

Mapovanie jazykovej krajiny vo východo-slovensko-maďarskom pohraničnom regióne

Výsledky výskumu založenom na anketách, participačnom pozorovaní a expertných rozhovoroch

Situačná analýza

Kľúčové slová: jazyková krajina, cezhraničná spolupráca, Stredovýchodná Európa, turizmus, obchod, pohostinnosť



ISBN: 978-963-503-763-6

Vypracované

z poverenia Korporácie

Budapesti Corvinus Egyetem

Vypracovalo

Európai Polgár Közhasznú Alapítvány

Obsah

I. Teoretické pozadie	3
II. Metodológia	4
2. 1. Získavanie vzoriek, dotazníkový prieskum	4
2. 2. Participačné pozorovanie	5
3.3. Expertný rozhovor	5
III. Jazyková krajina: Situácia a potreby maďarsko-slovenského pohraničného regiónu. Všeobecná situácia.....	6
IV. Otázky a hypotézy výskumu	8
V. Kvalitatívny výskum. Mapovanie súčasného stavu troch cieľových oblastí.....	9
5.1. Turizmus/ubytovanie a stravovanie	9
5.1.1. Atraktivity (ZOO, kaštiele, múzeá).....	9
5.1.2. Stravovanie a ubytovanie	12
5.2. Ubytovacie a stravovacie služby.....	13
5.2.1. Terénne práce v Maďarsku	13
5.2.2. Terénne práce na Slovensku	15
5.3 Obchod	18
5.4 Verejné služby	18
5.5. Iné.....	19
VI. Kvalitatívne výsledky	20
6.1. Metodológia	20
6.2. Prehľad	20
6.2.1. Potreby a možnosti jazykovej krajiny podľa typu obchodnej prevádzky	22
6.2.2. Jazykové služby a úspech obchodov.....	24
6.2.3. Jazyková krajina podľa veku respondentov.....	26
6.3. SWOT, based by quanti data	28
VII. Zhrnutie	29
7.1. SWOT	31
7.2. Návrhy	32
7.3. Ďalšie možnosti	33
VIII. Bibliografia	34

I. Teoretické pozadie

Metóda v podstate obsahuje kvalitatívne aj kvantitatívne prvky (Shohamy – Ben-Rafael 2015). Zhromaždený obrazový materiál je v rámci kvantitatívnej (1) analýzy triedený podľa rôznych kritérií a vykazuje sa z neho percentuálne alebo frekvenčné rozloženie. Pri kvalitatívnych (2) analýzach je oveľa podstatnejší obsah a účel, na základe ktorých je určitý text uverejnený na verejných priestranstvách. Pri obsahových analýzach sa popri charakteristických vlastnostiach v spoločenskom prostredí interpretuje symbolický význam jazykov. V našej analýze využijeme obe metódy.

V prvom rade je využívaná na analýzu viacjazyčnosti na multietnickom území. Shohamy (2006, 2015) demonštruje, akú dôležitú úlohu v používaní jazyka môže zohrávať jazyková krajina. Význam jazykovej krajiny umiestňuje v procesoch jazykovej politiky. Jazyková krajina v jeho interpretácii umožňuje vnímať a vidieť ideológie, ktoré ovplyvňovali rôzne kroky jazykovej politiky (zákony, nariadenia) (Shohamy – Waksman 2009: 314). V analýze jazykovej politiky znamená jazyková krajina analýzu textov uverejnených na verejných priestranstvách (Backhaus 2006, Laihonon 2012, Shohamy a Waksman 2009), vďaka ktorým sa symbolická expanzia daného jazyka stáva zreteľnou, viditeľnou. Túto expanziu vo väčšine prípadov zabezpečujú a garantujú právne jazykové možnosti.

Analýzy jazykových krajín sa objavujú aj v hodnotení hospodárskych mechanizmov. V analýze hospodárskych mechanizmov zohráva vlastná jazyková krajina a obsah vysielaný cieľovej skupine len symbolickú úlohu. O symbolickom obsahovom význame jazykovej krajiny autorská dvojica Scollon-Scollon (2003) konštatuje, že využívanie jazyka v spojitosti s produktom alebo službou môže označiť komunitu, ktorá ho využíva, ale môže sa využiť aj na jej úplné izolovanie tejto komunity od ostatných obyvateľov územia. Využívanie jazyka daného nápisu môže teda ohraničiť, označiť alebo vylúčiť niekoho z cieľovej skupiny.

Analýza jazykovej krajiny sa využíva aj vo výskumoch v oblasti turizmu a cestovného ruchu. Dick Vigers (2013) napríklad skúmal využívanie francúzskeho a bretónskeho jazyka na verejných priestranstvách v Bretónsku. Jeho analýza poukázala na to, že na nápisoch turisticko-destinačných tabúľ, reštaurácií, barov, obchodov bolo možné používanie bretónskeho jazyka hodnotiť ako istú ochrannú známku alebo ako predajnú ponuku historického dedičstva. V turizme (na kultúrnych podujatiach, v cestovnom ruchu, miestnych potravinárskych produktoch) sa ťaží z obchodného potenciálu symbolického využívania jazyka (Vigers 2013: 184). Gertrud Reershemius (2011) prostredníctvom nárečia s nízkou prestížou ilustroval, že periodicita viditeľných a čitateľných nápisov v skutočnosti neodzrkadľuje reálne využívanie dialektu. Využívanie jazyka takýmto symbolickým spôsobom sa uskutočňuje v prvom rade v záujme vytvorenia regionálnej identity a popri tvorbe regionálnej identity aj dosahovania hospodárskeho zisku. Jazyková krajina teda môže stvárniť tak reálnu, ako aj nereálnu intenzitu využívania jazyka. V procese analýzy jazykovej krajiny nepostačuje iba interpretovať výskyt jazyka, treba vidieť aj to, s akým cieľom a z akého dôvodu sa reálne vyskytuje. Práve preto v rámci analýzy berieme do úvahy aj fakt, že jazyková krajina zabezpečuje takú prizmu využívania jazyka, ktorá je spoločensky, politicky a prostredím charakterizovaná, pretváraná a ovplyvňovaná (Shohamy – Waksman 2009: 314).

II. Metodológia

Skúmanie jazykovej krajiny je zložitá metóda, resp. výskumný cieľ, aplikujúci viaceré riešenia sociologického a ekonomického výskumu. Môže pozostávať z rôznych zložiek, pri koncipovaní jazykovej krajiny regiónu si môžeme vyberať z výskumných prostriedkov rôznych disciplín v závislosti od toho, aké územie a za akých podmienok skúmame; čiže máme možnosti na využitie vhodných, adekvátnych prostriedkov, zvolených podľa témy výskumu. V rámci nášho konkrétneho výskumu sme mali možnosť aplikovať a kombinovať tak kvalitatívne metódy spoločenských vied (sociológia, antropológia), ako aj ich kvantitatívne metódy v záujme získania relevantných výsledkov v rámci výskumu jazykovej krajiny vybraného úseku maďarsko-slovenského pohraničného regiónu. Použité metódy popri tom, že umožňujú viachľadiskové skúmanie, poskytujú spoľahlivé východisko pre to, aby sme na základe získaných výsledkov mohli vysloviť názor nielen na našich respondentov, ale aby sme získané výsledky mohli na určitej úrovni zovšeobecniť na celý vybraný región. Umožňuje to tak aplikácia techniky survey, ako aj okolnosť, že pri získavaní kvalitatívnych údajov, najmä týkajúcich sa participatívneho pozorovania, sme sa neusilovali o lokálne merania, ale snažili sme sa prejsť celý pohraničný región v záujme získania čo najhlbšieho ponoru do problematiky. Naším cieľom použitím týchto metód bolo získať relevantný obraz o tom, aké jazyky sa objavujú na území pohraničného regiónu v prevádzkovej praxi organizácií a inštitúcií v oblasti cestovného ruchu.

2. 1. Získavanie vzoriek, dotazníkový prieskum

Cieľom získavania údajov spôsobom survey je štandardizovaným opýtaním početnej vzorky respondentov získať informácie, ktoré vďaka svojej kvantite verne odrážajú charakteristiky skúmaných respondentov v danej téme (či už sú respondentmi osoby, alebo prostredníctvom nich inštitúcie; spomínanými charakteristikami môžu byť akékoľvek merateľné vlastnosti, názory, atribúty). Technika survey sa používa v situáciách, keď sa v stanovenej, presne popísanej tematike chceme prepracovať k pomerne veľkému počtu respondentov. Pre to, aby sme na základe odpovedí respondentov získali obraz nielen o ich názoroch, ale o celom okruhu tých, na ktorých chceme tieto informácie vzťahovať, získavanie vzoriek musí prebehnúť kvalitne. Kvalitné získavanie vzoriek v ideálnom prípade znamená náhodnosť, avšak zabezpečenie toho je mimoriadne náročné, keďže kritérium náhodnosti znamená, že všetky subjekty (najčastejšie osoby) patriace do davu, v tomto prípade hospodárske subjekty činné v cestovnom ruchu pohraničného regiónu, majú rovnakú, ani o málo väčšiu, ani o málo menšiu šancu dostať sa do vzorky opýtaných, a dokonca aj vyjadrujúcich sa respondentov. Keďže toto riešenie nie je možné vo svojej čistej forme garantovať v medzinárodnom alebo domácom získavaní údajov, štatistici, zaoberajúci sa touto metódou, sa snažia zabezpečiť kvalitnú vzorku, približujúcu sa k úplnej náhodnosti charakteristicky zložitejším prístupom. Počas získavania vzorky sme využili vrstvenie, čiže najprv sme vybrali obce a nie samotných respondentov a určili sme, v ktorých obciach musíme navštíviť koľko predstaviteľov akých typov organizácií (ktorých počet sme sa snažili prispôsobiť úmerne veľkosti obcí). Takto sme garantovali zastúpenosť organizácií, pôsobiacich od najmenších po najväčšie obce v našej vzorke, a tak sme po analýze našich údajov mohli naše finálne výsledky vzťahovať na celý pohraničný región. Po získaní vzoriek sme sa v týchto obciach teda dotazníkom opýtali určitý počet organizácií so stanovenými vlastnosťami (okruh činnosti). Pri zostavení dotazníka sme sa snažili o to, aby otázky boli štandardizované, účelné a aby dotazník nebol príliš rozvláchny. Kladenie otázok však bolo jednou zo súčastí súhrnnej terénnej práce, v rámci ktorej bo realizovaný čo najkomplexnejší výskum zvyklostí jazykového prejavu danej organizácie. V prípade, že bol na mieste prítomný predstaviteľ firmy, sme kontakt nadviazali a dotazník vyplnili s ním, v opačnom prípade s jeho zamestnancom (vo viacerých prípadoch nám predstavitelia prevádzok boli k dispozícii dodatočne pre vyplnenie dotazníka). Otázky sa týkali zvyklostí jazykového prejavu organizácií, resp. v rámci toho aj údajov, ktoré sú pozorovaním

nepovšimnuteľné: zloženie zákazníkov, jazykové znalosti zamestnancov, atribúty. Na základe výsledkov dotazníkového prieskumu sme mohli rekonštruovať aj činitele, ktoré mohli počas pozorovania zostať vzhľadom na jeho časové a priestorové limity nepovšimnuté.

2. 2. Participačné pozorovanie

Cieľ participačného pozorovania by sme účelne mohli charakterizovať ako sledovanie reality takej, aká je znaleckým okom a jej následný opis vedeckým prístupom. Vlastná metóda je objavom zakladateľov vedeckej disciplíny kultúrnej antropológie, mnohí ju považujú za najdôležitejšiu metódu antropológie. Participačné pozorovanie totiž výskumníkov, najmä v prípade odhaľujúcich výskumov, umožňuje, aby po príchode do skúmaného, obvyčajne neznámeho terénu mohol bez prekonceptí a predbežných otázok priamo zažiť okolnosti a mať možnosť, vychádzajúc z miestnej kultúry, opísať zažitú skúsenosť. Je to dôležité z dôvodu, že na základe vplyvov na výskumníka je možné skúsenosti sformulovať, dojmy, ktorých predmet vznikol tiež z miestneho života, vedecky štruktúrovať. Následkom toho otázky, tvoriace východisko tak skúseností, ako aj neskorších analýz, sa môžu vytvárať indukčným spôsobom (na rozdiel od, vo svojej podstate deduktívnych výskumných riešení, využívaných v iných vedeckých disciplínach, zakladajúcich sa na stanovení hypotéz). Metóda sa stala nenahraditeľnou od 18. storočia najmä v spoznávaní cudzích kultúr, pri ktorých popri tom, že vytýčeným cieľom výskumníkov bolo vedecké zmapovanie neznámych spoločností, bolo dôležitým kritériom dokázať zanechať západné, európske zakorenenosti, aby sa fungovanie spoločností nesnažili spoznávať na základe vopred pripraveného meradla, ale vychádzajúc z ich vnútra a následne ich opísať vedeckými prostriedkami. Samozrejme, najväčším výskumníkom kultúrnej antropológie to v mnohých prípadoch trvalo mesiac, dokonca roky, ale nimi vyvinuté metódy sú aplikovateľné aj dnes v rámci dlhšie alebo kratšie trvajúcich kvalitatívnych, najmä odhaľujúcich výskumov. Naším cieľom bolo použitie tejto metódy, aby sme hlavné charakteristické črty jazykovej krajiny regiónu odhalili systematickými prostriedkami z pohľadu situácie miestnych turistov.

3.3. Expertný rozhovor

Dotazníkový zber údajov je vhodný na sformulovanie komplexného obrazu o spoločensko-ekonomickom, inštitucionálnom prostredí a stave skúmanej tematiky; aby sme však získali náhľad na hlbší systém súvislostí, mechanizmy činnosti v priebehu ich procesov danej problematiky, po spoznaní výsledkov bolo dôležité, aby sme v záujme ich interpretácie zhotovili hĺbkové rozhovory s osobami, ktoré sa aj sami zaoberali skúmanou otázkou. Tieto hĺbkové rozhovory sme preto robili s odborníkmi z organizácií, ktoré sme v skoršej fáze výskumu zmapovali – aktívnymi účastníkmi miestneho štátneho-podnikateľského-treťosektorového-cirkevného spoločenského života, majúcich prehľad o vyskytujúcich sa problémoch. Takto získané informácie nám poskytli možnosť interpretovať súvislosti pri tvorbe tejto analýzy. Vysvetlenia vyskytujúce sa v spojitosti s prezentáciou získavania údajov spôsobom survey sa tak nezameriavali len na opísanie holých úkazov, ale podložene ozrejmili aj súvislosti v rámci ich pôsobenia. Rozhovor ako výskumná metóda poskytujúca nezovšeobecniteľné kvalitatívne informácie plní dva dôležité ciele. 1) poskytuje príležitosť na presné naplánovanie získavania údajov spôsobom survey v záujme eliminácie možných profesionálnych pochybení, 2) pomáha interpretovať získané výsledky. Zhotovovanie expertných rozhovorov v rámci výskumu plnilo prvý cieľ. Pomocou nich sa nám, ako doplnenie našich skúseností, naskytla príležitosť porozprávať sa s predtým neznámymi informátormi. V priebehu týchto rozhovorov sa mohli objaviť nové typy otázok, súvisiacich s problematikou a mohli sme preskúmať dovtedy nepoznané aspekty pozorovaných javov. Cieľom výskumníkov v tomto prípade je, aby ďalšie fázy práce mohol začať fundovane, so súčasným využitím viacerých perspektív. V rámci expertných rozhovorov sme vyhľadali informátorov, ktorých sme požiadali aj o spoluprácu, v danej disciplíne disponujúcich rozsiahlymi skúsenosťami a ktorí sú predstaviteľmi ktorejkoľvek úrovne inštitucionálnej štruktúry: vedúci, podriadení alebo skúsení predstavitelia tretieho sektora. V našom

výskume bola teda realizácia expertných rozhovorov zdôraznene dôležitá, lebo nám pomohla v rámci dotazníkového prieskumu získavať relevantnejšie odpovede v záujme toho, aby sme problémy, súvisiace s jazykovou krajinou regiónu, mohli vidieť v úplnom systéme ich vzťahov.

III. Jazyková krajina: Situácia a potreby maďarsko-slovenského pohraničného regiónu. Všeobecná situácia.

Jazykový zákon na Slovensku je riadený princípmi legislatívy z obdobia zmeny spoločenského zriadenia, z roku 1995, resp. nariadeniami vlády z roku 2001, v ktorých zohrávala významnú úlohu ideológia národného štátu. Slovenský jazyk je pozdvihnutý na štátny symbol spolu s hymnou a štátnym znakom. Vtedajšie a súčasné politické sily a občianske hnutia vyznávajúce krajne nacionalistickú ideológiu to odôvodňovali a dodnes odôvodňujú tým, že v období Sovietskeho zväzu sa vžila tendencia, že v prevažne menšinami obývaných územiach sa využívanie slovenského jazyka dostalo v súkromnej sfére do úzadia a ďalšie generácie neboli v menšinových školách dostatočne motivované k osvojeniu si štátneho jazyka (Vass 2013, Szabó Mihály 2002). Aktuálna vláda v roku 2009 pripravila novelizáciu zákona, v ktorom sa dôraz už nekladie na menšinové práva, ale presúva sa na ľudské práva a obmedzujú sa ústupky v oblasti využívania menšinových jazykov. V dopadovej štúdii z roku 2010 Organizácia pre bezpečnosť a spoluprácu v Európe a Benátska komisia upozornila na to, že na základe Európskej charty menšinových a regionálnych jazykov (2001) aktuálne platný zákon o používaní štátneho jazyka vo viacerých oblastiach obmedzuje praktické používanie jazykov národnostných menšín (Vass 2013). V zhrnutí môžeme vyhlásiť, že zákony vzťahujúce sa na menšiny sú na Slovensku chaotické, preto nie je jednoznačné, kedy má človek právo využívať svoj materinský jazyk a kedy je povinné využívanie štátneho jazyka. Hnutie za dvojazyčné južné Slovensko (DJS) vzniklo ako civilná iniciatíva, ktorá sa pokúša nastoliť poriadok a prostredníctvom rôznych akcií demonštrovať, kde všade je možné využívať jazyky menšín podľa platnej legislatívy (Vass 2013). Jeho činnosť je možné rozdeliť do dvoch hlavných častí. Sčasti je to aktivita upozornenia majiteľov na možnosť umiestňovania nálepiek do prevádzok obchodov, podnikov a svojich reklamných materiálov s cieľom upozornenia na možnosť využívania maďarského jazyka. Popritom v obciach s obyvateľstvom maďarskej národnosti umiestňujú nové tabule namiesto chýbajúcich a starých slovensko-maďarských tabúl označujúcich názvy ulíc. Naposledy sa zavedenie viacjazyčnosti podarilo zrealizovať na železniciach, avšak túto možnosť sa aktivistom podarilo vybojovať až po mnohých úradných rokovaniach. Z pohľadu nášho súčasného výskumu sa pre nás dôležitou stáva prvá spomenutá aktivita umiestňovania nálepiek, pomocou ktorej sa pokúšajú v súkromnom sektore nielen upozorniť na možnosť viacjazyčnosti, ale rovno ju aj uskutočniť.

Zisťovali sme aj platnú legislatívu upravujúcu využívanie jazykov v Maďarsku. Maďarsko nemá osobitný jazykový zákon. Legislatívne predpisy upravujúce používanie jazykov nájdeme v ústave prijatej v roku 2011, kde sa venujú najmä možnostiam používania jazykov národnostných menšín. Okrem ústavy sa nariadenia upravujúce používanie jazykov objavujú aj v iných zákonoch. Vzťahujú sa najmä na jazyky využívané v hospodárstve, resp. národnostnými a etnickými menšinami na území krajiny. Pred vstupom do Európskej únie (1. máj 2004) bol v roku 2001 prijatý zákon o „využívaní maďarského jazyka v hospodárskych reklamách, nápisoch obchodov a pri publikovaní verejnoprospešných oznamov (zákon č. XCVI. z roku 2001). Zákon okrem iného upravuje, aby označenia produktov a služieb, resp. ich krátka charakteristika bola zverejnená aj v maďarskom jazyku, nevzťahuje sa však na názvy firiem, označenie tovaru a zdomácnené cudzie výrazy.

V priebehu nášho výskumu sa v rámci hospodárskeho odvetvového členenia v prípade oboch krajín zameriame na turizmus a v rámci neho na viacjazyčnosť ako na hospodársky zdroj. Používanie rôznych jazykov sa budeme snažiť zmapovať na úrovni poskytovateľov služieb na turistami navštevovaných územiach, v obciach a turistických destináciách. Skúmanie viacjazyčnosti v iných sektoroch, oblastiach

nebolo naším cieľom, avšak pre znázornenie celkového obrazu sme ju v niektorých prípadoch nemohli nechať bez povšimnutia. Maďari sú na Slovensku autochtónnou/pôvodnou menšinou, preto na prevažne Maďarmi obývaných územiach sme považovali za prirodzenú a jednoznačnú prítomnosť maďarského jazyka na verejných priestranstvách aj napriek diskriminačným štátnym nariadeniam. Keď sa na maďarským obyvateľstvom obývaných územiach neobjavuje, upozorníme na to a v našej analýze tomu venujeme osobitnú pozornosť. Na skúmaných územiach v Maďarsku sa s inou ako rómskou menšinou nemôžeme stretnúť ako s príslušníkmi územie trvale obývajúcего etnika. Dopravné informácie zverejnené výlučne v štátnom jazyku sa stávajú pre turistov nepoznajúcich daný jazyk nezrozumiteľnými a rušivými. Snažili sme sa zmapovať, nakoľko sa pre návštevníkov daného územia, destinácie stávajú informácie zverejnené len v štátnom jazyku interpretovateľné.

Maďarsko-slovenské pohraničné pásmo je pomerne dlhé. Iba malý segment 656-kilometrov dlhého pásma sa nachádza v Zemplínskom pohorí. Počas nášho výskumu sme prešli viac takých oblastí, ktoré sú svojimi tradíciami, faunou a flórou osobitnými regiónmi. Za zmienku stoja aj rozdielne kultúrne, hospodárske charakteristiky, resp. štruktúra štátnej moci. Sú to statické faktory, ktoré sa nedajú ovplyvniť. V rámci našej analýzy sa tieto činitele snažíme považovať za charakteristiku územia, ktorá sa dá pretvoriť na hospodársky využiteľné potenciálne zdroje. Popri nich sa objavujú aj historické a kultúrne parametre, produktová ponuka tradícií, ktoré dotvárajú rozdielnosti aj medzi jednotlivými obcami a regiónmi. V rámci terénneho prieskumu sme sa snažili zmapovať aj tieto aspekty, aby sme dokázali vidieť prírodné danosti či kultúrny kapitál obcí, regiónov, ako aj úroveň ich využitia. Ďalším dôležitým aspektom našej analýzy bolo skúmanie otvorenosti poskytovateľov služieb v cestovnom ruchu na prijímanie turistov z iných krajín. Otvorenosť sme analyzovali najmä z pohľadu viacjazyčnosti prevádzok.

IV. Otázky a hypotézy výskumu

Miesto výskumu sme prešli ako obyčajní turisti. V zmienených obciach sme sa snažili navštíviť všetky frekventované lokality, navštíviť tam prevádzky poskytovateľov služieb a zhotoviť o nich momentky. Realizovali sme nezvyčajné pozorovanie, pretože okrem krátkej prehliadky sme vedúceho firmy alebo jeho zamestnancov oslovili aj ponukou možnosti zavedenia viacjazyčnosti. Naše participačné pozorovanie sa teda nerealizovalo v obvyklej forme, pretože akceptácia alebo odmietnutie našej ponuky poskytlo praktický obraz o tom, aký význam v danej prevádzke pripisujú viacjazyčnosti. Touto aktivitou sme odhalili, či poskytovateľ služieb, ktorý predtým nemal možnosť navrhnúť, preložiť a zhotoviť viacjazyčné nápisy, využije ponúkanú príležitosť. Navrhli sme im aj možnosť účasti v e-learningovom kurze – čiže investíciu do ľudských zdrojov. Na mieste sme texty odfotili a formou analýzy jazykovej krajiny vyhodnotili. Participačným pozorovaním a analýzou jazykovej krajiny sme hľadali odpovede na otázky:

Q1: ako sa viacjazyčnosť objavuje v rámci turizmu a akú má úlohu v úspešnosti podnikov poskytujúcich služby?

Q2: aplikácia viacjazyčnosti sa na danom území zakladá na zaužívaných zvykoch alebo sa líši od poskytovateľa k poskytovateľovi?

Q3: jedno z tajomstiev úspechu veľkých turistických destinácií, podnikov spočíva vo viacjazyčnosti, ale sú aj menšie prevádzky viac vyhľadávané, keď sa v ich ponuke objaví viacjazyčnosť?

Q4: aký význam prikladajú poskytovatelia služieb viacjazyčnosti pri výbere zamestnancov, nakoľko na viacjazyčných územiach (slovensko-maďarských) využívajú príležitosť nazerať na viacjazyčnosť ako na možný zdroj?

V. Kvalitatívny výskum. Mapovanie súčasného stavu troch cieľových oblastí.

5.1. Turizmus/ubytovanie a stravovanie

Aj prostredníctvom skúmania turizmu sa môžeme presvedčiť o tom, akými rozličnými formami sú prírodné danosti obohacované kultúrnymi a hospodárskymi parametrami a zvyklosťami v štruktúrach štátnej moci. Pri preskúmaní maďarských území sme videli, že za vývoj ukazovateľov cestovného ruchu sú v oblasti poskytovania služieb brané na zodpovednosť samosprávy a kancelárie Tourinfo. Naproti tomu na Slovensku sme sa presvedčili o tom, že každý je strojcom svojho šťastia – pri tvorbe obchodného úspechu nečakali na externú pomoc.

5.1.1. Atraktivity (ZOO, kaštiele, múzeá)

Kúpaliská: Konateľ kúpaliska Aquarius v Nyíregyháze, zodpovedný za komunikáciu, ktorý v manažmente podniku považuje viacjazyčnosť za dôležitú, sa vyjadril, že najjednoduchším spôsobom dorozumievania sa s turistami je používanie anglického jazyka. Je veľmi účelné, keď každý dôležitý oznam je zverejnený aj v našom materinskom jazyku. „Každý hosť očakáva, že sa s ním budú baviť po anglicky.“ „Prístup ľudí je veľmi zaujímavý: pri príchode sa každý snaží rukami-nohami vysvetľovať, čo potrebuje, pri odchode je pri kase ochotný používať už len svoj materinský jazyk a nehodlá porozumieť žiadnemu inému jazyku“ (Nyíregyháza, kúpalisko Aquarius – citát z denníka terénneho prieskumu). Takéto prípady sú veľmi časté na kúpalisku v Nyíregyháze, ale na iných miestach sa o tomto jave vôbec nezmenili. Na riešenie podobných situácií manažér kúpaliska nariadil, aby okrem maďarského jazyka boli najdôležitejšie informácie zverejnené v ďalších 7 jazykoch. Okrem iných sme o ukrajinskom texte zistili, že informácie čiastočne v ukrajinskom, čiastočne v ruskom jazyku sú napísané nie ukrajinským, ale ruským písmom. V areáli kúpaliska je prevádzkovaný bufet, kde pri vchode je umiestnené menu okrem maďarčiny aj v anglickom a slovenskom jazyku. V tomto prípade je snaha o viacjazyčnosť evidentná, prispôbujú sa požiadavkám turistom a snažia sa všetky informácie zverejniť aj v ich jazyku.



Obr. Viacjazyčná tabuľa pri vchode na kúpalisko Aquarius v Nyíregyháza (vnútorný priestor)

Popri kúpalisku v Nyíregyháze sme navštívili aj kúpalisko v Sárospataku, kde sme sa tiež presvedčili, že pri vchode sú najdôležitejšie informácie okrem maďarského zverejnené aj v ďalších troch jazykoch (anglicky, poľsky, slovensky). Oproti kúpalisku sa nachádza Penzión Tengerszem, kde sme sa o prichádzajúcich hosťoch rozprávali s postarším vrátnikom. Pracuje vo svojej pozícii už viac rokov a podľa neho najviac zahraničných turistov prichádza zo Slovenska a Poľska. O poľských hosťoch má takú mienku, že sú milší a prispôsobivejší, oproti tomu Slováci sú drsní a vehementní. To, ako arogantne

reagovali niektorí slovenskí turisti v istých prípadoch, opísal aj niekoľkými príkladmi zo života. Pri vchode do penzióna boli všetky relevantné informácie zverejnené v anglickom a slovenskom jazyku. Do destinácie prichádzajú obyčajne slovenskí a poľskí turisti. Takmer vo všetkých destináciách nám o Poliakoch povedali, že veľmi dobre rozprávajú po anglicky, preto s nimi väčšinou komunikovali v prvom rade po anglicky, Slováci však trvali na tom, aby s nimi hovorili po slovensky.

Kúpalisko v Szerencsi funguje od roku 1921, je pamiatkovo chráneným objektom v majetku štátu. V jeho areáli sú všetky nápisy v maďarskom jazyku a v podstate je navštevované iba miestnymi návštevníkmi. Podľa dotazovaného pokladníka ani kancelária TourInfo k nim neusmerňuje zahraničných či domácich turistov, nedisponujú ani vhodnou reklamnou kampaňou.

Na slovenskom území skúmaného regiónu sme kúpaliská nenašli, pre ich nedostatok cestuje väčšina miestnych turistov do Maďarska. Túto sezónnu turistickú atrakciu na Slovensku nevyužívajú.

ZOO: S podobným prípadom viacjazyčnosti sme sa stretli v jednom z najväčších zvieracích parkov Európy. V 7 jazykoch sú zverejnené nielen najdôležitejšie informácie, ale aj letáky, resp. sú tu externí sprievodcovia, ktorí sú povolaní v prípade vopred ohlásenej návštevy menej častých zahraničných turistov (Ukrajinci, Poliaci, Rusi). Pri informačnom pulte beží štýlové krátke propagačné video o zaujímavostiach a programoch Nyíregyháze. Vo videu sa objavuje aj blízky Skanzen, kde sme sa stretli s menej pozitívnym prijatím. Pri vchode do ZOO sa okrem viacjazyčných pozdravných a informačných tabulí nachádza aj nedávno rekonštruovaný hotel s hodnotením štyroch labiek, patriaci k ZOO, ktorý víta hostí v štyroch jazykoch.



Obr. Viacjazyčná informačná tabuľa zvieracieho parku v Nyíregyháze

ZOO sme navštívili aj v Košiciach, kde sme sa stretli s negatívnejším privítaním. Pri vchode sme sa dotazovali, s kým by sme mohli rokovať o ponuke zavedenia viacjazyčnosti, nik kompetentný sa však na mieste nenachádzal. Pri vchode bola krátka informácia vo viacerých jazykoch, okrem nej však tak pri vchode, ako aj v areáli zoologickej záhrady našli zverejnené rôzne nápisy iba v slovenčine. Viacjazyčné letáky nemajú, resp. ani menovku nám nevedeli dať. Pani v kase trochu rozumela po maďarsky. ZOO navštevujú ruskí, ukrajinskí aj maďarskí turisti. Vo zvieracom parku v Spišskej Novej Vsi sme čelili horšej situácii. Veľmi razantne odmietli ponúkanú možnosť a popri tom, že rozprávali iba po slovensky, všetky nápisy, informačné texty boli zverejnené len v slovenskom jazyku. Z nášho dialógu vyplynulo, že objekt navštevujú najmä Slováci.

Kaštiele, hrady, múzeá:

V Skanzene v Nyíregyháze nás teda neprijali priaznivo. Inštitúcia sa pripravuje na výmenu jednojazyčných maďarských nápisov a informácií. Keďže spadajú do pôsobnosti samosprávy, vedúci nám fotenie nepovolil.

Kaštiele, ktorých je v regióne niekoľko, sa objavujú ako mimoriadne destinácie. Navštívili sme viacero kaštieľov tak na maďarskom, ako aj na slovenskom území a obvykle sme sa presviedčali o tom, že sú využívané na rôzne účely. Videli sme úspešne prúdzkované kaštiele, ako napríklad Kaštieľový hotel grófa Degenfelda v Tarcali, kde objekt a areál kaštieľa je využívaný na mnoho účelov. Impozantne obnovený a zariadený objekt, resp. jeho atraktívnu záhradu využívajú nielen na prijímanie hostí, ale pestujú v nich aj vínnu kultúru, ktorá má v regióne veľkú tradíciu, zaoberajú sa pestovaním viniča aj ochutnávkami vína. V Kaštieľovom ostrove v Edelényi, podobne ako vo vyššie spomenutej destinácii,

využívajú objekt na viacero účelov, avšak najdôležitejšie informácie turistom prichádzajúcim do regiónu okrem anglického jazyka nezverejňujú v ich rodnom jazyku. Kaštieľ Andrassyovcov v slovenskom Betliari je budova v podobnom stave a krásnom prostredí. Je využívaná ako miesto stálych a putovných výstav. Obec sa nachádza na území obývaných najmä slovenským obyvateľstvom, napriek tomu v najdôležitejších strediskách obce vidíme informačné nápisy aj v maďarskom jazyku. Zamestnanci kaštieľa rozumeli po maďarsky a telefonicky sa nám podarilo prezentovať našu ponuku ich odborníkovi na komunikáciu. V celom areáli kaštieľa boli všetky nápisy po slovensky aj po maďarsky. Anglický jazyk sa vyskytoval ojedinele. Asi 60-70% prítomných turistov bolo maďarsky hovoriacich a ako to potvrdili aj zamestnanci, prevažnú časť návštevníkov tvoria maďarskí turisti. Predajcovia a majitelia obchodov profitujúcich z návštevníkov kaštieľa to tiež potvrdili, hoci v ich textoch sa maďarský jazyk objavuje oveľa zriedkavejšie a naučili sa iba niekoľko pre nich najdôležitejších maďarských výrazov. Vyhľadali sme aj Kaštieľ Andrassyovcov v Trebišove, ktoré hostí stálu výstavu vlastivedného múzea. (Vlastivedného múzea – honismereti múzeum, nem mezőgazdasági – a ford. megj.) Pred kaštieľom sa nachádza informačná tabuľa slovensko-maďarského cezhraničného projektu v slovenskom, maďarskom, anglickom, ukrajinskom a rumunskom jazyku, logami účastníkov projektu a mottom cezhraničného programu: *Budujeme partnerstvá*. Na recepcionom pulte sme našli viacjazyčné (maďarské, slovenské, anglické) pohľadnice.

(*helyesen magyarul: ... Az épület előtt egy magyar-szlovák határon átnyúló együttműködési projekt tájékoztató táblája látható magyar, angol, ukrán, román nyelven olvasható szöveggel, az alján a szlovák-magyar határmenti kastélyturizmust szolgáló, projektben résztvevő civil szervezetek logójával, valamint a határon átnyúló együttműködési program mottójával: „Partnerséget építünk”...a ford. megj.*)



Trebišovčania sa sťažujú, že do ich mesta prichádza veľmi málo turistov napriek tomu, že je oveľa väčšie ako Betliar, kde sme však zaregistrovali relatívne väčší pohyb turistov a kde sa na nízku návštevnosť nestážovali. Naš všeobecný dojem bol taký, že betliarski hostitelia boli znateľne milší a prívetivejší voči cudzincom. Pri vchode do kaštieľa sme sa stretli s výstražnými a informačnými tabuľami v maďarskom jazyku a aj tabule informujúce o obci, umiestnené vo viacerých lokalitách, boli viacjazyčné. Na parkovisku jedného z nákupných stredísk Trebišova sa zastavil konvoj áut – veteránov, ktorý sa tri dni premával po okolí. Zraz a sprievod veteránov organizovalo blízke rekreačné stredisko. Podujatie sprevádzala značná pozornosť obyvateľov mesta a okolia, na sprievod sa prišlo pozrieť množstvo záujemcov. Týmto programom sa organizátori snažia pritiahnúť do regiónu čo najviac návštevníkov.

S jedným z najpozitívnejších prístupov sme sa stretli v Technickom múzeu v Košiciach. Na recepcii sme pokladníčke po rusky a ukrajinsky predniesli našu ponuku, ona požiadala o moment strpenia a vrátila sa s kolegyňou, od ktorej sme čakali komunikáciu v anglickom jazyku. Ukázalo sa, že vie aj po maďarsky, dokonca hovorí po nemecky, po poľsky aj po česky. Bola to veľmi milá pani. Povedala nám, že po maďarsky hovorí iba tzv. kuchynským jazykom, no nakoniec sa ukázalo, že bola príliš skromná. Nehovorila síce bezchybne, ale všetkému rozumela veľmi dobre a základné veci vedela pekne

odkomunikovať. Sprievod s výkladom dokáže poskytnúť v šiestich jazykoch. Ako poznamenala: „túto jej zdatnosť v múzeu hojne využívajú“ (citát z denníka terénneho prieskumu).

Najväčšou atraktivitou Sárospataku je Hradné múzeum Rákóczi. Pri vchode sa nachádzajú letáky okrem maďarského v ďalších šiestich jazykoch (slovenský, poľský, nemecký, anglický, francúzsky, ruský). Manažér nás prijali veľmi vládne a prezradil nám, že ich muzeológ zadáva preklady iba takým prekladateľom, ktorí poznajú aj terminológiu, preto nehodlajú využiť nami ponúkanú príležitosť, resp. ani preto, že otázka viacjazyčnosti je u nich už vyriešená.

Pri vchode do hradu Diósgyőr sme videli nápisy najmä v maďarskom a anglickom jazyku. Vo vnútri hradu sme neabsolvovali prehliadku, lebo nám nepovolili fotenie. Informačné letáky o hrade a jeho webová stránka je aj po anglicky a návštevníkom zabezpečujú aj anglicky hovoriaceho sprievodcu. Na slovenskej strane bola naplánovaná návšteva a analýza jedného známeho hradu, avšak hrad v Krásnej Hôrke bol v roku 2012 spustošený požiarom a jeho rekonštrukcia trvá dodnes. Nachádza sa v tesnej blízkosti Rožňavy. Cestovný ruch v obci od požiaru úplne upadol, poskytovatelia služieb sa už nevedia dočkať, kedy rekonštruovaný hrad opäť otvorí svoje brány.

Vínna kultúra: Prevádzkovatelia reštaurácií a hotelov v Tokaji sa tiež sťažujú na nedostatočné pôsobenie kancelárie TourInfo. V okolí Tokaja sa vínná kultúra objavuje ako osobitná tradícia a návštevníci obce tam v prvom rade prichádzajú za ochutnávkou a nákupom kvalitných vín. Nápisy Festivalového kotla v Tokaji sú iba v maďarskom jazyku, svoje brány otvára len počas festivalových dní. Domáci obyvatelia sa sťažujú, že toto dejisko nie je dostatočne využité. Malo by ponúkať oveľa bohatší program, viac možností, ktoré by priťahovali nielen maďarských, ale aj zahraničných turistov. Vedúci jednej reštauračnej prevádzky nám prezradil, že v kancelárii TourInfo pôsobil predtým iný vedúci kancelárie, ktorého si vyžiadali do Miskolca a po jeho odchode sa organizovanie činnosti stalo menej efektívnym. Pre nedostatočnú organizačnú činnosť intenzita turistického ruchu poklesla. Takmer vo všetkých inštitúciách zameraných na turistov vyzdvihli Poliakov. V oblasti Tokaja to nie sú Slováci, ale Poliáci, ktorí sú dominantní a vo všeobecnosti sa o nich veľmi pozitívne vyjadrovali ľudia pôsobiaci vo sfére poskytovania služieb.

Jaskyne: Pri kvapľovej jaskyni v Aggteleku sme sa tiež presvedčili, že najviac zahraničných turistov prichádza zo Slovenska a Poľska, napriek tomu nápisy a výklad sprievodcu sú len v maďarskom jazyku. V pohostinských zariadeniach zameraných na návštevníkov bolo dominantné tiež iba používanie maďarského jazyka.

5.1.2. Stravovanie a ubytovanie

Hotely vo väčšine prípadov súbežne prevádzkujú aj reštauráciu, v niektorých prípadoch aj kaviareň.

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> • Výnimočné lokality/atrakcie ponúkajúce viacjazyčnosť sú úspešnejšie a vyhľadávanejšie zo strany zahraničných turistov • Viacjazyčnosť aplikovaná pri väčších turistických atrakciách sú smerodajné pre ostatných poskytovateľov služieb v okolí • Turisti obslužení vo svojom materinskom jazyku sa cítia oveľa útulnejšie • Videli sme destinácie, kde používanie rôznych jazykov pozdvihlo úroveň objektu 	<ul style="list-style-type: none"> • K úspechu podnikania nestačí stavať iba na prírodných danostiach • Jednojazyčné informačné tabule/letáky/webové stránky a sprievodcovský výklad

Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Využitie prírodných daností (termálna voda, jaskyňa atď.) • Využitie historického dedičstva (budovy, tradície) • Oplatí sa koncentrovať na poľských, ukrajinských a slovenských turistov a zabezpečiť pre nich najdôležitejšie informácie v ich rodnom jazyku 	<ul style="list-style-type: none"> • Úspešnosť poskytovateľa služieb je dlhodobou riziková, ak sa spolieha iba na turistické destinácie v regióne, priťahujúce veľké davy • alebo ak sa spolieha len na organizačné zabezpečenie zo strany Tourinfo alebo miestnej samosprávy

5.2. Ubytovacie a stravovacie služby

5.2.1. Terénne práce v Maďarsku

V Nyíregyháze pri budovaní mestskej časti, špecializujúcej sa na pohostinstvo, zohrávala termálna voda dôležitú úlohu. Mestskú časť nazvali Sóstófürdő (kúpele soľné jazero) a všetky ubytovacie a stravovacie služby boli vytvorené okolo tejto atrakcie. Podľa manažéra hotela, stojaceho v blízkosti zoolgickej záhrady, turistický ruch ich zariadenia necharakterizuje sezónnosť, pretože ich hostia sú obchodníci, prichádzajúci do mesta na stretnutia, rokovania, konferencie. Domáci turisti ich vyhľadávajú najmä počas dlhých víkendov, pripadajúcich na rôzne sviatky. Asi 60% hostí je zo zahraničia, väčšina je slovensky, ukrajinsky, poľsky a nemecky hovoriacich. Rezervácie ubytovaní si vybavujú po anglicky a po nemecky, v reštaurácii hotela je menu uverejnené v maďarskom a anglickom jazyku. Aj majiteľ malej reštaurácie na druhej strane cesty využíva pri obsluhu hostí najmä anglický jazyk, resp. má ponuku menu v šiestich jazykoch. Úspech reštaurácie podľa neho nespočíva v používaní jazykov, ale v kvalite jedál a obsluhy. Majiteľ tejto reštaurácie už hovorí o sezónnosti návštev. „Prevažnú väčšinu svojich príjmov musím vytvoriť počas dvoch mesiacov.“ V mestskej časti pri kúpalisku teda letná špička neovplyvňuje návštevnosť hotelov, ale reštaurácií áno. V Nyíregyháze sme najčastejšie boli svedkami toho, že v prevádzkach poskytujúcich služby sa pri obsluhu zahraničných hostí využíva okrem maďarského len anglický jazyk, pričom do regiónu pravidelne prichádzajú poľskí, ukrajinskí a slovenskí turisti. Aj v Ózde sme videli podobné tendencie. Tamojšie prevádzky poskytujúce služby sú v nevýhode, keďže do regiónu prichádzajú turisti len ojedinele a o tom istom sme sa presvedčili aj v Kazincbarcike. Zahraniční návštevníci sa ubytujú alebo stravujú ako hostia niektorej zahraničnej firmy. Do Kazincbarciky prichádzajú zahraniční návštevníci najmä vďaka blízkeho podniku Bosch a oni tvoria v prvom rade aj okruh hostí štvorhviezdičkového Penziónu a reštaurácie Ambrózia. Menu je v anglickom jazyku, ale majú ho aj v čínskom jazyku, ktoré si dali preložiť a vyhotoviť čínski hostia prevádzky. Oproti reštaurácii sa nachádza štýlová a úspešná pizzéria, ktorej čašníik hovorí po anglicky, po taliansky a trochu aj po nemecky. Nestážoval sa na návštevnosť, často ich navštevujú zahraniční turisti z náprotivného penziónu, hľadajúci uvoľnenejšie a útulnejšie miesto.

Viacero prevádzok poskytujúcich služby stavia na kvapľovú jaskyňu v Aggteleku. Presvedčili sme sa o tom vo väčšine prevádzok, keďže do regiónu prichádza množstvo turistov kvôli jaskyni. Ubytovacie a stravovacie zariadenia charakterizuje presne taký nezáujem, ako služby jaskyne. Naša ponuka vzbudila záujem len na jednom mieste: v Penzióne Biely Dom (Fehérház Panzió), kde v podstate všetky texty mali iba v maďarčine, ale chceli to zmeniť, lebo k nim prichádza veľa slovenských turistov. Majiteľ sa medzičasom naučil najdôležitejšie výrazy po slovensky. Na ostatných miestach nám povedali, že k nim prichádzajú len Maďari, preto nemajú záujem o naše služby. V okolí zemplínskej bobovej dráhy sme počuli viacero takých názorov, že slovenskí turisti sú často agresívni, suroví a požadovační. Keďže slovenskí turisti sa neustále stretávajú len s maďarskými nápismi a informáciami, môže sa stať, že jednojazyčné prostredie nepriaznivo vplyva na ich pocit komfortu.

V obci Encs sme zažili viac nepríjemných skúseností: v jednej cukrárni nás považovali za daňovú kontrolu; v jednom bufete nám nepovolili fotenie; vo vchode najuznávanejšej reštaurácie v okolí sme sa dočítali, že otvárajú po 16. hodine. V extraviláne Hernádszurdoku sme našli veľmi príjemné a útulné miesto, hotel a reštauráciu Mesačný svet (Holdfény hotel és étterem), kde sme na rozdiel od predchádzajúcich skúseností zažili oveľa príjemnejšie prijatie. Objekt zabezpečuje niekoľko možností trávenia voľného času: soľnú jaskyňu, biliard, saunu, solárium, bowling. Rozprávali sme sa s majiteľom, ktorý nám povedal, že na okolí pôsobí iba ich reštaurácia s apartmánmi, vlastne nemajú konkurenciu. Viacjazyčnosť považuje za dôležitú, pretože v súčasnosti má texty najmä v maďarčine. Pokračujúc cez Szikszó nás vo vchode Reštaurácie Turul (Turul Étterem) čakal nápis v anglickom, nemeckom, poľskom a slovenskom jazyku. Manažér a vlastník považuje viacjazyčnosť za dôležitú, ktorá je v centre ich pozornosti a zaujímali sa aj o využitie nami ponúkanej príležitosti. Počas nášho rozhovoru vyzdvihli, že hoci zamestnanci hovoria viacerými jazykmi, snažia sa to ďalej rozširovať. V Szerencsi sme sa v každej reštaurácii, pizzérii, cukrárni stretli len s maďarskými textami a ponukami. V reštaurácii typu čárda v blízkom Tarcali bol jedálny lístok v maďarskom a anglickom jazyku, s často prichádzajúcimi slovenskými turistami sa snažili dorozumieť po maďarsky, resp. rukami-nohami.

Všetky reštaurácie v Tokaji zatvárali v lete večer po 9.-10. hodine napriek tomu, že obec sa v prvom rade špecializuje na prijímanie a obsluhu turistov. Takmer vo všetkých reštauráciách nájdeme menu v anglickom jazyku, popri ňom sú miestami aj v slovenskom, poľskom a maďarskom jazyku. Obsluha používa najmä anglický a nemecký jazyk. Najviac jazykov používajú v Pivnici Rákóczi (Rákóczi Pincészet), kde nás o histórii prevádzky a jej ponuke informovali letákmi v nemeckom, francúzskom, anglickom, poľskom a maďarskom jazyku. Sedem viničov Tokaja (Tokaj Hétszőlő) im patrí tiež. Obe prevádzky boli zariadené veľmi príjemne a kvalitne, manažér nás prijal veľmi vládne. Našu ponuku považovali za dôležitú a budú sa snažiť ju využiť. Hostovský dom a vináreň Böné (Böné Vendégház és Borozó) nám pripravil horšie prijatie. Jasne sa izolovali od všetkého a majiteľ len prevzal od nás leták. V reštaurácii Stolček, prestri sa! (Terülj-terülj, Asztalkám) nás prijali prívetivo – bolo to prvé miesto, kde nás ponúkli kávou. Ponuku sme neprijali, ale gesto sme si zapamätali. Reštauráciu otvorili 2 týždne pred našim príchodom. Podarilo sa nám hovoriť s majiteľom, ktorý bol veľmi milý, personál hovorí po anglicky, po slovensky, po rusky a po francúzsky.

V Miskolci sme navštívili dve reštaurácie a penzióny v blízkosti hradu Diósgyőr: v penzióne Várkert (Várkert Panzió) sú texty len v maďarskom jazyku a väčšinu hostí tvoria turisti prichádzajúci do hradu. Penzión a reštaurácia Talizmán (Talizmán Panzió és Étterem) má svojský, autentický štýl – je to súbor rôznych starých budov a všetok nábytok a doplnky sú starožitnosti. V bare rýchleho občerstvenia na hlavnej ceste smerom na hrad sme sa rozprávali s čašníkom, ktorý nám prezradil, že k nim najčastejšie prichádzajú Angličania, Nemci, Poliáci, Slováci a Ukrajinci. Prechádzajúc sa po hlavnom námestí a pešej zóne Miskolcu sme navštívili viacero pubov, cukrárni a podobne ako v Nyíregyháze, aj tu sa pri maďarskom najčastejšie objavuje anglický jazyk.



Kaviareň a pizzériu so svojším názvom Svetový mier (Világbéke) otvorili na hlavnom námestí Miskolcu majitelia, ktorí sa vrátili zo zahraničia

5.2.2. Terénne práce na Slovensku

Na slovenskom území sme boli v oveľa ťažšej situácii a komunikácia miestami viazla. V niektorých prípadoch sme využili svoje vedomosti v ukrajinskom/ruskom jazyku, boli aj prípady, že sme sa dokázali dorozumieť aj po anglicky, ale to bola skôr výnimka. Potvrdila sa tendencia, o ktorej sme boli počas terénnej činnosti na maďarskom území viackrát informovaní, a to, že vo všeobecnosti len málo Slovákov hovorí po anglicky. S angličtinou sme sa dorozumeli len na najfrekventovanejších a obľúbenejších miestach. Ukrajinskému/ruskému jazyku v niektorých prípadoch porozumeli. Videli sme to tak, že na určitých miestach mu chceli porozumieť, v iných prípadoch nie. Na Maďarmi obývanom území sa vždy snažili nájsť zamestnanca, ktorý preložil cieľ našej návštevy a pretlmočil aj odpovede na naše otázky. Počas terénnych prác v Košiciach sme navštívili reštauráciu *Fontana*, kde boli veľmi milí a s manažérom sme sa vedeli porozprávať po anglicky. Nápisy boli najmä v slovenskom jazyku, ale ponuku jedál mali aj v angličtine. Zašli sme aj do blízkej, na prvý pohľad obľúbenej reštaurácie, kde na obed ponúkali lacnejšiu možnosť v podobe denného menu. Takéto riešenie sme videli na viacerých miestach. Všeobecná ponuka menu na takýchto miestach je v anglickom jazyku, ale denné menu je vypísané len v slovenskom jazyku na ulici a vo vnútri reštaurácie. Na hlavnom námestí sme našli jediné miesto (Kávy sveta), kde sa maďarský jazyk v akejkoľvek forme objavil. Mladí čašníci nevedeli po maďarsky, avšak porozumeli tomu, čo sme im hovorili. Jedálny lístok je dostupný aj v maďarskom jazyku.



Jediná kaviareň s maďarským textom na námestí, pešej zóne Košíc

Maďarský jazyk ako pamiatka sa objavuje na nápisoach, kde nápis „vendéglő“ je čitateľný ako niekdajší pôvodný názov na impozantnej budove, v súčasnosti sa nachádza nad vchodom do obchodu. Hotel Zlatý dukát sa zdal byť veľmi kvalitným miestom, recepcný bol milý, vedel sa dohovoriť po rusky. V budove okrem hotela a reštaurácie pôsobilo aj múzeum, ktoré vyslovene pozdvihlo prestíž podniku. Na pešej zóne sa nachádza Le Colonial, kde sme sa na základe predchádzajúcich skúseností snažili dorozumieť najprv po ukrajinsky/rusky, potom po anglicky. Oba pokusy boli neúspešné a keď sme pokračovali v maďarskom jazyku, výraz tváre čašníkov a obsluhy pultu sa zmenil. Nakoniec naše letáky prevzali, ale hodili ich nabok a pokračovali v práci, akoby sme tam ani neboli. Jeden z čašníkov Hostinca Pivovar pochádza z Ukrajiny a stal sa oveľa prívetivejším, keď sa dozvedel, že aj terénni pracovníci prišli z Ukrajiny. Snažil sa nám byť vo všetkom nápomocný. V Penzióne pod Hresinou asi 50-ročný majiteľ vedel po maďarsky. Najprv sme sa snažili dorozumieť iba v ukrajinskom/ruskom a anglickom jazyku, ale keď sme medzi sebou použili maďarčinu, čašníci ohlásili majiteľa. Menu aj všetky nápisy majú len v slovenskom jazyku, plánujú ich preložiť, ale zatiaľ zápasia s počítačnými ťažkosťami. Majiteľ nám so svojou maďarčinou vedel pomôcť len pri objednávke, keď sme mu v maďarskom jazyku predniesli svoju ponuku, už jej neporozumel, oveľa zrozumiteľnejší pre neho bol náš leták v slovenskom jazyku.

V Betliari sme mali oveľa ľahšiu situáciu. Miestny kaštieľ Andrásyovcov je najväčšou turistickou atrakciou, poskytovatelia služieb sa zamerali na obsluhu prichádzajúcich Maďarov. Majiteľ reštaurácie pri kaštieli vedel po maďarsky, jeho syn však už nie. Okrem anglického a slovenského mali aj maďarské menu. Nápisy však boli len v slovenskom jazyku. Okrem tejto prevádzky sme v obci videli najmä miesta ponúkajúce rýchle jedlá, pizze, ale porozprávať sa s niekým sa nám podarilo iba v bufete prerobenom z obytného privesu. Stravovacie prevádzky v ostatných častiach obce boli všetky zatvorené, ich ponuka a informačné nápisy však boli len v slovenskom jazyku.

Našou ďalšou zastávkou bola Rožňava, kde žije oveľa viac Maďarov. Na hlavnom námestí sme najprv navštívili *Staroj pub*, kde sme sa rozprávali s majiteľmi. Boli to veľmi nepríjemné, nechceli nás ani vypočuť, len sa dívali do svojich telefónov. Nápisy, ktoré sme videli, boli najmä v slovenskom jazyku a napriek tomu, že majiteľ bol maďarsky hovoriaci, jeho správanie charakterizovala uzavretosť, typická pre Slovákov. Cestou ďalej sme navštívili penzión Tri ruže v tesnej blízkosti mestského úradu. Prijal nás manažér, ktorý sa niekam ponáhľal, ale vypočul si našu ponuku. Povedal nám, že ich menu je už dostupné v najdôležitejších jazykoch a aj ich nápisy boli vyhotovené dvojjazyčne – slovensky a maďarsky. Keď sme mu vysvetlili, že ponúkame bezplatnú možnosť, premyslel si ju a povedal, že už dávno plánujú prípravu nemeckého menu a predstavil si, čo všetko by sa dalo pomocou nej využiť. Čašníci hovoria po slovensky aj po maďarsky, náš rozhovor prebiehal v maďarskom jazyku. Aj v kaviarni La Caffé nás prijali milo – majiteľka žila dlhý čas vo Švajčiarsku a po návrate otvorila túto útulnú prevádzku ponúkajúcu špeciálne druhy káv. Ich ponuka je dostupná v štyroch jazykoch, resp. čašníci hovoria po anglicky a po maďarsky.



Na stole rožnovskej kaviarne upozorňujú hostí vo viacerých jazykoch, aby svoje objednávky uplatnili pri pokladni

V Moldave nad Bodvou sme bol v oveľa ľahšej situácii, takmer vo všetkých vytipovaných reštauráciách hovorili po maďarsky, ale prijatie bolo zmiešané. Najpriaznivejšie prijatie nás čakalo v *Reštaurácii Ferdinand* a *Reštaurácii a penzióne Piano*. Majiteľ posledne menovanej prevádzky nám povedal, že investície do ľudských zdrojov, vzdelávanie čašníkov nie je pre neho rentabilné z dôvodu, že personál sa neustále mení – viacero ním vyškolených pracovníkov odchádza pracovať do zahraničia. V Spišskej Novej Vsi bolo takmer vo všetkých reštauráciách/kaviarňach charakteristické používanie iba slovenského jazyka, len v podniku *Nostalgia Restaurante and Caffè* mali ponuku jedál v štyroch (slovensky-anglicky-nemecky-maďarsky) jazykoch a len na tomto mieste sa čašníci dokázali dohovoriť v angličtine. Podobná bola situácia v Michalovciach a Trebišove s tým rozdielom, že v týchto mestách sme nenašli ponuku menu v maďarskom jazyku, popri slovenčine bol dominantný anglický jazyk.

<p>Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> • Špeciálna ponuka jedál a kávy na viacerých miestach • V podnikoch vyššej úrovne prijímajú zahraničných turistov obvyčajne vládne • Daný jazyk sa dá využiť nielen na odovzdávanie informácií, ale aj ako symbolická sila 	<p>Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • U menších poskytovateľov služieb chýba viacjazyčná ponuka jedál a nápojov • Ovládanie anglického jazyka na nízkej úrovni znižuje obľúbenosť prevádzky v kruhu zahraničných turistov
<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Popri stálom menu by sa oplatilo pri vchode do reštaurácii uverejniť v anglickom jazyku aj dennú ponuku • Zahraničným turistom by bolo potrebné sprístupniť ponuku aj v ich rodných jazykoch (v ukrajinskom, poľskom a maďarskom jazyku) • Na slovenskom území by majitelia mali investovať do ľudských zdrojov a motivovať čašníkov k účasti na jazykových kurzoch aj napriek tomu, že mnohí z nich odchádzajú 	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> • Na maďarskom území je rizikové zakladať si len na organizačnej činnosti samospráv a kancelárií TourInfo • Uzatváranie sa voči maďarskému jazyku môže na slovenskom území odplašiť aj maďarských turistov

5.3 Obchod

Pri skúmaní viacjazyčnosti sme navštívili aj niekoľko obchodov. Vo všeobecnosti sme mali takú skúsenosť, že nákupné centrá používajú len miestny/štátny jazyk, menšie súkromné obchody používajú iný jazyk len v prípade, že si to vyžaduje obrat, alebo keď to majiteľ považuje za dôležité. V obchodoch so suvenírmi bola znalosť cudzích jazykov na oboch stranách hraníc nízka, resp. nápisy boli zverejnené len v jazyku využívanom danou komunitou.

Na slovenskom území sme sa stretli s úkazom, že v nami navštívených dôležitejších mestách (Košice, Rožňava, Trebišov) sme našli maďarských predajcov ovocia a zeleniny. Na slovenskom území je pestovanie zeleniny a ovocia na veľmi nízkej úrovni a maďarskí predajcovia v snahe zaplniť trhové medzeru ovládli tento segment. Ich ponuka je oveľa čerstvejšia a lacnejšia ako v nákupných strediskách. Košický predajca, ktorý pochádza z Maďarska a obsluhuje mnoho Maďarov, nepovažuje za dôležité označiť svoj produkt po maďarsky. On sám pracuje v Košiciach približne 10 rokov, dostatočne si osvojil slovenský jazyk a so Slovákami sa dokáže plynule dohovoriť. Trebišovskí predajcovia zeleniny sú miestni a na svojom hlavnom plagáte majú nápis „maďarská zelenina“ uverejnený v slovenskom jazyku.

Cestou po maďarskom území sme sa vo viacerých mestách presvedčili o tom, že mnohé pekárne a zmrzlinárne prevádzkujú Albánci. V každej prevádzke sú prítomní rovnako kvalitnou ponukou, obsluhý personál je obvyčajne kvalitnejší ako v iných podobných prevádzkach. Majitelia sa medzičasom naučili po maďarsky alebo zamestnávajú právnik/vedúceho prevádzky, prostredníctvom ktorého dokážu komunikovať.

<p>Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> • Podnikatelia využívajúci trhové medzery sú úspešní • 	<p>Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jednojazyčnosť predajní suvenírov a turistických obchodíkov neprospieva obchodu
<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bola by dôležitá viacjazyčnosť malých obchodov/trhovísk • Odhalenie trhových medzier a ich posun k poskytovateľom služieb v pohraničnom území by bolo účelné 	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keď sa v regiónoch neodstránia trhové medzery, zaplnia ich úspešní podnikatelia z tretích krajín

5.4 Verejné služby

V niektorých prevádzkach verejných služieb sme sa stretli s viacjazyčnosťou, ich prítomnosť bola očakávateľná a jednoznačná v regiónoch s prítomnosťou menšinových etník. Dvojazyčné nápisy na slovenskom území sme našli na mestských úradoch, na tabuliach označujúcich názvy ulíc, kostoloch, kultúrnych pamiatkach či školách atď. len v Rožňave a Moldave nad Bodvou. Informačná tabuľa označujúca obec bola v Betliari v troch jazykoch (anglický-maďarský-slovenský), v Košiciach boli dvojazyčné len tabule označujúce názvy škôl. V nami navštívených maďarských obciach početné menšiny nežijú, a tak sme sa tam nestretli s viacjazyčnými tabuľami.



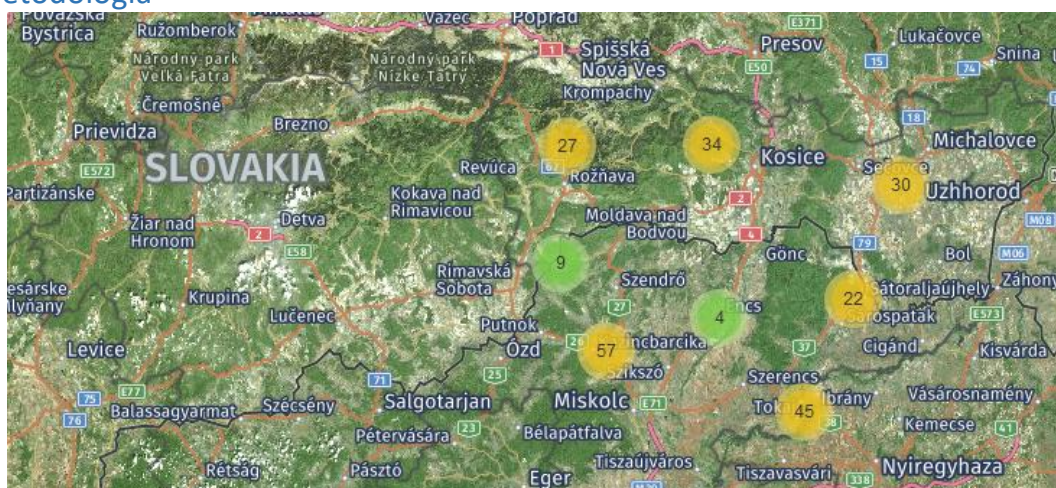
Dvojazyčné tabule označujúce názvy ulíc na rušnej križovatke v Moldave nad Bodvou

5.5. Iné

Pamätné tabule sú svojškými súčasťami jazykovej krajiny. Dôraz sa v tejto kategórii nekladie na odovzdávanie informácií, ale na symbolický významový obsah. Najočividnejšie bolo, že v Košiciach sme popri výlučne slovenských nápisoch našli aj jednojazyčné pamätné tabule s maďarskými textami. Plagáty na verejných priestranstvách v Moldave nad Bodvou sú vo väčšine prípadov dvojazyčné, aj pri vchode do gréckokatolíckeho kostola sme našli dvojazyčný inzerát. Vo väčších mestách oboch štátov sa nachádzajú informačné tabule a mapy v anglickom jazyku.

VI. Kvalitatívne výsledky

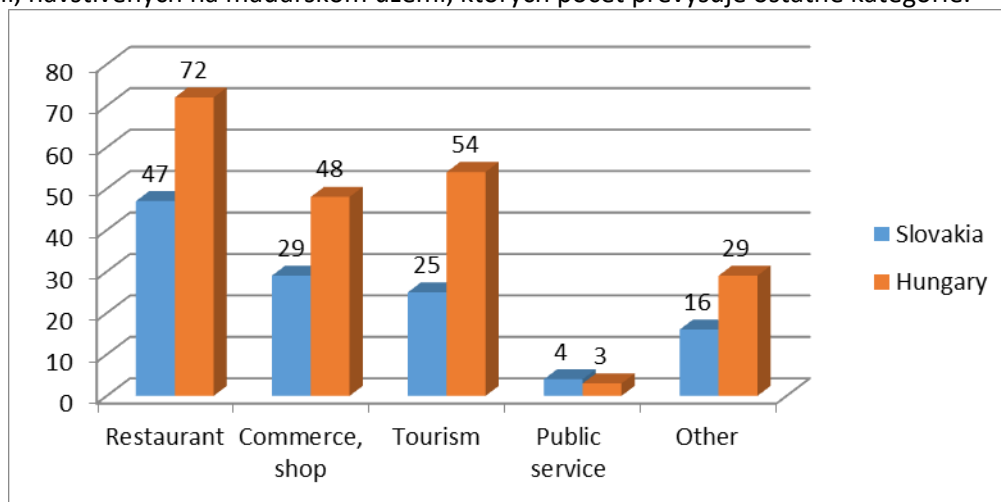
6.1. Metodológia



Obce, v ktorých prebiehala terénna práca a počet navštívených poskytovateľov služieb

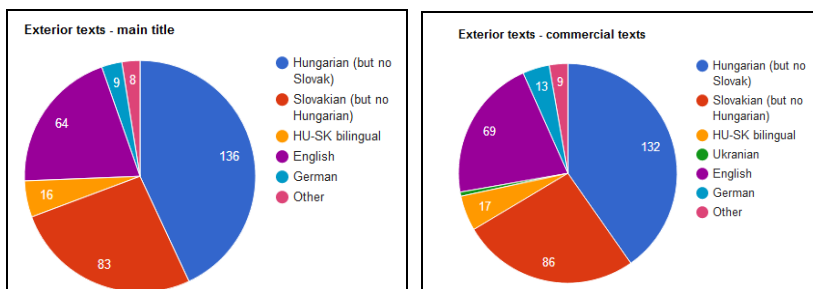
6.2. Prehľad

Podarilo sa nám navštíviť celkovo 142 maďarských a 91 slovenských prevádzok poskytovateľov služieb. Terénna práca v Maďarsku prebiehala v dňoch 21.–24. júna 2018, na Slovensku v dňoch 28.–30. júna 2018. V priebehu výskumu sme navštívili najmä reštaurácie, na obr.1 sme zhrnuli navštívené prevádzky poskytovateľov služieb podľa kategórií. Navštívili sme množstvo takých prevádzok, ktoré môžu byť podľa typu poskytovaných služieb zaradené do viacerých kategórií. V analýze vyhotovenej podľa denníka terénnych prác sme naznačili túto pestrosť, prejavujúcu sa napríklad v podobe mnohorakých služieb rôznych kaštieľov. Rozdelenie kategórií podľa krajín sme znázornili na obr. 1, kde vidíme, že najviac bolo reštaurácií, navštívených na maďarskom území, ktorých počet prevyšuje ostatné kategórie.



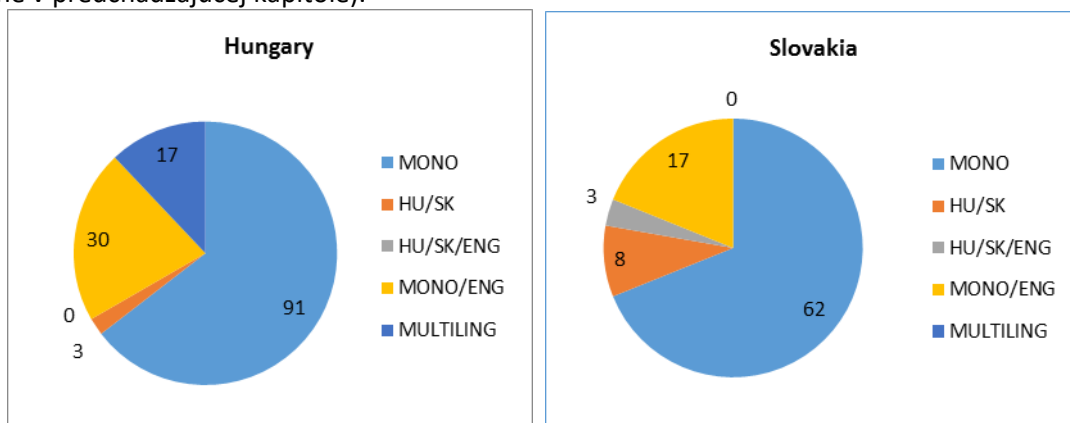
1. obr. Objekty navštívené v rámci výskumu podľa kategórie a krajiny (počet)

Z údajov sa najdominantnejšie vykresľuje jednojazyčnosť – na maďarskom území v prvom rade maďarská, na slovenskom území slovenská jednojazyčnosť nápisov, ktoré boli v prevahe tak v prípade textov v exteriéri, ako aj v interiéroch. (2. obr.)



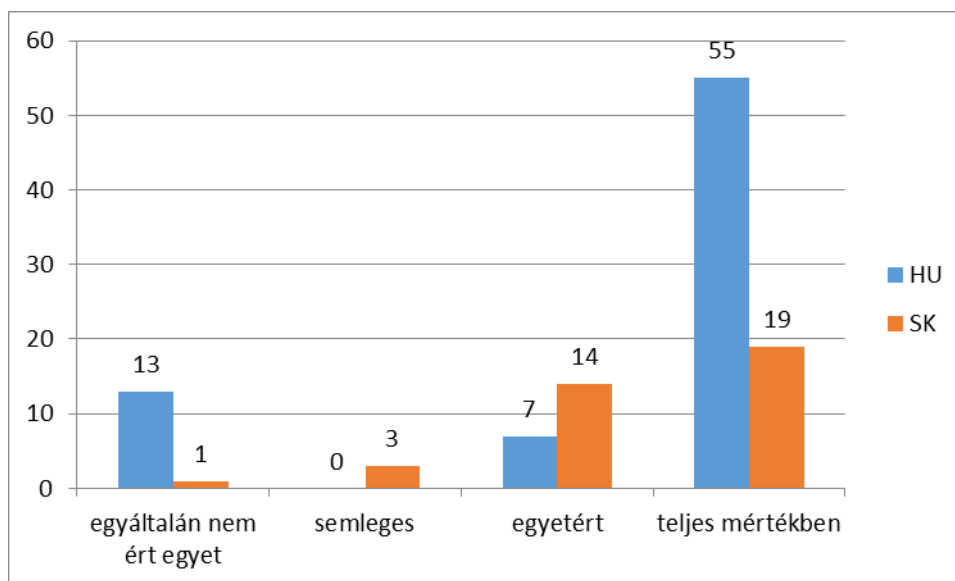
2. obr. Jazyk použitý v textoch exteriérových a interiérových nápisov navštívených prevádzok

Pomocou obr. 3 môžeme aj detailnejšie vidieť tendencie aplikácie jedno- a viacjazyčných nápisov. Výskyt rôznych jazykov sme prispôbili päťdielnej stupnici. Najdôležitejším pre nás bolo, či exteriérové nápisy zbierané k jazykovej krajine boli jedno-, dvoj- či viacjazyčné, resp. či sa v nápisoch objavuje svetových jazyk (anglický). V oboch krajinách sú charakteristické najmä jednojazyčné nápisy: na obrázku predstavujúcom maďarské údaje vidím, že sa objavuje kategória viacjazyčnosti (12%), zato na slovenskej strane nie, resp. aj používanie anglického jazyka je v o niečo vyššom pomere v Maďarsku. Na slovenskom území môžeme vidieť dvojjazyčné tabule (slovensko-maďarské), kým v Maďarsku nie (dôvody sú uvedené v predchádzajúcej kapitole).



3. obr. Jazyk jedno- a viacjazyčných exteriérových nápisov podľa krajiny (počet)

Počas práce v teréme sme najdôležitejšie nápisy odfotili a položili sme niekoľko otázok vedúcim prevádzok alebo zamestnancom. Otázky smerovali najmä na aplikáciu viacjazyčnosti. Na 233 miestach nám odpovedalo iba 114 respondentov, resp. v toľkých prípadoch sme dokázali získať relevantné odpovede od zamestnancov. Napriek tomu, že vo väčšine prevádzok považujú viacjazyčnosť (4. obr.) za dôležité, reálne sme to v jazykovej krajine tak nepociťovali. Viacjazyčnosť nápisov nekorešponduje s úmyslom, keďže na našu otázku o dôležitosti viacjazyčnosti viacerí odpovedali, že úspech prevádzky a turistický ruch závisia od aplikácie viacjazyčnosti (4. obr.). Resp. podľa 81% respondentov hostia oceňujú, keď sa im prihovárajú v ich rodnom jazyku. Čiže aj keď v obchodnom živote sa sformuluje význam a úžitok viacjazyčnosti, význam a pozornosť jej pripisuje len málokto.

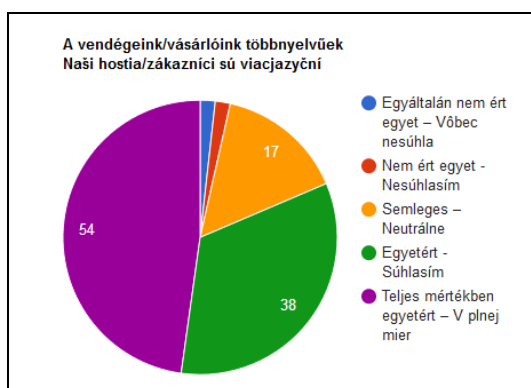


4. obr. Názor odpovedajúcich vedúcich prevádzok a zamestnancov o potrebe viacjazyčnosti podľa krajín (Vysvetlivky: *egyáltalán nem ért egyet – vôbec nesúhlasí, semleges – neutrálne, egyetért – súhlasí, teljes mértékben – v plnej miere*)

Ak odpovede na otázky skúmame na štvordielnej stupnici, zistíme, že na Slovensku považuje viacjazyčnosť za dôležitú v priemere 3,35, v Maďarsku 3,56.

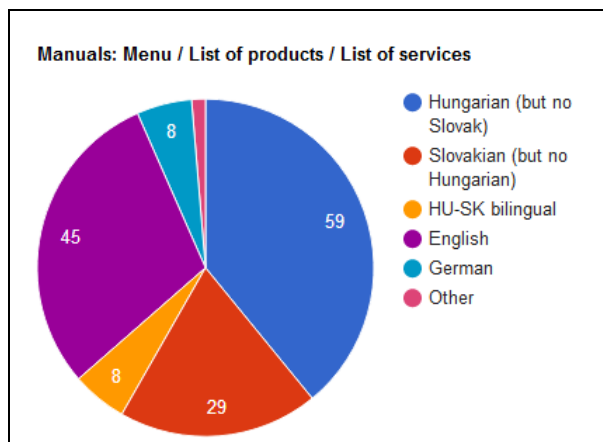
6.2.1. Potreby a možnosti jazykovej krajiny podľa typu obchodnej prevádzky

92 zo 114 respondentov odpovedalo, že ich hostia sú najmä alebo vo väčšine viacjazyční. Spýtali sme sa ich aj na to, či by mali záujem zúčastniť sa možností na podporu viacjazyčnosti v rámci nášho projektu, na čo 97 (87%) odpovedalo kladne.



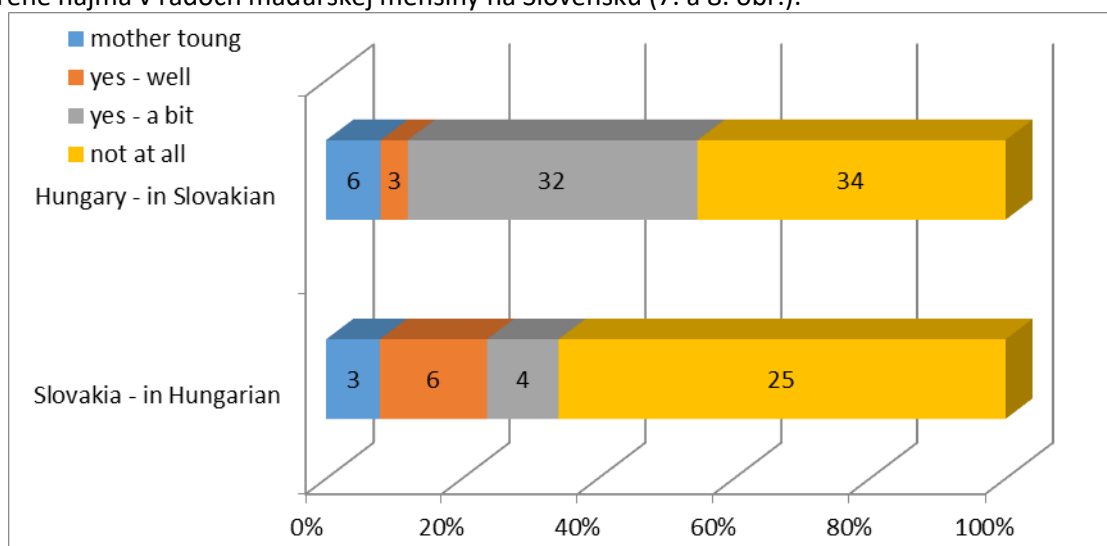
5. obr. Používanie jazykov zo strany hostí a zákazníkov

Zahraniční turisti v rámci opýtaných a odpovedajúcich prevádzok vo väčšine prípadov nehovoria jazykom danej krajiny. Racionálnou podmienkou nakupovania je, že kupujúci rozumie názvu produktu/služby, ktorú/ú si chce kúpiť, a tak sme sa pýtali aj na to, v akom jazyku sú uvádzané (6. obr.). Názvy produktov/služieb dominantne charakterizuje jednojazyčnosť, v ôsmich prípadoch sme sa stretli so slovensko-maďarskou dvojjazyčnosťou, resp. s nemeckým jazykom. V našej ankete figuroval aj ukrajinský jazyk, v ponuke sa ako turistami potenciálne používaný jazyk ani neobjavil (6. obr.), resp. v prípade obsluhy sme takýto prípad zaznamenali iba v niekoľko málo prípadoch (8. obr.).

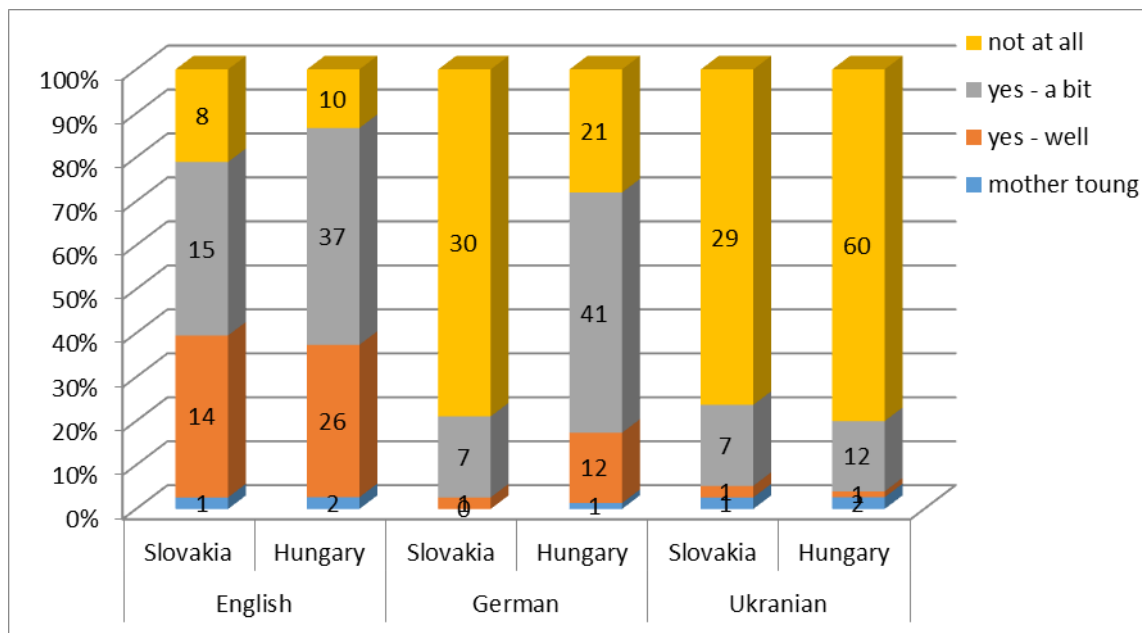


6. obr. Používanie jazykov pri ponuke menu, produktov a služieb

V používaní jazykov zo strany zamestnancov môžeme vidieť, že znalosť druhého jazyka je nízka. Medzi respondentmi, ktorých materinský jazyk je slovenský, je znalosť maďarského jazyka nižšia – medzi respondentmi, ktorých materinským jazykom je maďarský jazyk, je ovládanie slovenského jazyka rozšírené najmä v radoch maďarskej menšiny na Slovensku (7. a 8. obr.).



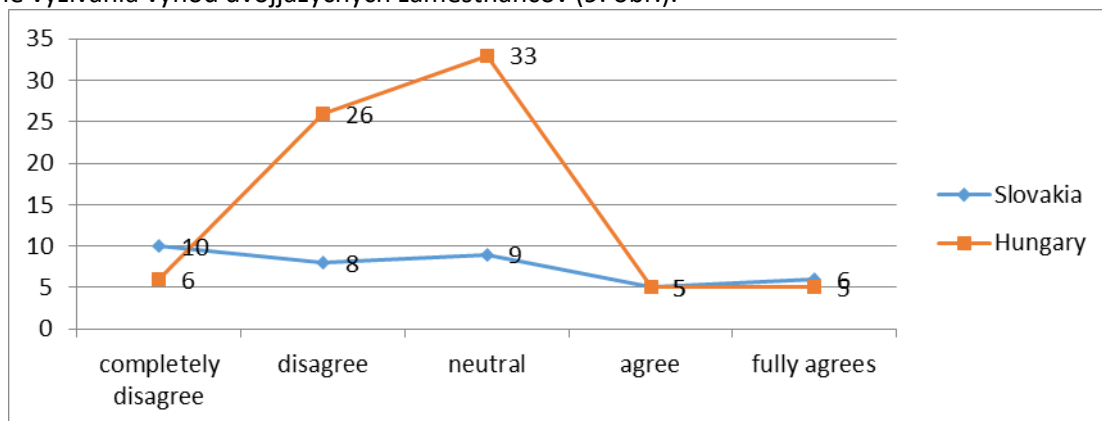
7. obr. Ovládanie slovenského a maďarského jazyka v oslovených prevádzkach



8. obr. Ovládanie anglického, nemeckého a ukrajinského jazyka medzi zamestnancami a majiteľmi podľa krajiny

Ovládanie anglického jazyka je na slovenskom území nižšie ako v maďarskej a v ešte väčšej miere zaostáva v oblasti ovládania nemeckého jazyka. O niečo lepšia je situácia v otázke ovládania ukrajinského jazyka, avšak je to spôsobené aj slovanským jazykovým príbuzenstvom a vysokou mierou ukrajinských pracovníkov.

Spýtali sme sa, či vo všeobecnosti medzi pracovníkmi zamestnávajú slovensky alebo maďarsky hovoriacich a zdá sa, že tak na maďarskej, ako ani na slovenskej strane dostatočne nevyužívajú charakteristiku pohraničnej oblasti a zamestnávajú dvojazyčných pracovníkov považujú za menej dôležité. Na slovenskom území možno dvojazyčných zamestnancov nájsť vo väčšej miere a napriek tomu viacerí túto možnosť nevyužívajú, na maďarskom území je mimoriadne vysoká miera neutrálnych odpovedí. Neutrálnou odpoveďou poukazujú na to, že ani na maďarskom území nerobia žiadne kroky v záujme vyžívania výhod dvojazyčných zamestnancov (9. obr.).



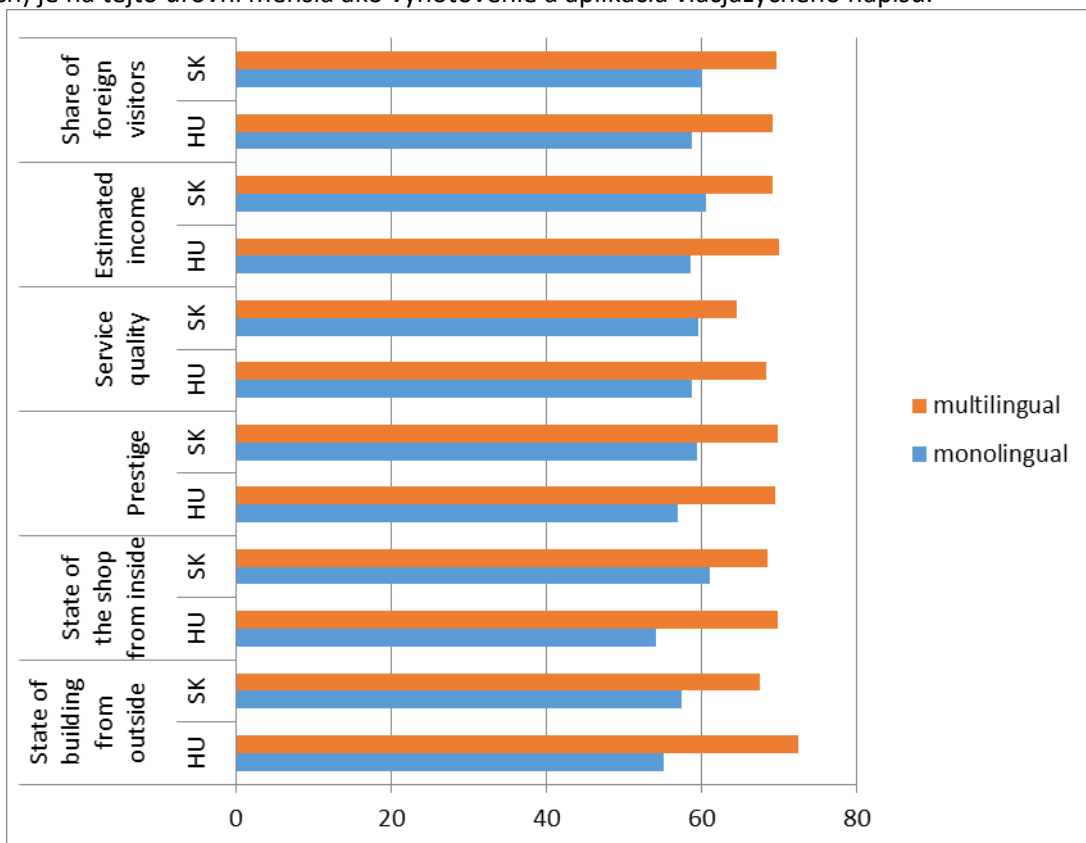
9. obr. Charakteristiky zamestnancov ovládajúcich slovenský/maďarský jazyk podľa krajín

6.2.2. Jazykové služby a úspech obchodov

Navštívili sme celkovo 18 vybraných turistických destinácií, z toho sa do našej analýzy dostalo 12 maďarských a 6 slovenských a považovali sme za dôležité zanalyzovať aj centrá a pešie zóny všetkých

väčších miest, vyššie uvedený údaj však tieto údaje neobsahuje. Pred návštevou územia sme zhromaždili všetky najdôležitejšie miesta, ktoré by sme mali navštíviť a v Maďarsku sme z ponuky selektovali, ale na slovenskom území sa nám podarilo všetky dôležitejšie miesta navštíviť. Čiže počet maďarských prípadov je práve preto taký vysoký, lebo územie ponúka oveľa viac miest ako v druhom regióne. V prípade maďarských turistických destinácií môžeme vidieť, že vo väčšine prípadov sa viacjazyčnosť v prevádzke teší mimoriadnej pozornosti, avšak vyskytujú sa aj opačné prípady. Na slovenskom území sme sa v spojitosti s využívaním dvojazyčnosti stretli s pozitívnymi príkladmi iba na 1-2 miestach a aj v týchto prípadoch sa dvojazyčnosť vyskytla len demonštratívne, reálne sa nevyužívala.

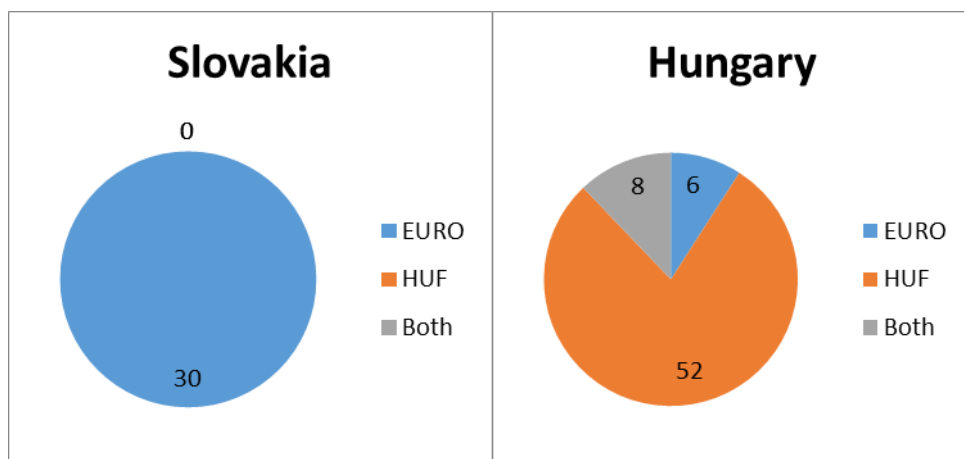
Náš výskum sa v prvom rade zakladá na analýze jazykovej krajiny práve preto, že turista prichádzajúci na neznáme miesto hľadá ako prvé nápisy a počas vyhľadávania sa zameriava najmä na jazyky, ktoré pozná (nech už je to jeho rodný jazyk alebo niektorý jazyk vysokej prestíže). Ak ide o reštauráciu a povedzme čašník v danom prípade ani nehovorí daným jazykom, ale vie návštevníkovi ponúknuť viacjazyčné menu, hosť si v ňom dokáže vybrať pre neho vhodné jedlo alebo nápoj, alebo aj nápisy, informačné texty môžu plniť takéto ciele. Našich päť kategórií na meranie využívania rôznych jazykov sme pretvorili na dve kategórie (meranie viac- alebo jednojazyčných nápisov) a na základe nich sme skúmali hodnotu prestíže daného miesta. Terénni pracovníci hodnotili rôzne charakteristické črty jednotlivých miest na základe vlastného názoru pomocou 100-dielnej stupnice: pohostinnosť, kvalitu exteriéru a interiéru, kvalitu obsluhy a prestíž. Tieto ukazovatele a kategórie sme vyhodnotili aj podľa krajín (10. obr.). Ako sme mohli vidieť pri väčších turistických destináciách, že ich kvalitu a dominanciu markantne ovplyvňuje aplikácia viacjazyčností, to isté zisťujeme aj v prípade ostatných kategórií. Čím viac sa na danom mieste objavuje viacjazyčnosť, tým je vyššia šanca, že v rámci ktorejkoľvek kategórie získa vyššie hodnotenie. Úspešnosť podnikateľských subjektov teda naozaj markantne ovplyvňuje viacjazyčnosť aplikovaná (objavujúca sa na nápisoach) v danej destinácii. Návratnosť investícií do ľudských zdrojov (iniciovanie účasti v jazykových kurzoch) je na tejto úrovni menšia ako vyhotovenie a aplikácia viacjazyčného nápisu.



10. obr. Priemerné hodnoty kategórií vytvorených na meranie prestíže prevádzok poskytovateľa služieb podľa krajín a na základe jazykovej dominancie

(stupnica 1–100, priemery)

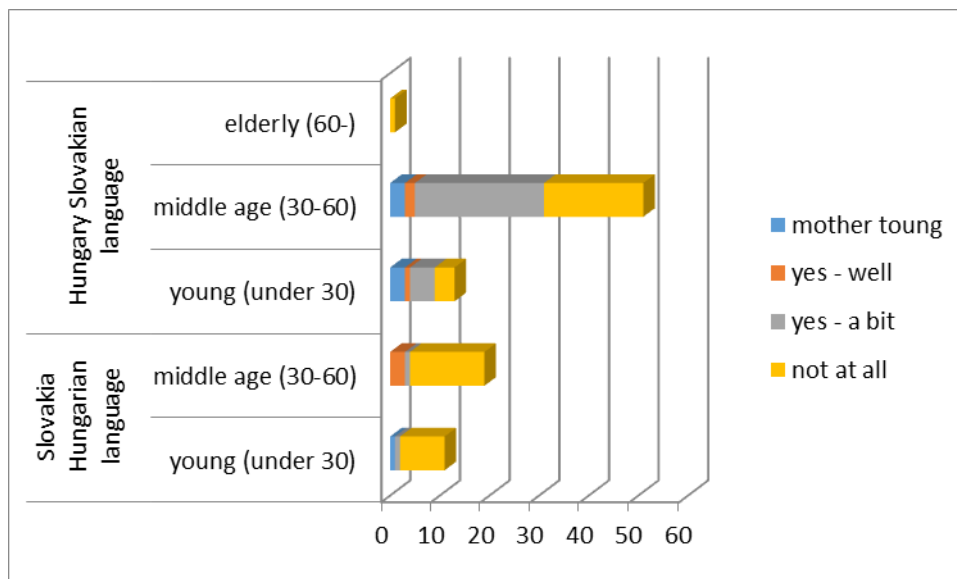
Pre zahraničného turistu je platenie a zabezpečenie výmeny svojho platidla na miestnu menu často nevšednou výzvou a procedúrou. Pri obsluhu turistov zo susedného štátu môže byť vyznačenie nimi používaných mien obchodným krokom, ktorým poskytovateľ prejavuje svoju pozornosť voči nim. V Maďarsku používaným platidlom je forint, avšak na Slovensku sa používa medzinárodná, európska valuta – euro. Preskúmali sme, v akej forme sa tieto dve meny dajú využiť v oboch štátoch. Na obr. 11 vidíme, že na slovenskom území sa domáce meny turistov z okolitých štátov ani neobjavujú, resp. v Maďarsku je využívanie medzinárodnej valuty na nízkej úrovni. V turistickom ruchu je využívanie meny iného štátu na nízkej úrovni a používanie inej meny stupňuje jazykové, komunikačné problémy. V hospodárskom odvetví stavajúcom na turistoch sa ich obsluhu sa venuje malá pozornosť napriek tomu, že miera návštevnosti zo strany zahraničných turistov je veľká. Ak by sa intenzívne venovali detailom, ktoré zvyšujú pocit komfortu a útulnosti zahraničných turistov (viď aplikácia viacjazyčnosti, zverejnenie cien v mene okolitých štátov), zahraniční návštevníci by sa do takýchto destinácií vracali s obľubou a odchádzali by s lepšími dojmami.



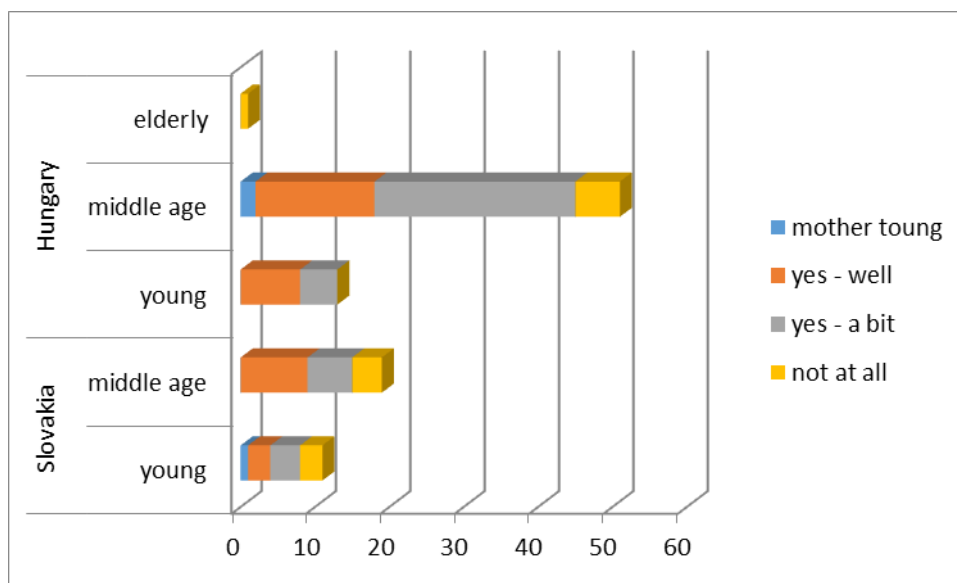
11. obr. Využívanie mien podľa krajín (počet)

6.2.3. Jazyková krajina podľa veku respondentov

Z 11 mladých respondentov na Slovensku iba 1 vedel po maďarsky na úrovni materinského jazyka, ďalší 1 hovoril trochu. Z 19 respondentov v strednom veku (30-60 rokov) hovorili po maďarsky 3 dobre a 1 trochu. Z 13 mladých respondentov v Maďarsku hovorili po slovensky traja na úrovni materinského jazyka, 1 dobre a 5 trochu, medzi respondentmi stredného veku z 51 respondentov hovorili 3 na úrovni materinského jazyka, 2 dobre a 26 trochu po slovensky. Zdá sa, že na maďarskom území sú to ľudia v strednom veku, ktorí sa usilujú osvojiť si aspoň najdôležitejšie výrazy po slovensky, aby sa ľahšie dorozumeli so slovenskými turistami. Na slovenskom území sme iba v dvojazyčných regiónoch našli najmä zamestnancov v strednom veku, ktorí porozumeli objednávke v maďarskom jazyku alebo od ktorého sme dokázali nakúpiť v maďarskom jazyku (12. obr.). Ovládanie anglického jazyka, znázornené na 13. obr., ukazuje rovnakú tendenciu.



12. obr. Ovládanie jazyka susedného štátu v prevádzkach poskytujúcich služby



13. obr. Ovládanie anglického jazyka podľa veku a krajín

V zhrnutí vidíme, že v odvetví poskytovania služieb je veková skupiny stredného veku nadprezentovaná, zamestnanci a majitelia na maďarskom území hovoria v o niečo väčšej miere jazykom susedného štátu a majú lepšie výsledky aj v ovládaní svetového jazyka.

6.3. SWOT, based by quanti data

<p>Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poskytovatelia služieb objavili a úspešne aplikujú viacjazyčnosť ako potenciálny zdroj • Väčšia a úspešnejšie turistické destinácie pri vábení a obsluhu zákazníka sa nespoliehajú výlučne na anglický jazyk, ale snažia sa osloviť svojich zákazníkov aj v ich materinskom jazyku • 	<p>Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • Veľmi málo mladých zamestnancov, ktorí by do odvetvia vniesli elán a lepšie ovládanie jazykov • Menšie firmy a menej úspešné väčšie destinácie ešte neobjavili výhody viacjazyčnosti • Nízky počet turistických atrakcií na slovenskom území • Pri existujúcich veľmi nízka miera viacjazyčných destinácií
<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Na viacjazyčnom území by bolo účelné a racionálne zamestnávanie viacjazyčných zamestnancov • Popri zvyšovaní úrovne treba klásť dôraz na viacjazyčnosť pri oznamoch, nápisoach a v jazykovom prejave • Prírodné a kultúrne danosti je na Slovensku možné využiť rovnako, ako to robia v Maďarsku 	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> • Darmo sa na slovenskom území realizujú investičné aktivity, keď zamestnanci nechcú a nedokážu obslúžiť zákazníkov v anglickom alebo ich materinskom jazyku • Na maďarskom území by sa viacjazyčnosť mohla aplikovať pri viacerých ponukách jedál a produktov

VII. Zhrnutie

Počas nášho výskumu sme sa snažili turisticky zmapovať dva susediace regióny, ktoré rozdeľuje štátna hranica. Navštívili sme dva, v porovnaní s ostatnými zaostalejšie regióny Slovenska a Maďarska. Pre napravenie tohto stavu sa na týchto územiach realizovalo množstvo europrojektov s cieľom rozvoja turizmu. O rozvojových aktivitách a úspešných projektoch na maďarskom území informujú plagáty na mnohých miestach, na slovenskom území sme to však nepociťovali podobne.

V našom výskume sme boli zvedaví na aplikáciu viacjazyčnosti a na to, v ktorom regióne môžeme očakávať a zisťovať aké turistické pohyby. Zdá sa, že turizmus je markantne ovplyvnený investíciami do cestovného ruchu, uskutočnenými v celoštátnom meradle v predchádzajúcom období. Viacjazyčnosť v regióne skúmali v minulosti najmä výskumy, ktoré sa následkom niekdajších zmien štátnej hranice zameriavali na skúmanie spôsobu života v menšine (Vass 2013, Szabó Mihály 200/2002). V súčasnom výskume sme sa zamerali na turizmus a na to, v akom jazyku sa zahraničný turista dokáže dohovoriť v danom regióne, v danej destinácii. K cieľom nášho mapovania teda patrilo preskúmať, akí zahraniční turisti prichádzajú na toto územie, ďalej ako často prichádzajú návštevníci zo susedných štátov, ako aj to, v akej miere v rámci cestovného ruchu regiónu zamestnávajú dvojazyčných obyvateľov. Videli sme množstvo príkladov na to, že zo susedných štátov prichádzajú návštevníci v pomerne veľkej miere a tendencie ich obsluhy sú rozdielne.

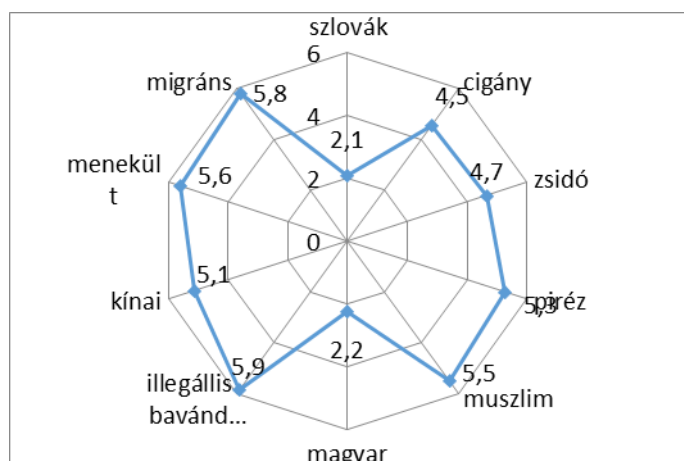
Viacjazyčnosť sme merali v prvom rade na nápisocho. Na základe kvantitatívnych, resp. kvalitatívnych údajov môžeme skonštatovať, že v oboch regiónoch sú nápisy vo väčšine prípadov viacjazyčné, avšak je rozdiel medzi exteriérovými a interiérovými nápismi. Na miestach, kde sa v hlavných nápisocho objavuje viacjazyčnosť, je jej výskych v interiérových nápisocho menej jednoznačný. Interiérovú písanú viacjazyčnosť do určitej miery ovplyvňuje dvoj- a viacjazyčná ponuka jedálnych lístkov v reštauráciách, ktoré sme počas nášho výskumu skúmali vo veľkom počte. V prípade exteriérových nápisocho, názvov firiem sa popri maďarskom/slovenskom texte často objavuje anglický jazyk, avšak v prípade interiérových upozorňujúcich alebo informačných tabúľ sa ani anglický, ani iný jazyk už neobjavuje. Pri zohľadnení týchto faktorov a charakteristík z kvantitatívnych údajov, ako aj z kvalitatívnych skúsenosti môžeme vidieť, že celkovo 76% exteriérových nápisocho je dvojazyčných (alebo viacjazyčných), kým v prípade interiérových nápisocho, ak vylúčime anglické alebo inojazyčné ponuky jedál v reštauráciách, je tento pomer približne iba 34%. V 5%-tách vzorky sme zistili slovensko-maďarskú dvojazyčnosť a v 25%-ách používanie anglického jazyka. Na základe týchto údajov sme dospeli k záveru, že ak nepodporíme používanie jazyka susedných štátov, skôr alebo neskôr bude každý hovoriť po anglicky. Vypísanie cien je neverbálny komunikačný prostriedok. Práve preto sa oplatí vypísať ceny aj v mene susedného štátu aj v prípade, že kurz je nevýhodný.

Čo sa týka slovnej dvojazyčnosti, v Maďarsku je charakteristické, že slovensky hovoriaci zamestnanci sa vyskytujú v prvom rade v prihraničných významných turistických destináciách, napr. vo Végardó strand (Sárospatak). V menších prevádzkach alebo inštitúciách mimo cestovného ruchu sme sa so slovenským hovoreným slovom nestretli (s nápismi pritom často áno). Na slovenskom území jedine v Betliari, Moldave nad Bodvou, resp. v Rožňave sme sa stretli s prípadmi, keď si dvojazyčných zamestnancov vyberali z naozaj dvojazyčného prostredia a kde sa často s obľubou objavujú aj maďarskí turisti – vysoká miera ovládania maďarského jazyka zamestnancov v turizme sa považuje za určitú príťažlivosť. Na slovenskom území sme navštívili aj také obce, kde sme v radocho obyvateľov našli dvojazyčných slovensko-maďarských a takéto obce maďarskí turisti navštevujú pravidelne (napr. Košice) alebo by sa mohli stať potenciálnymi návštevníkmi (Trebíšov). V týchto prípadocho sa presvedčame, že v rámci turizmu sa dostatočne nevyužíva viacjazyčné prostredie. Z výskumu vyplýva, že podľa vedúcich

prevádzok aj aj zamestnancov je vysoký dopyt po obsluhu turistov v ich rodnom jazyku, v praxi sa však tomu neprispôbujú.

V porovnaní podľa krajín sme v priebehu našich analýz zistili, že v tesnej blízkosti štátnych hraníc (asi do vzdialenosti 30-40 km) na slovenskom území sa výskyt znalosti maďarského jazyka a/alebo maďarských nápisov v prípade turistických atrakcií v regióne vyskytuje častejšie. Oproti tomu turistické strediská navštvívané na slovenskom území zaostávajú v ovládaní anglického jazyka za maďarskými destináciami.

Počas našich analýz sme skúmali z viacerých aspektov, aký je v turizme vzťah k cudzincom. Výskum xenofóbie (nepriateľský vzťah k cudzincom) sa môže uskutočniť na základe rôznych faktorov – menšinová existencia, migračné tendencie, prenasledovanie z politických dôvodov, avšak v tomto prípade sú cudzincami zahraniční turisti. V analýzach xenofóbie sa stáva významným, čo si dotknutí myslia o sebe navzájom. Na makroúrovni sa to pokúsime demonštrovať výsledkami výskumu v radoch mládeže z roku 2016 (14. obr.). *Bogardova škála* bola vypracovaná na meranie udržiavania odstupu a z údajov vyplýva, že vo všeobecnosti si Maďari na Slovensku predstavujú rovnaký vzťah k Maďarom ako k Slovákom. Voči všetkým ďalším kategóriám sú omnoho odmietavejší, najmä voči tým, s ktorými nie sú v dennom kontakte.



14. obr.. Vzťah maďarskej mládeže na Južnom Slovensku k rôznym etnikám

(Na základe Bogardovej škály: 1 – Prijal/a by do rodiny (hoci aj ako priateľa/priateľku, manžela/manželku; 2 – Prinajlepšom za spolubývajúceho; 3 – Prinajlepšom za spolupracovníka; 4 – Prinajlepšom za suseda; 5 – Prinajlepšom za spoluobčana v meste-obci; 6 – Prinajlepšom za spoluobčana v krajine; 7 – Ani za spoluobčana v jednej krajine)

(Maďarský mládežnícky výskum 2016, N=500, priemery). (Vysvetlivky: szlovák – Slováč, cigány – Róm, zsidó – Žid, spiréz – národnosť vymyslená agentúrou verejnej mienky na meranie xenofóbie, muszlim – moslim, magyar – Maďar, illegállis bevándorló – ilegálny migrant, kínai – Číňan, menekült – utečenec, migráns – migrant)

Na mikroúrovni sme v našej analýze zistili v rámci turizmu xenofóbny prístup určitého stupňa a intenzity. Xenofóbiu sme vnímali najmä v ochote alebo odmietnutí používania jazyka. Na tieto prípady môžeme nájsť rôzne odpovede – je nepríjemné používať slovenský jazyk v Maďarsku a maďarský jazyk na Slovensku, lebo:

- obávame sa, že druhý nám neporozumie
- obávame sa, že druhý to bude chápať ako inzultáciu
- obávame sa inzultácie

- obávame sa, že daný jazyk neovládame dostatočne

Používanie jazyka susedného štátu v akejkol'vek forme sa prípadne hodnotí pozitívne a nie je dôležitá úroveň ovládania jazyka, ale komunikačná ochota. V tomto prípade sa ovládanie a používanie ktoréhokoľvek jazyka chápe ako sprostredkovateľský jazyk a keď sa ho nebojíme, aj môže fungovať ako sprostredkovateľský jazyk. Z našej analýzy vidíme, že vo všeobecnosti sa neuplatňuje jedno zo zlatých pravidiel úspechu poskytovateľov služieb: „*prispôsobujeme sa jazyku zákazníka*. Ak áno, tak len v ojedinelých prípadoch. Pri skúmaní xenofóbie vo všeobecnosti vidíme, že negatívny vzťah voči susedom nie je významný, xenofóbia nie je markantná.

V našom výskume a analýze sme viackrát pripisovali veľký význam aj skúmaniu viac- alebo jednojazyčnosti vybraných turistických atrakcií. Naším cieľom tým bolo prezentovať, akou úspešnou sa v kruhu turistov môže stať atrakcia, v ktorej sa objavuje a používa viacjazyčnosť. Najvýraznejšie rozdiely sme videli pri porovnaní zoologických záhrad na Slovensku a v Maďarsku. Zoologická záhrada v Nyíregyháze sa snaží obslúžiť zahraničných návštevníkov v ich rodnom jazyku (na nápisoach aj v slovnej komunikácii sa objavuje 7-8 jazykov), v košickej ZOO sa viacjazyčnosť objavuje len na nápisoach pri vstupe (3 jazyky), reálne sa však nevyužíva. Veľké turistické atrakcie sú obyčajne viacjazyčné. Rovnako to platí pre hotely a reštaurácie veľkého volumenu alebo vysokej úrovne, pre obchody však už menej. Niektoré obchody napriek tomu, že stavajú na zahraničných turistoch, kladú oveľa menší dôraz na dvoj- a viacjazyčnosť. Pri prispôbení sa cieľom výskumu sme sa snažili navštíviť všetky väčšie turistické destinácie. Pohostinské a obchodné prevádzky často stavajú na určitej vybranej turistickej destinácii, preto sme považovali za podstatné ich úplné zmapovanie. V turizme pôsobia tieto miesta ako majáky. Ich rozvoj a kvalita je príkladom pre ostatné prevádzky prijímajúce návštevníkov. Nielen v kvalite, ale aj v oblasti využívania viacerých jazykov: sú príkladom vo viacjazyčnosti. Vo všeobecnosti môžeme vidieť, že naozaj úspešná destinácia je viacjazyčná. K jednojazyčnému miestu sa priraduje štítok „old fashion“ a v súvislosti s ním máme pocit, akoby ho bolo potrebné obnoviť. K viacjazyčnosti sa priraduje pozitívna skúsenosť a šítka „moderná“ alebo „sexi“.

7.1. SWOT

Súhrn skorších SWOT-ov

Strengths	Weaknesses
<ul style="list-style-type: none"> • Výnimočné lokality/atrakcie ponúkajúce viacjazyčnosť sú úspešnejšie a vyhľadávanejšie zo strany zahraničných turistov • Väčšia a úspešnejšie turistické destinácie pri vábení a obsluhu zákazníka sa nespoliehajú výlučne na anglický jazyk, ale snažia sa osloviť svojich zákazníkov aj v ich materinskom jazyku • V prípade niektorých úspešných turistických atrakcií sa určitý jazyk využíva nielen na odovzdávanie informácií, ale aj ako symbolická sila • V podnikoch vyššej úrovni prijímajú zahraničných turistov obyčajne vlúdne 	<ul style="list-style-type: none"> • Veľmi málo mladých zamestnancov, ktorí by do odvetvia vniesli elán a lepšie ovládanie jazykov • Menšie firmy a menej úspešné väčšie destinácie ešte neobjavili výhody viacjazyčnosti • Ovládanie anglického jazyka na nízkej úrovni znižuje obľúbenosť prevádzky v kruhu zahraničných turistov • Nízky počet turistických atrakcií na slovenskom území. • Pri existujúcich veľmi nízka miera viacjazyčných destinácií • U menších poskytovateľov služieb chýba viacjazyčná ponuka jedál a nápojov

<ul style="list-style-type: none"> • Na viacerých miestach sme videli špeciálnu ponuku jedál a kávy • Turisti obslužení vo svojom materinskom jazyku sa cítia oveľa útulnejšie • Podnikatelia využívajúci trhové medzery sú úspešní 	<ul style="list-style-type: none"> • Jednojazyčnosť predajní suvenírov a turistických obchodíkov neprospieva obchodu • K úspechu podnikania nestačí stavať iba na prírodných danostiach • Jednojazyčné informačné tabule/letáky/webové stránky a sprievodcovský výklad znižujú atraktivitu miesta
<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Na viacjazyčnom území by bolo účelné a racionálne zamestnávajúce dvoj- a viacjazyčných zamestnancov • Popri zvyšovaní úrovne treba klásť dôraz na viacjazyčnosť pri oznamoch, nápisochoch a v jazykovom prejave • Prírodné a kultúrne danosti je na Slovensku možné využiť rovnako, ako to robia v Maďarsku • Bola by dôležitá viacjazyčnosť malých obchodov/trhovísk • Odhalenie trhových medzier a ich posun k poskytovateľom služieb v pohraničnom území by bolo účelné • Popri stálom menu by sa oplatilo pri vchode do reštaurácií uverejniť v anglickom jazyku aj dennú ponuku • Zahraničným turistom by bolo potrebné sprístupniť ponuku aj v ich rodných jazykoch (v ukrajinskom, poľskom a maďarskom jazyku) • Na slovenskom území by majitelia mali investovať do ľudských zdrojov a motivovať čašníkov k účasti na jazykových kurzoch aj napriek tomu, že mnohí z nich odchádzajú • Využitie prírodných daností (termálna voda, jaskyňa atď.) • Využitie historického dedičstva (budovy, tradície) • Oplatí sa koncentrovať na poľských, ukrajinských a slovenských turistov a zabezpečiť pre nich najdôležitejšie informácie v ich rodnom jazyku 	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> • Darmo sa na slovenskom území realizujú investičné aktivity, keď zamestnanci nechcú a nedokážu obslúžiť zákazníkov v anglickom alebo ich materinskom jazyku • Na maďarskom území by sa viacjazyčnosť mohla aplikovať pri viacerých ponukách jedál a produktov • Keď sa v regiónoch neodstránia trhové medzery, zaplnia ich úspešní podnikatelia z tretích krajín • Na maďarskom území je rizikové zakladať si len na organizačnej činnosti samospráv a kancelárií TourInfo • Uzatváranie sa voči maďarskému jazyku môže na slovenskom území odplašiť maďarských turistov • Úspešnosť poskytovateľa služieb je dlhodobou rizikovou, ak sa spolieha iba na turistické destinácie v regióne, priťahujúce veľké davu alebo ak sa spolieha len na organizačné zabezpečenie zo strany Tourinfo alebo miestnej samosprávy

7.2. Návrhy

V oblasti sa stretávajú hranice viacerých štátov – aj z toho vyplýva, že viacjazyčnosť v turizme je kapitál, ktorý môže vytvoriť miesto pre nové a úspešnejšie podnikateľské subjekty.

Poskytnutie priority pre zamestnávanie viacjazyčných zamestnancov vo viacjazyčných regiónoch by sa mohlo objaviť ako jedno z rozvojových impulzov slovenského turizmu. Maďarsko-slovenská dvojjazyčnosť disponuje množstvom výhod, ktoré by sa pri rozvoji cestovného ruchu mohli zdôrazniť. V miestach, kde obsluhujúci personál nehovorí po anglicky, by bolo veľmi dôležité mať aspoň ponuku jedál a produktov vo viacerých jazykoch. Znalosť anglického jazyka je v oboch regiónoch nízka, ale na slovenskom území je to ešte vypuklejšie.

7.3. Ďalšie možnosti

Považovali by sme za dôležité pokračovať vo výskume – vyhľadať viacero regiónov, do analýzy zahrnúť viacero kontrastov a ďalej ju rozšíriť o príklady z iných štátov. V mapovaní tejto témy máme vypracovaný postup práce a skúsenosti s výskumom, ktoré by bola škoda nevyužiť. Použité metódy pokladáme za vhodné a dokážeme ich dobre aplikovať v praxi. S aplikáciou *droidsurvey*, použitou pri získavaní kvantitatívnych údajov sme mali ten problém, že nepovolil úpravu údajov po tom, čo sme ukončili kladenie otázok. Vyskytlo sa množstvo príkladov, keď sme v programe uzavreli zapisovanie údajov, ale neskôr sa nám podarilo nájsť ďalšiu osobu ochotnú odpovedať na otázky, avšak získané údaje sme už nedokázali dostať do analýzy. Tento problém posunieme prevádzkovateľovi softwaru, dúfame, že nájde riešenie.

VIII. Bibliografia

- Backhaus, Peter 2006. Multilingualism in Tokyo: A Look into the Linguistic Landscape. *International Journal of Multilingualism* 3(1): 52–66.
- Lainhonen, Petteri 2012. Nyelvi tájkép egy csallóközi és egy mátyusföldi faluban. *Fórum Társadalomtudományi Szemle* 14. évf. 3. sz. 27–49.
- Lainhonen, Petteri 2013. Csíkszentdomokosi nyelvi tájkép. *Székelyföld*, 17 évf. 7. sz. 157–177.
- Landry, Rodrigue – Bouris, Richard 1997. Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality. *Journal of Language and Social Psychology*, 16., 23–49.
- Reershemius, Gertrud 2011. Reconstructing the past? Low German and the creating of regional identity in public language display *Journal of Multilingual and Multicultural Development* Vol. 32, No. 1, February 2011, 33–54.
- Scollon, Ron – Scollon, Suzie Wong 2003. *Discourses in place. Language is the Material World*. London: Routledge.
- Shohamy, Elana – Ben-Rafael, Eliezer 2015. Introduction, *Linguistic Landscape* 1(1): 1–5. doi 10.1075/ll.1.1.001int
- Shohamy, Elana – Waksman, Snoshi 2009. Linguistic landscape as an ecological arena: Modalities, meanings, negotiations, education. In: Elana Shohamy & Durk Gorter (eds.) *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. New York–London: Routledge, 131–331.
- Shohamy, Elena 2006. *Language policy: Hidden agendas and new approaches*. London: Routledge.
- Shohamy, Elena 2015. LL research as expanding language and language policy. *Linguistic Landscape* 1(1/2): 152–171. doi 10.1075/ll.1.1/2.09sho.
- Szabó Mihály Gizella 2000/2002. Törvény és gyakorlat: a szlovákiai kisebbségek nyelvi jogai az 1999. évi kisebbségi nyelvhasználati törvény tükrében. In: Lanstyák István–Szabó Mihály Gizella (szerk.): *Magyar nyelvtervezés Szlovákiában. Tanulmányok és dokumentumok*. Pozsony, 48–62.
- Vass Ágnes 2013. A kisebbségi nyelvhasználat helyzete szlovákiában. *Létünk* 2013/különszám, 72–91. Link: http://epa.oszk.hu/00900/00997/00028/pdf/EPA00997_letunk_2013_k_072-091.pdf
- Vigers, Dick 2013. Signs of absence: language and memory in the linguistic landscape of Brittany. *International Journal of the Sociology of Language*. DOI: <https://doi.org/10.1515/ijsl-2013-0051>

Mapovanie jazykovej krajiny vo východo-slovensko-maďarskom pohraničnom regióne

Program cezhraničnej spolupráce Interreg V-A Slovensko Maďarsko je projekt s názvom “Linguistic Landscape: innovative methodologies strengthening bilingualism in the Hungarian-Slovakian border region”.



Vypracovalo: Európai Polgár Közhasznú Alapítvány

www.skhu.eu / lingland.eu

‘The content of this study does not necessarily represent the official position of the European Union.’