

**Univerzita Hradec Králové**  
**Fakulta informatiky a managementu**  
**Katedra rekreologie a cestovního ruchu**

**Genius loci přírodního turismu zvolených destinací**  
**Anglie a Skotska**

Bakalářská práce

Autor: Adéla Nováková  
Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: doc. PaedDr. Jiří Štýrský, CSc.

Hradec Králové

Květen 2017

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou/diplomovou práci zpracoval/zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové, dne 18.4.2017

Adéla Nováková

Poděkování:

Děkuji vedoucímu bakalářské práce doc. PaedDr. Jiřímu Štýrskému, CSc. za metodické vedení práce.

## **Anotace**

Práce se zabývá vnímáním genia loci, povědomím o jeho existenci a významu. Seznamuje s pojmem z teoretického úhlu pohledu. Přibližuje percepci krajiny a to, jak je vnímána. Práce představuje Anglii, Skotsko a dále vybrané lokality, na které je zaměřeno dotazníkové šetření. Dotazníkem je zjišťováno působení genia loci na zvolených místech a to, jaká byla motivace pro jejich návštěvu a následné prožitky z návštěvy těchto míst. Následuje zhodnocení dotazníkového šetření a rozbor získaných informací spolu se zodpovězením výzkumných otázek a komentářem ke stanoveným hypotézám. V práci jsou zahrnuty odpovědi spolupracovníka CK Poznání týkající se zájezdů do Anglie a Skotska. Práce je zakončena závěrem spolu se zhodnocením zjištěných výsledků a případnými doporučeními.

**Klíčová slova:** Genius loci, vnímání, prostředí, Anglie, Skotsko, dotazník

## **Annotation**

**Title: Genius loci of nature tourism in the selected destinations of England and Scotland**

This Bachelor Thesis focuses on the perception of genius loci in England and Scotland. The first part of the thesis introduces to the topic of genius loci. It describes perception of the landscape. The methods include the literature review and the survey research. It introduces selected sites in England and Scotland. The perception of the landscape and genius loci is based on the survey research. It is followed by the evaluation of the research results. The research questions are answered and the hypotheses are evaluated. The last part of the thesis is the summary of the most important results. It includes recommendations to the travel agencies and also to possible clients.

**Keywords:** Genius loci, perception, environment, England, Scotland, survey

## Obsah

1	Úvod.....	5
2	Cíl práce a metodika zpracování .....	6
2.1	Cíl práce.....	6
2.1.1	Výzkumné otázky .....	7
2.1.2	Stanovené hypotézy.....	7
2.2	Metodika zpracování práce .....	8
3	TEORETICKÁ ČÁST .....	11
3.1	Přírodní cestovní ruch a motivace pro cestování .....	11
3.2	Percepce krajiny a její vnímání .....	16
3.2.1	Psychogeografie .....	18
3.3	Genius loci – pojem, vnímání .....	19
3.4	Lokality Anglie a Skotska .....	22
3.4.1	Anglie.....	23
3.4.2	Skotsko.....	24
3.4.3	Megalitický svět.....	28
3.4.4	Vybrané lokality Anglie a Skotska.....	30
4	PRAKTICKÁ ČÁST.....	35
4.1	Sběr informací a průběh šetření.....	35
4.2	Vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření.....	37
4.3	Rozhovor – Mgr. Marek Bejr, CK Poznání .....	50
5	Shrnutí výsledků.....	52
5.1	Odpovědi na výzkumné otázky .....	54
5.2	Ověření hypotéz.....	55
6	Závěry a doporučení .....	56
7	Seznam použité literatury.....	59

8	Přílohy .....	61
8.1	Genius loci na fotografii .....	61
8.2	Sestavený dotazník .....	65
8.3	Rozhovor – Marek Bejr, CK Poznání .....	72
9	Zadání práce .....	75

## Seznam obrázků

Obr. 1 Maslowova pyramida potřeb .....	13
Obr. 2 Mapa Velké Británie .....	22
Obr. 3 Přehled národních parků Anglie a Skotska .....	25
Obr. 4 Výhled na město Edinburgh, Calton Hill, 9. 5. 2014 .....	26
Obr. 5 Večerní město Glasgow, 4. 5. 2014 .....	27
Obr. 6 Ostrov Skye, Old Man of Storr, 6. 5. 2014 .....	28
Obr. 7 Pohled na kameny, Avebury (Anglie), 3. 5. 2014 .....	31
Obr. 8 Stonehenge (Anglie), 3. 5. 2014 .....	31
Obr. 9 Plán stavby tunelu pod Stonehenge .....	33
Obr. 10 Pohled z jezera na Urquhart Castle, Loch Ness (Skotsko), 9. 5. 2014 .....	34
Obr. 11 Pohled na Stonehenge .....	47
Obr. 12 Tajemný monument Stonehenge .....	47
Obr. 13 Avebury, 3. 5. 2014 .....	48
Obr. 14 Jezero Loch Ness, 9. 5. 2014 .....	49
Obr. 15 Výhled na jezero Loch Duich (Skotsko), 6. 5. 2014 .....	61
Obr. 16 Výhled na jezero Loch Alsh (Skotsko), 6. 5. 2014 .....	61
Obr. 17 Glenfinnan Monument (Skotsko), 6. 5. 2014 .....	62
Obr. 18 Avebury (Anglie), 3. 5. 2014 .....	63
Obr. 19 Stonehenge (Anglie), 3. 5. 2014 .....	64

## Seznam tabulek

Tabulka 1 Základní porovnání Anglie a Skotska .....	23
---	----

## Seznam grafů

Graf 1 Návštěvnost Anglie a Skotska .....	39
Graf 2 Motivace výběru zvolených lokalit .....	40
Graf 3 Pravděpodobnost působení genia loci .....	41
Graf 4 Přehled navštívených míst .....	42
Graf 5 Preferovaná místa pro návštěvu .....	43
Graf 6 Aspekty ovlivňující genius loci .....	47

# 1 Úvod

Téma práce bylo zvoleno z důvodu stoupající oblíbenosti v cestování za přírodou a přírodními památkami. Podnětem pro tento stále více vyhledávaný typ turismu – poznání původních kultur a přírody - je touha pocítit autenticitu místa, atmosféru a odnést si z této návštěvy co nejvíce zážitků a dojmů. Práce se snaží seznámit s tímto fenoménem, se kterým má každý jednotlivec své subjektivní zkušenosti a o kterém bylo napsáno z teoretického hlediska velmi málo a je v mnoha případech poměrně obtížné tento pojem objasnit a vysvětlit.

Téma práce je zaměřeno na vybrané lokality Anglie a Skotska z důvodu osobní návštěvy autorky a její zkušenosti s působením genia loci na uvedených místech a popisovaných lokalitách. Místa jako megalitické stavby - anglické Stonehenge či Avebury a skotské jezero Loch Ness či ostrov Skye, jsou místa zahalená mnoha tajemstvími, pro která jsou vyhledávána velkým množstvím turistů. Důvodem pro návštěvu jsou v mnoha případech pouze požadavky na odškrtnutí si místa návštěvy ve svém seznamu. Naštěstí se v poslední době často objevují také požadavky na poznání autenticity, původu a atmosféry místa. Toto je skutečný důvod pro výběr tématu genius loci přírodního turismu.

*Každému připadají hvězdy jiné. Tomu, kdo cestuje, ukazují cestu. Pro jiného jsou to jen světélka na nebi. Pro vědce je to problém k řešení.*

*- Antoine de Saint-Exupéry*



## **2 Cíl práce a metodika zpracování**

### **2.1 Cíl práce**

Hlavním cílem bakalářské práce je vystihnout co nejjednodušším způsobem pojem genius loci a aplikovat jeho vnímání na vybraných přírodních lokalitách Anglie a Skotska. Na tato místa je kladen zvláštní důraz z teoretické stránky, na jejich představení, seznámení s jejich specifickými vlastnostmi a charakteristikami podstatnými pro působení genia loci. Dále je kladen důraz na zjištění, jak tato místa působí na turisty, kteří daná místa navštívili a také na to, jak působí na potencionální návštěvníky, kteří lokality doposud nenavštívili.

Dílčím cílem práce je také poukázat na zajímavosti megalitické kultury a přiblížit tyto typy staveb pro snazší pochopení a vyjádření genia loci, který v těchto místech a stavbách působí.

V neposlední řadě si práce klade za cíl ověřit povědomí o fenoménu genius loci a zjistit, jaké podněty vedou dotazované respondenty k tomu, aby si jako místo své dovolené či expedice zvolili uvedené lokality.

Dalším cílem práce, s tímto souvisejícím, je zjistit, zda očekávání a prvotní motivace byla navštívením daného místa naplněna.

### 2.1.1 Výzkumné otázky

Cílem výzkumu bakalářské práce je prostřednictvím kvantitativního výzkumu – za pomoci sestaveného dotazníku - najít odpovědi na tyto výzkumné otázky:

1. Jaké mají dotazovaní respondenti povědomí o pojmu genius loci?
2. Jaká je/byla jejich motivace a očekávání z návštěvy lokalit Anglie či Skotska?
3. Jaké byly následně skutečné dojmy z návštěvy daných míst a jak je dotazovaní respondenti vnímali?

### 2.1.2 Stanovené hypotézy

Níže uvedené pracovní hypotézy byly stanoveny na základě předpokladu, že dotazovaní respondenti pojem genius loci již někdy slyšeli a mají určitou představu o jeho významu. Dotazovaní, ať již Anglii či Skotsko navštívili či nenavštívili, se tedy mohou na základě hypotézy č. 1 vyjádřit k hypotéze č. 2. Obě pracovní hypotézy byly ověřovány předloženým dotazníkem.

Pro výzkum byly stanoveny následující hypotézy:

**H1:** Většina dotazovaných respondentů má povědomí o pojmu genius loci.

**H2:** Anglie a Skotsko jsou považovány za místa s větší pravděpodobností působení genia loci.

## **2.2 Metodika zpracování práce**

Pro vypracování teoretické části práce bylo zapotřebí nastudovat dostupnou, především odbornou, literaturu zabývající se fenoménem genius loci a dále vytvořit základní představení lokalit Anglie a Skotska, na které se práce v první řadě soustředí.

Teoretická část se v kapitole 3.2 (Percepce krajiny a její vnímání) zaměřuje na seznámení s percepcí krajiny, tedy jejím vnímáním a názory na to, jaký vliv má příroda a krajina na člověka jako jedince.

Kapitola 3.3 (Genius loci – pojem, vnímání) je zaměřena především na seznámení s pojmem genius loci za pomoci dostupné literatury. Literatury na toto téma však bylo doposud napsáno velmi málo. Důvodem je obtížné vyjádření, popsání a nedostatek povědomí o tomto fenoménu. Je velmi těžké vyjádřit konkrétní definici či vzorec popisující pojem genius loci. Jedná se o specifický, a pro každého jedince individuální pocit. Práce se tedy snaží tuto oblast lidského vnímání a pocitů co nejvíce přiblížit. Je zde vyjádřeno několik různých popisů a specifikací prostřednictvím nejvýznamnějších autorů a odborníků objasňujících problematiku genia loci.

Práce se snaží v kapitole 3.4 (Lokality Anglie a Skotska) seznámit se základními informacemi o Anglii a Skotsku a přibližuje základní charakteristikou vybrané lokality uvedené v kapitole 3.4.4 (Vybrané lokality Anglie a Skotska). Následně praktická část práce, v kapitole 4.2 (Vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření), popisuje a seznamuje s působením tohoto prostředí na dotazované respondenty ať již místo navštívili, nebo jej znají pouze z obrázků, knih či televizních dokumentů. Hlavním bodem zájmu práce jsou především přírodní lokality, co nejméně ovlivněné lidským působením.

Dále práce v teoretické části v kapitole 3.4.3 (Megalitický svět) seznamuje s megalitickou kulturou a podobným typem staveb. Snaží se dát tato mýtická místa do souvislosti s působením genia loci v současné době a s tím, z jakých důvodů byly stavby před mnoha tisíci lety budovány.

Praktická část v první kapitole 4.1 (Sběr informací a průběh šetření) přibližuje postup získávání informací pro následné vyhodnocení kvantitativního výzkumu - dotazníkového šetření. Tato varianta výzkumu byla zvolena především proto, že získaná data jsou považována za primární a jsou tedy dostatečným a aktuálním podkladem pro jejich konečné vyhodnocení.

Trousil a Jašíková definují (2015) dotazník jako nejčastěji používaný nástroj kvantitativní výzkumné strategie, resp. jako techniku, která umožňuje na velkém počtu respondentů zjistit cenné údaje.

Trousil a Jašíková (2015: 88-90) dále specifikují několik typů otázek, které je možné v dotazníku využít:

1. *„Uzavřené otázky nabízejí pouze několik možných odpovědí a respondent si sám vybírá jemu nejbližší možnost. Velkou výhodou tohoto typu otázek je snadné zpracování následných výsledků. Velkým rizikem je však neschopnost určit všechny možné kategorie odpovědí, které by respondent mohl chtít použít.*
2. *Polouzavřené otázky jsou v podstatě otázky uzavřené, u nichž však dále nabízíme možnost volné (vlastní) odpovědi.*
3. *Otevřené otázky jsou založeny na možnosti respondenta odpovídat zcela volně a vlastními formulacemi. Respondent tedy může odpovědět jakkoli, což u vysokého počtu respondentů v kvantitativním výzkumu znamená, že budeme mít velký problém s vyhodnocováním.*
4. *Filtrační otázky se týkají pouze některých respondentů.*
5. *Kontrolní otázky mají ověřit pravdivost odpovědí u jiných otázek.*
6. *Identifikační otázky zahrnují údaje o respondentovi, které však nesmí vyvolat zdání narušení anonymity respondenta, protože v případě jeho pochybností může dojít ke zkreslení jeho odpovědi a v nejhorším případě odmítnutí dotazník vyplňovat.*
7. *Projekční, projektivní otázky mají obvykle podobu nějakého obrázku, který má respondent doplnit, případně se má ztotožnit s nějakou postavou či pozicí na obrázku.“*

Dotazník (přiložen v kapitole 8.2 - Sestavený dotazník) je sestaven tak, aby vzhledem k vytyčeným výzkumným otázkám dokázal získat relevantní odpovědi pro jejich zodpovězení. Otázky byly sestavovány tak, aby vyvrátily či potvrdily stanovené hypotézy H1 a H2. Dotazník je zaměřen zejména na povědomí respondentů o pojmu genius loci. Snaží se od dotazovaných získat jejich vlastní vyjádření a názory v podobě několika otevřených otázek. Jsou vyzváni k tomu, aby se vyjádřili k předloženým fotografiím a popsali své vnitřní pocity a dojmy, které v nich fotografie vyvolává. V neposlední řadě dotazník zjišťuje, jaká místa by si dotazovaní přáli navštívit a jaká již navštívili. Vyhodnocení těchto otázek, zařazených v dotazníku pod čísly 11 a 12 může poukázat na povědomí a preference návštěvníků – zda jsou ovlivněni aktuálními trendy a propagací daných míst. Případně, zda dávají přednost svým potřebám a přáním a zda volí lokality, které nejsou tak známé a komerční.

Vytvořený dotazník byl prezentován pomocí internetu – online verze dotazníku byla rozeslána respondentům elektronickou poštou, a především byl prezentován prostřednictvím sociální sítě, dále také osobním kontaktem s respondenty, kterým byl dotazník předán v tištěné podobě.

V kapitole 4.2 (Vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření) jsou detailně vyhodnoceny výsledky dotazníkového šetření za pomoci grafů a citací odpovědí dotazovaných respondentů.

Praktická část je následně v kapitole 4.3 (Rozhovor – Marek Bejr, CK Poznání) doplněna o odpovědi na předem připravené otázky zaměřené na nabídku zájezdů CK Poznání do Anglie a Skotska a na spokojenost, preference, požadavky a případné připomínky klientů, kteří se zájezdů zúčastnili.

Lokality stanoveného výzkumu byly zvoleny především z důvodu osobní návštěvy míst autorky. Za konkrétní lokality, sloužící pro výzkum byla záměrně zvolena jak místa relativně dobře známá, tak i místa, která nejsou v takové míře propagována. Zvolená místa mají velký předpoklad k diskusi založené na odlišných názorech respondentů. Dalším zájmem bylo zjistit, zda návštěvníci či potencionální návštěvníci mají podobný názor a náhled na pojem genius loci a vybrané lokality Anglie a Skotska jako sama autorka práce.

## 3 TEORETICKÁ ČÁST

### 3.1 Přírodní cestovní ruch a motivace pro cestování

Motivace pro cestování a s tím související cestovní ruch se liší s každým člověkem individuálně dle podmínek, ve kterých žije, v jakém se nachází prostředí, dle jeho zájmů či pocitů. Je velmi obtížné specifikovat to, proč lidé cestují a mají touhu poznávat. Základní motivací pro cestování je atraktivita dané lokality, uspokojení vlastních potřeb a touha po poznání jiných kultur.

V případě přírodního cestovního ruchu je podle Zelenky a Páskové (2012) účast na této formě cestovního ruchu podmíněna přírodně hodnotnými oblastmi (přírodní lokality, přírodní útvary, přírodní úkazy).

Dále Zelenka a Pásková (2012: 236) popisují přírodně-orientovaný cestovní ruch *„jako formu CR, jejíž účastníci jsou motivováni přírodou, jejím poznáváním a procitčováním. Směřuje do přírodních, lidskými aktivitami minimálně narušených oblastí, míst vhodných k pozorování planě rostoucích rostlin a volně žijících živočichů.“*

Takovýmto oblastem je zapotřebí věnovat stále větší pozornost a dbát na to, aby tato místa zůstala co nejdéle uchována i pro budoucí generace. Příroda funguje v posledních letech stále více motivačně, kdy člověk má potřebu „utíkat“ pryč ze stresu všedních dnů a snažit se relaxovat tím, že bude vnímat své okolí a přírodní energii. Člověk se stále více vrací k přírodním zdrojům a k tomu, aby mohl co nejšetrněji přírodu využívat ke svému prospěchu a žít s ní v souladu.

Norberg-Schulz (2010: 23) píše, že *„aby člověk mohl žít mezi nebem a zemí, musí tyto dva elementy pochopit.“* Dále také uvádí, že *„každé pochopení přírodního místa vždy vyrůstá z prvotní zkušenosti s přírodou, která se jeví jako množství živých „sil“. Člověk vsazený do přírody byl úplně závislý na jejích silách. Rozvoj jeho mentálních schopností postupoval od pochopení takových rozptýlených kvalit k artikulovanějším zkušenostem, v nichž chápe části i jejich vzájemné vztahy uvnitř celku. Tento proces se může rozvíjet různými způsoby podle lokálního prostředí.“*

Norberg-Schulz (2010: 32) také říká, že „termín „přírodní místo“ označuje celou řadu různých rovin prostředí, od kontinentů přes jednotlivé země až po místo zastíněné stromem. Všechna taková „místa“ jsou určována konkrétními vlastnostmi země a nebe. Stablnějším elementem je samozřejmě země, třebaže se některé její vlastnosti s ročními dobami mění, ale i proměnlivější a méně konkrétní nebe má „charakterizační“ roli rozhodujícího významu.“

Z těchto vyjádření je jasně patrné, že příroda si podmaňuje svým kouzlem každého jedince zvlášť a ne naopak. Každý jednotlivec je pouze jakousi figurkou, která se nechává unášet kouzlem přírody.

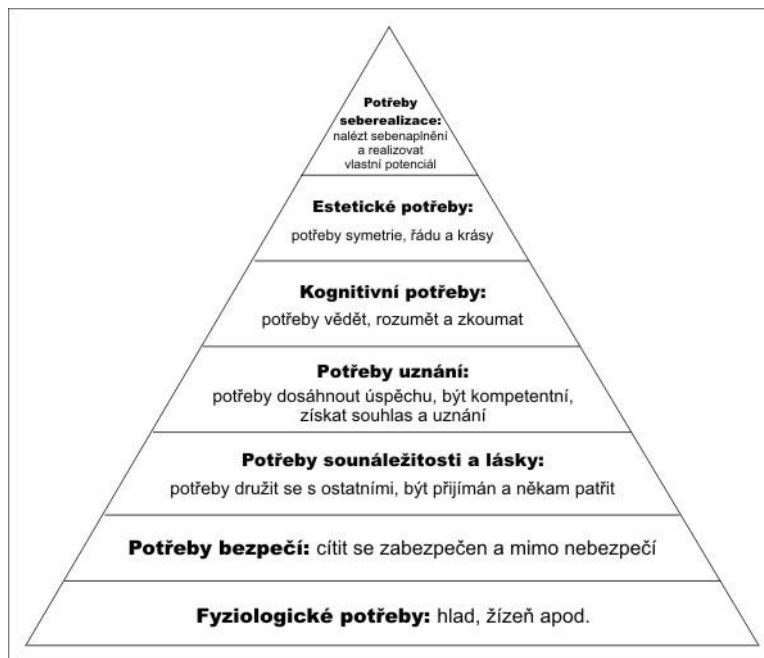
Člověk, již nasycený kouzlem původní přírody, se snaží si ji podmanit a přizpůsobit množstvím úprav k obrazu svému. Úpravy a zásahy do přírody byly v posledních desetiletích ke krajině a k původnímu prostředí velice bezohledné a následky jsou v mnoha případech patrné až do dnešních dní. Současná architektura se však snaží tato pochybení napravit a obrací se k využívání přírodních materiálů a zdrojů tak, aby bylo původní kouzlo místa zachováno.

Stibral (2005: 32) k této problematice uvádí, že již v době romantismu, „vzniká dodnes problematický fenomén – ti, kteří chtějí spatřit přírodní krásy, si nejdříve zvětšují pohodlí a potěšení budováním cest, budov, hostinců a rozhleden, aby po nějakém čase zjistili, že zde již z původní přírody mnoho nezbyvá.“

Ten, kdo chce spatřit skutečné krásy přírody má k výpravám za jejich poznáním své vlastní důvody a podněty. Tyto důvody jsou pro něho do jisté míry určitým pokusem o uspokojení sebe sama, svých vnitřních pocitů a potřeb. Potřeby má v základu každý stejné, avšak záleží na tom, v jaké míře a odhodlání se je rozhodne naplnit.

Na níže uvedeném obrázku Maslowovy pyramidy potřeb, lze názorně ukázat podněty pro cestování vedoucí k vnitřnímu uspokojení a seberealizaci. Od pocitu sounáležitosti s navštíveným místem, potřeby porozumět mu, poznat jeho příběh a prozkoumat dané místo až po pocit sebenaplnění a seberealizace

z dosaženého úspěchu a dosažení vytyčeného cíle – toto jsou základní podněty pro cestování a poznávání.



Obr. 1 Maslowova pyramida potřeb  
Zdroj: Filozofie úspěchu (2011)

Šípek a Štýrský (2007) uvádí typy cestování rozlišené z výzkumů monashské univerzity z roku 1998 následovně:

- Dobrodružství – sem patří klienti vyhledávající „tvrdé“ dobrodružství (vysokohorská turistika, pouštní putování)
- Labužnictví – tito klienti preferují oblast luxusního cestování
- „Sváteční“ cestování – výjimečné cestování, např. při příležitosti olympijských her, velkých cen v automobilových závodech atp.
- Tradiční cestování – klienti hledající klidné, rodinné cesty, nevdí jim hromadnost, dokonce to mívají rádi
- Cestování s rozpočtem – jde o klienty, kteří mají omezený rozpočet, hlídají si svá vydání, vybírají si podle cen a preferují proto menší komfort
- Speciální cestování – někteří klienti mají zvláštní požadavky vztahující se k jejich práci nebo zájmům, jsou to např. sběratelé minerálů, meteoritů, zájemci o určitý druh umění a jezdící po galeriích, sportovci



Šípek a Štýrský (2007: 114) dále odkazují na studii motivů cestování, která byla realizována v 1961 v Německu. Výsledky byly shrnuty do čtyřech skupin motivů:

- I. *„Potřeba zábavy a odpočinku. Jde o oddych, o uvolnění tělesného i duševního napětí, zmírnění podnětového náporu, nespěchání nikam a v ničem atp.*
- II. *Potřeba změny a vyrovnání. Pociťujeme snahu změnit ustálené a navyklé prostředí, objevit něco nového, co nepatří do dosavadního každodenního života; udělat něco pro sebe, věnovat se sám sobě.*
- III. *Potřeba uvolnit dosavadní vazby. Sociální vazby mohou být pociťované jako velká zátěž a mnozí potřebují čas od času přechodně se od nich osvobodit, dělat si co chtějí.*
- IV. *Potřeba prožitku a naplňování osobních zájmů. Tomu mohou posloužit nové, nečekané situace nebo osoby, kdy může člověk také zapojit prožitky smyslů a obecně radost z prožívání, překvapování, objevování neznámých koutů, krajin, lidí a kultur. Můžeme vychutnávat setkávání se s dosud neznámými lidmi.“*

Každého motivuje v danou chvíli k cestování odlišný požadavek. Může se jednat o aktuální módnost lokality, vkus na zvolené místo nebo typ prostředí, do kterého se člověk chystá cestovat, např. prostředí kulturní, sociální nebo např. náboženské.

Motivací se také může stát očekávaný prožitek, který přichází spolu s cestováním. Prožitek je jedním z hlavních důvodů, proč lidé cestují. Každý svůj vnitřní prožitek získává a prožívá jiným způsobem. Může to být jak výše zmíněné dobrodružství z náročného turistického zážitku v přírodě jako např. výstup na vysněný vrchol hory nebo naopak relaxační dovolená na hotelové pláži. Pro každého je atraktivní jiný způsob trávení volného času a investování finančních prostředků, avšak uspokojení a prožitek si může odnést buď očekávaný, nebo ovlivněný jinými faktory, které na místě mohou neočekávaně působit.

Schober ((1993) cit in Šípek a Štýrský (2007)) dělí oblasti prožitků na:

- Explorativní prožitky – sem patří vyhledávání informací a jejich až hravé kombinování, zkoumání, vymyšlení a objevování něčeho zvláštního, nového, tedy opak nudných chvil všedního dne.
- Sociální prožitky – lidé vyhledávají kontakt s jinými lidmi, které nemohou potkat v každodenním shonu, chtějí si kompenzovat nedostatek času na sebe navzájem.
- Biotické prožitky – žádoucí může být také vyhledávání neběžných tělesných podnětů a prožitků.
- Optimalizované prožitky – tím je myšlen příznivý dopad a důsledky cesty. Např. po návratu jsme obdivováni za statečnost, pěkné opálení. Efekt cestování se tak prodlouží do následujících všedních dnů.

Typy cestování, motivy a prožitky se vzájemně prolínají a ovlivňují. Vše je propojeno od samého počátku až do konce, kdy se člověk setká s působením genia loci, ať si jeho přítomnost uvědomuje či ne. Pojmu genius loci je věnována dále uvedená část práce v kapitole 3.3.

### **3.2 Percepce krajiny a její vnímání**

Jak uvádí Schmelzová, Šubrtová a Mikoláš (2014) obdivování divoké přírody – lesů, hor nebo pískovcových skal – je záležitost novodobá: divočina bývala považována nejen za nebezpečnou, nýbrž také ošklivou. V 19. století došlo k přímé rozluce krásy a přírody. Měla-li být příroda pokládána za krásnou, musela si vypůjčovat od umění, jako tomu bylo třeba ve francouzských parcích. Příroda předindustriálního období je nenávratně pryč – v tomto směru bylo 19. století zásadním přelomem. Industrializace znamenala jeden z nejméně citlivých a esteticky příznivých zásahů do přírody. Autoři dále uvádějí, že dnes jsou nedotčené kusy krajiny hodnoceny jako esence krásy. Samotná jeví se příroda v člověku vyvolává pocity harmonie, klidu, melancholie, vlastní nepatrnosti či čehokoliv.

Květ (2003) píše, že sice nemáme možnost přímého odhalování myšlení a citění člověka pradávných dob, jedno je však jisté: vnímání krajiny bylo nepominutelnou součástí jeho života. Člověk archaických společností, a ještě dlouho potom až do středověku žil v posvátném, mytickém prostředí obestřen magií. Na rozcestích a křižovatkách se konaly např. pohřby a na těchto místech se projevovalo modlitbami spojenými s obětmi, později se stavbami prostých znaků posvátného místa až po výrazné objekty zdůrazňující významnost zdejšího genia loci.

Schmelzová, Šubrtová a Mikoláš (2014) jsou toho názoru, že lidé již v prehistorii vymezovali sakrální místa a vytyčovali v krajině významné body. Existují různé typy těchto pravěkých struktur: stopy po dřevěných stavbách (rondely) či zbytky kamenných staveb (kamenné řady, menhiry, dolmeny, henge, kromlechy a mohyly). Autoři dále zmiňují, že megality, nejstarší dochované stavby na světě, pocházejí z období neolitu, eneolitu a starší doby bronzové. Jejich název vznikl z řeckého megas (velký) a lithos (kámen). Sloužily pravděpodobně jako kultovní objekty, někdy i k pohřebním aktivitám, uvažuje se o nich rovněž jako o astronomických observatořích. Vyskytují se v Evropě od Středozeří přes západní Francii, britské ostrovy až po Skandinávii. Nejznámějšími jsou britský Stonehenge

a bretaňské Aleje v Carnaku, souběžné či vějířovité řady tvořené několika tisíci menhiry.

Jak také uvádí Cílek (2007) - ke kouzlu krajiny patří určitá zasněnost, melancholie, tušení mytických kořenů, propadání se do hlubin pravěku, vize vztyčených kamenů a kruhových svatyní různých kultur.

Důvody stavby a vzniku těchto kamenných staveb jsou pro mnohé vědce a nadšence nevysvětlitelnou záhadou do dnešních dní. Podnikají se stále nové expedice a výzkumy pro odhalení původu těchto míst. Bylo natočeno nesčetné množství dokumentů a napsáno obrovské množství knih, avšak veškeré výsledky jsou pouze v rovině teoretické s nádechem mýtů a mysticismu.

*Květ (2003: 27) píše, že „současná situace ve vnímání krajiny je zcela odlišná od té po tisíciletí zažívané. Nejen městský obyvatel, ale i venkovský domorodec ztratil sepětí se svou rodnou krajinou: necítí, které přírodní predispozice a s nimi spjaté stavby určovaly rytmus života a ovládaly mysl jeho předků.“*

Podle Květa (2003) lze shrnout, že duši krajiny chápali lidé jako posvátný pocit z celé přírody. Časem se zredukovalo posvátno přírody jen do symbolů lidskou rukou zhotovených, aby nakonec pocity posvátnosti z krajiny vymizely úplně. Píše, že duše krajiny se objevuje v dnešní době nejvýše jako estetický vjem. Ztrátou posvátna si však člověk cosi dluží. Ostatně už nyní se objevují příznaky obnovujícího se zájmu o tajemno dávných posvátných míst. V nastupujícím třetím tisíciletí se tento nedostatek bude novými generacemi napravovat. Zamýšlí se nad tím, že lidská duše přece jen není hmotná substance závislá jen na materiálu. Není-li v současné lidské společnosti dostatek řádu a harmonie, pak si člověk bude muset hledat v přírodě systém, zákonitosti a pořádek, podle kterých by se mohl začít znovu orientovat. Díky toulkám přírodou snad podle jejího vzoru přestane být chaos a ne-řád programem i ve vzájemných lidských vztazích.

Lidé již v dnešní době pochopili, že skutečné kouzlo poznání, dobrodružství a zážitků je ve skutečném a původním přírodním prostředí, v souznění a poznání

svých vlastních kořenů. Snaží se přírodu chránit a zanechávat jí co nejméně poškozenou a zasaženou lidským působením. Důvod je jasný – aby mohl každý člověk vnímat tu krásu a atmosféru míst, která jsou pro jejich krásu obdivována a navštěvována.

Michell (2005) ve své knize poznamenal, že při cestování po posvátných místech poutník nejenom osvěží vlastního ducha, ale přispěje též k oživení skrytého ducha země, jehož vzkříšení přinese mír a spokojenost všem národům. Necht' každý, kdo podnikne tuto pouť, najde požehnání, zdraví a štěstí a vychutná si nádhernou a bezpečnou cestu.

### **3.2.1 Psychogeografie**

Šípek (2001) je jedním z mála autorů, který seznamuje s termínem psychogeografie, ev. behaviorální geografie. Uvádí, že obsahově psychogeografie pokrývá otázky vnímání prostředí, vliv prostředí na chování lidí a jejich více či méně tvůrčí zásahy do prostředí. Píše, že dále zde nalezneme rozpravy o globalizačních vlivech světa na psychiku lidí, globální sociální změny, psychologické aspekty života v největších metropolích, dopady organizace světového, globálního prostoru atd.

Dále specifikuje (2001: 15), že *„do zmíněných souvislostí lidské psychiky a prostředí, prostoru, krajiny zde nezařazujeme celou řadu jiných témat, jako je vliv tzv. geopatogenních zón na psychiku člověka, zvláštní transcendentní prožitky na některých místech země, putování za tajuplnými obrazci na obloze, v obilí atp.“*

### **3.3 Genius loci – pojem, vnímání**

Genius loci se dá považovat za tak specifický pojem, že každý jedinec jej může interpretovat různými způsoby, slovy, pocity nebo myšlenkami a každé dané vymezení bude správné. Nejedná se o žádnou konkrétní hmatatelnou věc, definici či snad vzorec chování.

Na téma genius loci bylo napsáno velmi málo podkladů a materiálů, ze kterých lze čerpat pro bližší vysvětlení a objasnění jeho významu. Tímto se zabývá pouze několik málo autorů, kteří pojem popisují v souvislosti s oborem, ve kterém oni sami působí.

Norský historik Norberg-Schulz (2010) uvádí, že genius loci je římský pojem. Podle přesvědčení starých Římanů má každá „nezávislá“ bytost svého genia, ochranného ducha. Podle něho tento duch dává lidem i místům život, doprovází je od narození do smrti a určuje jejich charakter či povahu. Antický člověk prožíval své prostředí jako by je vytvářely určité charaktery. V průběhu celé historie zůstával genius loci živoucí skutečností, i když nebýval vždy přímo takto pojmenován. Zmiňuje, že výtvarní umělci i spisovatelé nacházeli v místním charakteru inspiraci a „vysvětlovali“ jevy všedního života i umění poukazem k jejich krajinnému a městskému milieu (= prostředí, okolí, vnější podmínky).

Šípek a Štýrský (2007) jsou toho názoru, že lidé nestavěli do krajiny chrámy nebo ještě dříve dolmeny a menhiry proto, aby se esteticky vyžili. Spíše to bylo „zařízení“ na podchycení nějakého „ducha“, nějaké tušené energie. V zájmu orientace ve světě i v sobě měli lidé vždy zájem o zachycení, udržování a ožívování nějakých vhodných psychických stavů, nějakého naladění, poznání. Dále také autoři zmiňují, že kultovní důvody jsou běžně uznávanou možností výkladu významu dotváření krajiny a jejího členění pomocí menhirů apod. Takové zařízení podle nich mohlo pomáhat snadněji si vzpomínat na určité psychické stavy, na dosažené poznání, anebo naopak vybízelo k jejich hledání. A tak je třeba být připraven takovou stavbu nebo lokalitu vnímat jako symbol, jako výzvu k následování, hledání.

Šípek a Štýrský (2007) specifikují, že genius loci lze chápat jako atmosféru, „ducha“ místa, oblasti, jak ji lidé prožívají. Je to psychologicky obtížně definovaný jev tvořený řadou momentů: přírodní lokalitou, kulturním ztvárněním, atmosférickými podmínkami, roční dobou, ale i aktuálním psychickým a fyzickým stavem člověka. Často má v takové chvíli člověk pocit neopakovatelnosti, vznešenosti, záhadnosti. Jindy dochází k jakémusi poměřování se člověka s přírodou, prožívání blízkosti vlastní bezvýznamnosti.

Norberg-Schulz (2010: 58) dále hovoří o genu loci tak, že *„v budově jsou vytvářena umělá místa se svými individuálním geniem loci. Genia loci určuje to, co je vizualizováno, doplňováno, symbolizováno a shromažďováno. Ve venkovské architektuře by měl být duch umělého místa úzce spjat s duchem přírodního místa; naproti tomu v městské architektuře je tento vztah obsáhlejší. Genius loci města by tedy měl v sobě obsahovat ducha lokality, skýtajícího městu kořeny, ale zároveň by také měl shromažďovat obecné významy tkvící svými kořeny jinde a přenesené sem prostřednictvím symbolizace. Některé z těchto obsahů (významů) jsou natolik obecné, že platí pro všechna místa.“*

Norberg-Schulz (2010) popisuje, že genius loci se projevuje umístěním, prostorovou konfigurací a charakteristickou artikulací. Všechny tyto stránky musí být do značné míry uchovávané, protože jsou předmětem orientace a identifikace člověka. Autor také poukazuje na to, že genia loci je možné uchovat v průběhu pozoruhodně dlouhé doby, aniž by se to dostávalo do rozporu s potřebami jednotlivých historických epoch.

Cílek uvádí (2007), že genius loci je něco podobného jako „krajinný ráz“, ale je ještě méně uchopitelný. Pojem může působit magicky a prchavě, ale ve skutečnosti je jednou z nejsilnějších esencí celé krajiny. Při rozvoji každého města i každé krajiny je nutné zvážit, jaký je jejich genius loci, aby nebyl bezmyšlenkovitě poškozen samotný základ duchovní kostry krajiny. Genius loci se nevznášá na nějakém obláčku, ale je pevně vepsán do tvarů, struktur a barev kraje.

Veškeré působení genia loci, které je v práci popsáno, je vesměs působení pozitivní, kladné a vyvolávající v člověku příjemné pocity. Mohou však existovat i situace, kdy místo na dotyčného nepůsobí zcela dle očekávání a jeho pocity z navštívené lokality jsou rozporuplné. Může se jednat o vnímání prostředí a energií, které místo vyzařuje či díky zásahům člověka do krajiny, jako jsou například lidská sídla, dopravní komunikace či obrysy průmyslových staveb a různá elektrická vedení. Dalším rušivým elementem genia loci může být například obyčejnost, všednost a tuctovost, kterou člověk vidí na většině fotografií z míst z celého světa. Návštěva vytouženého místa poté může být ovlivněna očekáváním, která nakonec nebudou splněna, ať již bude důvodem fádnost či rušivé zásahy lidské činnosti v krajině.

Velmi využívaným prostředkem k zachycení vzpomínky na vybrané místo jsou fotografie. Lokalitu lze vyfotit, vytvořit záběr pouze daného místa, které člověk požaduje a po kterém touží. Snímek jej zachytí přesně podle požadavku autora, nedokáže však zachytit atmosféru způsobenou například vysokou koncentrací osob, špínou, nepořádkem apod. Při každém pohledu na danou fotografii si pak návštěvník vybaví toto místo kompletně i s tím, jak na něho v tu chvíli genius loci působil.

Působení genia loci na frekventovaných místech však nelze shrnout pouze negativním působením okolností, ale je důležité si z toho odnést to, proč je místo navštíveno. Vychutnat si energii a klid, radost ze života, kterou člověku tento okamžik přináší. Je potřeba vnímat přirozenost a jedinečnost současně s respektem a obdivem k nevšednosti, kterou okamžiky přináší.

**Cílek prezentuje (2012: 91) nejlepší vyjádření genia loci, jaké zná, následovně: „je to důvod, který neumíme pojmenovat, ale kvůli kterému se vracíme.“**



### 3.4 Lokality Anglie a Skotska

Anglie a Skotsko je součástí Spojeného království Velké Británie a Severního Irsku. Spojené království zahrnuje Velkou Británii (Anglie, Skotsko, Wales), Severní Irsko a přilehlé ostrovy.



**Obr. 2 Mapa Velké Británie**  
Zdroj: Bedekr.cz (2016)

	<b>ANGLIE</b>	<b>SKOTSKO</b>
Počet obyvatel	53 012 456	5 144 200
Rozloha (km <sup>2</sup> )	130 395	78 722
Hlavní město	Londýn	Edinburgh
Nejvyšší bod	Scaféll Pike (978 m n. m.)	Ben Nevis (1344 m n. m.)
Národní parky	10	2
Lesní plocha	7 %	17 %
Státní zřízení	Konstituční monarchie	
Královna	Alžběta II.	

**Tabulka 1 Základní porovnání Anglie a Skotska**

Zdroj: Vlastní zpracování podle: Anglie – Wikipedie (2017), Skotsko – Wikipedie (2017)

### 3.4.1 Anglie

Beránek, autor článku *Ta Anglie...* (2013: 6) píše, že „*krom velehor nabízí svým návštěvníkům snad vše, po čem touží. Klidné písčité či oblázkové pláže, nebo naopak rozeklaná pobřežní skaliska, o něž se tříští mořský příboj. Klidné, někde ještě snad přímo pastorální vnitrozemí, kde se na zvlněných loukách pasou ovečky. A hlavně nekonečnou řadu kulturních památek, od středověkých katedrál až třeba po stavby moderních galerií a muzeí.*“

Else a kolektiv uvádí (2010), že Anglie není zemí geografických extrémů, ale i na poměrně krátkém úseku lze projet překvapivě pestrou krajinou. Jižní Anglie má většinou lehce zvlněný ráz. Je tu i několik kopcovitých oblastí, například Cotswolds, a mezi jednotlivými městy leží zemědělská půda. Východ Anglie tvoří nížiny a roviny, zatímco jihozápadní část (Southwest Peninsula) pokrývají divoká vřesoviště, bohaté pastviny a zdejší rozeklané pobřeží se spoustou chráněných pláží je oblíbenou prázdninovou destinací.

Dále uvádějí (2010), že i na severu Anglie jsou mezi zemědělskou půdou rozestá města a městečka, krajina je tu však ostřeji řezaná. Z Derbyshire až ke skotským hranicím se táhne pás vysokých kopců zvaných Penniny, do nichž patří také rašelinové pláně Peak District, překrásná údolí Yorkshire Dales a často větrná, ale divokou krásou oplývající vřesoviště v Northumberland. Mezi snad nejznámější

přírodní oblasti Anglie autoři řadí na severozápadě ležící Lake District, nevelké území plné kopců a hor. Právě zde leží také nejvyšší bod Anglie – Scafell Pike – tyčící se do výše 978 m.

Dále autoři přibližují (2010), že národní parky pokrývají osm procent z rozlohy Anglie. Avšak pojem „národní park“ může být v tomto případě zavádějící. Oblasti nejsou v majetku státu: téměř veškerá půda je v soukromých rukou – patří farmářům, šlechtickým rodům a ekologickým organizacím. Dále se nejedná o oblasti neporušené přírody, jako je tomu v řadě dalších zemí – v nižších polohách anglických národních parků se nachází obdělávaná pole a ve vyšších pastviny s ovce, ale také silnice, železnice a vesnice, nebo dokonce i města, doly a továrny. I přes tyto anomálie se v národních parcích nachází rozlehlá území hor a slatin, zvlněných kopců, říčních údolí a dalších oblastí tiché přírody.

### **3.4.2 Skotsko**

Jenkins (2003) popisuje, že hustota osídlení Skotska je s výjimkou několika velkých měst velmi nízká. V oblasti Skotské vysočiny žije v průměru jen asi 8 lidí na km<sup>2</sup>, síť veřejné dopravy je velice řídká, a tak je zde auto pro život téměř nepostradatelné.

Wilson a Symington uvádí (2011), že pevninská část Skotska se dá rozdělit na tři stejně velké části. Ta nejjižnější, Southern Uplands, která sestává z povlných travnatých kopců střídaných širokými údolími a obepnutých úrodnými pobřežními nížinami, hraničí na severu s prostředním regionem Central Lowlands. Uvádějí, že tato oblast se táhne v podobě širokého pásu od Glasgow a Ayru na západě k Edinburghu a Dundee na východě. Tento region sice zabírá pouhou pětinu z celkové rozlohy státu, ale kromě většiny skotského průmyslu se tu nacházejí i dvě největší města a cca 80 % obyvatelstva.

Wilson a Symington (2011) dále poukazují na to, že další významný geologický předěl je okrajový zlom Skotské vysočiny (Highlands). Tyto kopce – jejichž výška se ve většině případů pohybuje mezi 900 m až 1000 m – byly během poslední doby ledové rozryté postupujícími ledovci, jež do nich vyryly řadu hlubokých údolí ve tvaru písmene U. Takto vzniklá podlouhlá přímořská jezera

jsou dnes jedním z typických krajinných prvků Skotské vysočiny. Ta tvoří cca 60 % z celkové rozlohy Skotska a je rozřatá vedví riftovým údolím Great Glen, které se táhne z jihozápadu na severovýchod.

Dále přibližují (2011), že podél břehů Skotska je roztroušeno na 800 ostrovů tvořících čtyři hlavní souostroví; Shetlandy, Orkneje, Vnější Hebridy a Vnitřní Hebridy.

Wilson a Symington (2011) píší, že přibližně tři procenta z celkové rozlohy pevninské části Skotska tvoří sladkovodní toky; v mnoha případech jde o všudypřítomná jezera (lochs), řeky a potoky (burns), ale zhruba třetina má podobu mokřin – konkrétně rašelinišť a mokřadů (fens), jež do značné míry utvářejí typickou krajinu Skotské vysočiny a skotských ostrovů. Podle nich největší měrou však ráz skotské krajiny ovlivňuje slaná voda. Připočtou-li se všechny ostrovy, činí celková délka skotského pobřeží více než 16 000 km. Jde o bohatě členěný útvar krajně nepravidelného tvaru.

Dále upozorňují na to, že na území Skotska leží pouze dva národní parky. Národními parky však ochrana přírody ani zdaleka nekončí a Skotsko se honosí závratně širokým spektrem chráněných zón a oblastí rozdělených do 25 klasifikačních typů. Jeho součástí je 51 národních přírodních rezervací a celá řada chráněných vodních pásem.



**Obr. 3 Přehled národní parků Anglie a Skotska**  
Zdroj: Maps: National Parks UK (2016)

Jak předkládá Příbylová (2017), ve Skotsku je možné nalézt hluboká zelená údolí, která jsou obklopená majestátními horami, temně zbarvená jezera, bažiny, vřesoviště porostlá nejrůznějšími zástupci fauny a samozřejmě nechybí ani rozlehlé louky doslova poseté stády pasoucích se ovcí. Na mnoha místech jsou uchovány ještě poslední kouty té pravé evropské divočiny. Dále také uvádí, že na své si zde přijdou také lidé zajímající se o historii a kulturu. Přitahováni jsou zejména nepřístupnými majestátními hrady, starými kamennými památkami, ale také kouzlem skotských měst.

Příbylová (2017) píše, že za jedno z nejkrásnějších měst je považován Edinburgh. Rozkládá se na břehu Severního moře a pro své unikátní pamětihodnosti bylo v roce 1995 zapsáno na Seznam světového dědictví UNESCO.



**Obr. 4 Výhled na město Edinburgh, Calton Hill, 9. 5. 2014**  
Zdroj: Autor

Dále Příbylová (2017) uvádí, že největším městem Skotska je průmyslový Glasgow, který byl v minulosti hned po Londýně druhým nejvýznamnějším městem ve Velké Británii. Přestože zde stojí staré železářny, loděnice a přádelny, je Glasgow také nejkrásnějším viktoriánským městem ve Skotsku.



**Obr. 5 Večerní město Glasgow, 4. 5. 2014**  
Zdroj: Autor

Příbylová (2017) píše o souostroví Shetlandy - nejsevernějším území Skotska - nachází se pouhých 6 stupňů pod severním polárním kruhem a tvoří přirozenou hranici mezi Severním mořem a Atlantským oceánem. Původně byly ostrovy součástí Norského království, ale roku 1469 byly připojeny ke Skotsku.

Dále zmiňuje, že Orkneje jsou velmi bohaté na pravěké památky a staly se proto velmi cennou archeologickou lokalitou. Ostrovy jsou doslova posety nejrůznějšími megalitickými stavbami, kamennými mohylami a starými neolitickými sídlišti.

O Hebridech Příbylová (2017) uvádí, že se táhnou v délce asi 200 kilometrů západně od skotské pevniny. Pobřeží ostrovů je lemováno plážemi s bílým pískem a ploché nezalesněné vnitrozemí je protkáno vodními cestami. Hebridy jsou považovány za nejstarší známou část Evropy. Asi 80 % všech obyvatel Hebrid žije na největším a nejsevernějším ostrově Lewis a Harris. Přibližuje, že na své si zde přijdou pěší turisté, kteří se mohou vydat na průzkum pohoří stoupající až do výšky 900 metrů nad mořem. Jižní ostrovy North Uist, South Uist, Benbecula a Barra jsou pak převážně bažinaté, ale jejich pobřeží zdobí nádherné a nekonečné písečné pláže. Pláže na ostrově South Uist byly dokonce vyhlášeny chráněnou krajinnou oblastí. Největším ostrovem Vnitřních Hebrid je ostrov Skye, který se díky své rozmanité a působivé krajině stal skotským turistickým lákadlem číslo jedna. Popisuje, že se zde nachází rozeklané sopečné náhorní plošiny, lučiny, zelená pole pro pasoucí se ovce a skot i pohoří Cullins, které vytváří četné zálivy.

Hlavním městem ostrova Skye je Portree. V oblasti Storr erozí vznikl monolit zvaný Old Man of Storr, který se tyčí do výšky 49 metrů nad silnicí.



Obr. 6 Ostrov Skye, Old Man of Storr, 6. 5. 2014  
Zdroj: Autor

Jenkins (2003) píše, že vliv teplého Golského proudu přináší do Skotska mírné podnebí, a tak se na západním pobřeží lze setkat i s relativně exotickou vegetací, například palmami, které rostou v mnoha zdejších zahradách. Také uvádí, že i přes relativně malou nadmořskou výšku hor jsou skotské vrcholy vyhledávány horolezci pro technickou náročnost a také drsné klimatické podmínky. Středoevropan bývá překvapen špatným či zcela chybějícím značením turistických stezek.

### 3.4.3 Megalitický svět

Michell (2005) uvádí, že ještě dnes existují místa, která lze pro jejich prazvláštní tajemnost označit za přírodní svatyně. A právě taková místa je potřeba hledat a navštěvovat. Některá jsou slavná a přitahují turisty i poutníky po celý rok, zatímco jiná jsou tichá a odlehlá. Jmenuje, že to mohou být katedrály a opatství, historické kostely, centra náboženské obrody, svatyně světců a básníků, pohanské svatostánky, megalitické chrámy, posvátné prameny, skály a stromy. Jedno však mají společné – představují centra spirituální energie a jsou to místa neobyčejných zážitků. Dále také udává, že z dřívějších dob je v Anglii několik set kamenných kruhů a megalitických svatyní, od velkých chrámů Stonehenge a Avebury až po

mnohem skromnější pozůstatky dávné víry, jež dodnes posvěcují odlehlejší části krajiny.

Historik Norberg-Schulz (2010) tvrdí, že obecně lze prohlásit, že člověk „staví“ svůj svět. První způsob rozvíjely „severské“ národy, druhý zas středomořské civilizace. Raná středomořská architektura se vyznačovala užíváním velkých kamenů. Materiály této megalitické architektury symbolizují pevnost a stálost hor a skal. Ve stálosti se spatřovala prvotní existenciální potřeba a byla spojována s mužskou plodivou silou. Vztyčený kámen, menhir, představoval zároveň „postavenou“ skálu i falický symbol a masivní kyklopská stěna zjevovala tytéž síly.

Cílek (2014) je toho názoru, že menhiry mohou stát úplně všude. Nicméně u pravěkých památek lze obvykle vycítit soulad s krajinou. Vztyčené kameny bývají na místech s výhledem. Jedná se o neokázalý výhled z nějakého rovného či mírně nakloněného reliéfu. V jezerní a přímořské krajině bývá silná vazba na vodu. Píše, že u prokazatelně pravěkých menhirů lze nabýt dojmu, že s okolím vytvářejí soustředěnou jednotu, že krajinu završují.

Cílek (2014: 58-59) považuje za zajímavé to, že *„kameny, které byly vztyčeny jen za pomoci lidských rukou, působí živějším dojmem než kameny vztyčené za pomoci techniky, protože technika dělá z živoucích věcí pouhé předměty. V minulosti bylo víc partnerských vztahů k silám, se kterými člověk musel spolupracovat.“*

Autor Cílek (2014) tedy uvádí, že síla techniky udělala z mnoha bývalých partnerů, jako je voda nebo stromy, předměty, se kterými můžeme podle své vůle manipulovat.

Cílek (2014) dále přibližuje, že v Anglii byl doložen zvyk, že u významných kamenů byly na slunovratových liniích zapalovány ohně, které při slunovratu měly pomoci slunci najít nazpět cestu oblohou. Posilovaly jej a ukazovaly mu cestu.

Cílek (2012) píše, že nejběžnějším a nejvíce nápadným prehistorickým prvkem jihoanglické krajiny nejsou megalitické památky, ale mohyly. Umístění mohyl v krajině není náhodné. Velmi často jsou orientovány proti linii obzoru, tak



aby byly viditelné nejenom z dálky, ale také v jiných případech z důležitých míst v údolích, např. z okolí brodů. Upozorňuje na to, že v takovém případě je nutné si všimnout i významu míst, odkud se mohyly plně objevují oku pozorovatele. Mohyly někdy sledují linie, jindy leze začínají vztyčeným kamenem a končí mohylou. Mohyly nebývají vždy stavěny v nejvyšších bodech terénu, ale spíše pod hřbety, v mírných sedlech nebo na místech „strážících“ rozvodí řek. Upřesňuje, že některé mohyly byly později dotvořeny jako pozorovatelné, pevnosti, strážní kopce nebo orientační body krajiny. Někdy na nich vznikl středověký hrad, jindy kultovní místo.

Cílek dále udává (2012), že pravěké osady mají obvykle nepravidelně oválný tvar, ale část valu bývá rovná – ta často označuje důležitou krajinnou linii napojenou na vztyčené kameny nebo mohyly. Směřují k řekám. Vztyčené kameny mívají podle lidových pověstí spojitost s vodou – jsou to zátky zabraňující, aby podzemní voda nepřetekla, jindy chodí v noci pít vodu do blízké nádrže nebo hlídají řeku. Je pravděpodobné, že část menhirů měla nějaký vztah k úrovni spodních vod a tím k úrodě.

#### **3.4.4 Vybrané lokality Anglie a Skotska**

##### **AVEBURY**

Spencerovi jsou toho názoru (2003), že Avebury bylo na vrcholu svého významu slunečním chrámem a duchovním střediskem. Je známo, že se používalo v letech 2600 až 1600 př. n. l., tedy ještě před příchodem druidů, a je tudíž starší než Stonehenge. Se svou rozlohou přes 11 ha je to největší prehistorický monument v Evropě, a dost možná i na celém světě. Přibližují, že lokalita se v podstatě skládá z prostranství o průměru čtyři sta padesát metrů s valy vysokými osm metrů a vnitřního příkopu hlubokého asi deset metrů. V prostoru se nalézá i vnější kruh z kamenných pískovcových kvádrů, z nichž některé váží až 40 tun. Dochovalo se jich jen dvacet sedm, ale původně jich bylo devadesát osm. Vnější kruh má ještě dva vnitřní, z nichž každý se skládá asi z třiceti kamenů.

Michell (2005) přibližuje, že uprostřed tohoto monumentu je rozcestí, kde stojí hostinec a cesta vlevo vede ke kostelu, překrásnému starému zámečku a muzeu. Tato lokalita je nádherná, pravý opak Stonehenge s bezpečnostním ohrazením a nevkusným turistickým zařízením. V Avebury se lze volně procházet mezi kameny a prohlížet si vesnici.



**Obr. 7 Pohled na kameny, Avebury (Anglie), 3. 5. 2014**  
Zdroj: Autor

## **STONEHENGE**

Stavba Stonehenge byla započata kolem roku 3000 př. n. l. a probíhala v několika fázích, kdy vznikaly násepy, příkopy, probíhala doprava kamenů, jejich vztyčování a stavby vnitřních a vnějších kruhů.



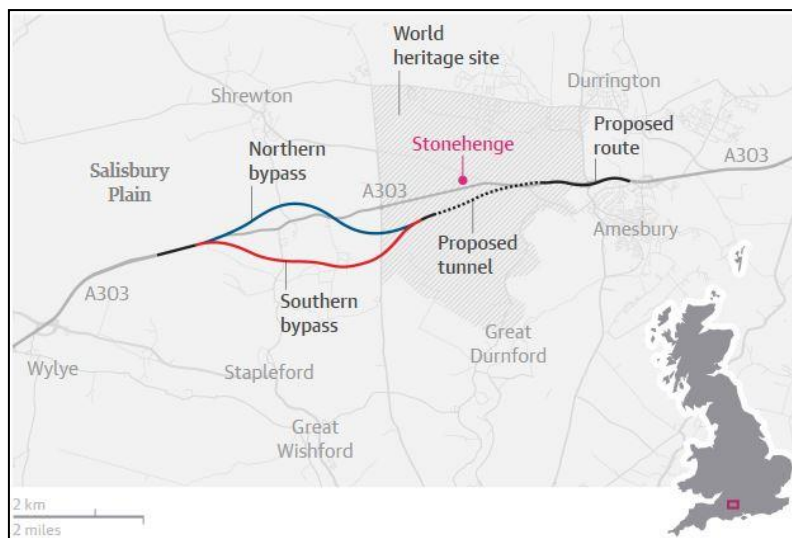
**Obr. 8 Stonehenge (Anglie), 3. 5. 2014**  
Zdroj: Autor

Michell (2005) píše, že Stonehenge je pobořený starodávný chrám. Je to nejpozoruhodnější prehistorická stavba v Evropě, která nemá na celém světě obdoby. Stojí na travnaté výšině Saliburské planiny v otevřené krajině hustě poseté mohylami, hradišti a mnoha jinými prehistorickými monumenty. V celé této oblasti jsou patrné známky starobylé posvátnosti. Avšak jak dále uvádí, tuto posvátnost v současnosti kazí obrovské parkoviště s obchody a turistickým zařízením a území o rozloze několika tisíců akrů severně od Stonehenge je zabráno armádou, která již na planině zničila spoustu starodávných monumentů, zatímco jiné byly rozorány farmáři nebo padly za obět' stavbě silnic či jinému modernímu budování.

Else a kolektiv (2010) upozorňují na to, že toto slavné místo zapsané na seznam kulturního dědictví UNESCO je sevřené rušnými silnicemi a obehnané drátěným plotem, v létě jej obléhají turisté a davy návštěvníků ještě umocňuje kakofonie dopravy. Je dost vzdálené představě oázy míru a duševního klidu, kterou lze od takového místa očekávat.

V lednu roku 2017 byl po dlouhé době vládou odsouhlasen kontroverzní plán pro vystavění tunelu vedoucího pod Stonehenge. Tunel by měl odlehčit velmi silné dopravě vedoucí po silnici A303, která se nachází ve velké blízkosti, několik stovek metrů od monumentu Stonehenge. Rozhodnutí vlády se však setkává s názory aktivistů, kteří tvrdí, že tento projekt a stavba tunelu může nenávratně poškodit okolní krajinu.

Na dále uvedeném obrázku č. 9 je zobrazen plán stavby tunelu.



**Obr. 9 Plán stavby tunelu pod Stonehenge**  
Zdroj: The Guardian (2017)

Michell (2005: 109) se zamýšlí nad tím, „že nezbyvá jen doufat, že během času se situace ve Stonehenge změní k lepšímu a že se k tomuto monumentu bude přistupovat s větší úctou. Dnešní návštěvník se však musí smířit s tím, že Stonehenge již není tím, čím bývalo.“

## CALLANISH

Wilson a Symington (2011) popisují Callanish Standing Stones jako jeden z nejúplnějších kamenných kruhů v Británii a je jedním z nejpůsobivějších prehistorických míst na celém světě. Jsou umístěné na divokém a opuštěném výběžku pevniny shlížejícího na jezero Loch Roag. Těchto třináct velkých kamenů z krásně pruhované ruly je uspořádáno tak, že vytvářejí dojem, jako by uctívaly 4,5 metru vysoký ústřední monolit. Od kruhu se rozbíhá dalších čtyřicet menších kamenů, a tak tvoří symbol kříže, v jehož centru je pozůstatek komorové hrobky.

Spencerovi (2003) uvádí, že panuje přesvědčení, že kruh vznikl v pozdním neolitu, asi v roce 1975 př. n. l.

## LOCH NESS

I přesto že toto místo nepatří mezi klasické megalitické památky, lze jej zařadit mezi místa zahalená tajemstvím s možným působením genia loci. Světoznámé místo spojené s výskytem tajemné lochnesské příšery přitahuje neustále velké množství turistů a badatelů doufajících, že právě oni toto tajemné stvoření spatří. Na břehu jezera se nachází kamenný hrad Urquhart Castle, z něhož lze spatřit pravděpodobně jeden z nejkrásnějších výhledů na samotné jezero.

Wilson a Symington (2011) uvádějí, že Loch Ness, hluboké tmavé jezero, se táhne v délce 37 km mezi Inverness a Fort Augustus. Jeho ledové vody jsou celá léta intenzivně prozkoumávány při hledání Nessie, domnělé lochnesské příšery, ale většina návštěvníků ji spatří pouze v podobě kartonových modelů na výstavě věnované tomuto přízraku.



**Obr. 10 Pohled z jezera na Urquhart Castle, Loch Ness (Skotsko), 9. 5. 2014**  
Zdroj: Autor

## 4 PRAKTICKÁ ČÁST

### 4.1 *Sběr informací a průběh šetření*

Pro výzkum a zjišťování vnímání genia loci v přírodním cestovním ruchu byla zvolena metoda dotazníkového šetření. Velmi dobře se zpracovává a díky možnostem šíření dotazníku lze získat poměrně velký počet responzí za krátké časové období.

Úkolem tohoto šetření bylo zjistit, jaké mají dotazovaní respondenti povědomí o pojmu genius loci. Následně byl dotazník zaměřen na působení genia loci v Anglii a Skotsku a také na jeho působení v několika konkrétních lokalitách. Dotazník obsahoval celkem 21 otázek plus poslední, s pořadovým číslem 22, kde mohli dotazovaní vyjádřit svůj názor k dotazníku a případné doplňující informace či postřehy. Odpovědi byly zcela anonymní. Respondenti tedy měli jistotu, že jejich názory a odpovědi, které v případě genia loci mohou být osobnějšího rázu, nebudou zneužity.

V dotazníku byly použity uzavřené otázky, kde bylo dotazovanému respondentovi nabídnuto několik variant odpovědí. Na některé otázky bylo možno odpovědět pouze jednou zvolenou variantou, v jiných případech bylo možno zvolit více nabízených možností. Pokud si i přes všechny nabízené varianty odpovědí nevybral, měl možnost vyjádřit se ve volbě položky „Jiné“.

Otázky otevřené byly použity u typu dotazu, kde bylo zapotřebí zjistit respondentův názor a jeho subjektivní pohled na dané téma. Jednalo se především o pocity z působení genia loci a o názor na vybrané fotografie. Otevřené otázky jsou náročnější na zpracování, naopak však dokáží nejlépe zjistit individuální názory a pocity dotazovaných, aniž by jim byly předkládány všeobecné názory a varianty ve formě uzavřených otázek, které by mohly jejich názor značně ovlivnit.

Vytvořený dotazník byl prezentován především elektronickou formou. Prostřednictvím emailu, zveřejněním na facebookové cestovatelské profily a blogy. Správci těchto stránek však byli nejprve požádáni o svolení ke zveřejnění dotazníku.

Sběr informací a výzkum byl proveden v období měsíce března roku 2017. Celkem bylo zodpovězeno 100 dotazníků. Jeden dotazník byl z celkového hodnocení vyřazen z důvodu zcela nerelevantních odpovědí, které nekorespondovaly s cílem této práce.

Z celkového počtu respondentů, kteří dotazník vyplnili, bylo 73 % žen a 27 % mužů. Největší část dotazovaných se pohybovala ve věkové kategorii 31–40 let, následovani druhou nejpočetnější věkovou kategorií 21–30 let. Množství respondentů v uvedených věkových kategoriích je přisuzováno skutečnosti, že dotazníky byly šířeny a prezentovány především elektronickou podobou na sociálních sítích.

## 4.2 Vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření

Dotazník byl vytvořen především pro respondenty, kteří navštívili Anglii či Skotsko a dále vybrané lokality popsané v kapitole 3.4.4 (Vybrané lokality Anglie a Skotska). Dotazník byl sestaven tak, aby na něj mohli odpovídat i ti, kteří Anglii ani Skotsko doposud nenavštívili. Pro tento případ byly do dotazníku zařazeny také otázky, které daly tomuto vzorku dotazovaných možnost zvolit, jaká místa z nabízených variant by rádi navštívili a jak na ně působí fotografie vybraných lokalit. Ve vybraném vyhodnocení otázek dotazníku byly reakce a názory těchto dvou skupin porovnány.

Otázky č. 1-3 byly zaměřeny na identifikaci respondentů, tedy na pohlaví, nejvyšší dosažené vzdělání a na věkovou kategorii.

V otázce č. 4 se již dotazník zaměřuje na informaci, zda dotazovaní znají pojem *genius loci*. Výsledkem bylo, že 73 % dotázaných tento pojem zná a již ho někdy slyšeli.

Navazující otázka č. 5 již byla otevřená a měla za úkol zjistit, co pro dotazované osoby pojem *genius loci* vyjadřuje. Mezi nejčastější odpovědi patřila vyjádření jako duch místa, atmosféra, jedinečnost či tajemnost. Jedna z odpovědí také zahrnovala názor, že z dokumentů se takový pocit získat nedá. Jednotliví respondenti pojem dokázali popsat velmi dobře. Mezi nejzajímavější vyjádření lze zařadit:

Muž (31-40 let): *„Duch místa, pro mě vyjadřuje studnici určitého místa, která se po generace plnila, nadějí, radostí, láskou, smutkem, zmarem na pozadí dějin. A za určitých podmínek do ní může člověk nahlédnout. Ale to samozřejmě platí jen u lidských staveb, které zajímají mě. Genius loci v přírodě bez zásahu lidské ruky bude trochu něco jiného, pro mě nespecifikovatelného.“*



Žena (21-30 let): *„Že se na nějakém místě cítíme lépe než na jiném, i když to nejsme schopni racionálně vysvětlit. Nebo naopak se někde cítíme špatně, nelíbí se nám tam, i když k tomu nemáme důvod.“*

Muž (41-50 let): *„Těžko přeložitelný pojem – intenzivní pocit magického nadpřirozena místa, ve kterém se promítají nastudované informace, mocná historie, atmosférické podmínky i momentální duševní rozpoložení.“*

Pro respondenty, kteří o tomto pojmu nikdy neslyšeli, bylo následně podle Šípka a Štýrského (2007: 65) vysvětleno, co daný pojem vyjadřuje a jak se jej dá chápat.

Podle otázky č. 6 působení genia loci zažilo 69 % dotazovaných a 23 % si tím není jisto. Zbývající část odpověděla, že působení genia loci nezažila.

Následující otázka č. 7 vyzývala respondenty, kteří odpověděli, že působení genia loci zažili, aby popsali své pocity, které v tu chvíli prožívali a aby uvedli místo, kde se nacházeli. Odpovědi často vyjadřovaly vnitřní pocity a zážitky související s nostalgií, tajemnem směsící pocitů jako je strach, beznaděj či láska a zmar. Mezi nejvýstižnější reakce lze zahrnout:

Žena (31-40 let): *„Pocit, jako by se v tu chvíli zastavil čas, ohromení tou krásou a velkolepostí. Podobné pocity jsem měla při návštěvě Old Man of Storr na ostrově Skye i na mnoha místech v Irsku.“*

Muž (31-40 let): *„Čachtický hrad, na člověka dolehla podivná tíseň a jakási naléhavost. Foukal vítr, který dával situaci pocit, že někdo mluví, šeptá. Což je navíc úkaz, který předtím popisovalo mnoho lidí na tomto místě.“*

Žena (21-30 let): *„Mostar, skloubení dvou odlišných kultur a náboženství. Úchvatné místo, které dýchá starou tajemnou i „krvavou“ historií, ale kde mi bylo nádherně, když jsem stála na historickém mostě, koukala se na mešity i kostely a pod mostem se*

*vinula řeka Neretva, která odděluje muslimský a křesťanský svět. Nezapomenutelné jedinečné místo bez luxusu, vymožeností, které má své tajuplné kouzlo.“*

Na následujícím grafu č. 1, který je vyhodnocením otázky č. 8, lze vidět procentuální podíl dotazovaných respondentů, kdy Anglii a Skotsko navštívilo celkem 22 dotázaných, pouze Anglii navštívilo 49 dotázaných, Skotsko navštívili 3 dotázaní a 25 jich nenavštívilo ani jednu lokalitu.

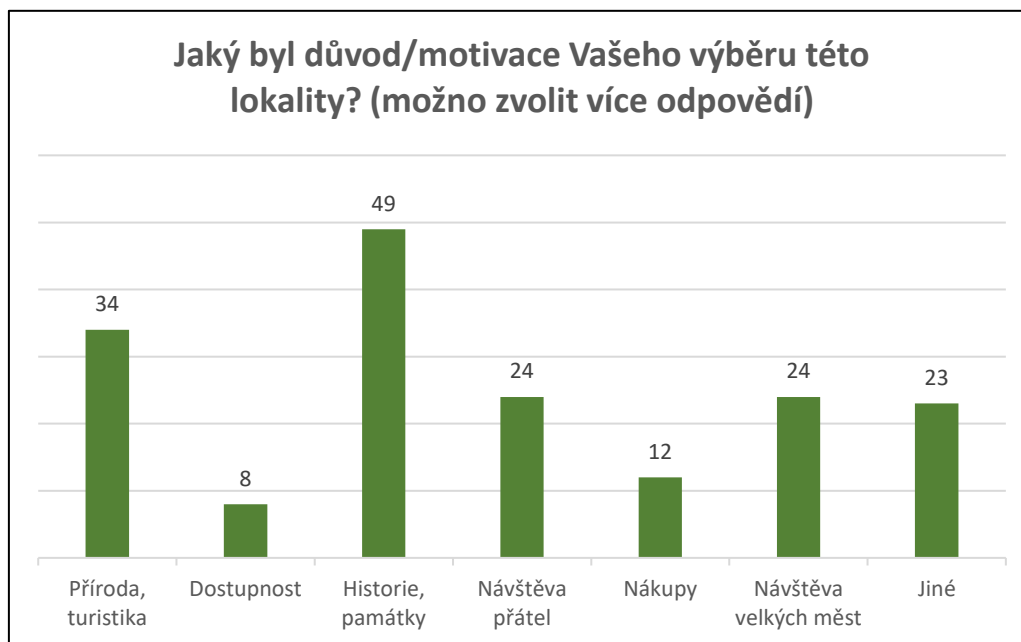


**Graf 1 Návštěvnost Anglie a Skotska**  
Zdroj: Vlastní zpracování

Ve vzorku respondentů byla nejvíce zastoupena skupina lidí, kteří navštívili pouze Anglii. Skotsko jako samostatnou cílovou lokalitu volilo jen velmi nízké procento dotazovaných. Tato skutečnost může být dána tím, že kombinace obou lokalit navštívených najednou je pro mnoho lidí úsporná a výhodná.

Otázka č. 9 si kladla za cíl najít odpověď na to, jaká byla motivace a důvody, které vedly návštěvníky ke zvolení Anglie a Skotska jako cílové destinace pro svůj pobyt. Respondenti dostali na výběr z několika variant, jedna z nabízených možností byla pro individuální vyjádření v případě, kdy se dotazované osoby

neztotožnily s ani jednou nabízenou variantou. Graficky jsou odpovědi zpracovány v následujícím grafu č. 2.

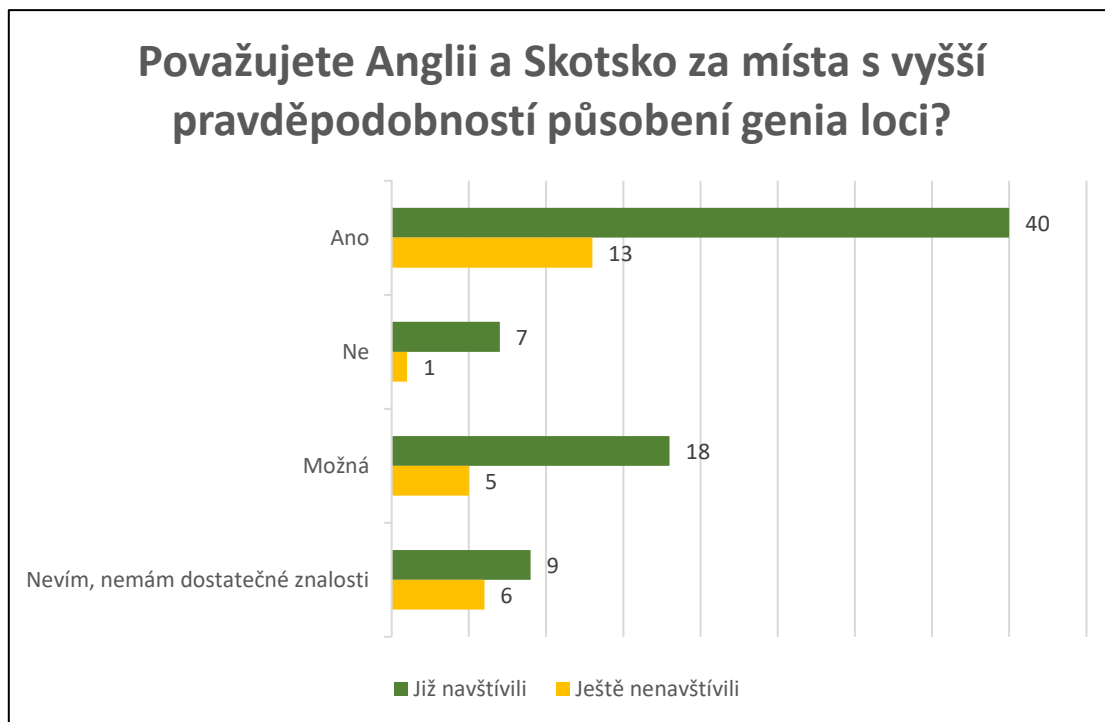


**Graf 2 Motivace výběru zvolených lokalit**  
Zdroj: Vlastní zpracování

Na prvním místě dle počtu zvolených odpovědí byla jednoznačně zvolena varianta, kdy turisté měli jako hlavní cíl a motivaci pro návštěvu Anglie či Skotska historii a návštěvu památek. Následovala volba přírody a turistiky, které jsou pro tyto lokality charakteristické. Další dvě, poměrně vyrovnané reakce, jsou návštěva přátel a velkých měst. Tyto varianty odpovědí byly do dotazníku zahrnuty z toho důvodu, že Anglie je jedno z nejžádanějších míst, kam Češi jezdí za prací. Snaží se uchytit ve velkých městech, která nabízí širokou škálu pracovních možností. Bylo tedy pravděpodobné, že tuto variantu by respondenti v dotazníku postrádali. Variantu odpovědi „Jiné“ zvolilo 23 dotazovaných a mezi nejčastějšími odpověďmi byla zmiňována právě práce či studium v zahraničí. Tento důvod mohl být tedy mezi varianty nabízených odpovědí zahrnut u otázky č. 9 již od počátku.

Následující otázka se zaměřila na zjištění, zda dotazovaní považují Anglii a Skotsko za místa s vyšší pravděpodobností působení genia loci. Zde bylo

vyhodnocení otázky rozděleno do dvou skupin – skupina dotazovaných, kteří Anglii či Skotsko navštívili a skupina dotazovaných, kteří tato místa doposud nenavštívili. V následujícím grafickém zpracování (Graf č. 3) jsou reakce porovnávány.

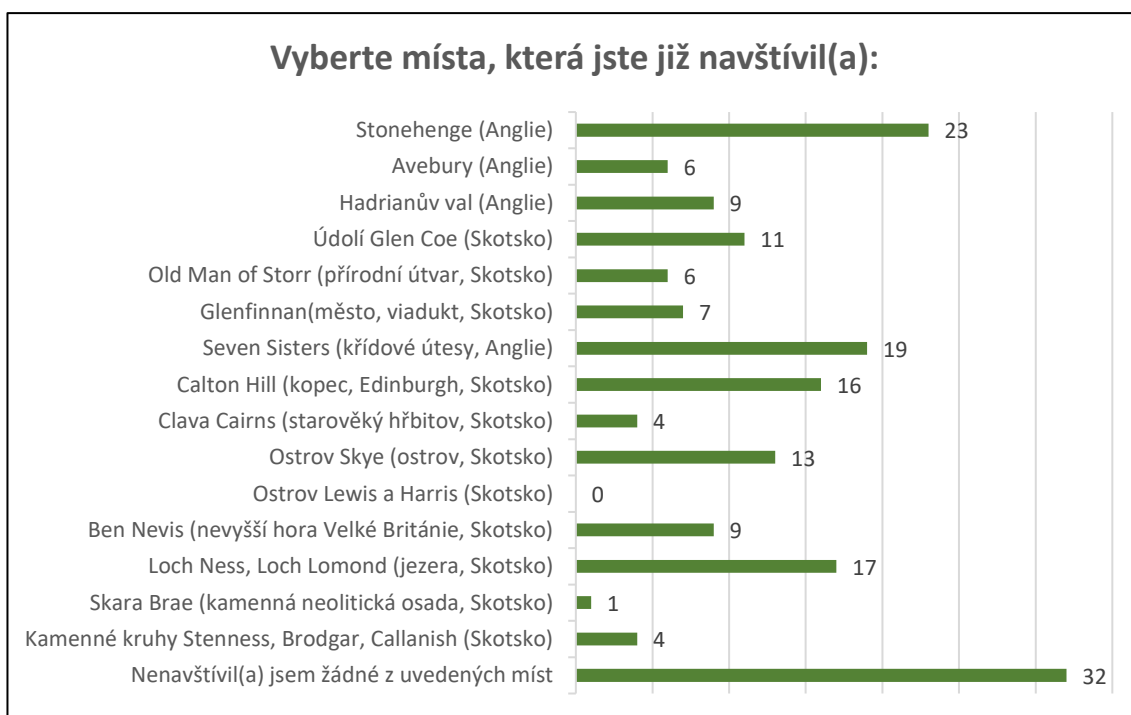


**Graf 3 Pravděpodobnost působení genia loci**  
Zdroj: Vlastní zpracování

Graf jasně poukazuje na to, že dotazovaní respondenti z obou skupin považují dané lokality za místa s vyšší pravděpodobností působení genia loci. První skupině lze tuto volbu přisuzovat z toho důvodu, že již Anglii či Skotsko navštívili, a tudíž se s tímto jevem mohli na místě setkat. V případě druhé skupiny, kdy 13 respondentů z celkových 25 odpovědělo na položenou otázku ano, může mít tato skutečnost vliv na budoucí rozhodování pro návštěvu a výběr Anglie či Skotska jako lokalitu své další dovolené.

Následující dvě otázky již byly konkrétně zaměřeny na vybraná místa v Anglii a Skotsku. Bylo zde nabídnuto několik míst, především přírodních, s dotazem, zda již některá z nich někdy navštívili a následně, zda by si přáli některá

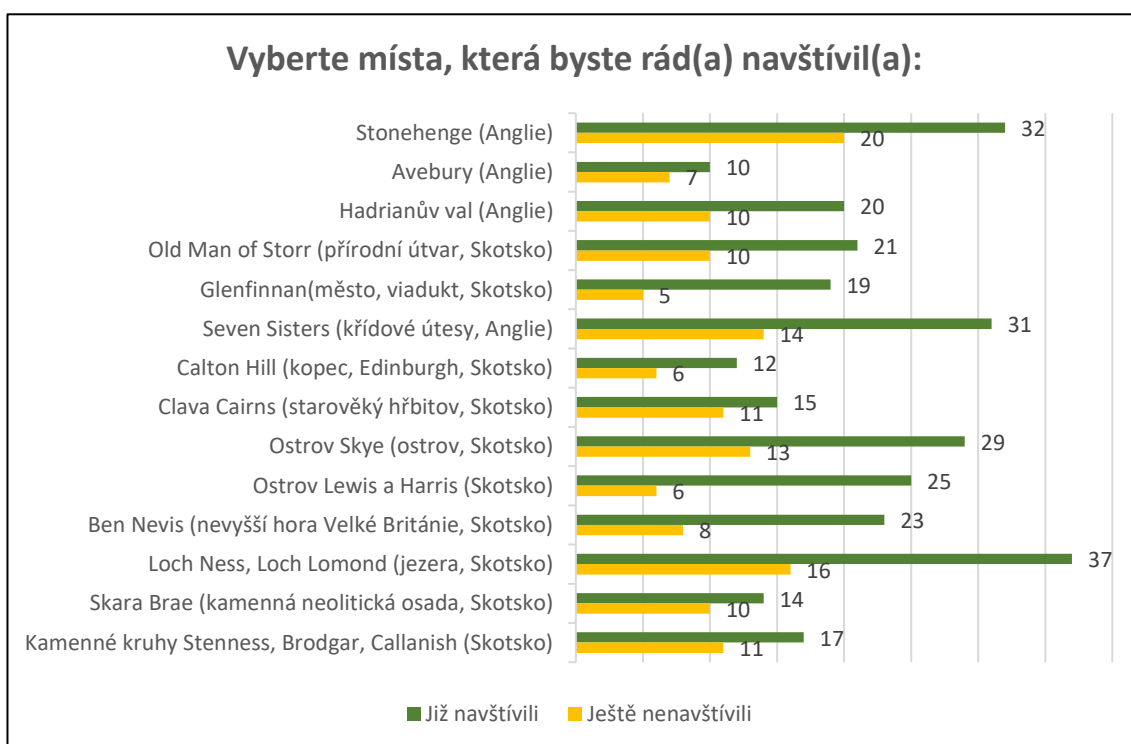
z těchto míst v budoucnu navštívit. Jak lze vidět v grafu č. 4, z celkového počtu 74 respondentů, kteří již Anglii či Skotsko navštívili jich 32 (18 %) uvedlo, že nikdy nebyli ani na jednom z nabízených míst. Vzhledem k celkovému počtu respondentů se dá toto zjištění považovat za poměrně vysoké číslo. Vysvětlení by bylo možné nalézt v otázce č. 9, která měla za úkol zjistit motivaci výběru těchto lokalit. Z celkového počtu 74 respondentů, kteří Anglii či Skotsko navštívili, jich celkem 24 odpovědělo, že jejich důvodem pro cestu byla návštěva velkých měst a většina nabízených možností v otázce č. 11 se dotazovala na místa nacházející se v přírodě daleko od městských center.



**Graf 4 Přehled navštívených míst**  
Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 12 se snažila zjistit preference dotazovaných pro návštěvu uvedených míst. Výsledek je graficky zpracován v grafu č. 5 a jsou zde zahrnuty obě skupiny dotazovaných pro zřetelné porovnání preferencí zvolených lokalit. Na prvních příčkách se jednoznačně pohybují místa jako Stonehenge, jezera Loch Ness a Loch Lomond, křídové útesy Seven Sisters či ostrov Skye. Volbu těchto míst lze přisuzovat jisté popularitě, komerci a trendům. Naproti tomu se dá považovat za

zajímavé zjištění že místa jako Calton Hill v Edinburghu, ostrovy Lewis a Harris či nejvyšší hora Velké Británie Ben Nevis, jsou mezi respondenty, kteří Anglii ani Skotsko doposud nenavštívili, mezi variantami s nejnižšími počty. Avebury, prehistorický monument ležící nedaleko od světoznámého Stonehenge, byl zvolen dotazovanými velmi málo. Toto zjištění se dá přisuzovat velmi malému povědomí o tomto tisíce let starém místě. Za zajímavost se dá však pokládat to, že poměrně velký počet respondentů z obou skupin by rád navštívil velmi málo známý hřbitov Clava Cairns či neolitickou osadu Skara Brae.



**Graf 5 Preferovaná místa pro návštěvu**  
Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 14 již byla otevřenou otázkou. Zde měli dotazovaní vlastními slovy popsat svá očekávání a následné skutečné pocity z návštěvy Avebury, Stonehenge, Callanish či jezera Loch Ness. Jak již bylo zmíněno výše, mezi respondenty se nacházeli i ti, kteří nenavštívili ani jedno z uvedených míst. Návštěvu a očekávání z návštěvy tajemného kruhu Callanish nepopsal ani jeden respondent. Nejvíce

dotazovaní popisovali své pocity z návštěvy Stonehenge, Avebury či jezera Loch Ness.

Mezi nejčastěji popisovanými očekáváními z návštěvy Stonehenge bylo uváděno velké očekávání z onoho majestátního monumentu, očekávání působení různých energií a pocitů, tajemné atmosféry z mystického místa uprostřed přírody, napětí či citění historie. Skutečnost však ve většině případů byla spíše opačná. Reakce zahrnovaly pocity zklamání z příliš velkého počtu lidí a z toho, že se nelze ke kamenům přiblížit. Místo na většinu dotazovaných působilo především komerčně a přelidněně. Všechny tyto důvody mohou také působit pocitem, že od budoucí návštěvy místa mohou potencionálního návštěvníka odradit a místo z těchto důvodů v žádném případě vyhledávat nebude.

Žena (31-40 let) popsala svůj negativní pocit z návštěvy daného místa slovy „malé, obehnané plotem, přelidněné, nedaleko velkých silnic a obchodních center.“ I přes tato negativní vyjádření byly dále uváděny pocity prožívání tajemna a záhadnosti, se kterými již návštěvník na místo vstupuje. Mezi nejzajímavější reakce lze zařadit:

Žena (31-40 let): „Stonehenge – trochu zklamání z příliš mnoha lidí, místo díky turistům a elektronickým průvodcům nemělo očekávanou atmosféru“.

Muž (21-40 let): „Navštívil jsem Stonehenge a měl jsem štěstí v tom, že bylo extrémně nepříznivé počasí a tím pádem jsme tam byli skoro sami. Jinak bych řekl, že je to poměrně dost turisticky „profláklé“ místo, od kterého se nedá čekat žádný extra zážitek“.

Žena (21-30 let): „Ačkoliv byla u Stonehenge spousta turistů, byla jsem tam se správnými lidmi, takže na mě i tak dýchlo kouzlo místa“.

K návštěvě místa Avebury se vyjádřili pouze dva respondenti s tím, že jejich pocity na tomto místě byly volnost, velikost, rozlehlost a přicházející otázky na téma, jak se tam obrovské kameny dostaly.

Žena (31-40 let) popsala své pocity následovně: *„Očekávání nebylo žádné, místo jsem předem neznala, při návštěvě naopak pocity velmi pozitivní – volnost, přístupnost, energie, tajemnost, rozlehlost, relaxace a souznění s přírodou“.*

Skotské jezero Loch Ness na návštěvníky působilo především v souvislosti s tajemnou Lochnesskou příšerou, o které se traduje spousta zajímavých příběhů. S tím mohla být spojena také očekávání, která návštěvníci měli. Toto očekávání nebylo v jednom případě naplněno - na návštěvnici jezero působilo poněkud strohým dojmem. Většinou však převažovaly názory, kdy jezero Loch Ness splnilo očekávání, ba dokonce i předčilo.

Žena (21-30 let): *„Loch Ness – obrovská rozlehlá plocha s tajemným nádechem, strach z hloubky při plavbě po jezeru, obavy z temné barvy vody, nádhera, souznění s přírodou.“*

Žena (21-30 let): *„Nejblíže Loch Ness jsem byla v noci, když jsme šli na Urquhart Castle. Fascinuje mě fakt, že je tam víc vody, než ve všech tocích Anglie... dohromady.“*

Muž (41-50 let): *„Loch Ness – očekávání veliká, masovost, komerce. Realita – klid, mír, relax, nádhera, málo lidí, chuť zdržet se tu déle.“*

Žena (21-30 let): *„Loch Ness – nepředstavovala jsem si, že na mě bude působit nijak tajemně. Ale jeho barva a hloubka mě uvrhly do takového pocitu.“*

Otázka č. 15 již respondentům dávala šanci k vyjádření pocitů z libovolných míst, která navštívili v Anglii či Skotsku. Ve velkém množství odpovědí bylo často zmiňováno hlavní město Velké Británie – Londýn a jeho památky. Mezi další místa patřily lokality jako Seven Sisters, Oxford, Cornwall, Brighton či národní park Lake District. Mezi několika zmíněnými místy byl například ostrov Skye, který byl popisován následně:

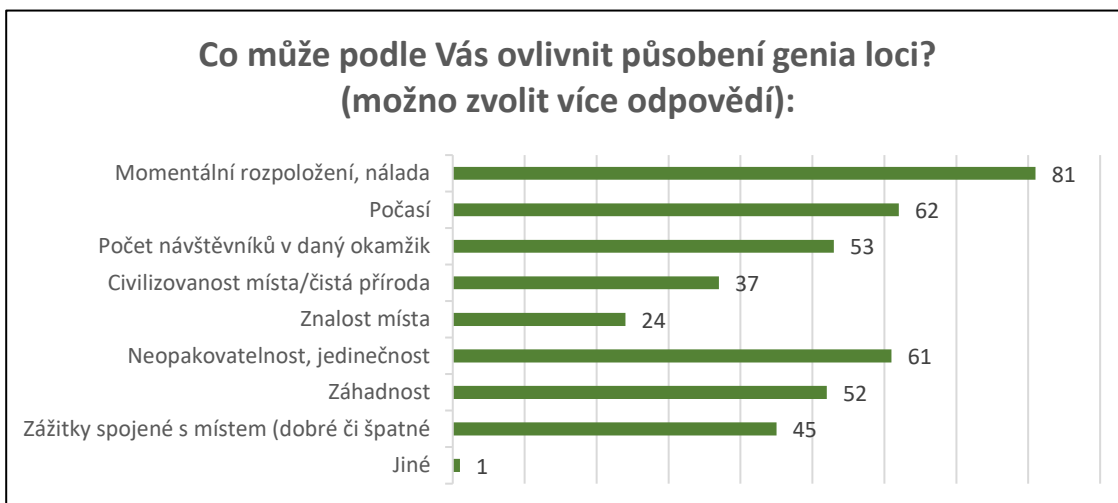


Žena (31-40 let): *„Na ostrov Skye jsem se dostala pracovně úplnou náhodou, před jeho návštěvou jsem o něm nic nevěděla, takže moje očekávání nebyla prakticky žádná. Tušila jsem, že bude krásný, ale z jeho návštěvy jsem poté byla naprosto ohromená – nikdy jsem neviděla krásnější vodopád mezi Kilt Rock nebo pohled na moře a okolní ostrovy od Old Man of Storr se jednoduše nedá popsat slovy.“*

Muž (41-50 let): *„Old Man of Storr – neznal jsem místo, pouze z knižního průvodce, realita – krásný trek a výstup, neskutečný výhled a odpočinek na vrcholu s přáteli byl neskutečný zážitek.“*

Žena (31-40 let): *„Edinburgh – mám ráda staré hrady. Tento komplex se mi velice líbil. Počasí v době naší návštěvy bylo deštivé, což přispělo k dokreslení atmosféry klasické Anglie se svým pověstným deštěm. Asi nejvíce pocít tajemna související s historií.“*

Následující otázkou č. 16 bylo zjišťováno, co podle dotazovaných může ovlivnit působení genia loci. Respondentům bylo nabídnuto několik možností. Jak lze vidět na vyhodnocení grafu č. 6, mezi nejvíce volené možnosti patřily odpovědi jako počasí, jedinečnost, záhadnost či zážitky, které má dotyčná osoba s místem spojená. Jednoznačně nejčastější odpovědí však bylo momentální rozpoložení a aktuální nálada, ve které se návštěvník daného místa nachází. Nejméně volenou odpovědí byla možnost znalosti místa. Je patrné, že genius loci může člověk pociťovat na jakémkoliv místě, aniž by jej kdy dříve navštívil nebo o něm neměl žádné znalosti z televize či knižních publikací.



**Graf 6 Aspekty ovlivňující genius loci**  
Zdroj: Vlastní zpracování

V následujících čtyřech otázkách (č. 17 - 20) byli respondenti vyzváni, aby popsali své dojmy a pocity z vybraných fotografiích, na kterých se nacházela místa jako Stonehenge, Avebury či jezero Loch Ness.



**Obr. 11 Pohled na Stonehenge  
ze silnice A303**  
Zdroj: Daily Mail Online (2017)



**Obr. 12 Tajemný monument Stonehenge**  
Zdroj: Magazín Radynacestu.cz  
(2017)

Obrázek č. 11 na většinu dotazovaných působil dojmem, který byl často popisován pojmy jako přelidněnost, absence kouzla místa, ztráta intimity velkolepého historického místa, komerce či tak, že časy Stonehenge jsou již dávno pryč.

Žena (21-30 let): „*Degradace krajiny a dojmu z turistické atraktivity vlivem zpřístupnění silniční dopravou.*“

Muž (41-50 let): „Bohužel špatně. Takové fotky nemám rád. Na takových místech chce být člověk nerušen a sám.“

Naopak obrázek č. 12 již působil opačnými dojmy. Mezi nejzmiňovanější patří tajemno, záhadnost, očekávání, uvolnění a mnohem zajímavěji a atraktivněji než-li fotografie z otázky č. 11. Na základě tohoto obrázku by již většina dotazovaných ráda navštívila toto místo a nechala působit energii a záhady, které jsou s tímto místem spojeny.

Otázka č. 19 se zaměřila na jiné tajemné místo nacházející se v Anglii – Avebury. Dle uvedené fotografie (Obr. 13) většina respondentů reagovala podobně. Pocity byly často popisovány jako skanzen, mraveniště, hromada kamenů, která nedělá moc dobrý dojem a dovezené kameny. Fotografie naopak také vzbuzovala touhu si místo vyhledat na internetu a dozvědět se o něm další informace. Jedním z dalších dojmů byla také zmínka, že se jedná o krásný venkov a místo s pozitivní energií, kde se nachází záhadné objekty v krajině.



**Obr. 13 Avebury, 3. 5. 2014**  
Zdroj: Autor

V otázce č. 20 byla zobrazena fotografie jezera Loch Ness (Obr. 14). Pocity z této fotografie byly poměrně vyrovnané. Krásná čistá příroda, tajemno, nekonečno a zvláštní pocit chladu. Naopak se objevila vyjádření, že je to jezero jako každé jiné, prostředí podobné České republice a Lipnu. Další respondenti díky

zobrazení krásné přírody zatoužili cestovat po Skotsku, být na tomto místě a pozorovat klidnou hladinu jezera. Objevily se také reakce a očekávání zjevení tajemné lochnesské příšery.



**Obr. 14 Jezero Loch Ness, 9. 5. 2014**

Zdroj: Autor

### **4.3 Rozhovor – Mgr. Marek Bejr, CK Poznání**

CK Poznání (2017) je cestovní kancelář založená v roce 1993 Jiřím Erbenem. Cestovní kancelář se specializuje na širokou nabídku zájezdů v duchu aktivní dovolené, na poznávací zájezdy a na pobytové zájezdy s turistikou. Většina zájezdů je směřována v rámci Evropy, v nabídce se však najdou také zájezdy do míst nacházejících v různých koutech světa.

CK Poznání soustředí na své zájezdy veškerý svůj zájem, který je také podmíněn svolením toho správného průvodce. Jedním z těchto průvodců je dlouholetý spolupracovník Mgr. Marek Bejr, který ochotně zodpověděl několik dotazů týkajících se tématu práce. Původním záměrem bylo uskutečnit rozhovor při osobním setkání. Vzhledem k obtížnější realizaci byla zvolena varianta zaslání dotazů emailem přímo panu Bejrovi.

Kompletní přepis odpovědí je umístěn v příloze 8.3.

Pan Bejr sdělil, že do destinací Velké Británie v loňském roce s CK Poznání vycestovalo přibližně 2400 účastníků. Průměrně jezdí v jednom zájezdu přibližně 35-40 klientů. Uskutečňují se však také zájezdy s menším či větším počtem osob.

Klienti dávají přednost dopravě formou autobusu. Důvodem je, že tento způsob dopravy je již zahrnut v kompletní ceně zájezdu. Letecké varianty v nabídce jsou uváděny také, ty však preferují klienti z důvodu úspory času.

V případě dotazu na to, zda jejich klienti upřednostňují návštěvu větších měst či pobyty a turistiku v přírodě, je jednoznačná odpověď – přírodu. Toto zjištění koresponduje s tématem práce a potvrzuje touhu po poznání a souznění s přírodou.

Dotaz č. 7 se zaměřil na očekávání a pocity z návštěvy lokalit zahrnutých v programu zájezdu. Mezi klienty se vyskytovala velká očekávání s následným zklamáním z některých míst. Naopak však místa, která se netěší takové popularitě a na první pohled se zdají nezajímavá, působila naprosto opačným způsobem a klienti byli nadmíru spokojeni. Dle slov pana Bejra záleží na průvodci, počasí a skupině účastníků. To vše se dá považovat za působení genia loci.

Cestovní kancelář volí pro své zájezdy do přírody a trekového prostředí spíše průvodce mladšího věku a sportovněji založené. Avšak na památky a města je praktičtější zkušenější a znalý průvodce s jistou praxí a orientací.

Pan Bejr uvádí, že mnohokrát se setkali při návštěvě Stonehenge s ranní mlhou a nízkým počtem návštěvníků nebo také se zájezdy školáků. Zážitky cestujících tedy záleží na schopnostech průvodce a na načasování návštěvy místa spolu s aktuálním počasím, které může vše ovlivnit. I přesto, že Avebury v žádném zájezdu jmenovitě není nabízeno, není problém se v případě časové rezervy zde zastavit a navštívit toto místo.

Jako ve většině cestovních kanceláří klienti dostanou na konci zájezdu dotazník, ve kterém mohou zhodnotit zájezd, průvodce, dojmy apod. Od roku 2016 cestovní kancelář přistoupila také na elektronické rozesílání dotazníků po skončení zájezdu.

## 5 Shrnutí výsledků

Úkolem teoretické části práce bylo seznámit s přírodním turismem a předložit podněty, které motivují pro cestování. Motiv úzce souvisí také s prožitkem, který je následně z uskutečněné návštěvy lokality či vykonané expedice prožíván a ovlivňuje pocity, které cestovatel v daný okamžik prožívá. Pro snadnější pochopení a konkrétnější představu byl zobrazen model Maslowovy pyramidy potřeb, s jejíž pomocí je lépe pochopitelné to, proč turisté cestují a vyhledávají určitá místa pro svou návštěvu.

Kapitola 3.2 (Percepce krajiny a její vnímání) seznamovala na základě prostudování citované literatury s tím, jak je krajina vnímána. Snaží se přiblížit to, jak příroda působila dříve a jak působí nyní, jaké zásahy lidské ruky ovlivňují krajinný ráz a tajemno posvátných míst. Vnímání krajiny dotazovanými respondenty bylo ověřeno na předložených fotografiích v dotazníkovém šetření a konkrétně je rozebráno a popsáno v kapitole 4.2 (Vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření).

V kapitole 3.3 (Genius loci – pojem, vnímání) je práce zaměřena na představení a uvedení do problematiky genia loci. Primárním zdrojem pro seznámení s tímto pojmem byla nastudovaná literatura, která zde byla citována co nejsrozumitelnějším způsobem pro pochopení pojmu. Definovat tento pojem je velmi obtížné vzhledem k tomu, že se jedná o „něco“, co není hmatatelné, viditelné a konkrétní. Jedná se o individuální prožívání daného okamžiku a s tím související pocity, které může mít každý návštěvník v ten samý okamžik naprosto odlišný. Sestavený dotazník se tedy několika otázkami snažil zjistit názory a pocity dotazovaných. Reakce a odpovědi byly z větší části očekávané, avšak některé reakce u předložených fotografií byly opačných názorů.

Poslední část teoretické části, kapitola 3.4 (Lokality Anglie a Skotska), se věnovala především seznámení s těmito dvěma zeměmi, které jsou součástí Spojeného království Velké Británie a Severního Irska. Za využití citované literatury je zde představen jejich přírodní ráz a snaží se přiblížit megalitickou kulturu, která se prolíná vybranými lokalitami a na které bylo zaměřeno dotazníkové šetření. Vybrané lokality jsou následně krátce představeny.

Praktická část je již zaměřena na konkrétní výsledky zvolené metody, dotazníkového šetření.

Dotazník měl za cíl zjistit a najít odpovědi na tři stanovené výzkumné otázky a vyvrátit či potvrdit dvě stanovené hypotézy uvedené v kapitolách 2.1.1 (Výzkumné otázky) a 2.1.2 (Stanovené hypotézy).

Překvapujícím zjištěním bylo, že téměř polovina dotazovaných navštívila pouze Anglii. Dále bylo jednoznačně prokázáno, že motivujícími důvody pro cestování nejsou nákupy či snadná dostupnost, ale je upřednostňováno poznání přírody, historie a památek.

Mezi očekávané reakce respondentů lze zařadit jejich vyjádření a dojmy ze světoznámého Stonehenge. Tato památka je v současné době zcela pohlcena komercí a návštěvníci jej opouštějí s rozporuplnými dojmy, které v nich zanechal.

V mnoha případech známých turistických atrakcí je již překročena únosná kapacita území a tím ztrácí své kouzlo, které jej proslavilo. Naopak některá místa se těší nižší návštěvnosti, jejich autentičnost tak není narušena a *genius loci* zde lze pocítit v dobrém slova smyslu.

Výsledky dotazníkového šetření mohly být mírně zkresleny tím, že 25 % respondentů nenavštívilo Anglii ani Skotsko a jejich názory na konkrétní místa nemohly být zcela objektivní. Tuto skutečnost lze přisuzovat již zmíněnému zjištění, a to, že většina těch, kteří dotazník vyplnili, se pohybovali v nižší věkové kategorii.

Od respondentů byly získány také připomínky k sestavení otázek. Některé otázky se několika různými dotazy snažily zjistit téměř totožné informace. Vyskytovalo se zde více otevřených otázek, než-li dotazovaní očekávali. Dotazník byl delší a zabral více času pro vyplnění.

Otevřené otázky byly zvoleny z toho důvodu, aby dotazovaným nepodsouvaly názor a aby získaly objektivní a skutečné pocity a názory. Otázky č. 17, 18, 19 a 20 mohly být sestaveny jako škálovací otázky. Respondent by pouze ohodnotil svůj dojem z předložené fotografie na číselné škále a tím pádem by nemusel popisovat své pocity.



## **5.1 Odpovědi na výzkumné otázky**

V cíli práce byly stanoveny tři výzkumné otázky, na které byly hledány odpovědi.

### **Ot. č. 1 - Jaké mají dotazovaní respondenti povědomí o pojmu genius loci?**

Za jako jednoznačné zjištění je považována odpověď převážné většiny dotazovaných respondentů, kteří zvolili v dotazníku variantu, že pojem genius loci znají a již jej někdy zažili. Odpovědi se ve většině případů shodovaly. Většina dotazovaných se shoduje, že nejvíce jeho působení může ovlivnit momentální rozpoložení a nálada.

### **Ot. č. 2 - Jaká je/byla jejich motivace a očekávání z návštěvy lokalit Anglie či Skotska?**

Z výsledků dotazníkového šetření vzešlo zjištění, že polovina dotazovaných navštívila Anglii, Skotsko nebo obě země. Jako hlavní důvod a motivace byla uváděna příroda a turistika spolu s touhou poznat historii a navštívit památky. Nejčastěji respondenti jmenovali velká očekávání ze známých míst, působení energií, vnímání historie a napětí. Někteří neměli žádná očekávání. Konkrétní místa a vyjmenovaná očekávání jsou rozebrána v jednotlivých vyhodnocení otázek v kapitole 4.2 (Vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření).

### **Ot. č. 3 - Jaké byly následně skutečné dojmy z návštěvy daných míst a jak je dotazovaní respondenti vnímali?**

Skutečné dojmy z návštěvy konkrétních míst jsou rozebrány v kapitole 4.2 (Vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření). V případě Stonehenge se však nejčastěji opakovaly reakce jako přelidněnost a komerce. Očekávání tedy toto místo u většiny dotazovaných nebyla naplněna. Naopak však dojmy z návštěvy jezera Loch Ness byla často splněna, dokonce i některá očekávání jezero předčilo.

## **5.2 Ověření hypotéz**

Na základě zodpovězení a zpracování výsledků dotazníkového šetření byly potvrzeny obě stanovené hypotézy.

### **H1: Většina dotazovaných respondentů má povědomí o pojmu genius loci.**

Tato hypotéza byla potvrzena na základě 73 % kladných odpovědí, kdy byla zvolena varianta znalosti a povědomí o pojmu genius loci.

### **H2: Anglie a Skotsko jsou považovány za místa s větší pravděpodobností působení genia loci.**

Z dotazovaných, kteří tato místa již někdy navštívili, jich většina považuje Anglii a Skotsko za místa s vyšší pravděpodobností působení genia loci, konkrétně 40 ze 74 dotazovaných. Dotazovaní, kteří daná místa doposud nenavštívili, zvolili tuto odpověď ve třinácti případech. Hypotéza byla tedy na základě uvedených odpovědí potvrzena.

## 6 Závěry a doporučení

Účelem bakalářské práce bylo přiblížit pojem genius loci a snaha popsat to, co vyjadřuje. Vnímání genia loci bylo primárně zaměřeno na vybrané lokality Anglie a Skotska. Průzkum týkající se vnímání genia loci probíhal dotazníkovým šetřením. Soustředil se především na turisty, kteří místa navštívili. Informace, získané od respondentů, kteří Anglii ani Skotsko doposud nenavštívili, lze považovat za přínosné pro případné sestavování programu zájezdů cestovními kanceláři.

V teoretické části bylo využito dostupné literatury autorů, kteří se zabývají geniem loci působícím at' již v přírodním přirozeném prostředí, tak v městském prostředí, budovách či architektonických prostorech. Teoretická východiska práce byla zhodnocena z pohledu motivace, která vede turisty k cestování a s tím souvisejících prožitků, které mohou očekávat. Dále byl představen genius loci s pomocí dostupné literatury. Práce v první části dále seznamuje s Anglií a Skotskem a následně s vybranými lokalitami, na které bylo dotazníkové šetření zaměřeno – Avebury, Stonehenge, Callanish a jezero Loch Ness. Vzhledem k tomu, že se vesměs jedná o místa s nádechem tajemna, byla do práce zařazena kapitola 3.4.3 pod názvem Megalitický svět. Kapitola měla za úkol přiblížit místa s výskytem tisíce let starých menhirů a přírodních svatyní.

Praktická část práce již byla konkrétně soustředěna na vyhodnocení reakcí dotazovaných respondentů. Jednalo se především o povědomí o pojmu genius loci, o jeho působení v uvedených lokalitách, na očekávání a následné skutečné pocity z navštíveného místa. Z provedeného dotazníkového šetření byly získány potřebné informace a podklady ke zodpovězení výzkumných otázek a následného potvrzení stanovených hypotéz. Z reakcí jak ústních, tak i písemných byly zjištěny nedostatky sestaveného dotazníku. Tyto nedostatky spočívaly především v jeho délce a počtu otázek. Respondenti považovali některé otázky za velmi podobné a dotazující se na stejné věci. U dotazu, který byl zaměřen na zjištění, jaká místa by dotazovaní rádi navštívili, se také objevil požadavek na uvedení fotografií daných míst. Tímto by

však byl dotazník ještě obsáhlejší a časově náročnější. Jak již bylo zmíněno v kapitole 5 (Shrnutí výsledků), u otázek č. 17-20 by se dalo považovat za praktičtější zvolení škálovacích otázek s hodnotící stupnicí. Dotazovaní by tedy pouze ohodnotili svůj dojem z fotografie a nemuseli by opět vypisovat své vlastní pocity a hledat další slovní vyjádření. Naopak je nutné poznamenat, že otevřené otázky pro zvolené téma *genia loci*, jsou nejvhodnější. Jak bylo uvedeno v teoretické části práce, jedná se o individuální pocit vnímání daného místa a nelze tedy dotazovaným respondentům předkládat autorkou očekávané reakce a odpovědi. Za pozitivní výsledek šetření lze považovat zjištění, že dotazovaní povědomí o *geniu loci* mají a dokáží ho poměrně dobře popsat. Tato vyjádření jsou potvrzením citované literatury v teoretické části.

Praktická část potvrzuje domněnku autorky týkající se Stonehenge. Tento velkolepý monument vzbuzuje velká očekávání, avšak skutečné pocity z jeho navštívení jsou plná rozporuplných reakcí. Tyto reakce jsou způsobeny komercializací místa a množstvím turistů, kteří se zde nacházejí v daný okamžik návštěvy.

Jak potvrzuje pan Bejr z CK poznání – očekávání, realita a reakce turistů jsou ovlivněny mnoha aspekty, které se dají jednoznačně považovat za *genius loci* místa. S tím následně souvisí spokojenost se zájezdem a následné využití stejné cestovní kanceláře pro svou další dovolenou. Největší vliv na spokojenost se zájezdem však má sám průvodce, jeho zkušenosti, znalosti a odbornost a v neposlední řadě aktuální počasí.

Jako hlavní výsledek plynoucí z výsledků bakalářské práce je význam *genia loci*. Je všudypřítomný a jedná se o přidanou hodnotu místa. Tato přidaná hodnota láká turisty k návštěvě a cestovní kanceláře by ji měly využít co nejvíce je to možné. Sestavit program zájezdu tak, aby si klienti odnesli ze zájezdu co nejvíce prožitků a vzpomínek založených na *geniu loci*, na jeho neopakovatelnosti a jedinečnosti. Měly by využít dostupných technologií, především digitálních fotografií, k tomu, aby danou lokalitu prezentovaly a propagovaly ve svých katalogích tak, aby v potencionálním klientovi vyvolaly touhu místo navštívit. Případně by bylo možné připravit prezentaci v rámci vybavení autobusu –

obrazový a slovní doprovod, výklad, který by sloužil k seznámení s místem před jeho návštěvou.

Klienti cestovních kanceláří a individuální turisté, ať již cestují z jakéhokoliv důvodu, by měli genius loci brát v potaz. Ve většině případů je genius loci popisován pozitivně, je však také potřeba počítat s tím, že mohou být pocíťovány i negativní emoce. Potencionální návštěvníci by při výběru místa měli zvážit tyto možnosti a zaměřit se na zjištění si informací o místech, která se chystají navštívit. Jejich následné reakce a pocity mohou ovlivnit další jedince, kteří se na daná místa mohou chystat a ovlivnit tak jejich rozhodování. Každý má však jiné preference a očekávání. Pro nastudování podmínek návštěvy slouží webové stránky turistické atraktivity, knižní cestovní průvodci, blogy a různá diskuzní fóra, kde je možné získat velké množství užitečných informací. Lze tedy takto předcházet případnému zklamání z návštěvy místa.

Autorka práce by doporučila další detailnější průzkum zaměřený pouze na Skotsko a na osoby, které jej navštívily a mohly se tedy k tématu konkrétněji vyjádřit. Výsledky takového výzkumu by následně mohly být velmi cenným podkladem pro cestovní kanceláře, které by mohly sloužit jako cenný materiál pro sestavení různých variant zájezdů a volby lokací, které do programu zahrnout.

Genius loci lze považovat za velmi podstatnou součást cestovního ruchu. Je to součást atraktivity turistické lokality. Destinace by na jeho základě měly založit propagaci, která by však měla zahrnovat zohlednění udržitelnosti daného místa. Genius loci by neměl být potlačen na úkor zisků a slávy a měla by být zachována unikátnost daného místa i pro další generace.

## 7 Seznam použité literatury

*Aktivní dovolená 2016 / 2017 - Cestovní kancelář Poznání* [online]. [cit. 2017-03-26]. Dostupné z: <http://www.poznani.cz/>

*Anglie – Wikipedie* [online]. [cit. 2017-03-04]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Anglie>

CÍLEK, Václav. *Kameny a hvězdy: síly předků, oči kamenů, světla odjinud*. Praha: Dokořán, 2014. ISBN 978-80-7363-603-6

CÍLEK, Václav. *Makom: kniha míst*. 2., dopl. vyd. Praha: Dokořán, 2007. ISBN 978-80-7363-120-8

CÍLEK, Václav. *Prohlédni si tu zemi: i když vidíme jen obyčejné věci, stejně toho vidíme hodně*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2012. ISBN 978-80-7363-419-3

ELSE, David. *Anglie*. 2. české vyd. Praha: Svojtka, 2010, 908 s. ISBN 978-80-256-0269-0

CHARPENTIER, Louis. *Obři, aneb, Mysterium počátků*. Vyd. 2., upr. Praha: Argo, 2009. ISBN 978-80-257-0143-0

*Chris Grayling gives go-ahead to road tunnel under Stonehenge | UK news | The Guardian* [online]. [cit. 2017-01-22]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/uk-news/2017/jan/12/stonehenge-a303-tunnel-chris-grayling-world-heritage-site>

KVĚT, Radan. *Duše krajiny: staré stezky v proměnách věků*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2003. ISBN 80-200-1012-2

*Maps: National Parks UK* [online]. [cit. 2016-12-29]. Dostupné z: <http://www.nationalparks.gov.uk/visiting/maps>

*Maslowova pyramida lidských potřeb | Filozofie úspěchu* [online]. [cit. 2016-12-29]. Dostupné z: <http://www.filozofie-uspechu.cz/maslowova-pyramida-lidskych-potreb/>

MICHELL, John. *Esoterická Anglie: průvodce po posvátných místech, legendách a pověstech*. Praha: Eminent, c2005. ISBN 80-728-1234-3

NORBERG-SCHULZ, Christian. *Genius loci: krajina, místo, architektura*. 2. vyd. Praha: Dokořán, 2010. ISBN 978-80-7363-303-5

*Pestrobarevné Skotsko* [online]. [cit. 2017-01-21]. Dostupné z: <http://skotsko.svetadily.cz/clanky/Pestrobarevne-Skotsko>

SCHOBER, Robert. *Urlaubs- Erleben, Urlaubs- Erlebnis*. In: Hahn, H., Kaelmann, H. J. (Hg.). *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie*. München: Quintessenz, 1993, s. 131-140

SCHMELZOVÁ, Radoslava, Dagmar ŠUBRTOVÁ a Radek MIKULÁŠ. *Současná umělecká díla v krajině*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2014. Průvodce (Academia). ISBN 978-80-200-2275-2

*Skotsko – Wikipedie* [online]. [cit. 2017-03-04]. Dostupné z:

<https://cs.wikipedia.org/wiki/Skotsko>

SPENCER, John a Anne SPENCER. *Země: svět záhad a mysterií*. V Praze: Knižní klub, 2003. ISBN 80-242-1027-4

STIBRAL, Karel. *Proč je příroda krásná?: estetické vnímání přírody v novověku*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2005. Bod (Dokořán). ISBN 80-736-3008-7

*Stonehenge: Nejznámější prehistorický monument opředený tajemstvími | Magazín Radynacestu.cz* [online]. [cit. 2017-03-18]. Dostupné z: <http://www.radynacestu.cz/magazin/stonehenge/>

*Stonehenge site to get a £25 million facelift | Daily Mail Online* [online]. [cit. 2017-03-18]. Dostupné z: <http://www.dailymail.co.uk/travel/article-1218201/Stonehenge-site-25-million-facelift.html>

ŠÍPEK, Jiří. *Úvod do geopsychologie: svět a putování po něm v kontextu současné doby*. Vyd. 1. Praha: ISV, 2001. Psychologie (ISV). ISBN 80-858-6670-6

ŠÍPEK, Jiří a Jiří ŠTÝRSKÝ. *Kapitoly z geopsychologie: (psychologicko-sociologické souvislosti cestování, turistiky a rekreace)*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2007. ISBN 978-80-7041-813-0

TROUSIL, Michal a Veronika JAŠÍKOVÁ. *Úvod do tvorby odborných prací*. Vyd. 2., rozš. Hradec Králové: Gaudeamus [i.e. Gaudeamus], 2015. ISBN 978-80-7435-542-4

*Velká Británie | Bedekr.cz - Váš cestovatelský průvodce* [online]. [cit. 2016-12-29]. Dostupné z: [http://www.bedekr.cz/staty/Evropa/Velka\\_Britanie/](http://www.bedekr.cz/staty/Evropa/Velka_Britanie/)

*Skotsko – Wikipedie* [online]. [cit. 2017-03-04]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Skotsko>

WILSON, Neil a Andy SYMINGTON. *Skotsko*. 2. české vyd. Praha: Svojtka, 2011, 555 s. ISBN 978-80-256-0569-1

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2

*Země světa: Anglie* 3. 2013, (7). ISSN 1213-8193

*Země Světa: Skotsko*. 2003, (1). ISSN 1213-8193

## 8 Přílohy

### 8.1 *Genius loci na fotografii*



**Obr. 15** Výhled na jezero Loch Duich (Skotsko), 6. 5. 2014  
Zdroj: Autor

Panoramatická fotografie na obrázku č. 15 zachycuje neopakovatelný výhled na skotské jezero Loch Duich. Jezero je lemováno silniční komunikací A87, ze které se projíždějícím nabízejí nezapomenutelné výhledy. Zde je na jednom snímku zachycena proměnlivost skotského počasí, ve kterém se střídají dešťové mraky se slunečními paprsky.



**Obr. 16** Výhled na jezero Loch Alsh (Skotsko), 6. 5. 2014  
Zdroj: Autor



Fotografie na obrázku č. 16 je pořízena ze stejné silnice A87, pouze o několik desítek kilometrů dále, než-li předchozí fotografie. Tento pohled je zachycen z vyhraněného vyhlídkového místa. V dáli lze vidět most vedoucí z pevniny na ostrov Skye, jehož břehy se nachází na druhé straně jezera. Dominantní je pro fotografii žlutá dřevina Hlodáš evropský, charakteristický porost pro skotskou přírodu.



**Obr. 17 Glenfinnan Monument (Skotsko), 6. 5. 2014**  
Zdroj: Autor

Glenfinnan Monument z obr. č. 17 se nachází na břehu jezera Loch Shiel. Místo je obklopené vysokými horami, mezi kterými se hromadí nízké dešťové mraky. O několik minut později mraky zmizí, šedou temnou krajinu prozáří slunce a utvoří nádherný úkaz v podobě dech beroucí duhy.



**Obr. 18 Avebury (Anglie), 3. 5. 2014**  
Zdroj: Autor

Avebury, místo, nacházející se východně od anglického města Bath, je známé především díky obrovským kamenům rozmístěným do kruhu uprostřed vesnice a přilehlému okolí. Mezi kameny se lze volně pohybovat, vnímat jejich energii a kouzlo, nerušeně relaxovat, meditovat a vnímat souznění s přírodou, která je zde maximálně upřednostněna před komerčním využitím destinace.



**Obr. 19 Stonehenge (Anglie), 3. 5. 2014**  
Zdroj: Autor

Obrázek č. 19 zachycuje komerční a masové využití monumentální památky, celosvětově vyhledávaného Stonehenge. Z turistického centra je autobus plný turistů dovezen na místo, odkud vedou asfaltové cestičky. Je hlídáno a kolem památky je vedena páska, za kterou je zákaz vstupu. Atmosféra a genius loci místa, které je pro své tajemno vyhledáváno, jsou zcela potlačeny komerčním využitím památky.

## 8.2 Sestavený dotazník

# DOTAZNÍK

Dobrý den,

Jsem studentkou 3. ročníku Univerzity Hradec Králové, obor Management cestovního ruchu.

Ráda bych Vás požádala o vyplnění tohoto dotazníku, který bude sloužit jako podklad k mé bakalářské práci na téma „Genius loci přírodního turismu zvolených destinací Anglie a Skotska“.

Vyplnění dotazníku zabere pouze několik minut a je zcela anonymní.

Předem děkuji za Váš čas a pomoc.

Adéla Nováková

---

1. Jste:
  - Muž
  - Žena
  
2. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?
  - Základní
  - Středoškolské/vyučen
  - Vyšší odborné
  - Vysokoškolské
  
3. Uveďte Vaší věkovou kategorii:
  - Do 20 let
  - 21 – 30 let
  - 31 – 40 let
  - 41 – 50 let
  - 50 let a více
  
4. Slyšel(a) jste někdy pojem genius loci?
  - Ano
  - Ne

5. Pokuste se několika slovy popsat, co pro Vás tento pojem vyjadřuje.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

*Pokud pojem neznáte, vysvětlení zde:*

*Genius loci znamená atmosféru, „ducha“ místa, oblasti, jak ji lidé prožívají. Je to psychologicky obtížně definovaný jev tvořený řadou momentů: přírodní lokalitou, kulturním ztvárněním, atmosférickými podmínkami, roční dobou, ale i aktuálním psychickým a fyzickým vyladěním člověka. Často má v takové chvíli člověk pocit neopakovatelnosti, vznešenosti, záhadnosti. Jindy dochází k jakémusi poměrování se člověka s přírodou, prožívání blízkosti vlastní bezvýznamnosti.*

6. Zažil(a) jste někdy působení genia loci?

- Ne
- Ano
- Nejsem si jist(a)

7. Pokud byla Vaše odpověď na otázku č. 6 ano, pokuste se popsat své pocity, které jste v tu chvíli prožívali a místo, kde jste se nacházeli.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

8. Navštívil(a) jste někdy Anglii či Skotsko? (možno zvolit více odpovědí)

- Anglii
- Skotsko
- Ne, ani jednu zemi

9. Jaký byl důvod/motivace Vašeho výběru této lokality? (možno zvolit více odpovědí)

- Příroda, turistika
- Dostupnost
- Historie, památky
- Návštěva přátel
- Nákupy
- Návštěva velkých měst
- Jiné: .....
- .....

10. Považujete Anglii a Skotsko za místa s vyšší pravděpodobností působení genia loci?

- Ano
- Ne
- Možná
- Nevím, nemám dostatečné znalosti

11. Vyberte místa, která jste již navštívil(a):

- Stonehenge (Anglie)
- Avebury (Anglie)
- Hadrianův val (Anglie)
- Údolí Glen Coe (Skotsko)
- Old Man of Storr (přírodní útvar, Skotsko)
- Glenfinnan (město, viadukt, Skotsko)
- Seven Sisters (křídové útesy, Anglie)
- Calton Hill (kopec, Edinburgh, Skotsko)
- Clava Cairns (starověký hřbitov, Skotsko)
- Ostrov Skye (ostrov, Skotsko)
- Ostrov Lewis a Harris (Skotsko)
- Ben Nevis (nejvyšší hora Velké Británie, Skotsko)
- Loch Ness, Loch Lomond (jezera, Skotsko)
- Skara Brae (kamenná neolitická osada, Skotsko)
- Kamenné kruhy Stenness, Brodgar, Callanish (Skotsko)
- Nenavštívil(a) jsem žádné z uvedených míst

12. Vyberte místa, která byste rád(a) navštívil(a):

- Stonehenge (Anglie)
- Avebury (Anglie)
- Hadrianův val (Anglie)
- Old Man of Storr (přírodní útvar, Skotsko)
- Glenfinnan (město, viadukt, Skotsko)
- Seven Sisters (křídové útesy, Anglie)
- Calton Hill (kopec, Edinburgh, Skotsko)
- Clava Cairns (starověký hřbitov, Skotsko)
- Ostrov Skye (ostrov, Skotsko)
- Ostrov Lewis a Harris (Skotsko)
- Ben Nevis (nejvyšší hora Velké Británie, Skotsko)
- Loch Ness, Loch Lomond (jezera, Skotsko)
- Skara Brae (kamenná neolitická osada, Skotsko)
- Kamenné kruhy Stenness, Brodgar, Callanish (Skotsko)

13. Co Vás napadne při představě lokalit výše vyjmenovaných (možno zvolit více odpovědí):

- Historie
  - Mýty a báje
  - Turistické atraktivity
  - Tajemno, záhady
  - Neznámé civilizace
  - Energie
  - Chladno, sychravo
  - Poznání, příroda
  - Jiné: .....
- .....

14. Navštívil(a) jste anglické Avebury, Stonehenge či skotský Callanish a jezero Loch Ness? Jaká byla Vaše očekávání z jejich návštěvy a jaké byly skutečné pocity, které jste v tu chvíli měl(a)?

.....

.....

.....

.....

.....

15. Uveďte libovolná, Vámi navštívená místa v Anglii či Skotsku. Jaká byla Vaše očekávání z jejich návštěvy a jaké byly skutečné pocity, které jste v tu chvíli měl(a)?

.....  
.....  
.....  
.....

16. Co může podle Vás ovlivnit působení genia loci? (možno zvolit více odpovědí)

- Momentální rozpoložení, nálada
  - Počasí
  - Počet návštěvníků v daný okamžik
  - Civilizovanost místa/čistá příroda
  - Znalost místa
  - Neopakovatelnost, jedinečnost
  - Záhadnost
  - Zážitky spojené s místem (dobré či špatné)
  - Jiné: .....
- .....

17. Jak na Vás působí tato fotografie Stonehenge?



.....  
.....



.....  
.....

18. Jak na Vás působí tato fotografie Stonehenge?



.....  
.....  
.....  
.....

19. Popište svůj první dojem z uvedené fotografie (Avebury):



.....  
.....

.....  
.....

20. Popište svůj první dojem z uvedené fotografie (pohled na pobřeží jezera Loch Ness):



.....  
.....  
.....  
.....

21. Máte-li k dotazníku nějaké připomínky a chcete se podělit o myšlenky či názory, které nebyly v dotazníku zmíněny, můžete je uvést zde:

.....  
.....  
.....  
.....

### **8.3 Rozhovor – Marek Bejr, CK Poznání**

Jméno: Mgr. Marek Bejr

Funkce: průvodce

- 1. Jaký zaznamenáváte zájem ze strany klientů o tyto zájezdy? Preferujete raději menší skupiny před hromadným cestováním s účastníky?**

*„Zájem o destinaci Velká Británie je od roku 2000 každým rokem stejný. V minulém roce s námi do této destinace vycestovalo přibližně 2400 účastníků. Největší „boom“ byl ale v 90. letech 20. století, jelikož (hlavně do Londýna) tam jezdilo spousta školních kolektivů. Zájezdy pořádáme od 6osob do 68. Takový zlatý střed je klasický zájezd autobusem, kde v průměru jezdí 35–40 klientů.“*

- 2. Zájezdy nabízíte s autobusovou či leteckou dopravou – o kterou z těchto variant je u vašich zákazníků větší zájem?**

*„80 % autobusové zájezdy, 20 % letecké zájezdy .... Důvod proč většina vybírá autokarový zájezd je v ceně zájezdu. Byť se může zdát, že letenka do UK je poměrně levná, je potřeba přičíst cenu britského autobusu s řidičem, což se leckdy vyplatí poslat prázdný bus z ČR. Leteckou variantu vybírají především klienti, kteří rádi pohodlí a chtějí ušetřit čas cestou tam a zpět.“*

- 3. Zaznamenáváte větší zájem o účast na zájezdech směřujících na pevninu či na ostrovy?**

*„Poměrně obtížná otázka ... ročně s námi vycestuje cca 12000 lidí (počítáme do toho i školní zájezdy), jezdí jak po Evropě, do UK, tak i do exotických zemí. Pokud bych měl hodnotit poslední 3 roky, tak jsme více zaznamenali nárůst v exotických destinacích a v zájezdech za turistikou do Alp. UK je na tom rok co rok stejně.“*

- 4. Preferují vaši klienti raději návštěvu větších měst či pobyty a turistiku v přírodě?**

*„Klienti preferují více přírodu.“*

**5. Jaké typy ubytování upřednostňují vaši zákazníci? Hotel, hostel, stan, chatky ...?**

*„Nabízíme všechny vyjmenovaná ubytování. Poslední dva roky je větší nárůst hotelové varianty, a naopak úbytek u stanů. Poměr výkon/cena pak předurčuje k oblíbenosti chatky a hostel.“*

**6. Setkali jste se někdy s takovou reakcí ze strany klienta, že by měl z návštěvy lokality jistá očekávání, ale realita byla jiná? Ať již ohlasy pozitivní či negativní? (zklamání, nadšení, touha navštívit místo znovu atp.)**

*„Setkali, jak v místech, kde bylo plno očekávání a došlo řekněme ke zklamání, tak i na místech o kterých bychom řekli, že jsou nezajímavá a účastníci byli nadmíru spokojeni. Vždy záleží na průvodci, počasí a celkové skladbě účastníků...“*

**7. Setkali jste se s nějakými komplikacemi při shánění průvodců pro tyto lokality? Preferujete mladší osoby nebo starší průvodce? Snažíte se ověřit si jejich znalosti předem?**

*„Dlouhodobě spolupracujeme s průvodci, kteří destinaci znají. Na věk moc nehledíme, ale obecně na turističtější a sportovnější charakter zájezdu volíme mladšího průvodce. Na památky a města pak raději staršího, ostříleného. Samozřejmě musí být znalost místních reálií.“*

**8. Snaží se průvodci přizpůsobit itinerář zájezdu případným požadavkům účastníkům nebo striktně dodržují daný plán? Mívají klienti zájem o vlastní program bez organizace ze strany CK?**

*„Průvodce vždy musí dodržet napsaný program. CK si však vyhrazuje právo na drobnou úpravu programu v rámci nepříznivého počasí a časovému harmonogramu trajektů.“*

**9. S jakými reakcemi se setkáváte po návštěvě míst jako Stonehenge, Callanish či Loch Ness/Loch Lomond? V programech zájezdů se nenachází vesnička Avebury – jaký je důvod jejího nezařazení do programu?**

*„Hodně záleží na průvodci, načasování a počasí ... reakce jsou pak 50/50 ... Mnohokrát jsme zažili Stonehenge bez lidí s ranní mlhou, ale rovněž i s kupou školáků. Stejně tak i jiná místa. Avebury v programu sice napsáno nemáme, ale v rámci cesty okolo Swindonu, se tam v případě času alt. jako „bonus“ zastavujeme.“*

**10. Máte od klientů zpětné vazby na jejich ne/spokojenost se zájezdem, jeho programem, průvodci apod.?**

*„Klienti na konci dostávají dotazník v papírové podobě, který pak v kanceláři vyhodnocujeme. Od roku 2016 dostávají rovněž dotazník na mail v elektronické podobě (po odjetí zájezdu).“*

## 9 Zadání práce

Univerzita Hradec Králové  
Fakulta informatiky a managementu  
Akademický rok: 2016/2017

Studijní program: Ekonomika a management  
Forma: Kombinovaná  
Obor/komb.: Management cestovního ruchu - anglický jazyk  
(mcr-k-a)

### Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Nováková Adéla DiS.	E. Beneše 766, Týniště nad Orlicí	I14632

#### TÉMA ČESKY:

Genius loci přírodního turismu zvolených destinací Anglie a Skotska

#### TÉMA ANGLICKY:

Genius loci of nature tourism in the selected destinations of England and Scotland

#### VEDOUcí PRÁCE:

doc. PaedDr. Jiří Štyrský, CSc. - KRRCR

#### ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Cílem bakalářské práce v teoretické části je seznámit s pojmem genius loci, vysvětlit jeho význam a zhodnotit vnímání tohoto fenoménu. Je zde přiblížen pojem přírodní cestovní ruch, percepce krajiny a její vnímání.

Jsou zde vypsány a uvedeny vybrané lokality z Anglie a Skotska jejich vznik, historie a souvislosti promítající se do současnosti.

Praktická část práce je zaměřena na rozbor informací získaných z dotazníkového šetření, které se zaměřuje na zjištění povědomí o pojmu genius loci a návštěvnost vybraných lokalit Anglie a Skotska a zde působícím geniem loci.

Osnova:

1. Úvod
2. Cíl a metodika práce (dotazníkové šetření)
3. Teoretická část
  - 3.1. Genius loci - pojem, vnímání
  - 3.2. Percepce krajiny a její vnímání
  - 3.3. Přírodní cestovní ruch a motivace pro cestování
  - 3.4. Lokality Anglie a Skotska
4. Praktická část
  - 4.1. Sběr informací dotazníkovým šetřením
  - 4.2. Zpracování výsledků a interpretace dotazníkového šetření
  - 4.3. Shrnutí a diskuze výsledků
5. Závěry a doporučení
6. Seznam použitých zdrojů
7. Přílohy

#### SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

ELSE, David. Anglie. 2. české vyd. Praha: Svojtka, 2010, 908 s. ISBN 978-80-256-0269-0.

WILSON, Neil a Andy SYMINGTON. Skotsko. 2. české vyd. Praha: Svojtka, 2011, 555 s. ISBN 978-80-256-0569-1.

MICHELL, John. Esoterická Anglie: průvodce po posvátných místech, legendách a pověstech. Praha: Eminent, c2005. ISBN 80-728-1234-3

HRDINA, Jan R. Skotsko: země dávných tajemství. Vyd. 1. Praha: Argo, 2007. ISBN 978-80-7203-898-5

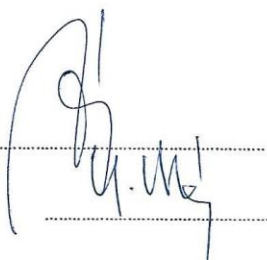
NORBERG-SCHULZ, Christian. Genius loci: krajina, místo, architektura. 2. vyd. Praha: Dokořán, 2010. ISBN 978-80-7363-303-5

ŠIPEK, Jiří. Úvod do geopsychologie: svět a putování po něm v kontextu současné doby. Vyd. 1. Praha: ISV, 2001. Psychologie (ISV). ISBN 80-858-6670-6

KVET, Radan. Duše krajiny: staré stezky v proměnách věků. Vyd. 1. Praha: Academia, 2003. ISBN 80-200-1012-2

CILEK, Václav. Makom: kniha míst. 2., dopl. vyd. Praha: Dokořán, 2007. ISBN 978-80-7363-120-8

Podpis studenta:



Datum: 11.4.2017

Podpis vedoucího práce:

Datum: 11.4.2017

