризма, преобразованный впоследствии в Балтийскую академию туризма и предпринимательства. В годы перестройки появилась Высшая школа туризма и гостиничного дела (до этого в течение многих лет — Институт повышения квалификации работников Госкоминтуриста). Сегодня это успешно действующий на рынке образовательных услуг Московский государственный институт туризма и гостеприимства им. Ю. А. Сенкевича, функционирующий под патронажем Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Правительства Москвы. В 1989 году был образован Сочинский государственный университет туризма и курортного дела — первое в СССР специализированное государственное образовательное высшее учебное заведение в сфере туризма. С середины 1990-х гг. начинает подготовку туристских кадров Московский государственный университет сервиса, получивший впоследствии статус Российского государственного университета туризма и сервиса. Система туристского образования достаточно динамична. Здесь активно проходит процесс стандартизации, расширяются связи образовательных и туристских государственных структур.

По данным Всемирной туристской организации, по доходам от туризма Россия в 1997 г. заняла 9-е место в Европе и 17-е в мире, опередив Грецию, Турцию, Бельгию, Нидерланды. К началу 1998 г. в России насчитывалось более 12 тыс. туристских организаций. Число работников, прямо или косвенно занятых в системе услуг гостеприимства, составляло 8 млн человек. Однако эта благоприятная для российского туризма тенденция была нарушена августовским кризисом 1998 г., который затронул все сектора туристской индустрии: транспортные предприятия, организации общественного питания, турфирмы, гостиницы, музеи, а также экскурсоводов и гидов-переводчиков. Наиболее динамично кризисные процессы происходили в этот период в среде организаторов туристских поездок — туроператорских туристских компаниях. Из-за резкого обесценения рубля по отношению к доллару нарушилась работа банковской системы. Из-за сбоя в

системах платежей и взаиморасчетов понесли убытки и обанкротились десятки туристских компаний, работавших на отправку туристов за рубеж. Гораздо легче было пережить кризис тем, кто работал с российскими здравницами и пансионатами, в которых соответственно большую часть оплаты производил в рублях. Но все фирмы одинаково пострадали от того, что кризис ударил по главному — по потребителю. Паралич банковской системы и обесценивание рубля в течение одной — двух недель оказали разрушительное воздействие на мелкий и средний бизнес, т.е. именно ту социальную группу, которая составляла основную часть любителей путешествий. В итоге спад на выездных направлениях составил порядка 40%. По сравнению с зимой 1997 / 98 г. более чем на 40% снизился в 1999 г. поток туристов в Таиланд, на 32% — в Египет, на 44% — в Чехию и почти на 40% в Испанию и на Канарские острова.

Появились факты безответственного отношения турфирм к своим обязательствам перед туристами. Так, известная в то время крупная туроператорская компания «Экзотрэвэл» оставила Турцию на произвол судьбы более тысячи российских туристов, «забыв» перевести суммы, оплаченные туристами за свой отдых на зарубежном курорте. Решать проблемы этих туристов пришлось с участием МИД России. Подобные случаи произошли и в ряде других туристских компаний.

Резкое падение спроса на туристские услуги привел к сокращению объемов обслуживания, а нередко и к закрытию не только мелких и средних, но и крупных туроператорских компаний. Так, летом 2000 г. закрылась корпорация «Академсервис». Созданная в 1990 г., она работала практически на всех туристских направлениях и делила с Интуристом первое место по приему иностранных туристов в России.

Кризис 1998 г., в частности, характеризовался не только невозможностью для большинства туроператоров исполнять свои обязательства по платежам партнерам-поставщикам услуг, но и лавинообразным падением курса рубля по отношению к конвертируемым валютам. Это делало практически невозможным исполнение обязательств в последующем, после восстановления дееспособности банковской системы, поскольку к моменту такого восстановления авуары туроператоров, замороженные на банковских счетах, падали в реальной стоимости в 4—5 раз. Таким

образом, внешние условия деятельности туроператоров в этот момент новейшей российской истории оказались исключительно неблагоприятными. То, что сравнительно небольшое количество туристов-россиян пострадало в этот период, объясняется, как ни странно, недостаточной развитостью и мощью операторов туристского рынка. Большинство из них имело сравнительно небольшие объемы отправки клиентов, турпоток был чрезвычайно диверсифицирован между малыми, средними и «полубольшими» туроператорами, что и приводило к решению наиболее сложных проблем «всем миром», т.е. к распределению финансовых и организационных рисков. Пожалуй, наиболее крупными банкротствами в период кризиса 1998—2000 гг. стало падение лидеров туристского рынка того времени корпорации «Академсервис» и компании «Инна-тур». Однако обе компании в сильно измененном виде остались на плаву и сохранили свои бренды.

Августовский кризис 1998 г. кардинально изменил картину туристского рынка. Если в середине 1990-х гг. главной чертой рынка можно было считать его хаотичность, неструктурированность, то к 2000 г. практически на каждом направлении уже сформировались ярко выраженные лидеры. Показателен в этом смысле Кипр, который в это время был все еще очень популярен у наших туристов. По 20% этого рынка держали «Натали Турс» и «Библио-Глобус». Компании MIBS, ТройкаСуррус и «Зевс Трэвел» имели 24% на троих. 19% делили «Франс-турс+», «Супер Нова», ICS и LibraHolidays. Академсервиса, открывателя и многолетнего признанного лидера этого направления, среди них уже не было. По Испании к этому времени уже несколько лет лидировала «Натали Турс» примерно, с 35%. Около 20% падало на долю «Невы», «ВКО Тревела» и «Времени», порядка 10% — у «Франс-турс+», «Сольтура» и «Иналекса».

Появилась ясность и в приоритете среди российских туристов самих направлений. Отныне главным направлением устойчивого туристского потока из России стала Турция. Изменились лидеры туристского рынка на данном направлении. В послекризисный период набирал силу крупнейший оператор отечественного рынка «Тез тур», его доля в 2001 г. составила почти 20% турецкого рынка. Примерно столько поделили между собой «Пегас» и «Мострэвел», а 15% — «Бентур», «Кориал», «Детур» и «ПАК Групп». На долю тех, кто когда-то «открывал» Турцию — Cresta, «Трек Трэвела», «Спектрума», «Тройки», приходилось уже не более 15%.

В трудных послекризисных условиях, когда с особой четкостью проявились все «прорехи» и слабости государственных механизмов регулирования туристского рынка, возникла проблема не защищенности не только туристов от недобросовестных турфирм, но и защиты отечественных туристских компаний перед недобросовестными партнерами, с новой остротой встали вопросы необходимости усиления роли государства в деле регулирования возникающих проблем и принятия соответствующих мер как на уровне законодательства, так и в области управленческих решений.

Характерной особенностью после кризисного периода явилось то, что туроператорские компании как организаторы туризма начали активно переключаться на обслуживание граждан внутри России. Их деятельность на внутреннем туристском рынке заметно активизировалась. Уже в сезон 1999 г. резко возрос спрос на туристские услуги традиционных туристских дестинаций Российской Федерации, такие как Черноморское побережье Кавказа, Поволжье, Центральный район (Подмосковье, Селигер, Смоленское Поозерье и т.д.), Русский Север (Карелия) и многие другие территории не только в Европейской, но и в Азиатской части территории России. Крупные туристские компании, которые добились успехов на рынке выездного туризма, стали активно открывать департаменты по въездному и внутреннему туризму.

Однако российских туристов, познавших заграничный сервис и отправившихся по внутренним маршрутам, ждало зачастую глубокое разочарование: ни транспорт, ни гостиницы, ни предприятия питания и другие компоненты туристской системы оказались не готовы к удовлетворению возросших потребностей отечественных путешественников. С учетом новых тенденций принципиально изменилась система лицензирования туристской деятельности. В соответствии с принятым в конце 2001 г. Федеральным законом «О лицензировании отдельных видов деятельности», лицензирование туристской деятельности стало распространяться на организаторов не только международного, но и внутреннего туризма.

Все это послужило основанием для совершенствования взаимоотношений между представителями турфирм, перевозчиками, гостиничного бизнеса, предприятиями питания, музеями и другими участниками туристской индустрии.

Сложности возникали, например, при единовременной организации массовых заездов детей в летние лагеря, когда железнодорожный транспорт не мог обеспечить таких единовременных объемных перевозок.

Не только система перевозок, но и сами российские курорты оказались не готовыми удовлетворить спрос на отдых внутри страны. Поэтому первое послекризисное лето 1999 г. было очень тяжелым для турбизнеса — массовые перепродажи в самых популярных отелях Сочи, недобросовестность в обязательствах по бронированию, немотивированные отказы. На места, куда должны были прибывать по договору клиенты турфирм, заселяли людей с улицы, просто потому что они могли заплатить за место больше и наличными. В отличие от европейского рынка на российском рынке далеко не везде была отработана система бронирования. Сервис сильно отставал от того, что успели увидеть туристы за докризисные годы в других странах. Не отставала только цена, которая оказалась сопоставимой с отдыхом на иностранных курортах. Серьезное беспокойство у региональных властей в этот период начинает вызывать слабое освещение в СМИ различных вопросов регионального туризма, что, по их мнению, явилось одним из серьезнейших препятствий для развития въездного туризма.

Такое мнение подтверждалось и соответствующими международными нормами. Например, в принятом в этот период Глобальном этическом кодексе туризма (1999) было обращено особое внимание на роль и значение деятельности СМИ в вопросах продвижении туризма. В соответствии с Кодексом, пресса, особенно специализированная, а также другие средства массовой информации, включая современные средства электронной коммуникации, должны обеспечивать правдивую и сбалансированную информацию о событиях и ситуациях, которые могут повлиять на посещаемость туристами данных территорий. Они также должны обеспечивать потребителей туристских услуг точными и надежными сведениями о состоянии туристских ресурсов. Однако предложения по разработке многопрофильного туристского портала России в глобальной сети «Интернет», или по созданию на одном из федеральных каналов телепередачи, разъясняющей политику государства в сфере туризма, а также пропагандирующей российские природные и культурные объекты наследия, реальную поддержку получили только после 2008 г.

И теме не менее изменившаяся в результате кризиса конъюнктура туристского рынка и осязаемое повышение спроса на внутренний и въездной туризм послужили реальным импульсом для начала систематической работы туристских компаний с российскими курортами, а государство стало предпринимать первые реальные шаги по выделению инвестиций на развитие и укрепление туристской инфраструктуры в отдельных регионах страны.

Соответственно, у организаций и предприятий, обладающих материальной базой, многолетним опытом работы по обслуживанию туристов, появилась реальная возможность значительно увеличить объемы обслуживания, привлекая отечественных и иностранных туристов в свои регионы, каждый из которых обладает уникальным туристским предложением, вполне конкурентоспособным на туристском рынке.

У российских туроператоров в регионах, работающих на прием иностранных и отечественных граждан, туристских предприятий — гостиниц, санаториев, пансионатов, домов отдыха, профилакториев и других средств размещения актуализировались предпосылки и основания для возрождения внутреннего и дальнейшего развития въездного туризма. Однако эти возможности все же использовались в весьма ограниченных размерах.

Сложилась ситуация, при которой, с одной стороны, образовался дефицит туристских путевок на отдых в целый ряд туристских центров и, с другой стороны, очень многие учреждения во многих регионах оставались незагруженными. В итоге значительная часть населения оставалась без эффективного туристского отдыха, а туристские компании упускали реальную выгоду, недополучая весьма существенные средства по причине отсутствия туристов. И если при этом география внутреннего туризма стала все же значительно разнообразнее, то география въездного туризма в своих главных чертах изменилась в этот период незначительно — по-прежнему преобладающая масса потока иностранных туристов следовала в Москву и Санкт-Петербург, частично ответвляясь на «Золотое кольцо», круизы по Волге и фрагментарно насыщая отдельные приграничные территории.

Такое положение было вызвано, безусловно, и экономической нестабильностью в нашем государстве, однако существовало немало субъективных причин, по которым туризм так и не стал в этот период значимой отраслью

экономики страны, хотя движение в этом направлении, несомненно, начало ощущаться. Так, из-за отсутствия финансирования перестали выполняться положения и мероприятия Федеральной программы развития туризма, утвержденной в 1996 г. Не обновлялись и не совершенствовались стандарты в сфере туризма, что привело к дискредитации самой идеи сертификации туристских услуг и услуг гостиниц, которая к тому же с 2002 г. в связи с принятием Федерального закона «О техническом регулировании» стала носить добровольный характер. Слабая методическая обеспеченность перспективного туристского планирования не позволяли правильно осваивать богатейший туристский потенциал нашей страны, эффективно продвигать российский туристский продукт на отечественный и международный туристские рынки. Сказывался и недостаток внимания в этот период к научному обеспечению туристской отрасли в целом, которое было необходимо всем секторам туристской индустрии. Не был подкреплён соответствующими научными и методическими разработками процесс формирования квалифицированного кадрового корпуса работников туристской сферы.

Еще одна причина сложившегося неустойчивого положения и развития отечественной туристской сферы — неупорядоченность информации на туристском рынке, в результате чего необходимая информация в среде организаторов туризма не доходила как до потенциальных партнеров, так и до самих туристов. При этом современные информационные технологии использовались явно в недостаточной степени. Осуществлялись первые попытки применения принципов сетевого маркетинга в сфере туризма, действовало «сарафанное радио», а многие компании продолжали обходиться наработанными связями с партнерами и клиентами, не давая при этом никакой рекламы. Создававшиеся и действующие в то время локальные туристско-информационные сети различных корпораций замыкались в итоге на своих коммерческих интересах и не в полной мере использовали имеющиеся резервы. В итоге решение проблемы с дефицитом, рассеянностью и неупорядоченностью информации было найдено с началом создания в конце 1990-х гг. в регионах России специализированных туристско-информационных центров (ТИЦ), сеть которых начала активно развиваться в первые годы нового тысячелетия.

Как видим, для успешного продвижения российского турпродукта на отечественном и международном туристских рынках уже в начале первого

десятилетия нового века явно ощущалась необходимость разработки новой концепции, в основе которой не только должен быть заложен качественный туристский продукт в рамках деятельности современного туристского комплекса с подготовленными кадрами и всей правильно рассчитанной туристской инфраструктурой, но и широкое применение современных информационных технологий для его эффективного продвижения на туристские рынки.

Пříloha 2 – Přepis znaků cyrilice podle nařízení vlády č. 594/2006 Sb.

ПРЕПИС ЗНАКŮ CYRILICE

I. Přepis znaků cyrilice

А а	=	a	К к	=	k	С с	=	s
Б б	=	b	Л л	=	l	Т т	=	t
В в	=	v	М м	=	m	У у	=	u
Д д	=	d	Н н	=	n	Ф ф	=	f
Ж ж	=	ž	О о	=	o	Ц ц	=	c
З з	=	z	П п	=	p	Ч ч	=	č
Й й	=	j	Р р	=	r	Ш ш	=	š

II. Zvláštní přepis některých znaků cyrilice z ruského jazyka

CYRILICE	ПРЕПИС	ПРИКЛАДЫ	ПРЕПИС
e	<i>je</i> na začátku slova, po samohláskách a jerech <i>ě</i> po д, т, н	Есенин Вересаев Арсеньев Державин Рождественский Теплов Тургенев Венера	Jesenin Veresajev Arseňjev Děržavin Rožděstvenskij Těplov Turgeněv Veněra
e	<i>e</i> po д, т, н u jmen západoevropského původu a u jmen Ukrajinců <i>e</i> po ostatních souhláskách* * Pozn. Po retnicích v některých jménech, která ve svém povědomí spojujeme s domácími slovy, v nichž se píše <i>ě</i> , je přípustné tradiční psaní s <i>ě</i> : Белинский - Bělinskij vedle Belinskij, Бедный - Bědnyj vedle Bednyj.	Штернберг Цандер Потебня Известия Лермонтов Менделеев Петровка Сергей	Šternberg Cander Potebňa Izvestija Lermontov Mendělejev Petrovka Sergej
ě	<i>jo</i> kromě po ро д, т, н a ро ж, ш, ч, щ	ёлка Королёв Семёнов- Тян- Шанский Фёдоров	jolka Koroljov Semjonov- Ťan- Šanskij Fjodorov
дѐ, тѐ, нѐ	<i>d'o, t'o, n'o</i>	Будённый Тёркин Огонёк	Bud'onnyj Ťorkin Ogoňok
жѐ, шѐ, чѐ, щѐ	<i>žo, šo, čo, ščo</i>	Жёлтые Воды шёлк Лихачёв Щёголев	Žoltyje Vody šolk Lichačov Ščogolev
э	<i>e</i>	Эрмитаж Эренбург поэзия	Ermitáž Erenburg poezija
и	<i>i</i> všude kromě po ь	Иваново Иоффе станции Ильич	Ivanovo Ioffe stancii Iljič

Ъ	vynechává se	съезд адъютант	sjezd adjutant
Ь	vynechává se kromě po д, т, н	Горький Кольцов	Gorkij Kolcov
ДЬ, ТЬ, НЬ	<i>d', t', ŋ</i>	Аркадьев Третьяков Усть-Илимск Арсеньев	Arkaďjev Tret'jakov Ust'-Ilimsk Arseňjev
Ы	у	Быковский	Bykovskij
Ю, Я	<i>ju, ja</i> všude kromě po д, т, н	Юрий Любовь Яковлев Маяковский Ляпунов Дюр Тютчев Нюра	Jurij Ljubov Jakovlev Majakovskij Ljapunov Ďur Tutčev Ňura
ДЯ, ТЯ, НЯ	<i>d'a, t'a, ŋa</i>	Володя Тябликов Ваня Зализняк	Volod'a Ťablikov Vaňa Zalizňak
Г	<i>g</i>	Гайдар	Gajdar
Х	<i>ch</i>	Шолохов	Šolochov
Щ	<i>šč</i>	Щерба	Ščerba
КС	х ve slovech, kde je zřetelný západoevropský nebo řecký původ <i>ks</i> v ostatních případech	Александр(ов) Алексей Асаков саксаул	Alexandr(ov) Alexej Aksakov saksaul

Anotace

Jméno a příjmení autora: Bc. Lenka Chrastinová

Název fakulty a katedry: Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, katedra slavistiky

Název diplomové práce: Překlad odborného textu z oblasti cestovního ruchu s translatologickým komentářem

Vedoucí práce: doc. PhDr. Zdeňka Vychodilová, CSc.

Počet znaků: 152 142

Počet příloh: 2

Počet titulů použité literatury: knižní zdroje – 39 , elektronické zdroje – 16

Klíčová slova: překlad, odborný text, cestovní ruch, perestrojka, turismus

Charakteristika práce: Tato diplomová práce je věnována překladu odborného textu z oblasti cestovního ruchu a translatologickému komentáři. V první kapitole se zaměřujeme na pojem styl a klasifikaci funkčních stylů ruského a českého jazyka. V druhé kapitole popisujeme odborný styl, uvádíme jeho klasifikaci a charakteristické rysy. Stěžejní část práce představují třetí a čtvrtá kapitola, tedy překlad odborného textu a translatologický komentář.

Annotation

Name and surname: Bc. Lenka Chrastinová

Name of the department and the faculty: department of the Slavonic studies, Faculty of Arts, Palacký University Olomouc

Title of thesis: Translation of a scientific text from the field of tourism with a translational commentary

Supervisor: doc. PhDr. Zdeňka Vychodilová, CSc.

Number of characters: 152 142

Number of attachments: 2

Number of titles of used literature: 39 + 16

Key words: translation, scientific text, tourism, perestroika

Abstract: The diploma thesis focuses on the translation of a scientific text from the field of tourism with a translational commentary. The first chapter deals with the definition of the term „style“ and the classification of functional styles of Russian and Czech languages. The second chapter is focused on the scientific text, its classification and its morphological, syntactic and lexical characteristics. The main part of the diploma thesis is covered by the translation and the translational commentary.