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

Animace jako obsahový prostředek programové skladby vybraného produktu turismu

Jičín – město pohádky jako kulturní tradice regionu

Bakalářská práce

Autor: Žaneta Holcová
Studijní obor: Management cestovního ruchu – anglický jazyk

Vedoucí práce**:** RNDr. Jiří Petera

Hradec Králové listopad 2016

Prohlášení:

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

V Hradci Králové dne 15. listopadu 2016 Žaneta Holcová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala svému vedoucímu práce RNDr. Jiřímu Peterovi, za náměty a připomínky, odborné vedení, cenné rady a čas, který mi věnoval při konzultacích v průběhu psaní bakalářské práce. Další poděkování patří předsedovi správní rady Nadačního fondu Jičín – město pohádky Dominiku Malému a jeho asistentce za poskytnuté informace, statistiky a čas, který mi věnovali. Dále bych ráda poděkovala pracovníkům Městského informačního centra v Jičíně za poskytnutí statistických údajů. V neposlední řadě bych také ráda poděkovala své rodině za jejich trpělivost a podporu, během psaní této práce.

Anotace

Téma: Animace jako obsahový prostředek programové skladby vybraného produktu turismu

Tématem této bakalářské práce je „Animace jako obsahový prostředek programové skladby vybraného produktu turismu“. Zaměřuje se na animační služby u kulturního festivalu na Jičínsku. Cílem této práce je analyzovat kulturní akci a vyhodnotit spokojenost návštěvníků s jejím programem.

Teoretická část práce podrobně seznamuje s tématikou animace v cestovním ruchu. Pojednává o základních pojmech, které se týkají cestovního ruchu a volného času. Následně popisuje animaci z hlediska její historie, zabezpečení a různého členění. Dále jsou zde také informace o animátorech a jejich náplni práce.

V praktické části je představeno město Jičín, které je hostitelem kulturního festivalu. Následují informace o daném festivalu a jeho programové skladbě. Použitou metodou v této práci je dotazníkové šetření a polořízený rozhovor. V další části práce jsou zhodnoceny výsledky šetření. Ukazují slabé i silné stránky programu a celkovou spokojenost s festivalem. Na základě vyhodnocení odpovědí respondentů, jsou v závěru práce uvedeny návrhy a doporučení na zlepšení budoucích ročníků festivalu.

Klíčová slova

Cestovní ruch, volný čas, animace, festival, kultura, Jičín – město pohádky

Annotation

Title: Animation as a Content Means of the Programming Structure of the Selected Tourism Product

The theme of this Bachelor Thesis is "Animation as a Content Means of the Programming Structure of the Selected Tourism Product". It focuses on the animation services at a culture festival in the Jičín region. The aim of this paper is to analyze this cultural event and evaluate visitors' satisfaction with its program.

The theoretical part of the paper introduces in detail the topic of the animation in tourism. It discusses the basic concepts which are about tourism and leisure. It also describes the animation in terms of its history, the provision and different classifications. There is also information about animators and their work.

The practical part introduces the town of Jičín, where the festival is held. There is also information about the culture festival and its program. The method used in this paper is a questionnaire survey and a semi-structured interview. In the next part of this paper the results of the investigation are evaluated. The findings show the strengths and weaknesses of the program and overall satisfaction with the festival. In the end, suggestions and recommendations for the improvement of the future festivals are given according to the replies of the respondents.

Key words

Tourism, free time, animation, festival, culture, Jičín – town of fairy tales

Obsah

1 Úvod 1
2 Cíl a metodika práce 3
2.1 Cíle práce 3
2.2 Metodika práce 3
3 Literární rešerše 7
4 Teoretická část 9
4.1 Cestovní ruch 9
4.1.1 Cestovní ruch a volný čas 10
4.1.2 Typologie cestovního ruchu 11
4.1.2.1 Kulturní cestovní ruch 13
4.1.2.2 Cestovní ruch dětí a mládeže 14
4.2 Vymezení pojmu animace v cestovním ruchu 15
4.3 Historie animace 17
4.3.1 Vznik animace v cestovním ruchu a změny v jeho vývoji 17
4.3.2 Klubový cestovní ruch 18
4.4 Animace a volný čas 19
4.4.1 Volnočasové aktivity 21
4.5 Zabezpečení služeb volného času 21
4.5.1 Ekonomické zabezpečení animačních činností 21
4.5.2 Organizačně-institucionální zabezpečení 22
4.5.3 Materiální zabezpečení 23
4.5.4 Personální zabezpečení 23
4.6 Základní typy animačních služeb 25
4.6.1 Dětská animace 25

4.7 Animační program 27
4.7.1 Animační programy v zábavním průmyslu 28
4.7.2 Animační programy pro děti 29
4.8 Klasifikace animačních činností 30
4.8.1 Společenské a zábavní činnosti 31
4.8.2 Tvořivé činnosti 32
4.8.3 Činnosti pro děti a mládež 32
4.8.4 Vzdělávací, poznávací a objevovací činnosti 33
4.8.5 Pohybové a sportovní činnosti 33
4.8.6 Meditativní činnosti 33
4.8.7 Dobrodružné činnosti 34
4.9 Animátor 34
4.9.1 Profil animátora 35
4.9.2 Základní role animátora 36
4.10 Služby cestovního ruchu 37
4.10.1 Význam a znaky služeb CR 37
4.10.2 Dělení a charakteristika služeb CR 38
4.10.2.1 Animace jako doplňková služba 38
4.10.2.2 Animační služby 40
4.10.2.3 Kulturně – společenské služby 41
4.11 Kultura 42
4.11.1 Kulturní zdroje využitelné pro CR 42
4.11.2 Festival 43
4.11.2.1 Historie festivalu 44
4.11.2.2 Přínosy festivalu 44
4.11.2.3 Organizace festivalu 45
4.11.2.4 Program festivalu 47

4.11.3 Lidová kultura 47
4.11.3.1 Folklór 48
4.12 Vymezení pojmu produkt 48
4.12.1 Produkt cestovního ruchu 49
4.12.2 Životní cyklus produktu 50
5 Praktická část 52
5.1 Cíle výzkumu 52
5.2 Shromáždění podkladů a průběh šetření 52
5.3 Představení pořadatelského města – Jičín 54
5.4 Kulturní festival Jičín – město pohádky 56
5.4.1 Historie festivalu 59
5.4.2 Symboly festivalu 60
5.4.3 Organizace festivalu 62
5.4.4 Účastníci festivalu 63
5.4.4.1 Zahraniční soubory 64
5.4.4.2 Domácí soubory 64
5.4.5 Návštěvníci festivalu 65
5.4.6 Programový obsah jubilejního 25. ročníku festivalu 71
5.4.6.1 Zahájení 72
5.4.6.2 Hudební, divadelní, taneční a jiná představení 73
5.4.6.3 Tvůrčí dílny, soutěže, hry a výstavy 74
5.4.6.4 Další aktivity 75
5.4.6.5 Slavnostní zakončení 76
5.4.7 Statistiky jubilejního ročníku festivalu 76
5.5 Zpracování a interpretace výsledků 78
5.5.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření 78
5.5.2 Vyhodnocení položízených rozhovorů 99

6 Shrnutí a diskuze výsledků 106
7 Závěry a doporučení 114
8 Seznam použitých zdrojů 118
8.1 Seznam obrázků, tabulek a grafů 125
9 Přílohy 127
9.1 Seznam příloh 127

1 Úvod

V dnešní uspěchané době plné stresu a vysokého pracovního nasazení se zapomíná na jednu důležitou potřebu lidí, a tou je relaxace. Umění odreagovat se a umět si užít volnou chvíli je to, co lidé postrádají. Díky novému trendu, kdy se lidé více zajímají o své zdraví a vyznávají zdravý životní styl se do popředí jejich zájmu, kromě dostatečného pohybu a zdravé stravy, dostává také aktivní využívání jejich volného času. Tato skutečnost byla pro cestovní ruch velkou šancí. Proto v jeho odvětví došlo k rozšíření nabídky služeb. Jako jeden z nejúspěšnějších kroků se ukázalo být zavedení animací. A právě animace je hlavním tématem této práce. Podstata těchto služeb spočívá v tom, že se z pasivně strávené dovolené stane dovolená s aktivním odpočinkem. Nejen o dovolené, ale také v běžném životě je aktivní trávení volného času stále více žádanou potřebou. Proto se s animací lze setkat například i na koupalištích, v lázních, v aquaparcích a dalších zařízeních. Zákazníci tak získávají jedinečné zážitky, díky kterým se chtějí na dané místo opět vrátit či znovu využít služby určitého subjektu. Animační služby se tak u účastníků cestovního ruchu těší stále větší oblibě.

Tato práce je také zaměřena na jednu z nejdůležitějších forem cestovního ruchu, a tím je kulturní cestovní ruch. Kultura hraje velkou roli nejen v cestovním ruchu, ale také na motivech lidí cestovat. Lidé do cizích měst nebo zemí nepřijíždějí proto, aby si prohlédli letiště, hotel nebo rekreační zařízení, ale proto, aby mohli obdivovat a poznávat novou a jinou kulturu. Skrze tu lze poznat život, umění, zvyky a tradice jiné společnosti, neboť znázorňuje průběh a dějiny celého jejich života. Vše, co bylo hmotně i nehmotně vytvořeno. Motivem pro vycestování tak může být například touha spatřit daný architektonický objekt, umělecké dílo, kroje nebo zažít neobyčejný prožitek a atmosféru na tradičních slavnostech či festivalech. A právě festivalem se předložená práce zabývá. Konkrétně se jedná o kulturní festival Jičín – město pohádky. Ten se koná každoročně již od roku 1991 v malebném městě Jičíně, který spadá do oblasti Českého ráje a řadí se mezi nejoblíbenější místa v naší zemi. Při výletech do Jičína i jeho okolí lze narazit hned na několik míst, která se pojí s pohádkovými bytostmi. Mezi jejich nejvýznamnější autory patří čestní občané Jičína, páni Václav Čtvrtek a Radek Pilař. Pan Václav Čtvrtek Jičín proslavil příběhy o loupežníkovi Rumcajsovi z bájného lesa Řáholce. Mezi jeho další díla, která se s Jičínem pojí, patří: Cesty formana Šejtročka,

O vodníku Česílkovi a O Kubovi a Stázině. Jeho díla se na tomto festivalu pravidelně připomínají.

Festival Jičín – město pohádky je výjimečný tím, že oslavuje pohádky a je utvořen především pro děti. Ty vždy v období jeho konání převezmou vládu nad celým městem a ponoří se do pohádkové atmosféry. Ustanoven jako pohádkový byl z toho důvodu, že několik nadšenců chtělo složit poklonu spisovateli K. J. Erbenovi i jeho následovníkům a předchůdcům. Festival je pořádán zejména pro místní obyvatele z Jičína, ale zavítají sem i návštěvníci z blízkého okolí.

Všeobecně jsou festivaly v dnešní době stále více oblíbené a navštěvované. Stávají se důležitým prvkem pro cestovní ruch, neboť tvoří významnou součást kultury. Dnes se festivaly konají téměř v každém městě či regionu. Pro dané město jsou velice důležité hned z několika důvodů. Nejen, že mu přidávají na atraktivnosti, ale také mu pomohou vytvořit dobré jméno. Pro návštěvníky to může být významný impuls k návštěvě. Nezapomenutelná a jedinečná atmosféra, je to, čím festivaly lákají. Příkladem toho je i již zmíněný pohádkový festival v Jičíně. Každý rok se toto město v měsíci září promění do pohádkového světa a ožije pohádkovými bytostmi. Ať už se jedná o ty, kteří zde pohádkové bytosti prezentují, hrají anebo vystupují, tak i ti, kteří vše jen sledují, se do této nevšední atmosféry ponoří. Setkávají se zde lidé, které spojuje chuť vrátit se do dětských let a znovu si vychutnat bezstarostné období plné her, tvoření a zábavy. Výsadou festivalu je také bohatý program, kde jsou animace bohatě zastoupeny. Na programu jsou každoročně divadelní, hudební i taneční představení, tvůrčí dílny, soutěže, výstavy, hry, řemeslný jarmark a spousta dalšího. Díky tomuto festivalu je město známé a do podvědomí lidí se právem zapsalo jako pohádkové město.

Důvodem výběru kulturního festivalu Jičín – město pohádky je jeho unikátnost a jedinečnost, neboť celý patří dětem. Koná se ve městě Jičíně, kde se autorka narodila a vyrůstala. Další motivací ke zpracování dané práce je autorčin velmi blízký vztah k pohádkovému městu a pravidelná účast na již zmíněném festivalu.

2 Cíl a metodika práce

Tato kapitola vymezuje cíle a metodiku práce, která popisuje a charakterizuje, jakým způsobem byly zjišťovány, analyzovány a vyhodnoceny závěry.

2.1 Cíle práce

Hlavním cílem této práce je analýza vybraného kulturního festivalu se zaměřením na zhodnocení jeho programové skladby prostřednictvím ohlasů návštěvníků. Pro tuto práci byl vybrán kulturní festival, který se koná každý rok v Jičíně. Název vybraného festivalu zní Jičín – město pohádky. Záměrem je komplexně zhodnotit programovou skladbu z hlediska spokojenosti, preferencí, názorů a připomínek návštěvníků.

Dalším cílem práce je za pomoci pořízených rozhovorů zjistit záměry a zkušenosti jednotlivých účastníků vybraného festivalu a vytvořit přehled jejich animací. Na základě všech zjištěných skutečností je dalším cílem práce vyhodnotit výsledky realizovaného šetření a na jejich základě vyvodit závěry a doporučení pro pořadatele a organizátory akce. Ty přispějí k odstranění zjištěných nedostatků a negativních názorů respondentů a tím ke zlepšení budoucích ročníků festivalu.

2.2 Metodika práce

V teoretické části byly využity sekundární zdroje dat. Především se jednalo o odbornou literaturu, která se zabývala danou problematikou této práce. Pomocí této literatury byly v jednotlivých kapitolách shromážděny, zpracovány a podány informace o cestovním ruchu, volném čase, festivalech, produktu cestovního ruchu a zejména o animacích v cestovním ruchu. Kapitola ohledně animací byla důležitou částí práce, neboť čtenáře uvedla do dané problematiky. Pro její správné pochopení byl v práci tento pojem nejdříve definován a poté byla uvedena také její historie, zabezpečení a členění. Tato kapitola se také zabývala představením animátorů a jejich prací, jež s animací velmi úzce souvisí.

Pro praktickou část byly využity informace z dostupných elektronických zdrojů, programových brožur zapůjčených Nadačním fondem Jičín – město pohádky a dalších jimi poskytnutých materiálů. Zhodnocení spokojenosti s programem festivalu bylo dosaženo pomocí dotazníkového šetření mezi návštěvníky festivalu z Jičína a blízkého okolí. K zjištění ohlasů účastníků festivalu byly využity pořízené rozhovory.

K vyřešení problematiky této práce, bylo nutné si sestavit několik výzkumných otázek. Otázky byly následující:

1. Jaká je spokojenost návštěvníků s festivalem?
2. Jaká je hlavní motivace návštěvníků k návštěvě festivalu?
3. Jsou mezi návštěvníky nějaké výhrady k dosavadnímu programu festivalu nebo s ním jsou v této podobě spokojeni?
4. Jaká animační činnost patří na festivalu mezi nejoblíbenější?
5. Jak hodnotí návštěvníci dílny pro děti?
6. S Jakým záměrem přijíždějí účastníci na festival?

Za nejvhodnější způsob výzkumu této bakalářské práce byla zvolena metoda dotazníkového šetření, která spadá do kvantitativního typu výzkumu. Dotazníkové šetření bylo realizováno mezi návštěvníky vybraného festivalu. Dotazník byl zaměřen především na programovou stránku festivalu, kde bylo účelem zjistit spokojenost a hodnocení návštěvníků, jejich potřeby a přání. Určit slabé a silné stránky programu a na základě toho navrhnout jisté návrhy a doporučení pro pořadatele a organizátory pro budoucí ročníky. Dotazník byl vyvěšen v elektronické podobě na internetových webových stránkách www.surivo.com a www.facebook.com/jicinmestopohadky po dobu 4 měsíců, a to v rozmezí březen–červen 2016. Účastníci šetření tak mohli odpovídat na otázky online. Zde se bohužel nepodařilo získat dostatečný počet odpovědí, neboť návratnost vyplněných dotazníků nebyla dostačující. Bylo tedy nutné rozšířit výzkumný vzorek. Proto byl dotazník dále distribuován do míst, která byla strategicky vybrána. V tištěné podobě byl rozdán do tří mateřských školek v Jičíně a do mateřské školky ve Veliši. Dále byl umístěn na prvním stupni základní školy v Jičíně, ve Veliši a v Lužanech. Tyto instituce byly vybrány z toho důvodu, že bylo nutné získat ohlasy od respondentů, kteří mají malé děti, s nimiž se účastní dětských dílen. V dotazníku byly použity různé formy otázek. Zahrnuty byly jak uzavřené otázky s možností výběru ano či ne, tak i s možností výběru z několika odpovědí. Dále otázky ve formě hodnotící škály, otázky polouzavřené a v neposlední řadě také otázky týkající se identifikace dotazovaných. Ty byly zařazeny na konec dotazníku, neboť jak uvádí Kozel (2006, s. 165), umístění těchto otázek na začátek by mohlo respondenta znepokojit. Celkově se dotazník skládal ze tří částí. První část se věnovala festivalu jako celku, druhá část byla zaměřena na program festivalu a poslední část se týkala dětských

dílen. Po skončení dotazníkového šetření byla provedena analýza a zpracování získaných skutečností. Dotazník byl anonymní z důvodu větší pravdivosti a eliminace obav z možnosti zneužití informací. Vzor dotazníku je uveden v příloze č. 1.

Dotazníkové šetření bylo dále rozšířeno o kvalitativní výzkum v podobě neformálních rozhovorů s návštěvníky festivalu, který měl pouze doplňkový charakter. Rozhovory probíhaly v době konání 26. ročníku festivalu. Výběr respondentů byl zcela náhodný. Záměrně však byly vybírány rodiny s dětmi, maminky s dětmi, senioři s vnoučaty či učitelky mateřských školek a základních škol. Cílem bylo získat informace převážně ohledně zpoplatnění dětských dílen. Rozhovory byly vedeny formou přirozené konverzace bez jakýchkoli předem připravených otázek v časovém rozmezí 5–10 min. V terénu bylo dotázáno asi 30 návštěvníků.

Pro zjištění ohlasů účastníků festivalu byla zvolena metoda polořízených rozhovorů, které spadají do kvalitativního typu výzkumu a umožňují řešit problematiku více do hloubky. Jejich výhodou je také menší počet vybraných respondentů potřebných k tomu, aby se daný výzkum mohl uskutečnit. Dále je zde díky otevřeným otázkám prostor pro vyjádření vlastního názoru respondentů. Lze tak detailněji zjistit názory a pohledy respondentů na danou tématiku.

Osloveno bylo celkem 13 respondentů. Rozhovory se však podařilo realizovat pouze s 6 oslovenými respondenty. Rozhovory byly vedeny v červnu a červenci roku 2016. Ve všech případech se jednalo o ředitele škol, které účinkují na daném kulturním festivalu. Otázky byly předem připravené a zpracované v elektronické podobě pomocí online dotazníku na webové stránce www.survio.com. Vybraným respondentům byly následně po vzájemné domluvě zaslány na emailové adresy. Rozesílání dotazníků prostřednictvím emailu bylo zvoleno i z toho důvodu, že někteří oslovení respondenti byli ve vysoké územní rozptýlenosti. Jak uvádí Kozel (2006, s. 144) rozhovory jsou časově a finančně velmi náročné, což byl další důvod pro volbu elektronické komunikace. Dále uvádí, že v dnešní době je elektronické dotazování běžnou a oblíbenou výzkumnou technikou, protože je zpracování odpovědí v elektronické podobě jednodušší. Další výhodu vidí v nestrannosti, neboť tento typ dotazování nepotřebuje tazatele, jímž může být respondent ovlivněn. Rozptýlit jej může tón hlasu, způsob, jakým je otázka položena nebo neschopnost uvolnit se v přítomnosti tazatele a odpovídat po pravdě. Otázek bylo celkem 16 (viz příloha č. 2) a týkaly se převážně

spokojenosti s festivalem, jejich záměru účasti a zkušeností s festivalem. Použity byly otázky uzavřené, polootevřené i otevřené. Otázky a vyhodnocené odpovědi respondentů viz kapitola 5.5.2. Odpovědi jednotlivých respondentů v plném znění jsou v přílohách č. 11–16.

Od pracovnic Městského informačního centra v Jičíně byly získány statistiky návštěvnosti za vybrané měsíce pro vyhodnocení nejnavštěvovanější kulturní akce v Jičíně. Dále byly poskytnuty údaje pro zhodnocení návštěvnosti města během konání festivalu a v neposlední řadě také statistiky zahraničních návštěvníků pro zjištění národnostního složení návštěvníků během festivalu.

Pro porovnání vývoje počtu návštěvníků festivalu od roku 2010 do roku 2015 a vývoje sobotní návštěvnosti byla příslušná data získána od pracovníků Nadačního fondu Jičín – město pohádky.

3 Literární rešerše

Při psaní této práce bylo čerpáno zejména z odborné literatury a příslušných internetových zdrojů. Převládající část knižních publikací byla zapůjčena ze Státní vědecké knihovny v Hradci Králové a Univerzitní knihovny Královéhradecké univerzity. Samotné údaje k programu festivalu Jičín – město pohádky byly získávány z programové brožury, která byla vydaná k jubilejnímu 25. ročníku festivalu. Další potřebné informace byly čerpány z příslušné internetové stránky www.pohadka.cz, na základě rozhovorů s předsedou správní rady JMP Dominikem Malým a na základě vlastních zkušeností autorky vycházejících z pozorování. Kompletní seznam použitých zdrojů je uveden na konci práce.

Vzhledem k tématu práce byly využity především publikace zabývající se problematikou animace v cestovním ruchu. Stěžejní knihou z odborné literatury byla pro zpracování této práce kniha ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 1999, 244 s. ISBN 80-859-7027-9. V této publikaci autor klasifikuje a vymezuje služby v cestovním ruchu. Pomocí této knihy byl definován a popsán pojem animace, vymezeno zabezpečení služeb volného času a klasifikovány animační činnosti.

Autorovo nové rozšířené vydání ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. V Praze: Idea servis, 2010, 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5, bylo použito zejména pro definování služeb cestovního ruchu, jejich dělení a charakteristiku. Dále byly využity informace týkající se animačních služeb a informace charakterizující pojem animátor. Tato učebnice je obsahově rozšířena o nové poznatky, skutečnosti a druhy služeb. Nahrazuje knihu Technika služeb cestovního ruchu a podrobně seznamuje s jednotlivými druhy služeb.

Dalším významným a doplňujícím zdrojem pro tuto problematiku byla publikace FIŠEROVÁ, Věra. *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2008, 92 s. ISBN 978-80-86578-87-3. Tato kniha se zabývá především spojitostí mezi volným časem a animací v cestovním ruchu. Z této knihy byly použity především kapitoly týkající se volného času, volného času a cestovního ruchu a animace. Využity byly též informace pro kapitoly: Animátor, Typologie cestovního ruchu a Služby cestovního ruchu.

Pro vymezení a charakteristiku pojmu produkt cestovního ruchu a životní cyklus produktu byla využita kniha ZELENKA, Josef. *Cestovní ruch – marketing*. Vyd. 3., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015, 247 s. ISBN 978-80-7435-543-1. Jak titul knihy napovídá jejím předmětem je celkový pohled na marketing, který je zaměřen na cestovní ruch. Doplňujícími tituly byly knihy: HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada, c2003, 486 s. Expert (Grada). ISBN 80-247-0202-9, která pojednává převážně o marketingu v cestovním ruchu. Využita byla pro kapitolu Vymezení pojmu produkt a Produkt cestovního ruchu. BERÁNEK, Jaromír a kol. *Ekonomika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Mag Consulting, 2013, 295 s. ISBN 978-80-86724-46-1 nabízí ekonomický pohled na cestovní ruch. Z tohoto titulu bylo čerpáno pro kapitolu Cestovní ruch, Typologie cestovního ruchu a Produkt cestovního ruchu.

K pochopení některých základních pojmů uvedených v této práci, bylo čerpáno zejména z výkladového slovníku cestovního ruchu: ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2. Slovník velmi detailně vysvětluje jednotlivé pojmy, jak z oblasti turismu, tak i ze souvisejících oblastí. Doplněny jsou množstvím fotografií, grafů a schémat.

4 Teoretická část

4.1 Cestovní ruch

Podle Chasbulatova (2012, in Beránek a kol., 2013, s. 9) doprovází lid cestování již po tisíciletí, bez ohledu na válečné konflikty, nesjízdné cesty, hlad a jiná omezení. Říká, že každý člověk má potřebu cestovat, seznamovat se s jinými národy, s jejich zvyky, kulturou či historií (viz kapitola 4.1.2.1). V dnešní době je cestovní ruch jedním z nejvíce se rozvíjejících odvětví a stal se nedílnou součástí života lidí. Každý má k cestování jinou motivaci (viz kapitola 4.1.2). Mezi účastníky cestovního ruchu se objevují dva typy. Ti, kteří chtějí svůj volný čas prožít aktivně (sport, návštěva nových míst, poznávání kultur) a ti, kteří naopak upřednostní pasivní formu trávení času (pobyt v hotelu, na pláži, na chalupě). Aktivní trávení volného času zajišťuje animace (viz kapitola 4.2)

Cestovní ruch je velmi obtížné jasně a přesně definovat, protože se projevuje v mnoha formách a aspektech. Mnoho pokusů o jednoznačnou definici tak v odborné literatuře zapříčinilo výskyt mnoha různých vysvětlení tohoto pojmu. Světová organizace cestovního ruchu (WTO, World Tourism Organization, Ottawa, 1991, in Drobná a Morávková, 2010, s. 9) definuje cestovní ruch následovně: *„Cestovní ruch (angl. Tourism) je činnost osoby, cestující ve volném čase na přechodnou dobu do místa mimo její trvalé bydliště, a to za jiným účelem, než je vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.“*

Beránek a kol. (2013, s. 9) popisují cestování jako přemisťování osob jako jednotlivců či jako jejich skupin, které motivují jejich zájmy nebo cíle. Cestovní ruch chápou jako zvláštní případ cestování, který má jistá omezení, charakteristiky a mnohé definice. Kotíková (2013, s. 15) uvádí, že o cestovní ruch se jedná tehdy, stává-li se cestování jevem masovým a je spojeno s poskytováním služeb, jež jsou pro cestovní ruch specifické (např. ubytování, stravování, doprava aj.) a které jsou zabezpečeny specializovanými organizacemi.

Drobná s Morávkovou (2010, s. 9) charakterizují cestovní ruch jako oblast spotřeby, ve které jde především o uspokojování lidských potřeb, které v rámci cestovního ruchu tvoří zejména potřebu odpočinku, poznávání, lázeňské péče, neobvyklých zážitků, kontaktu s lidmi, návštěvy známých a příbuzných a také potřebu

kulturního a sportovního vyžití. Aby došlo k uspokojení přání a potřeb účastníka na cestovním ruchu, byla podle Vitákové (2007, s. 10) nezbytnost, aby se vytvořila rozsáhlá řada profesí a profesionálních subjektů. Vznikly tak cestovní kanceláře a agentury, ubytovací zařízení (hotely, kempy, ubytování v soukromí, horské chaty apod.), informační střediska a kanceláře, stravovací a zábavná zařízení, dopravní sítě (letecká, železniční a autobusová) aj.

Autoři Goeldnera a Richieho (2014, s. 3) chápou cestovní ruch jako užívání si volna rozličnými způsoby. Například prohlížení památek, návštěva přátel a příbuzných, opalování, výlety, vyjížďky, sportování či jen vychutnávání si krajiny. Do své definice cestovního ruchu také zahrnují osoby účastnící se kongresů, konferencí, pracující na vědeckém výzkumu nebo studii a osoby odjíždějící na studijní cesty.

Cestovní ruch má podle webu CzechTourism (2016) také velký význam pro ekonomiku, neboť tvoří významnou položku příjmů do státního rozpočtu, přispívá k zaměstnanosti, zvyšuje hrubý národní produkt, rozšiřuje kulturní a vzdělanostní obzory, rozvíjí infrastrukturu, podněcuje rozvoj řemesel atd. Ovšem nesmí se opomenout také jeho negativní působení na neekonomickou sféru, jakou je například životní prostředí (znečišťování vod, pláží, půdy, ovzduší, poškození fauny a flóry aj.). Cestovní ruch má dle webu negativní dopady také na místní obyvatele, jejich způsob života, či na etnické národy např. podporující křesťanské hodnoty, kdy se vlivem cestovního ruchu šíří kriminalita a prostituce. Vlivem CR dále vzniká přelidněnost, hluk, odpadky, ztráta soukromí, vytváří se sociální napětí, zvyšují se ceny zboží atp.

4.1.1 Cestovní ruch a volný čas

Cestovní ruch a volný čas spolu velice úzce souvisí, neboť je cestovní ruch uskutečňován většinou ve volném čase, který slouží jako motivace k cestování. Cestovní ruch patří k oblíbenému a atraktivnímu způsobu, jak trávit volný čas, neboť přispívá k jeho oživení. Pro cestovní ruch je tedy využití volného času základ. Určitý zážitek či aktivita se uskutečňuje právě prostřednictvím cestovního ruchu ve volném čase.

Podle Indrové (2008, s. 9) se lidé neustále vyvíjejí a mění vlivem měnícího se světa. Stejný názor má i Fišerová (2011, s. 5), která dodává, že vlivem změn v ekonomice, demografii a technologiích jsou potřeby lidí náročnější, trh se stává

čitelnějším a profesionálnějším a konkurence je stále tvrdší a dravější. Proto je nezbytně nutné v cestovním ruchu přicházet s novými nápady, inovacemi a mít mnohem ambicióznější plány. Cestovní ruch by tak měl pozměnit svou nabídku tak, aby co nejvíce vyhověla požadavkům potencionálních zájemců o cestování.

Indrová (2008, s. 9) dále říká, že měnící se způsob života člověka má vliv i na změnu jeho základních hodnot. Cestovní ruch se tak v hierarchii potřeb člověka přesunuje. Dříve patřil spíše k potřebám luxusním a zbytným a nyní v žebříčku hodnot zaujímá místo u potřeb běžných, které jsou součástí spokojeného života. Změnou hodnot se mění i životní styl a nároky na trávení volného času daného člověka. Hlavním požadavkem na volný čas je dle autorky plnění funkce odpočinku, zábavy a rozvoje osobnosti.

4.1.2 Typologie cestovního ruchu

V odborné literatuře je uvedena řada členění cestovního ruchu na jednotlivé formy a druhy. Takovéto rozčlenění se nazývá typologie cestovního ruchu. Podle Kotíkové (2013, s. 20) se klasifikace cestovního ruchu provádí ve snaze, blíže jej vymezit a dle určitých znaků jej rozčlenit a identifikovat. Cestovní ruch se ve svých odlišných formách a druzích projevuje každý den.

Názory na členění cestovního ruchu na jeho formy a druhy se výrazně liší. Jedni chápou formu jako druh a opačně. Podle Malé (1999, s. 15) jsou však nejčastěji pro rozlišení formy cestovního ruchu klíčovým faktorem motivy účasti lidí na cestovním ruchu a pro vymezení druhů cestovního ruchu se zohledňuje především jevový průběh a způsob jeho realizace v závislosti na konkrétních podmínkách. K takovémuto pojetí forem a druhů se přiklání například i Hladká (1997), Čertík a Vitáková (2000), Pásková a Zelenka (2002), Fišerová (2008), Kesner a kol. (2008), Rešlová a kol. (2012) a Drobná a Morávková (2013).

Jak bylo zmíněno výše, hlavním kritériem pro vymezení forem cestovního ruchu jsou motivace jeho účastníků. Motivací v cestovním ruchu definují Beránek a kol. (2013, s. 225-226) všechny psychologické a fyzické potřeby člověka, které jej přimějí uskutečnit cestu a zvolit si takovou destinaci, která bude vhodná k jejich uspokojení. Z psychologického hlediska se může jednat o potřebu útěku před každodenním stereotypem života. Potřeba vzdělání se, kdy se za pomoci cestování rozšiřují obzory či

udržování rodinných pout. Pro náročnější klienty se může jednat o potřebu překonání sebe sama prostřednictvím nejrůznějších adrenalinových a dobrodružných aktivit. Protože se potřeby cestujících výrazně liší, je dle autorů pro organizaci nezbytně nutné motivace lidí pochopit. Žádný produkt není na trhu úspěšný, pokud nekoresponduje s požadavky klientů. Lidé mohou mít různé motivy, proč chtějí cestovat. Nejčastější motivy, za čím lidé cestují, uvádějí autoři přírodní a klimatické motivy, které bývají těmi určujícími a kulturní motivy.

Goeldner a Richie (2014, s. 236) považují za základní motivy zvědavost, vztahy a relaxaci, jež jsou motivací každého cestovatele, jen se jejich míra liší dle zkušeností. Zkušení cestovatelé budou při hodnocení motivačních faktorů vybíravější, kdežto nezkušení cestovatelé kladou důraz na všechny motivy. Motivem může být návštěva historických míst, muzeí, obrazáren, archeologické památky či potřeba styku a komunikace s lidmi. Fišerová (2008, s. 22) označuje potřeby, které člověk vnímá a uvědomuje si je, slovem přání. To lidi motivuje k jeho uspokojení, neboť je jejich zájmem si své přání splnit. Úkolem cestovního ruchu je takovéto potřeby umět vyvolat a vložit je do zákazníkova povědomí.

Pro nejednotnost výkladu různých autorů, jsou níže uvedeny základní formy cestovního ruchu podle Drobné a Morávkové (2013, s. 14-15). Za základní formy cestovního ruchu považují tyto:

- rekreační CR,
- kulturně-poznávací CR,
- sportovně-turistický CR,
- zdravotně-orientovaný CR,
- přírodní CR,
- venkovský CR,
    - agroturismus
    - ekoagroturismus
- vzdělávací CR,
- kongresový CR,
- cestovní ruch se společenskými motivy.

4.1.2.1 Kulturní cestovní ruch

Kulturní cestovní ruch hraje pro cestovní ruch zásadní roli, neboť pro většinu turistů a návštěvníků je kultura tím hlavním motivem pro navštívení určitého místa. Motivem mohou být místa nebo aktivity, ke kterým se váže nějaký příběh. Kulturní cestovní ruch pobízí k vzájemnému poznávání tradic, zvyků a umění jiných národů. Nejvíce je využíván ve velkých městech, kde je velké množství kulturních atraktivit. Příkladem mohou být turisty hojně navštěvovaná města, jako jsou Londýn, Řím, Paříž nebo Benátky.

Dle Kesnera a kol. (2008, s. 9) je kulturní cestovní ruch také zážitkovou aktivitou, neboť turistům umožňuje zážitek z dotýkání se unikátního sociálního tkaniva, speciálního charakteru místa a tradice. Pozitivním dopadem této formy cestovního ruchu by tak mohla být větší vzdělanost turistů, kteří budou mít prostřednictvím kulturního prožitku možnost, naučit se něco nejen o významu navštíveného místa, ale také o jeho tradicích, zvycích místní komunity a o kulturní a přírodní krajině.

Kulturní cestovní ruch lze podle Světové organizace cestovního ruchu (in Kesner a kol., 2008, s. 9) definovat takto: *„pohyb osob především z kulturních důvodů jako jsou: studijní cesta, umělecké představení, kulturní zájezd, cestování na festival a další akce, návštěva památek a sídel, cesta za poznáváním přírody, folklórem, uměním či poutěmi.“*

Podle Heskové (2011, s. 27) patří kulturní CR mezi základní formy cestovního ruchu a je vyhledáván klienty, kteří chtějí poznat historii, kulturní dědictví, kulturu, tradice, zvyky a způsob života místních obyvatel v dané destinaci. Mají zájem o návštěvu muzea, galerie, výstavy, divadla, různých festivalů, folklorních a náboženských akcí nebo o kulturně historické památky. Klienti jsou ochotni dozvědět se něco nového, a proto se zde objevuje kombinace prvků vzdělávání se zábavou a trávení volného času. Dále uvádí, že se tato forma cestovního ruchu často kombinuje s jinými formami, a to zejména s lázeňským, kongresovým, rekreačním a zdravotním cestovním ruchem.

Z těchto různých autorských pohledů na kulturní cestovní ruch lze vymezit tři základní znaky, na nichž se všichni shodují a to: zájem turistů o kulturu, návštěvu kulturních zařízení a účast na kulturních událostech.

Žáková a kol. (2011, s. 16-17) popisují kulturní cestovní ruch z ekonomického pohledu. Uvádějí, že jeho přímé i nepřímé dopady ho činí zajímavým, a to především na regionální až národní ekonomiku. Shodují se na tom, že atraktivita, tedy např. památka či festival spolu s návštěvníky pomáhají k vytvoření nových pracovních míst, ke zvýšení ekonomické produkce a HDP. Vzhledem k tomu, že v konkrétním místě uskutečňují své nákupy místních výrobků a služeb (doprava, stravování, ubytování atd.), zvyšují výběry daní a místních poplatků. Do státního rozpočtu také přispívají nákupem vstupenek na nejrůznější akce. Autoři Goeldner a Richie (2014, s. 242) dodávají, že právě tento typ turistů je pro ekonomický dopad nejefektivnější. Vysvětlují to tím, že utratí mnohem více peněz než ostatní typy turistů. Cestování za kulturou se tak stává lukrativním trhem pro danou destinaci či atrakci. Dále uvádějí, že cestovatelé za kulturou cestují daleko častěji než jiní a během svých výletů se zapojují do nejrůznějších aktivit. Podle studie Mandal Resach z roku 2009 je návštěva festivalu na čtvrtém místě v žebříčku předních aktivit cestovatelů za kulturou.

Raabová (2011, s. 16) uvádí, že Česká republika má v rozvoji kulturního cestovního ruchu velký potenciál. Je to díky bohatému kulturnímu dědictví, pořádání mnoha kulturních akcí (festivaly, slavnosti) a husté síti kulturních organizací. Podle studií jsou u nás tyto části kultury nedoceněné a k přilákání návštěvníků či propagaci destinace se využívají jen málo. Zároveň je ale nutné usilovat o to, aby se veškeré kulturní dědictví zachovalo v co nejlepším stavu i pro budoucí generace. Je tedy založen na zákonitosti trvale udržitelného rozvoje.

4.1.2.2 Cestovní ruch dětí a mládeže

Podle Fišerové (2008, s. 53) se této formě CR do roku 1989 věnovala jediná cestovní kancelář, a to cestovní kancelář mládeže známá pod zkratkou CKM. Disponovala bohatou nabídkou animačních a programových služeb a organizovala masové akce. Rozvoj této turistiky nastal až po roce 1989. Mladí lidé jakožto budoucí zákazníci se do navštívených míst budou opakovaně vracet i v dospělosti. Jak uvádí Drobná a Morávková (2010, s. 132-133) mladí lidé se rozlišují ve třech segmentech. Prvním segmentem označují děti do 10 let, jejichž nákupy jsou zcela kontrolované rodiči. Druhý segment označují jako teens, který má věkovou hranici 10 až 20 let a charakterizuje jej schopnost jisté míry rozhodování. Poslední segment definují jako twens, tedy mladí mezi 20–30 lety, kteří rozhodují sami a jsou částečně finančně

nezávislí. Za mládež se v této formě CR považují jedinci do 26 let a mohou využívat různé slevy a výhody.

Mladí lidé preferují zájezdy, které jsou bohaté na programové a animační služby (viz kapitola 4.10.2.2). Dále je pro ně důležité vytvářet kontakty se svými vrstevníky, kteří jsou stejně sociálně, věkově i zájmově orientováni. Upřednostňovány jsou dle Drobné a Morávkové (2010, s. 133), stejně i Čertík a kol. (2000, s. 250-251) takové formy zábavy, které jsou mladým lidem blízké. Jako příklady uvádějí netradiční sporty (skateboard, lakros), různé dobrodružné sporty (rafting, paragliding aj.), hudební a kulturní aktivity (festivaly, netradiční divadlo), vzdělávání (stáže, studijní pobyty, jazykové kurzy), meditační aktivity a tvořivé činnosti (viz kapitola 4.8.2). Fišerová (2008, s. 55) dále doplňuje, že vysoký podíl mladých lidí na cestovním ruchu, je díky většímu množství volného času během celého kalendářního roku. Jejich silnou potřebu vidí v navazování kontaktů, poznávání nových míst a prožívání nepoznaných situací. Nabídkou atraktivních programů a různými cenovými slevami dochází k zaplnění nevytížených kapacit v mimosezoně.

Mezinárodní studentská konfederace pro cestování (ISTC) vydává karty ISIC, ITIC a IYTC, které umožňují mladým lidem využívat nejrůznějších slev. Slevy se týkají oblasti kultury (festivaly, vstupné do muzeí, divadel, kin atd.), jsou spojené s cestováním (levnější jízdenky, slevy na ubytování, stravování atd.), se zábavou např. kluby, slevy na nakupování apod. nebo se dají uplatnit ve sportovních zařízeních.

4.2 Vymezení pojmu animace v cestovním ruchu

Pojem animace je odvozen z latinského slova „anima“ (=duše) a rozumí se jím oživení. Dle autora Černáka (2009, s. 8) je animace *„podnětem a výzvou k společné činnosti v průběhu volného času a dovolené.“* Dále uvádí, že nabídka animačních činností se tvoří se záměrem obohatit pobyt během dovolené a jejím účelem je vést k dobré náladě, zábavě, oživení a k povzbuzení. Podstatou animace je tedy u klienta vyvolat pocity radosti a štěstí z účasti na cestovním ruchu.

Autoři Zelenka a Pásková (2012, s. 37) chápou animaci jako *„organizování a stimulaci zábavy návštěvníků, účastníků zájezdu či průvodcované prohlídky, klientů hotelu, rekreačního centra apod. nebo cestujících (např. během okružní plavby).“*

J. Orieška (1999, s. 160–161) vysvětluje animaci jako *„podnět – impuls ke společné činnosti ve volném čase a během dovolené.“* Dále tento pojem charakterizuje jako *„oživení, respektive aktivní využívání volného času nebo organizování a vykonávání rozličných aktivit.“* Jde o takové aktivity, které vycházejí z přirozených potřeb člověka, tedy odpočívat a bavit se ve svém volném čase. Jako prvotní cíl animace uvádí autor obohacení volného času během dovolené. Animace také zajišťuje jeho aktivní využívání během pobytu na dovolené. Mezi další cíle animace řadí: přinášení uspokojení, radosti, zábavy, povzbuzení k účasti na aktivitách, zanechání příjemného zážitku a zintenzivnění navazování vztahů mezi lidmi. Úkol animace vidí ve správném organizování volného času tak, aby došlo ke zkvalitnění volnočasových aktivit (viz kapitola 4.4.1).

Podle Černáka (2009, s. 8) je funkcí animace při dovolené zahnat nudu návštěvníků prostřednictvím osob organizujících bohatý sportovní a kulturní animační program, tedy animátorů (viz kapitola 4.9). Animátoři jsou specialisté na práci s lidmi ve volném čase a dokážou návštěvníky pobavit různou formou. Dle autora to může být formou hry, slovem, uspořádáním sportovních či pohybových aktivit nebo večerního programu. V případě nepříznivého počasí může animace sloužit jako alternativa pro hosty. Díky tomu mají některé hotely zajištěnou celoroční obsazenost. Animace nabízejí pouze svým klientům a zajišťují ji prostřednictvím svých animátorů a animačních týmů. Animační služby však mohou nabízet také střediska CR, za předpokladu spolupráce mezi subjekty, anebo touroperátoři. Autor uvádí, že disponují především dětskými animátory a vlastními vybavenými kluby (viz kapitola 4.6.1). Například cestovní kancelář Fischer nabízí dětský klub s názvem Funtazie, Pro ty nejmenší (do 4 let) je určen klub BABY Funtazie a pro celou rodinu je nabízen klub Fun&Active. Cestovní kancelář FIRO-tour nabízí dětský klub Firáček, který je pro děti ve věku 4-12 let.

Záměry animace vycházejí z lidských potřeb (pohyb, zábava, komunikace, pobavení, láska aj.) a na účastníka působí v mnoha aspektech. Jedním z nich je dle Oriešky (2003, s. 45) fantazie. Úkolem animačního programu je fantazii podnítit a inspirovat tvořivost. Jako další aspekt uvádí ocenění, ve smyslu dát klientům šanci zažít úspěch a dané ocenění získat. Správný program by měl ulehčit kontakt, díky kterému se obnoví schopnost přiblížit se k druhým lidem a komunikovat s nimi. Dalším aspektem uvádí uvolnění, neboť úlohou animace je vytvořit nenucenou atmosféru s pocity svobody

a uvolnění, které vedou k přirozenosti. Dalším, a to velmi důležitým aspektem, je smích, který by měl být nedílnou součástí animačních programů, protože je tvůrcem uvolněné atmosféry. Jako poslední aspekt uvádí autor seberealizaci. Jsou-li splněny všechny záměry animace, je jejím výsledkem sebevědomí pocit účastníka.

Orieška (1999, s. 162/2010, s. 258) uvádí, že pojem animace v mnoha zemích světa zdomácněl. Především v zemích u Středozemního moře, protože zde cestovní ruch plní významné hospodářské funkce. Používání tohoto konceptu v mnoha různých jazycích je jasným důkazem o tom, že jej lze považovat za evropský pojem. Jako příklad uvádí francouzské slovo animation, italský výraz animazione nebo španělské animación či chorvatské animacija.

4.3 Historie animace

V historii lidstva má animace již dlouho tradici. Už od pradávna se ve světě objevovali lidé, kteří pomocí hry bavili, vzdělávali a vytvářeli. Pojem animace byl však podle Fišerové (2008, s. 30) v encyklopediích poprvé vysvětlen, až v 80. letech. Stalo se tak na základě konference, která se konala v Oslu. Předmětem této konference bylo přijetí UNESCO definice termínu socio-kulturní animace.

4.3.1 Vznik animace v cestovním ruchu a změny v jeho vývoji

Podle Oriešky (1999, s. 162) sehrál v historii animace důležitou roli vývoj společenských činností v třicátých letech ve Francii. Existovaly zde mládežnické spolky, kde vznikaly první představy o významu účasti mládeže na činnostech společenských a ve volném čase.

Změny ve společnosti a ve struktuře nabídky cestovního ruchu vedly k možnosti kontaktu mezi dodavateli služeb a klienty na dovolené, ale i mezi klienty navzájem. Snahou dle autora bylo vést hosty na dovolené k různým činnostem. Dodavatel služeb se tak pro hosty stal hostitelem, ke kterému měli hosté osobnější vztah. Mohl tak lépe uspokojovat jejich potřeby. Hostitelovou úlohou byly dle autora rady na vycházky, rady ohledně vhodného oblečení a obutí, a měl zájem také o to, jak se hosté cítí a jaké prožitky mají z jednotlivých dnů. Jeho další činností byla osobní účast na společenských a zábavních akcí, které se konaly pro hosty. To vše bylo možné díky malé kapacitě ubytovacích zařízení, kde bylo snazší navázat kontakty. Pozdější změny, které se týkaly vyšší intenzity účasti na cestovním ruchu, vyššího počtu hostů a výstavby stále větších

hotelů, zapříčinily změnu ve vztazích. Jednalo se o vztahy mezi hoteliérem a hostem, mezi hosty navzájem, ale také vztahy s místním obyvatelstvem. Rostl tak počet hostů, kteří potřebovali radu, doporučení a podněty k trávení dovolené aktivní formou. Tyto trendy jsou dle autora důkazem toho, že bylo nutné rozšířit tradiční služby cestovního ruchu. Nové služby a činnosti převážně podněcující účelný a aktivní způsob trávení dovolené, dostaly označení animace.

Jak uvádí i Fišerová (2011, s. 7) objevují se ve vývoji cestovního ruchu nové trendy. Ty se zaměřují především na animační zážitkové služby, které jsou jakkoli propojené s volným časem právě v době dovolené. Proto je velice žádoucí mít odborníka cestovního ruchu, který nabízí produkty. Mezi jeho schopnosti by mělo patřit obzvláště to, že klientovi dokáže nabídnout odpovídající zážitek. Kromě toho, by měl být schopen také vytvořit program a umět spravovat příslušné aktivity pro volný čas. Také uvádí, že současným trendem je využívání forem zážitkového cestovního ruchu a vytváření animačních programů, které by měly být jedinečné a uspět před konkurencí. Produkt, jenž dokáže uspokojit přání a potřeby návštěvníků a poskytne jim tak komplexní zážitek, je produkt, na němž je založeno úspěšné podnikání v cestovním ruchu.

Dále uvádí, že animace je v hotelech a restauracích ve většině případů zaměřena na nabídku folklorního programu, jehož součástí bývá tradiční pokrm pro danou destinaci (viz kapitola 4.11.3.1). Následuje nabídka animačního programu. Vše se obrací směrem k hostům, k jejich požadavkům i očekávání, protože je u nich pocit spokojenosti hlavní prioritou každého majitele firmy. Budou-li zákazníci spokojeni, budou mít i motivaci k opakované návštěvě.

4.3.2 Klubový cestovní ruch

Velký podíl na vzniku animace má podle Fišerové (2008, s. 30) klubový cestovní ruch. Ten vznikal v 50. letech 20. století ve Francii. Za jeho hlavní cíl uvádí, nabídnout klientům kompenzaci. Vynahradit jim jejich hektický život a stres pomocí služeb, které animace poskytují. Spojen je především s pobytem hostů v klubech, které se dle autorky nacházejí v atraktivních či exkluzivních střediscích CR u moře nebo na horách.

Historie animace se dle autorky začala utvářet v roce 1950, kdy na Mallorce vznikl první klub Mediterranée (dále jen MED). Byl založen Belgičanem Gérardem Blitzem. Ten založil stanový tábor pro rozvoj kontaktů v nenucené atmosféře bez stresu a v přírodním prostředí. Prodával nejméně hmatatelnou službu, a tou bylo štěstí. Říká se, že dnes je klub MED největším organizátorem klubové dovolené, který má více jak 100 klubových osad a zařízení po celém světě. Zde také započala historie animátora. Ti byli známí pod zkratkou GO (z francouzského Gentils organisateurs – laskaví organizátoři) a zajišťovali odborné lekce a různé rekreační programy. Klub nabízel programy pro děti, známé jako baby kluby nebo mini kluby. Dále uvádí, že měli svá vlastní zařízení, kde nabízeli hernu, divadlo, centrum pro výtvarnou činnost, počítačové a video hry aj.

U nás není klubový cestovní ruch příliš známý. Jeho základem je to, že ve své nabídce produktu nabízí kromě ubytovacích a stravovacích služeb, také služby doplňkové, včetně služeb animačních. V cestovním ruchu jde podle Oriešky (1999, s. 164) o speciální produkt pro specifický segment trhu, který uspokojuje potřebu a požadavky hosta na netradiční trávení dovolené. Úkolem animace je zde naplnit klub životem. Jeho nabídka se dle autora skládá ze sportovních aktivit, zábavních programů, kabaretů, výletů, besed či tvůrčích činností. Občané na dovolené se po příchodu do klubu stávají jeho členy. Centrálním místem takové klubové osady je náměstí, kde jsou desky s informacemi o programu. Na náměstí mají klubovi hosté možnost zajít do baru, restaurace, divadla nebo třeba na diskotéku. Host se musí prokázat klubovým průkazem či kartou s možností uplatňovat slevy. Nejnovějším trendem jsou však barevně odlišné náramky z plastu.

4.4 Animace a volný čas

Pojem volný čas je s animací velmi úzce spjat, neboť je jejím úkolem tento čas obohatit a oživit. Animace se řadí do odborné terminologie, která se týká volného času a činností realizovaných ve volném čase. Podle autorů Zelenka a Pásková (2012, s. 615) lze volný čas definovat jako *„čas, v němž člověk nevykonává činnosti pod tlakem pracovních závazků či z nutnosti zachování svého bio fyziologického či rodinného systému. Často je charakterizován svobodnou volbou, očekáváním příjemných prožitků apod. Spojují jej následující funkce: rekreační, zábavní, sociální kontakty, rozvoj vlastní osobnosti i fyzická a psychická regenerace.“*

Šípek (2011 in Zelenka, Pásková, 2012, s. 615) definuje volný čas z psychologického vymezení jako *„psychologický prostor, ve kterém se člověk dostává „blíž sám k sobě“ a kde se může poměrně svobodně utvářet včetně představy o tom, kdo je, co chce, co bude, kam jde.“*

Volný čas je tedy doba, kdy se lidé mohou věnovat svým zálibám, koníčkům nebo jiné volnočasové aktivitě. Netíží je žádné povinnosti ani úkoly. Lze jej využívat dle svých přání a možností a dle svého vlastního uvážení. Pomáhá plnit sny, poskytuje zážitek, poznání a oddech od každodenních starostí. Tvoří tedy nedílnou součást lidského života. Dle Fišerové (2008, s. 11) je způsob trávení volného času ovlivněn řadou okolností. Odvíjí se od věku, pohlaví, psychiky, vlivu okolí, sociální skupiny, místa bydliště a dalších vlivů. Vždy jde ale o svobodnou volbu jedince, jakou aktivitu zvolí. Volný čas umožňuje věnování se získávání nových vědomostí, zkušeností, činnosti dobré pro společnost (charita), poznávání nových míst, návštěvě divadla, kina, kostela, manuálním aktivitám atd.

Volný čas dle Oriešky (1999, s. 159) přináší potěšení, zábavu a odpočinek. Užít si volný čas dle vlastních představ má člověk nárok, jestliže se o něj zasloužil sám. Tím dle autora dochází k naplnění několika funkcí volného času. Především jde o funkci rehabilitační, do které řadí odpočinek a zbavení se únavy. Dále je to funkce duševní hygieny (zábava, uvolnění, rozptýlení a změna každodenních stereotypů) a funkce rozvoje osobnosti, která má vést k všestrannému rozvoji osobnosti člověka. Pro většinu lidí je dle téhož autora (2010, s. 257) typickou formou trávení volného času rekreace, sportovní aktivity, kulturní využití a cestovní ruch. Zvláště v době dovolených nebo dní pracovního volna (víkendy). Dále dodává, že každý člověk svůj volný čas na dovolené využívá většinou individuálně, a to buď činností, nebo nečinností podle vlastního zájmu. Často čeká na podnět či příležitost, aby se určitou aktivitu přiměl vykonávat. K tomu právě slouží animační programy (viz kapitola 4.7), které mají za úkol zajistit lidem během dovolené zábavu v jejich volném čase. Veškeré tyto aktivity přináší pozitivní pocity, jako je radost, štěstí, zábava, uspokojení různých potřeb (odpočinku, setkání s přáteli atd.). Vhodné jsou pro typ turistů, kteří preferují již předem připravený program, který jim zajistí způsob, jak strávit volný čas během pobytu. Ovšem existuje také typ turistů, kteří upřednostňují vlastní plánování dovolené a sami rozhodují o způsobu, kterým stráví volný čas.

V České republice díky růstu volného času začínají na významnosti nabývat kulturní i jiné společenské akce. Taky díky uvědomování si rostoucího významu a potřeby zdravého životního stylu roste zájem o sportovní činnosti. Po službách z odvětví kultury, zábavy i rekreace se poptávají jak domácí, tak i zahraniční návštěvníci. Mezi jejich cíle návštěvy se tak řadí divadla, hudební koncerty různých žánrů, festivaly, sportovní turnaje, veletrhy, galerie, hrady, zámky aj. Vlivem globalizace a volného přístupu k internetu se z nových trendů trávení volného času stávají všeobecně přístupné trendy. Příkladem může být golf, který byl vždy vnímán jako sport pro bohatší vrstvy a nyní se z něj stává běžný sport.

4.4.1 Volnočasové aktivity

Obecně lze klasifikovat dva typy způsobů trávení volného času. Jde o aktivní způsob a pasivní způsob. Mezi činnosti, které spadají do aktivní formy trávení volného času, řadí autorka Fišerová (2008, s. 15) tyto:

- Manuální (řemeslnické činnosti, kutilství);
- Fyzické – činnosti cílené na sport a pohyb (plavání, tanec, cestování, turistika);
- Kulturní (návštěva muzea, četba, hra na hudební nástroj);
- Intelektuální – činnosti, které prohlubují znalosti a vzdělání (četba odborných časopisů nebo vědecké literatury);
- Sociální (besedy, přijímání návštěv)

Za pasivní formu trávení volného času, kterému se v dnešní době věnuje stále více lidí, označuje autorka sledování televize, hraní her na počítači a nic nedělání.

4.5 Zabezpečení služeb volného času

Rekreační efekt pobytu hosta v zařízeních CR je silně ovlivněn nabídkou služeb volného času a animace. Jejich hlavním úkolem je uspokojit přání a potřeby klientů tak, aby celkový dojem z dovolené byl co nejlepší. Proto je potřeba věnovat pozornost faktorům vymezených v této kapitole. Jejich význam je pro animaci důležitý, neboť na nich závisí úspěch či neúspěch akce.

4.5.1 Ekonomické zabezpečení animačních činností

Proto, aby se mohly plánované aktivity uskutečnit, je nezbytně nutný dostatečný objem finančních prostředků. Podle Hodaně (2002, s. 168) lze pro financování

animačních aktivit použít vlastní zdroje (zisk, rezervní fondy, základní kapitál), různé sponzorské dary, sdružené prostředky či příspěvky z rozpočtu obce či státu. Dále uvádí, že povinností organizátora je zpracovat plán nákladů, který zahrnuje náklady na vybavení, pronájem prostor, nákup pomůcek, výplaty animátorů a na výdaje, které se mohou neplánovaně vyskytnout. Protože je animace placená služba, je nutné vytvořit plán tržeb. Nutné je vytvořit cenu s tím, že prvotní cíl je zaměřen na prodej a nikoli na zisk. Ten je v tomto případě až druhořadý. Díky této strategii je dle autora možné obsadit větší část trhu a může vést i k vyššímu ekonomickému efektu. Jak dodává Fišerová (2008, s. 69) důležitá je také tvorba plánu návratnosti investovaných prostředků. Důvodem je přehled o tom, zda je aktivita výdělečná či prodělečná. Ke zvýšení efektivnosti hotelu či turistického střediska je zapotřebí nabízet to, co zákazníka motivuje a podněcuje k tomu, aby se stal účastníkem cestovního ruchu.

4.5.2 Organizačně-institucionální zabezpečení

Jedná se o zabezpečení vhodných podkladů pro to, aby mohly být naplánovány animace, aktivity volného času a programy animace. Prvním předpokladem je vytvořit animační program (viz kapitola 4.7). Nutné je, aby byl dobře sestavený, atraktivní a návštěvníka v prvé řadě zaujal. Výběr animačních činností podněcuje několik činitelů. Především je to dle Oriešky (1999, s. 170) charakteristika účastníků. Tedy jejich věk, zájmy, počet, pohlaví atd. Zvláštní přístup vyžaduje animace dětí a mládeže (viz kapitola 4.8.3). Dalším důležitým krokem je dle autora časové rozplánování aktivit. Do tohoto plánu se započítává i čas potřebný na přípravu a realizaci. Součástí plánování programu jsou i alternativní varianty pro případ špatného počasí či malého počtu účastníků. Výsledný program animačních aktivit je detailně zpracovaný a obsahuje podrobný popis jednotlivých aktivit. Program je dle Černáka (2009, s. 8) pro správné rozhodnutí hosta nutné poskytnout v momentě, kdy přijede do ubytovacího zařízení.

Orieška (1999, s. 170) dále uvádí, že při sestavování animačního programu je důležité brát v úvahu to, že si host s sebou přináší navyklé způsoby chování podléhající stereotypu. Výsledky výzkumů ukazují na to, že většina hostů tráví čas na dovolené stejným způsobem (procházka na pláži, oběd, procházka po nábřeží, návštěva hostinského zařízení a návrat do hotelu) a již druhý den zažívají stereotyp. Jak uvádí Hodaň (2002, s. 169) nejčastěji se na dovolené hosti věnují turistice, návštěvě pamětihodností, procházkám, návštěvě restaurací, tanečních zábav atd. Toto chování

považuje za největší překážku pro tvorbu animačních činnosti. Ty tak musejí být dostatečně atraktivní na to, aby tento stereotyp trávení dovolené prolomily.

4.5.3 Materiální zabezpečení

Tímto zabezpečením se rozumí vhodné a kapacitně postačující prostory, speciální zařízení či potřebné pomůcky, které musejí podnikatelské subjekty mít, aby mohly vykonávat služby animace. Jedná se o prostory v exteriéru nebo interiéru. Nevýhodami venkovních prostor je dle Černáka (2009, s. 10) omezená využitelnost vlivem počasí a ročních období. Mezi venkovní prostory řadí sjezdovky, kluziště, tenisové kurty, koupaliště, cyklistické stezky, hřiště aj. Naopak jejich výhodu vidí ve využitelnosti k různým druhům aktivit, především sportovních (golf, fotbal, tenis, pěší turistika, plavání atd.). Jako výhodu vnitřních prostor vidí jejich neomezenou využitelnost, neboť nejsou závislé na počasí a jsou tak k dispozici po celý rok. Jedná se například o tělocvičny, sportovní haly, kryté bazény, sauny, zimní stadiony atd. Také pronajímané prostory (např. divadla, kina, školy, kostely atd.) mohou sloužit pro realizaci animačních činností. Pro sportovní a pohybové činnosti jsou dle Fišerové (2008, s. 71) nepostradatelné půjčovny sportovního vybavení a výstroje. Klíčovým faktorem je také technická vybavenost střediska CR, kde autorka jako příklad uvádí ubytovací zařízení v horských oblastech a jejich technickou vybaveností míní vleky a lanovky. Materiálně nejnáročnější jsou dle autorky aktivity tvořivé, vzdělávací, poznávací a objevovací, neboť vyžadují různorodé pomůcky (malířské potřeby, divadelní kulisy aj). Dále říká, že klasická animační nabídka je úzce spjata s přirozeným zázemím destinace a určuje animační činnosti, které mají klasickou, pro destinaci typickou podobu. Jako příklad uvádí horské středisko, kde je klasickou animací lyžování a cykloturistika. V městských střediscích se volný čas zpravidla využívá k návštěvě památek a kulturních zařízení.

Doplňkové animační aktivity klasifikuje jako takové animační činnosti, které do klasické animační nabídky nepatří, ale pouze ji doplňují, zpestřují či rozšiřují.

4.5.4 Personální zabezpečení

Dalším významným aspektem, který značně ovlivňuje prožitek animace je kvalitní personál. Lidský faktor lze považovat za jeden z nejdůležitějších předpokladů pro úspěšnost animace, neboť je v přímém kontaktu s účastníky. Z tohoto důvodu je při

výběru animátora kladen velký důraz na vlastnosti, zkušenosti, odborné vzdělání a jiné (viz kapitola 4.9.1).

Manažer volného času (organizátor či manažer střediska) má dle Oriešky (1999, s. 172) na starost tvorbu a výkon animačních činností a musí být všestranně vzdělaným odborníkem. Dále mezi jeho dovednosti řadí jazykové schopnosti, schopnosti koordinátora a nutný respekt ze strany státní správy, orgánů místní správy a podnikatelů.

Animátor (lektor) má vliv na úspěch či neúspěch animačních aktivit, neboť v nich přímo účinkuje. Dle Černáka (2009, s. 10) má také právo zasahovat do přípravy, organizace i realizace animačních programů. Tím se dle autora liší od průvodce CR či jiné doprovázející osoby, kteří se zabývají organizačními aspekty v rámci pobytu nebo výletu. Specializace animátorů závisí na odvětví, které vykonávají. Vznikají tak typy jako: sportovní animátor, taneční animátor, hudební animátor nebo dětský animátor (viz kapitola 4.6.1). Proto je pro tuto práci důležité oborové vzdělání nebo zaměření. Vykonávat by ji měli jen talentovaní, zkušení, dobře vzdělaní, tělesně i duševně trénovaní a pozitivní lidé. Podrobněji viz kapitola 4.9.

4.6 Základní typy animačních služeb

Jak uvádí autorka Fišerová (2008, s. 67) základním typem animačních služeb je:

- Zábavná animace, kde svou činnost vykonávají animátoři, jako takzvaní baviči a jsou neustále v kontaktu s hosty. Jejich náplní je organizace společenských her, turnajů, večírků, slavností a zapojení hostů do vzájemné komunikace.
- Sportovní animace, ve které se sportovní animátoři věnují menší skupině lidí a vytváří sportovně výukové lekce a nové mezilidské vztahy ve skupině.
- Dětská animace je nejrozšířenějším typem a věnuje se jí dětský animátor. Tento typ animace dělí autorka na dvě skupiny, a to na mini klub, který je pro děti od 4-10 let. Zde se děti scházejí, hrají si, poznávají se a hlavní činností jsou pohybové hry. Druhou skupinu tvoří junior klub, kde probíhá rozmanitá animace nebo je aktivita zaměřena na sport. Věková skupina dětí je od 10-16 let. Lepší přizpůsobení animace věkové skupině dětí vidí autorka v jejím rozdělení do užších věkových skupin, které některá střediska realizují. Tomuto typu animace se více věnuje autor Róbert Černák (viz kapitola 4.6.1).

Pozitivní stránkou animačních služeb je dle Fišerové (2008, s. 69) přínos ekonomického efektu. Díky nabízeným animačním službám se organizaci či podniku zvýší konkurenceschopnost, jejich spokojený zákazník se zároveň stává nejlevnější a nejlepší formou jejich propagace, zajistí si lepší pozici na trhu, docílí k uspokojení specifického segmentu trhu atd. Nabídku mohou obohatit i ostatní podniky či instituce v určité lokalitě. V úvahu tak dle autorky připadají divadla, kina, galerie, městský bazén atd. Významná je však spolupráce hotelů a cestovních kanceláří, kdy vzniká pestrá nabídka volnočasových aktivit, jako jsou okružní výlety, animace v hotelu i mimo jeho prostor.

4.6.1 Dětská animace

Dětský animátor patří mezi ty nejvyhledávanější. O děti se musí nejen postarat, ale především je zabavit. A to jak děti malé, tak i starší. Uspokojit potřeby dětí je těžké ve chvíli, kdy je ve skupině více menších dětí, neboť ty potřebují mnohem větší pozornost. Nejdůležitější vlastností u tohoto typu animátora je spolehlivost. Jedině tak

mu mohou být děti svěřeny. Dalšími důležitými vlastnostmi je dle Černáka (2009, s. 12) kreativita, zručnost, znalost dětských her a schopnost organizovat hry a soutěže pro děti. Být dětským animátorem také znamená trávit s nimi téměř celý den a mít pro ně dopředu připravený program a hry. Zastává názor, že tento typ animátora je jeden z nejnáročnějších. Animátor musí mít plně pod kontrolou své chování. Tím má autor na mysli používané výrazy a chování mezi svými kolegy a ke klientům. Odůvodňuje to tím, že děti mají ve zvyku všechno opakovat a k animátorovi vzhlíží jako ke vzoru. Zapotřebí je také myslet na to, že dětské aktivity mají své zvláštnosti a speciality. Nejdůležitější jsou pro děti prázdniny, kdy chtějí zažít dobrodružství, neobvyklé zážitky a mají potřebu se duševně rozvíjet.

U programu pro děti je velice důležitá jeho vizuální podoba. Tu autor vidí především v barevnosti, písmu, obrázcích a velikosti daného programu. Zásadou animátora je daný program dodržovat a být vždy přesný. Také uvádí, že při přípravě programu je velice důležitá spoluúčast dětí. To vysvětluje tím, že ty se nerady řídí podle pevně stanového rozvrhu. Dětský animátor tedy musí mít na jedné straně promyšlenou činnost, kterou chce realizovat a na straně druhé musí brát v úvahu přání dětí. Jako příklad spolupráce dětí na programu uvádí autor schránku, která se umístí do střediska CR. Tato schránka slouží dětem k tomu, aby do ní mohly vhodit své nápady na novou hru či animaci.

Jako jednu z nejdůležitějších motivací u dětí uvádí autor pochvalu. Ta je důležitá především u dětí, které mají nízké sebevědomí, neboť právě pochvala je způsob, který je dokáže povzbudit. Pochvala je obecně vždy motivující prvek na rozdíl od kárání, které způsobuje nechuť se zapojit. Dále uvádí, že výtvory dětí se vystavují hlavně na místech, kde si je má každý možnost prohlédnout. I toto se podílí na upevňování sebevědomí.

Černák (2009, s. 12) dělí tuto animaci na čtyři skupiny. První skupinou je tzv. Infant Club či jesle, kde jsou služby pro klienty do 2 let. Druhá skupina má název Baby Club a je pro věkovou skupinu dětí v rozmezí 3-6 let. Dále je to Mini Club pro děti ve věku 7-12 let. Čtvrtý, a tedy poslední typ klubu má název Junior Club. Tento klub je pro dospívající děti, které jsou ve věku 13-16 let. Zde autor apeluje na zvýšenou pozornost k těmto klientům. Pro tuto mládež je nutné vymyslet takový program, který pro ně bude přímo vyhovující. Odlišuje se jak od programu pro děti, tak i od programu pro dospělé.

Vhodnou aktivitou je dle autora pro tento typ klientů například večírek, party, výlet, diskotéka nebo sport jakéhokoli druhu.

4.7 Animační program

Animativní péče o hosty tvoří základ obohacení nabídky cestovního ruchu. Kombinací správně zvolené nabídky služeb volného času a animace lze dosáhnout zvýšení rekreačního efektu pobytu hosta. Program animace slouží k tomu, aby u účastníka došlo ke správnému rozhodnutí při výběru aktivit volného času.

Podle Fišerové (2008, s. 68) je při plánování animačních aktivit prvním krokem zpracování programu animačních činností. Animační programy jsou vytvářeny pro využití volného času během dovolené a jejich charakter je především odpočinkový. Pro každý program je vytvořen plán, který je zaměřen na realizaci určitých činností. Dle autorky to mohou být činnosti turistické, sportovní, ozdravovací, kulturní, poznávací či amatérské.

Dále popisuje základní postup při přípravě programu. Mezi nejdůležitější krok řadí vymezit si segment, pro který bude program připraven (program pro děti, pro dospělé, společenský program apod.). Jako další krok uvádí zvolit si místo a čas, kdy se bude program realizovat (denní program, noční program). Dále je důležité si zvolit náplň programu včetně jeho variant. Následujícím krokem je zabezpečení materiálního vybavení, pomůcek a dostatečného a správného výběru inventáře. Jako poslední krok uvádí autorka včasné informování o průběhu akce za pomoci komunikačních a informačních nástrojů (nástěnka, plakát, leták, informační tabule, hotelové vysílání aj.).

Nejen příprava, ale také i zpracování animačního programu musí také dle této autorky (2008, s. 71-73) dodržovat určitý metodický postup. Prvním bodem přípravy je dramaturgie, jejíž hlavním úkolem je lidi dokázat inspirovat. Dalším bodem je scénář, který obsahuje veškeré důležité informace o programu (kdy a kde se bude program konat, název programu atp.). Posledním bodem je reflexe, která je důležitá pro upevnění zážitků. Názorným příkladem je vyhlašování vítězů soutěže. Již samotná přítomnost v soutěži působí potěšení a následuje výhra vyvolávající pocit radosti. Vyhlášení vítězů, které se může dramatizovat a napínat, či doprovázet fanfárami nebo bubnovým virblem, pak představuje zážitek pro všechny hosty.

4.7.1 Animační programy v zábavním průmyslu

Stále častěji se hlavním motivem pro účast na cestovním ruchu stává zábava, která je uskutečňována především ve volném čase. Vzniknout může jak organizovaně, tak i náhodně v přírodním nebo umělém prostředí. Skrze zábavu může člověk uspokojit své duchovní, intelektuální či fyziologické potřeby, pociťuje emoce a silné vjemy. Podle Beránka a kol. (2013, s. 195) převládaly až do poloviny 20. století jako hlavní centra zábavy cirkusy, zoologické zahrady, pouťové atrakce, divadla, kina atd. Typické pro tuto dobu byly také zájezdové programy spojené s prohlídkou přírodních a historických památek, měst a území. Jako vznik zábavního průmyslu ve své současné podobě uvádějí konec 20. století.

Dnes k zábavnímu průmyslu patří především podniky, organizace a instituce, které mají zábavní charakter činnosti a jejichž hlavním cílem je uspokojit potřebu lidí bavit se. Dle stejných autorů sem lze zahrnout i podniky nabízející sportovní a zábavní akce nebo organizace nabízející fyzickou aktivitu za účelem zábavy (např. cvičení v bazénech). Dále také některé kulturní podniky jako jsou knihovny, výstavy nebo muzea. Z podniků v cestovním ruchu sem patří i ubytovací zařízení, protože poskytují různé zábavní a animační programy.

Se zábavou jsou také velmi úzce spjaty festivaly. Ta se zde mísí spolu s tradicemi a hrdostí a je zde zastoupena v mnoha formách, například ve formě animace (viz kapitola 4.2). Objevuje se zde jak zábava pasivní (návštěvník je v roli diváka a nechává se bavit), tak i aktivní (návštěvník se stává účastníkem hry či sportovní aktivity). Na festivalech se také objevují zábavní aktivity, jako je například tanec, komedie, hudba nebo sport.

Podle Beránka a kol. (2013, s. 196-197) představují animační činnosti v zábavním průmyslu poměrně nový směr. Animační programy jsou většinou nabízeny v hotelech, kde jsou zajišťovány pomocí týmu animátorů (viz kapitola 4.9). Jejich hlavním úkolem je zabavit klienty v jejich volném čase a poskytnout jim nejrůznější sportovní a kulturní aktivity. Na těchto aktivitách se účastní jak klienti, tak i animátoři. Podle autorů mohou mít animační programy zaměření společenské, kulturní nebo sportovní. Podle složení klientů je specializují např. na dětské programy, programy pro rodiny s dětmi, programy pro seniory atd.

4.7.2 Animační programy pro děti

Pro tento druh animačních programů je velice důležité se zaměřit na věk dětí a mládeže, neboť s ním jsou spojené jejich zájmy. Ukázka animačního programu pro děti viz příloha č. 3. U většiny dětí obecně platí, že nové prostředí v nich vzbuzuje zvědavost, chtějí objevovat něco nového a vyzkoušet si nové aktivity. Programy pro děti jsou plánované a zajišťované dětskými animátory (viz kapitola 4.6.1). Ti by měli v dětech probudit motivaci k zapojení se do pořádané aktivity. Veškeré animační činnosti by měly vyvolat tvůrčí schopnosti, rozveselit, pobavit a také dopřát získávání nových zkušeností a zážitků. Hlavním základem animačních činností pro děti by však podle Černáka (2009, s. 8) měla být hra a na to je nutné pamatovat. Hru autor definuje jako „*dobrovolnou činnost, která je vykonávána v rámci pevně stanovených časových a prostorových hranic, podle dobrovolně přijatých, ale bezpodmínečně závazných pravidel, která má svůj cíl v sobě samé a je provázena pocitem napětí, radostí a vědomí „jiného bytí“ než je každodenní život.“*

Autor Maňák (2003, s. 126) popisuje hru takto: *„Hra je jedna ze základních forem činností, pro niž je charakteristické, že je svobodně volená aktivita, která nesplňuje žádný zvláštní účel.“* Hodnota hry tkví v citovém uspokojení dítěte ze hry. To si umí hrát jen zcela zaujatě a naplno.

Aby byla hra úspěšná, je jejím základem dobrá motivace. Základním motivačním faktorem každé hry je dle Fišerové (2008, s. 58) název, který by měl být dostatečně zajímavý a tajemný. Dále klade důraz na to, aby byl název zveřejněn v dostatečném předstihu před konáním akce. Jako velmi důležité také vidí prostředí, ve kterém se hra odehrává. Svou nezastupitelnou roli hraje taktéž výzdoba, kostýmy nebo doprovodná hudba. Pro větší motivací dětí je dobré použít odměnu nebo cenu za vítězství.

Hra má mnoho podob. Může se jednat o soutěž, kvíz, závod nebo test, jež mají různé účely (vědecký, psychologický, intelektuální, humoristický, experimentální). Ve střediscích cestovního ruchu jsou zastoupeny především hry pohybové, poznávací, hudební, intelektuální, národní a didaktické. Hra by ale měla především zabavit, potěšit a zajistit rozptýlení. Za pomoci hry lze poznávat svět, rozvíjet tvořivost, fantazii, probouzet zvídavost a aktivovat myšlení. Prostřednictvím hry lze také vzdělávat, posilovat komunikativní dovednosti a zbavovat psychologické zátěže. Základním rysem

hry je dle Huizinga (2000, s. 18) to, že se jedná o svobodnou činnost, neboť nucení vždy vyvolá opačnou reakci, tedy únik či odmítání dané činnosti. Hra je doprovázena škálou pocitů. Nikdy není dopředu známo, jak daná hra dopadne. V tom vidí autor pocity napětí, často vnímané jako příjemné vzrušení ze hry.

Jak uvádí Caillois (1998, s. 28) dalším znakem hry je to, že se jí lidé věnují především v době svého volna. Označuje ji za relaxaci a aktivní odpočinek. Hra také může přinést únik od skutečnosti a možnost být kdykoli a kdekoli někým jiným.

Každá hra má svá vlastní pravidla. Dle Cailloise (1998, s. 29) určují hranice, co už hra není a co ještě je, co je povoleno a co naopak už zakázáno. Je důležité, aby každý hráč pravidla znal a akceptoval je. U některých her jsou pravidla již ustálena a nemění se. Jako příklad takovýchto her uvádí autor fotbal, tenis nebo vybíjenou.

Pro hru je dle autora dále typické, že je časově i prostorově vymezena. V čase, kdy hra probíhá, platí její pravidla. Hra může trvat jen pár minut, nebo několik hodin či dokonce dní. Prostor je pro hry velmi variabilní. Herní plochou se může stát papír, stůl, tělocvična, náměstí, louka, chodba apod. Hru je možno několikrát opakovat. Nikdy nebude mít stejný průběh, a to z ní činní velmi zajímavou činnost.

Úkolem animátora je na celý chod hry dohlížet, včetně dodržování pravidel. Pro upevnění vztahů mezi turisty a animátory je dobré účastníky nechat o některých prvcích hry rozhodovat. Na příklad mohou vybrat místo, kde se hra uskuteční. Animátor také musí daný herní program řádně prostudovat. To mu pomůže určit, zda lze hru realizovat, přijít na klady a zápory a zjistit nedostatky. Cílem tohoto kroku je eliminace chyb v budoucnu. Hra tvoří velmi důležitou součást animačních programů a ovlivňuje to, zda bude mít účastník na zábavní stránku zájezdu pozitivní anebo negativní vzpomínky.

4.8 Klasifikace animačních činností

Autorka Fišerová (2008, s. 70) označuje animační činnosti jako činnosti zájmové, tedy dobrovolné a cílevědomě vykonávané, které jsou zaměřené na uspokojování a rozvíjení potřeb, zájmů a schopností účastníka. Zájmy patří mezi vlastnosti, které podněcují motiv k činnosti a vedou tak k určité aktivitě. Dále uvádí, že předmětem animace se může stát jakákoli činnost, o kterou účastníci projeví zájem.

Pro animaci je důležité, aby respektovala hlavní motiv dovolené. Takovým motivem může být zábava, rodina, odpočinek, zážitky nebo zdraví. Účastníkovi CR by měla poskytnout nejkomplexnější zážitek, který ho bude motivovat k opětované návštěvě. Samotná nabídka animačních činností by dle Oriešky (1999, s. 161) měla reagovat na poptávku hostů a upokojovat ji. Nemusí být jen standardní, jako například výlet do okolí, ale také by měla být tradiční (karneval na lyžích) a příležitostná (návštěva folklorního festivalu). Animační činnosti lze rozdělit podle typických aktivit o dovolené na několik druhů.

4.8.1 Společenské a zábavní činnosti

Výsadou těchto činností je především styk s lidmi, navazování kontaktů a komunikace. Společenské a zábavní akce uspokojují několik potřeb každého člověka (např. radovat se, bavit se, těšit se, získat lásku aj.). Jak uvádí Orieška (1999, s. 181) jedná se o *„specifickou formu kulturního odpočinku ve volném čase, která od účastníka vyžaduje určitou dobrovolnou aktivní účast a spolupráci a předpokládá určitý stupeň společenské organizovanosti akce.“*

Společenskou a zábavní činností, resp. akcí, může být dle autora například karneval, který je velmi často spjat se soutěží o nejhezčí vlastnoručně vyrobenou masku. Dále pak diskotéka, hádanky, vystoupení zpěváka, tanečníků (moderní tance, lidové tance, společenské tance aj.), lidového vypravěče, kouzelníka, folklorního souboru, aerobiku, dramatické skupiny atd. Také zde mohou být zařazeny různé hry, které by měly rozvíjet fantazii, pohotovost a zručnost či pořádání soutěží ve zpěvu, recitaci apod.

Akce tohoto typu, musejí být dle téhož autora důkladně organizačně i programově připraveny. Nutnost vzít v úvahu anebo co nejvíce využít při procesu plánování těchto akcí uvádí:

- prostorové možnosti (tvar místnosti, dekorace, osvětlení, nábytek, jeviště, zasedací pořádek atd.),
- sestavení týmu pracovníků, kteří zodpovídají za zabezpečení akce z hlediska programového, propagačního, technického a pořadatelského,
- strukturu účastníků (věk, zájmy, pohlaví atd.),
- možnosti neobvyklého oblečení hostů (maškarní ples, slavnost masek),
- možnosti změn obvyklého chování (např. oslovování či tykání).

Při tvorbě programu je doporučeno dodržovat alespoň několik zásad. Mezi ty hlavní řadí autor:

- dramaturgicky si připravit a vypracovat scénář, ke kterému náleží i scénář technický,
- čísla programu vybrat a sestavit tak, aby byla zohledněna rekreační funkce akce,
- dílčí části programu musejí mít vnitřní logiku, být vtipné, zábavné, žánrově přístupné, propojené hudebními a tanečními bloky apod.,
- program vyžadující zvýšenou pozornost publika, je nutné zařadit do první třetiny nebo poloviny akce (např. recitace),
- program by měl plnit také výchovný cíl.

4.8.2 Tvořivé činnosti

Tvořivé činnosti odpovídají dle Oriešky (1999, s. 183-184) spontánnosti a fantazii hosta. Řadí mezi ně řemeslné činnosti, výtvarné, hudební aj. Hostům přinášejí pocity radosti, uspokojení a zvyšuje se jejich sebedůvěra. Další pozitivní věcí uvádí i to, že vlastnoručně vyrobený suvenýr slouží jako vzpomínka na prožitou dovolenou. Stinnou stránku vidí autor v potřebě materiálního zabezpečení, dostatku financí a času na zhotovení výsledného produktu. Výsledný produkt může vzniknout například malbou prstem, kresbou pastelem, technikami jako je linoryt, dřevořezba, modelováním z plastelíny, batikou na látku, prací s kovem v podobě šperků, výrobky z drátu, prací s papírem (masky, vystřihovánky), vyšíváním, pletením nebo háčkováním.

4.8.3 Činnosti pro děti a mládež

Animační činnosti pro děti a mládež mají svá specifika a vyžadují odlišný přístup. Hlavní úlohou je oprostit děti od povinností ve škole či školce, kde jsou vystaveni tlaku a hodnocení jejich výkonů. Předmětem těchto činností je dle Oriešky (1999, s 188) umožnit rozvoj, učit se novému, vybízet k aktivitě, vzbuzovat zvědavost, tvořivost a navazovat nová přátelství. Důležitou úlohou dětského animátora (viz kapitola 4.6.1) je naučit se připravovat program spolu s dětmi. Jako oblíbené uvádí autor zábavné programy zaměřené na tvořivou činnost dětí a dobrodružné programy. Akce by vždy měly odpovídat věku a předpokládaným zájmům dětí (viz kapitola 4.7.2). I zde je nutné materiální zabezpečení v podobě dekorací, hraček, stavebnic, vhodného sedacího nábytku, knižních publikací atd.

4.8.4 Vzdělávací, poznávací a objevovací činnosti

Jednou z funkcí cestovního ruchu je i funkce kulturně-poznávací. Ta dle Oriešky (1999, s. 184-185) umožňuje rozšiřování znalostí, poznávání a objevování vlastní země i nových míst. Zážitky lze získat nejen pouhým poznáváním umění a kultury, ale také díky uvolnění a smyslovému vnímání přírodních krás v místě pobytu nebo na trase. Cílem těchto činností je pouze povrchně uspokojit potřeby vzdělání, kultury a rozšiřování informačního obzoru. Přesto pro ně dle autora platí některé zásady, jako je dobrovolnost, hravost, radost, překvapivost, přístupnost aj. Předmětem těchto činností může být například zájem o historii, literaturu, přírodu, ekologii, hudbu a různé druhy umění. Činnosti spjaté se vzděláváním, poznáváním a objevováním lze dle autora uskutečnit jak v interiéru (např. přednášky, divadelní představení, koncerty, přednes poezie), s aktivní či pasivní účastí zainteresovaných osob, tak v exteriéru (např. prohlídky muzeí, galerií, výstav, míst a středisek CR).

4.8.5 Pohybové a sportovní činnosti

Pohyb a sport mají během dovolené velký význam. Jak uvádí Orieška (1999, s. 178-179) pomohou účastníkům dosáhnout fyzického i psychického odpočinku a interních zážitků z dovolené. Hlavním cílem těchto činností vidí ve sbližování lidí, radosti z fyzické aktivity, ze hry a intenzivní prožitek z dosaženého úspěchu. Pro pohybové a sportovní aktivity je velmi důležité jejich materiálně-technické a personální zabezpečení (viz kapitola 4.5.3 a 4.5.4). Důvodem je zajištění možnosti účasti všech různě věkově i fyzicky zdatným skupinám zájemců. Do tohoto typu činností autor zahrnuje sportovní hry (kopaná, volejbal), vytrvalostní sporty (turistika, běh), každodenní sporty (aerobik), sporty asijské kultury (jóga) a činnosti, které se dnes už moc často nevyskytují (žonglování, stínové divadlo). Lze je také klasifikovat i podle místa výkonu, a to na činnosti uskutečněné na zemi, ve vodě a ve vzduchu.

4.8.6 Meditativní činnosti

Hlavní úlohou této činnosti je podle Oriešky (1999, s. 187) odreagovat účastníka od stresu a napětí. Poskytují únik do klidu, ticha nebo naopak hluku (diskotéka), jenž vyhledávají především mladí lidé. Úkolem animátora je do programu zahrnutou také tzv. oázy klidu. Meditativní činnosti tak mohou zahrnovat aktivity jako je cvičení jógy, vycházky do přírody za účelem vnímání přírody, nikoli překonání vytrvalosti či

vzdáleností, kreativní činnosti, besedy u táboráku, poslech klasické hudby aj. Některé aktivity mohou být určeny jen pro jistou skupinu lidí, např. čtení pohádek pro děti.

4.8.7 Dobrodružné činnosti

Mnoho lidí podle Oriešky (1999, s. 186) touží zažít dobrodružství a poznat dosud nepoznané. Animační programy mohou tuto touhu naplnit. Dle autora mají své vlastní aspekty, k nimž patří změna (nové, neočekávané), výzva (náročné, těžké) a romantika z návratu k přírodě, která je často spojena s primitivním způsobem života během dovolené. Jakékoli dobrodružství musí být dobře promyšlené a zjištěné. Předmětem těchto činností může být dle autora stravování v přírodě, které spočívá v založení ohně, vlastnoruční přípravě jídla, hledání pramene vody aj. Dále uvádí, že se může jednat o přenocování v přírodě (v lese, jeskyni), dobrodružné sporty (parašutismus, lov pod vodou), noční putování, objevování (vrak lodě, ruiny hradu) a mnohé další.

4.9 Animátor

Jak uvádí Orieška (2010, s. 263) úlohou animátora je obohatit pobyt hostů prostřednictvím široké palety nabídky animace a zařídit, aby se dovolená stala zážitkem. K tomu poslouží zprostředkování zábavy, uvolnění od každodenního stereotypu či možnost komunikace s ostatními účastníky. Služeb animátorů je nejčastěji využíváno v hotelových komplexech, v lázeňských centrech, lyžařských střediscích, domovech pro seniory atd.

Animátora neboli koordinátora lze podle Oriešky (2010, s. 254-262) definovat jako fyzickou osobu, která odpovídá za plánování a dozor nad programy v rámci volného času a nad sportovními programy. Hlavní úlohou animátora je povzbuzovat cestující, aby se těchto programů účastnili. Dále animátora popisuje jako vedoucího akce, pedagoga (dětí i dospělých), psychologa, znalce krajiny, poradce a důvěrníka.

Zelenka a Pásková (2012, s. 38) vysvětlují pojem animátor takto: *„Animátor (angl.animateur co-ordinator) je fyzická osoba, která je odpovědná za plánování, dohled a organizování sociálních, kulturních, sportovních a dalších aktivit volného času a za stimulaci cestujících zúčastnit se jich, a to v hotelu, v turistické destinaci, na výletní lodi a lodi okružních plaveb. Mluví jazykem, kterému rozumí většina cestujících.“*

Výkladový slovník cestovního ruchu dále uvádí že, animátor je zpravidla zaměstnán na celou sezónu ve velkých střediscích cestovního ruchu a v rekreačních centrech. Stejného názoru je i Fišerová (2008, s. 66), která dodává, že pracovní období je zejména v letní sezóně. Výkladový slovník také uvádí, že jsou pro animátory zavedené speciální vzdělávací kurzy s rozlišením na animaci dětskou (viz kapitola 4.6.1) a animaci pro dospělé osoby. Dále, že animátoři zajišťují zábavu účastníků zájezdu v době, kdy se klienti neúčastní žádného fakultativního výletu. Podle Fišerové (2008, s. 66) jsou animátoři v mnoha případech vzděláváni přímo v rekreačních střediscích, hotelech, či klubech, kde se připravují na svou první sezónu. Důvodem jsou vlastní podmínky a požadavky každé instituce na funkci animátora. Nábor animátorů probíhá na jaře a jsou vybírány za pomoci inzerce na internetu, denního tisku nebo informačních deskách škol.

4.9.1 Profil animátora

Podle webu Animátoři Plzeň (2012) by práci animátora měli vykonávat vzdělaní, talentovaní, zkušení, tělesně a duševně trénovaní, a především pozitivně orientovaní lidé. Mezi důležité požadavky řadí výborné organizační schopnosti, příjemný vzhled, příjemné vystupování a kladný vztah k dětem. Od animátora se také očekává aktivní vztah ke sportu a vědomosti o pravidlech jednotlivých sportovních odvětví. Co se týká země, ve které animátor pracuje, je nezbytné nejen oplývat znalostmi z geografie, historie a kultury této země, ale také o ní mít všeobecný přehled. Nutností je dle webu znalost světových jazyků, neboť se animátor při své práci setkává s vícejazyčnou klientelou. Nezbytnou nutností je znalost angličtiny. Ovládá-li animátor jakýkoliv jiný světový jazyk (např. francouzštinu, ruštinu či němčinu), je to u této pozice bráno jako velká výhoda.

Klíčovou rolí je také dle webu dovednost animátora umět v neočekávaných situacích improvizovat a zachovat klid v psychicky náročných situacích a dokázat v takovéto situaci s hostem jednat. Žádanou složkou v profilu animátora jsou také jeho pohybové schopnosti, jako je tanec, pěvecké schopnosti či jakékoli vlohy pro zastoupení role komika či herce. Protože animátoři baví nejen dospělé, ale také děti, je přínosem mít výtvarné, řemeslné a tvořivé nadání. Pro práci animátora je také důležité umět se pohybovat po jevišti a srozumitelně mluvit do mikrofonu.

Podle Fišerové (2011, s. 6) musí každý animátor mít:

- Schopnost kontaktu a komunikace
- Kvalifikační vzdělání
- Schopnost plánovat a organizovat tak, aby motivoval a nadchl
- Všeobecné vzdělání

Podle autorů Ďuriček a kol. (2001, s. 65) by měl dále animátor mít disciplínu, slušné vystupování a týmového ducha. Dále je nezbytně nutné, aby byl časově flexibilní, oponoval vůdčími schopnostmi a schopností empatie.

Podle Oriešky (2010, s. 262-263) splňuje úspěšný animátor hned několik vlastností. Je přátelský, srdečný, upřímný, trpělivý, pohotový, přesný, čestný, odvážný, ochotný pomoci, spolehlivý, důvěryhodný, má bohatou fantazii, je sympatický, umí se vyjadřovat, je vyrovnaný, je abstinent (nekonzumuje alkohol, neužívá drogy), má příjemný hlas, dokáže adekvátně odhadnout situaci i vlastní pozici atd.

Ve skutečném světě není možné, aby jeden člověk splnil všechny druhy vlastností, kterými by měl animátor disponovat a měl znalosti ze všech oborů. Proto se v praxi využívá týmové práce animátorů, která bývá ve většině středisek cestovního ruchu samozřejmostí. Hotel tak může mít od 2 do 6 animátorů a turistické středisko nejméně 20 animátorů. Animační program je úspěšný jedině za předpokladu sehraného týmu animátorů.

4.9.2 Základní role animátora

Ďuriček a kol. (2001, s. 65) řadí mezi základní role animátora roli propagátora aktivního životního stylu, ve které by měl animátor směřovat ke zlepšení fyzické i psychické kondice klienta a usilovat o výchovu člověka ke kultuře.

Další rolí uvádějí roli iniciátora pro rekreační postoje. Zde definují, že úkolem animátora je změnit způsob klientů trávení dovolené od pasivního k aktivnímu využití volného času. Činí tak především schopností umět povzbudit hosty k tomu, aby se do animačního programu zapojily. Dále uvádí, že animace je pouze jakýmsi stimulem a podnětem k zábavnému či smysluplnému trávení volného času.

Jako poslední roli uvádějí autoři roli organizátora aktivit volného času. Aby mohl tuto roli vykonávat, musí mít velmi dobré schopnostmi umět plánovat

a organizovat, neboť je jeho náplní práce připravovat a organizovat jednotlivé volnočasové činnosti. Protože přichází do přímého styku s klienty, musí s nimi umět jednat, dokázat je nadchnout, povzbudit a motivovat.

4.10 Služby cestovního ruchu

Služby poskytovány zákazníkům cestovního ruchu jsou z hlediska jejich povahy nehmotného charakteru. Jejich výsledkem není vlastnictví čehokoliv, ale pouhý pocit pro zákazníka. Cílem těchto služeb je uspokojit potřeby účastníků, mezi které Orieška (1999, s. 5) řadí například odpočinek, poznávání, rozptýlení, zábavu, kulturní využití, zotavení, lázeňské léčení aj.

Autor Horčiak (1991, s. 4-7) vysvětluje, že potřeba představuje pro člověka pocit určitého nedostatku. Pro člověka a jeho život je to důležité a nepostradatelné, a to ho nutí k určitému chování. Je to tedy pocit, kdy člověk něco považuje pro svůj život za potřebné. Autor dále uvádí, že potřeby se vymezují a formují v závislosti na vývoji společnosti, tradic, etických a právních norem.

Podle Fišerové (2008, s. 60) je růst sektoru služeb v cestovním ruchu jeden z nejvýznamnějších rysů moderní společnosti a jsou považovány za nejperspektivnější hospodářské odvětví pro třetí tisíciletí. Změny v 21. století se týkají především většího množství volného času, stresu a také více prostoru díky globalizaci. Tyto tři aspekty tvoří dle autorky pro marketing velkou příležitost, neboť čas je nutno vyplnit, stres uvolnit a prostor prozkoumat. Pro produkty cestovního ruchu je proto důležitá inovace a nové nápady. Pro účastníky CR jsou důležité zážitky a jsou ochotni za ně zaplatit.

4.10.1 Význam a znaky služeb CR

Význam služeb v cestovním ruchu vzrůstá, protože účastníci jsou nuceni kromě každodenně existenčních potřeb (hygiena, výživa a bydlení) uspokojovat i další potřeby. Tyto další potřeby jsou vyvolané rekreačními aktivitami v cílovém místě. Například to může být plavání, lyžování, opalování atd.

Jak uvádí Orieška (1999, s. 6-7) služby v cestovním ruchu mají své určité zvláštnosti. Jednou z mnoha zvláštností je to, že se služby vzájemně doplňují. Jedná se o proces, kdy uspokojení jedné potřeby určitou službou vyvolá uspokojení další potřeby jinou službou. Jako příklad uvádí potřebu dopravit se do určitého cílového místa za využití dopravních služeb, na což navazuje potřeba přenocování, která se pojí

s poskytováním ubytovacích služeb, a dále potřeba výživy, kterou lze uspokojit za pomoci stravovacích služeb atd. Další znak uvádí zastupitelnost služby jinou službou. Místo autobusem se klient může dopravit vlakem a tak podobně.

Autorka Ryglová a kol. (2011, s. 97-98) vidí jako specifické vlastnosti služeb cestovního ruchu například tyto:

- krátká expozice – nabídka služby je limitována časem, motivovat návštěvníka ke koupi lze jen např. během návštěvy CK nebo prostřednictvím webu;
- velký význam „ústní reklamy“ – zákazník si nemůže službu vyzkoušet předem, velkou roli proto hrají reference a rady ostatních (přátelé, příbuzní, obchodní partneři, blogy apod.);
- význam psychologických faktorů – nákup služby je ovlivněn mírou odpovídající vysněnému ideálu, zákazníci se rozhodují na základě emocí, vnějšího dojmu, pozitivních asociací (uniformy zaměstnanců, styl jazyka, barvy v katalozích či na webových stránkách) a iracionálního rozhodování;
- reprodukovatelnost inovací – služby jsou snadno kopírovatelné, např. inovativní a úspěšná kombinace služeb bude s velkou pravděpodobností velmi rychle napodobena.

4.10.2 Dělení a charakteristika služeb CR

Protože jsou služby v cestovním ruchu různorodé, lze je klasifikovat z několika hledisek. Jejich mnoho oborový charakter naznačuje, že jsou využívány kromě účastníků i dalšími subjekty a jsou na ně kladeny mnohé požadavky, které musí respektovat.

4.10.2.1 Animace jako doplňková služba

Orieška (2010, s. 14) rozlišuje služby cestovního ruchu z hlediska uspokojovaných potřeb na základní a doplňkové. Základní služby uspokojují sekundární potřeby účastníka, jako je jeho přemístění z místa jeho trvalého bydliště do cílového místa a zpět, potřeba výživy, přenocování a služby spojené s pobytem na tomto místě. Doplňkové služby charakterizuje jako uspokojování primárních potřeb účastníka cestovního ruchu, jejichž uspokojení je cílem účasti na cestovním ruchu a jejichž kvalita

ovlivňuje spokojenost účastníka. Jako primární potřeby účastníka uvádí např. sportovní vyžití, odpočinek, rozptýlení, zábavu, poznávání kulturních a historických pozoruhodností apod. Jsou tedy spojeny s využíváním atraktivit a vlastního určitého rekreačního prostoru.

Pojem animace se v oblasti doplňkových služeb zavádí především v souvislosti péče o zábavu zákazníků v rámci dovolené. V dnešní moderní době se dle Černáka (2009, s. 7) zákazníci nespokojí s pouhou potřebou oddechu a regenerace, ale mezi jejich hlavní motivy účasti na cestovním ruchu se také řadí vyhledávání nových, nezapomenutelných či neobyčejných zážitků. Takovéto zážitky jsou po dobu dovolené uskutečnitelné díky všestranně a dobře připraveným animátorům (viz kapitola 4.9.1). Z tohoto důvodu již nestačí poskytování základních služeb, ale je nezbytně nutné návštěvníkovi nabídnout také služby doplňkové. Animace je jejich součástí a díky animačním službám lze uspokojit nové potřeby zákazníka.

Podle Fišerové (2008, s. 29-30) se doplňkové služby začaly objevovat na počátku 50. let 20. století a rozšířily a obohatily tak služby tradiční. Obohacení těchto služeb mělo své opodstatnění, neboť v této době započala také výstavba rekreačních středisek a budovaly se větší hotely. Výsledkem byla ztráta osobního vztahu mezi hoteliérem a hostem. Dalším negativem uvádí minimální kontakt mezi samotnými účastníky. Proto vznikly služby doplňkové, aby docházelo k uspokojování společensko-komunikativních potřeb, podnítila se aktivita a podpořil se celkový dojem z pobytu.

Doplňkové služby jsou podle Benkovičové (1989, s. 31) z hlediska účasti na cestovním ruchu rozhodující a jsou spojené s využíváním atraktivit. Dle autorky, doplňkové služby v cestovním ruchu tvoří:

- Sportovně-rekreační služby, které jsou z hlediska cíle CR nejvýznamnější
- Společensko-zábavné a kulturní služby, které uspokojují společenské a kulturní potřeby klientů
- Zprostředkovatelské služby ulehčují průběh realizace CR, kde úlohu zprostředkovatele plní CK a CA
- Služby obchodu a komunální služby, jenž uspokojí potřeby klientů prodejem spotřebního zboží, jak v místě jejich trvalého bydliště, tak i v cílovém místě

Podstatou doplňkových služeb je ulehčovat a zpříjemňovat účast na cestovním ruchu. Animační služby jsou součástí služeb doplňkových a mají významnou roli v oblasti služeb volného času. Díky animacím se podnikatelské subjekty odlišují od konkurence a získávají tak konkurenční výhodu.

4.10.2.2 Animační služby

Jak uvádí Orieška (2010, s. 253) animační služby se řadí mezi služby osobní a souvisejí se zábavou, rozptýlením a odpočinkem účastníků cestovního ruchu a zahrnují také komunikaci s účastníky. Animace je jakýmsi podnětem ke společnému chování, jednání a činnosti. Podle autora jsou animační služby součástí tzv. asistence neboli péče o účastníka cestovního ruchu. Orieška (1999, s. 11) ji ve své knize Technika služeb cestovního ruchu chápe také jako službu vyžadující organizační zabezpečení (viz kapitola 4.5.2), tedy vhodný animační program, materiálně-technické zabezpečení (viz kapitola 4.5.3), které tvoří vhodné prostory a pomůcky a ekonomické (viz kapitola 4.5.1), jež tvoří finance na krytí nákladů. Za jejich personální zajištění jsou odpovědni především živnostníci – animátoři (viz kapitola 4.9), ale také zaměstnanci cestovních kanceláři a agentur či ubytovacích zařízení, jakým je například hotel. Také uvádí, že poskytovatel takovéto péče či asistence musí mít vhodné psychické vlastnosti a schopnosti, organizační předpoklady, odbornou přípravu a fyzickou kondici.

Předpokladem pro zajišťování animačních služeb uvádí tentýž autor především ochotu podnikatelů. Ta zahrnuje vzájemnou spolupráci při organizování animačních programů, využívání existujících materiálních podmínek a uzavření pracovněprávního vztahu s animátorem. U nabídky animace uvádí jako nezbytnost brát v úvahu osobní zájmy účastníka, jeho rodinný stav, věk, příslušnost k sociální vrstvě apod.

Každý účastník je individuální, a proto nelze jednotlivé aktivity přiradit přímo k určitým očekáváním, protože mají pro každého účastníka jiný význam. Orieška (2010, s. 259) jako příklad uvádí, jaké různé potřeby může u účastníka naplňovat procházení. Může to být kvůli pohybu, vychutnání si přírody, poznání neznámého prostředí, navštívení pamětihodností, pobavení se s přáteli atd. Proto zdůrazňuje nutnost mít poskytování animačních služeb organizačně, institucionálně, personálně, materiálně a ekonomicky zajištěné.

Tabulka č. 1 Podmínky animace ve středisku cestovního ruchu

Organizační podmínky	Personální podmínky	Materiální podmínky	Ekonomické podmínky
– Program animace – Organizátor animačního programu	– Manažer volného času – Animátor	– Exteriér – Interiér – Pomůcky	– Animace jako služba – Zdroje krytí nákladů

Zdroj: Převzato z Orieška (2010, s. 259)

4.10.2.3 Kulturně – společenské služby

Kulturně – společenské služby slouží k uspokojení potřeb kulturních a společenských a velmi často jsou spojeny s činností animátorů. Web CzechTourism (2016) mezi objekty kulturně-společenských služeb řadí:

- Kulturně historické objekty, které tvoří hrady, zámky, památníky, sakrální stavby a památky, skanzeny, objekty lidové architektury aj.
- Kulturní a osvětová zařízení, jako jsou galerie, divadla, kina, kulturní domy, knihovny, botanické zahrady, koncertní sály, parky, lunaparky atd.
- Společenská a zábavní zařízení, jimiž jsou espressa, libressa, kavárny atd.

Organizované akce, jako jsou například folklórní slavnosti, jarmarky, festivaly, oslavy výročí založení města nebo obce, či dožínkové slavnosti, tvoří významnou složku v nabídce kulturně-společenských služeb.

Cílem účastníka tak může být zhlédnutí divadelního představení, prohlídka galerie, návštěva hradu či zámku aj. Podle Oriešky (2010, s. 14) je pro objekty, poskytující tyto služby důležité, co nejvíce se přizpůsobit poptávce. To znamená upravit svou provozní dobu a nabídnout jim i další služby, jako je občerstvení a prodej upomínkových předmětů.

4.11 Kultura

Kulturní prostředí představuje vše, co bylo uměle vytvořeno lidmi. Kultura odráží především kulturu rezidentů, rysy jejich předchozího vývoje, materiální a duchovní hodnoty, které je prezentují a také jejich soudobý styl života. Obecně platí, že kultura je více méně trvalá charakteristika dané destinace, a proto z žádných důvodů, ani z důvodu rozvoje cestovního ruchu, nemůže být a ani by neměla být měněna.

Pojem kultura je ve společnosti chápán široce a často mnohoznačně. Podle Tittlebachové (2011, s. 121) má výchovně vzdělávací funkci, utváří identitu jedince, rozvíjí intelektuální i morální úroveň občanů, přispívá ke kvalitě života a ekonomické prosperitě. Dodává, že kulturu je důležité zachovávat pro udržení kulturních hodnot a tradic. Kultura tak může přispět ke zvýšení oblíbenosti lokality a k posilování atraktivnosti daného místa.

4.11.1 Kulturní zdroje využitelné pro CR

Jak uvádí Kesner (2008, s. 26) jedná se o takové historické a kulturní památky, které mají pro společnost kulturní a historický význam a jejichž vnitřní hodnota je též významná. Česká republika má velice hustou síť kulturních památek. Podle Raabové (2011, s 6) se odhaduje, že je zde okolo 900 000 movitých kulturních památek, přes 40 000 nemovitostí, celkem 586 památkových zón a rezervací a počet hradů a zámků je přes 2 000. V odborné literatuře se jako kulturní zdroje využitelné pro CR uvádějí např. muzea, zámky, galerie, kostely, historická městská centra, tradiční řemeslné dílny, umění, historické budovy, sochařství, slavnosti hudby a tance, věda, náboženství, zemědělství, literatura a jazyky atd. Obecně lze říci, že jsou to veškeré výsledky lidské práce, které v určité své podobě člověka a jeho kulturu reprezentují.

4.11.2 Festival

Festival se taktéž řadí mezi kulturní zdroje, které jsou využitelné pro cestovní ruch. Ve výkladovém slovníku Zelenky a Páskové (2012, s. 161-162) je pojem festival vysvětlen jako *„slavnostní soutěžní i nesoutěží veřejná umělecká přehlídka (divadlo, film, folklór, hudba, tanec aj).“* Protože jsou lidé společenské bytosti je jejich potřebou se scházet, být v kontaktu a navštěvovat nejrůznější koncerty, plesy, besedy a další kulturní akce. Jednou z nich je také festival. Ten má dle autorů Šimon a Heřmanová (2012) svá určitá specifika. Například to, že se nejedná o celoročně provozovaný podnik, ale trvá řádově několik dní či týdnů. Co však celý rok zabere je příprava a organizace samotného festivalu. Festivaly se konají především za účelem zábavy, na oslavu určitých událostí významných pro danou komunitu nebo na počest určitých výročí. Ve většině případů se festivaly konají pravidelně, převážně v letních měsících a jejich pořádání vede k posílení prezentace města. Obvyklá doba trvání festivalu je dva a více dní. Dnes se až na výjimky festivaly konají v každém městě či regionu po celém světě. Dále uvádějí, že tyto akce mohou návštěvníci či turisté navštěvovat buď zadarmo anebo za určité vstupné. Některé festivaly je obtížné navštívit, neboť jsou vzhledem k jejich velké oblibě a omezenému počtu vstupenek velmi rychle vyprodané. Mezi nejčastěji pořádané festivaly řadí letní hudební festivaly, gastronomické neboli gurmánské festivaly, filmové festivaly, u kterých mezi nejznámější patří filmový festival v Cannes konaný ve Francii, divadelní festivaly, operní festival, literární a řada dalších. Jednu z hlavních předností festivalů vidí ve velkém množství vystupujících umělců různých žánrů, tanečníků, zpěváků či bavičů na jednom místě. Proto, aby byl festival stále atraktivní a zajistil si neustálé zvyšování návštěvnosti a posléze i příjmů, je důležité, aby pravidelně přidával nové atrakce.

Pro folklorní a kulturní festivaly, jarmarky či tradiční poutě bývají typická stylová tržiště, na kterých mají návštěvníci nebo turisté možnost shlédnout ukázku starých řemesel. Mnozí návštěvníci především z řad dětí vždy nejvíce ocení možnost si výrobek vlastnoručně vyrobit v tradičních řemeslných dílnách. Vyzkoušet si tak mohou kovářství, dřevořezbu, hrnčířství, tkalcovství, výrobu svíček, vyšívání a mnohé další.

Podle Goeldnera a Richieho (2014, s. 196) je atrakce jednou z hlavních motivací k cestování, která turisty do určitých destinací přitahuje a díky kterým roste i poptávka po službách jako je ubytování, stravování, doprava atd. Čím více atrakcí daná destinace

nabízí, tím větší je její konkurenceschopnost. Jako hlavní atrakci prázdninového výletu uvádějí autoři živé představení. Sem řadí například divadlo, hudební koncerty a cirkus. Silným lákadlem pro turisty shledávají také ve vystupujících umělcích, kteří vystupují na festivalech či v tematických parcích, jakým je například světově proslulý Disneyland. Mezi další hlavní motivace účasti živé zábavy uvádějí potřebu cestujících užít si legraci, nechat se bavit, zapojit fantazii a uniknout z reality všedního života.

4.11.2.1 Historie festivalu

Slovo festival má dle Šimona a Heřmanové (2012) latinský původ. Pochází ze slova „festive“, které v překladu znamená událost nebo se také uvádí slovo „festum“, jež má v českém jazyce význam svátek či slavnost. Existuje však i druhá verze původu slova, která pochází již ze středověké angličtiny a francouzštiny. Jedná se o slovo „fest“, které znamená slavit a oslavovat. Dále uvádějí, že první zmínka o slově festival se datuje do roku 1589, ale jsou i doklady o tom, že se toto slovo používalo již dříve. Slovo se objevovalo v mluvě už ve 14. století a označovaly se jím náboženské svátky. Různé cechovní oslavy, tradiční rituály či slavnosti konané na královském dvoře, by se daly považovat za první formy festivalů. I zde bylo pravidlo, že se jich účastnila početná skupina obyvatelstva. Za předchůdce současné podoby moderních festivalů lze dle autorů považovat festivaly z konce 19. a ze začátku 20. století. Jako příklad uvádějí festivaly v Avignonu, Paříži, shakespearovský festival konaný ve Stratfordu nad Avonou a další.

4.11.2.2 Přínosy festivalu

Jak uvádí studie Economy of culture in Europe (KEA,2006, s. 158-159) festivaly se od sebe liší oborem, formátem, celkovými tržbami a počtem návštěvníků. Dále je zde uvedeno, že ekonomický růst nebyl primární účel pro založení festivalů, ale bylo to z důvodu oslav a posílení identity a sebevědomí dané komunity. Festivaly měly také umožnit umělcům rozšířit si své možnosti a setkat se s novými diváky. Hlavní přínosy festivalu jsou dle studie v tom, že podporují tvorbu místních umělců, přispívají k cílům veřejného zájmu a pomáhají upevnit pozici místa, kde se daný festival koná. Zahrnují všechny umělecké žánry a jsou ekonomickým přínosem, což vyvrací slova Žákové a kol. (2011, s. 16), kteří tvrdí, že festivaly představují významný fenomén a nejsou pořádány za účelem dosažení zisku. Proto je nelze považovat za ekonomický přínos.

Ovšem mnohými studiemi je dokázáno, že festivaly se mezi významné zdroje ekonomického přínosu řadí.

Jsou-li festivaly dobře propagovány, mohou začít přitahovat širší publikum než jen to místní, a to například i z daleka přicházející návštěvníky. Některým městům, která nejsou až tak turisticky atraktivní a která nedisponují širokou kulturní nabídkou, pomohly festivaly vytvořit jméno a image. Díky tomu se staly pro turisty atraktivními a staly se pro ně motivací k návštěvě. Dané komunitě či regionu umožní dle Goeldnera a Richieho (2014, s. 214) prezentovat svou jedinečnost a rozvinout svou hrdost na místní příslušnost. Dalším pozitivem festivalů vidí v přivábení turistů v době mimo hlavní sezonu. Pro marketing cestovního ruchu jsou tedy velmi důležitou součástí. K zvýšení prestiže daného festivalu je osvědčené zařadit do programu známou osobnost.

4.11.2.3 Organizace festivalu

Organizátory festivalů jsou převážně nevládní neziskové organizace dotované z veřejného rozpočtu. Každý organizátor by měl umět přidělit práci, mít efektivní myšlení, nebát se přicházet s novými nápady, umět myšlenku realizovat a sledovat dění kolem sebe. Základní součástí festivalů je dle Geoldnera a Richieho (2014, s. 214) sponzorská účast. Bez sponzorské účasti firem by tato akce byla jen těžko uskutečnitelná. Sponzoři poskytují jak finanční, tak i materiální podporu. Věcné dary se dle Jíny (2010) mohou uplatnit například jako ceny pro výherce soutěží. Dále dodává, že u sponzorství jde vždy o oboustrannou výhodu. Festival získá dostatek peněžních prostředků a sponzor zase reklamu a pozitivní publicitu. Reklama je pro firmu velmi důležitá součást komunikace, neboť díky ní může dát o sobě vědět a získat nové potencionální zákazníky.

Při organizaci festivalu je velmi důležité si hned na začátku položit několik otázek. Ty jsou dle Jíny (2010) následující:

- V jakém duchu bude akce pojatá?
- Bude to čistě jen hudební festival?
- Bude zde i doprovodný program?
- Jak dlouho bude akce probíhat?
- Pro kolik lidí to budu organizovat?
- Kdo mi pomůže s hlavními problémy?
- Kolik budu potřebovat financí?

Tyto otázky jsou sice důležité a zásadní, ale ne zcela závazné. V průběhu organizace se dle stejného autora může spousta věcí změnit. Vše je v pohybu, věci se mění a přicházejí nové nabídky, které není rozumné zahodit jen proto, že nespadají do našeho projektu. Uvádí, že dnes je velmi důležitá kreativita, nápady a myšlenky. I ze zdánlivé hlouposti se může stát geniální magnet festivalu. Festivalu na atraktivnosti přidá neobvyklé místo konání nebo spojí-li se s charitativní činností. Může zde například proběhnout benefiční koncert. Takovou pomoc lidé vždy ocení.

Jako jednu z klíčových oblastí vidí také ve stanovení termínu, kdy se má daný festival konat. Ten určí, kolik návštěvníků dorazí. Setkání více akcí v blízkém místě a ve stejný den je velmi nepříznivá situace. Důležitým faktorem je také výběr vhodného období. Není vhodné vybírat datum, kdy jsou prázdniny a svátky, neboť jezdí spousta lidí na dovolené. Pro organizátora je také dle Jíny (2010) důležité si ujasnit, kde se daný festival bude konat. Pořádat se může buď ve venkovním, nebo vnitřním prostoru. Nevýhodou venkovních prostor je nejisté počasí, problémy s poničením aparatury a případné zajištění prostoru např. plotem. Naopak jejich velkou výhodou je širé nebe a pojetí vysoké kapacity návštěvníků. Nevýhodou vnitřních prostor je jejich pronájem, omezená kapacita a hrozba poničení daného prostoru. Výhodou je jistota, že daná událost proběhne.

Dále dodává, že je také důležité zajistit účastníky, kteří budou tvořit nejdůležitější součást programu festivalu. Jedná se o nejrůznější kapely, tanečníky, loutkaře, zpěváky a další. Na každém festivalu musí být také zajištěné občerstvení. Žádný festival se neobejde bez důležitých lidí, jako jsou: pořadatelé, moderátoři, lidé

u kas, lidé z realizačního týmu, pomocníci, dobrovolníci a pro zajištění bezpečnosti také bodyguardi. Na takovouto akci je také nutné zajistit a informovat hasiče, místní policii a zdravotníky.

4.11.2.4 Program festivalu

Festival je na programu postaven. Protože tedy tvoří základní článek, o to více je nutné se mu věnovat. Úspěšný festival se odvíjí od rozmanitého, zajímavého, pestrého a bohatého programu, který není vždy jednoduché sestavit. Pestrý program však zajistí, že bude vyhověno různým přáním všech návštěvníků. Protože je v dnešní době vysoká konkurence je nutné dát do programu něco, co ho ozvláštní. V úvahu připadají nejrůznější doprovodné akce, hry a soutěže o hodnotné a zajímavé ceny, kvízy, autogramiády a zábava pro děti, aby si jej užila celá rodina. Dále je do programu vhodné zařadit animační činnosti jako jsou sportovní, dobrodružné, společenské nebo vzdělávací (viz kapitola 4.8). Náplň programu se vždy odvíjí od typu festivalu. Příkladem mohou být hudební festivaly, které do programu zařazují především hudební legendy, ale také nové kapely, které si tak mohou získat své fanoušky. Gastronomické festivaly jsou zase typické ochutnávkami tradičních i netradičních pokrmů a pro kulturní festivaly jsou typické trhy, řemeslné jarmarky, různá koncertní, pěvecká, divadelní a taneční vystoupení, výstavy, přednášky a v neposlední řadě také programy pro děti v podobě soutěží nebo tvůrčích dílen.

4.11.3 Lidová kultura

Lidová kultura se řadí mezi nehmotné kulturní dědictví. Vytvořila se za pomoci jednotlivců či skupin lidí, v různých regionech a v různých společenských vrstvách. Založena je na tradici a tvoří obraz určité společnosti, v němž se odráží jejich kulturní a sociální identita. Podle Kesnera (2008, s. 34) lidová kultura ovlivňuje běžný život lidí nebo je i jeho součástí tam, kde se tyto zvyky stále dochovaly. Mezi takové zahrnuje pletení pomlázek, koledování, zdobení velikonočních vajíček aj. Její dochované hodnoty a vzory se předávají z generace na generaci. Lidová kultura v sobě dále zahrnuje hudbu, tanec, hry, zvyky, obřady, řemeslnické výrobky atd.

Jak uvádí Šimková (2012) lidové tradice se pomalu vytrácejí, ale díky různým uměleckým souborům, institucím a spolkům se tyto tradice uchovávají a přispívají tak ke kulturní rozmanitosti. Jako místa, kde se lidová kultura projevuje v největší míře, uvádí regiony Moravy a západních Čech.

4.11.3.1 Folklór

Termín folklór je dle Heřmanové (2012) spojením anglických slov folk, tedy lid a lore neboli tradice, znalosti. Dříve tento pojem označoval lidovou moudrost neboli soubor toho, co lid ví. Dnes je folklór součástí lidové kultury. Dle autorky označuje soubor lidových výtvorů a aktivit, které po sobě na určitém území zanechali předkové. Mezi tyto lidové výtvory a aktivity zahrnuje spolu s Patočkou (2008, s. 29) lidová řemesla, taneční, hudební a dramatické projevy, ale zejména projevy slovesné. Těmi rozumí různá vyprávění, pohádky, pořekadla, lidové písničky, dětské hry, pověsti, přísloví, legendy, říkanky, aj. odraz folklóru jakožto lidové tradice vidí i v hmotné podobě, například v textilních vzorech, špercích, ručně dělaných výrobcích, malířských dílech či v architektuře.

Dle Heřmanové (2012) je folklór časově omezen. Pojí se k určité době, která již uplynula a ve které byla daná společnost v určitém stupni vývoje. Dále se pojí s venkovským prostorem a jakékoli kulturní průniky neboli jakékoli porušení stávajících zvyklostí či hodnot, je bráno zcela negativně. V jiném pojetí folklór nazývá jako něco, co je součástí každé společnosti a co se s ní také proměňuje. Tím může být jakákoli amatérská, populární či spontánní činnost, kterou provozuje kdokoli.

4.12 Vymezení pojmu produkt

Produkt tvoří základní složku marketingového mixu a obecně platí, že cokoli slouží k uspokojení lidské potřeby či přání, je produkt. Podle Zelenky (2015, s. 93) je produkt vše, co je objektem směny. Definicí pro tento koncept existuje však mnoho, avšak žádná není přijímána univerzálně. Většina z nich si vzala jako zdroj inspirace z výrobního sektoru průmyslu.

Autor Dibb a kol. (1994, in Horner a Swarbrooke 2003, s 154) definuje produkt jako *„všechno, jak výhodné, tak nevýhodné, co získáváme nějakou výměnou. Je to složitá kombinace hmotných a nehmotných prvků, včetně funkčních, sociálních a psychologických užitných hodnot. Produktem může být myšlenka, služba, zboží nebo jakákoli kombinace těchto tří kategorií.“*

„Produkt je cokoli, co lze nabídnout na trhu k uspokojení potřeb nebo přání,“ uvádí Kotler (2012, s. 325). Mezi produkty zahrnuje hmotné předměty, služby, zkušenosti, osoby, místa, události, informace, vlastnosti, organizace a myšlenky.

Foret a Foretová (2001, s. 66) říkají, že *„za produkt se považuje to, co lze na trhu nabízet k vzornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co má schopnost uspokojit přání nebo potřebu druhých lidí.“*

Podle Horner a Swarbrooke (2003, s. 153) je právě produkt klíčovou složkou pro zákazníky, protože jim poskytuje užitek, který hledají a jeho dodání a vytvoření se řadí mezi hlavní činnosti organizace. Lze ho tedy označit za jádro nejen co se týká veškerého marketingu cestovního ruchu, ale také za jádro služeb pro využití volného času a ubytovacích a stravovacích služeb.

4.12.1 Produkt cestovního ruchu

V rozvinuté společnosti mají lidé kromě svých biologických potřeb i spoustu jiných potřeb či přání, mezi které spadá i potřeba cestování. Uspokojení této potřeby vede k výrobě produktů cestovního ruchu. Produkt cestovní kanceláře, tedy zájezd, je nejtypičtějším produktem cestovního ruchu. Zájezd představuje kombinaci služeb CR za souhrnnou cenu.

Produkt cestovního ruchu (angl. tourist product) definuje Zelenka (2015, s. 94) jako „souhrn *veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu, podnikajícího v cestovním ruchu nebo cestovním ruchu koordinujícího.“* Dále tento termín dle jeho slov představuje soubor jednotlivých služeb, pro který se častěji používá termín „package“, neboli balík služeb. Termín package vysvětluje Fišerová (2008, s. 25) jako *„kombinaci služeb od dodavatelů, dopravců a jejich zprostředkovatelů, sestavenou do komplexní nabídky za jednotnou cenu.“*

Podle Oriešky (2010, s. 8) lze produkt cestovního ruchu definovat jako souhrn volných statků, služeb, zboží a veřejných statků. Dále uvádí, že vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a co má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků, je produktem cestovního ruchu. Služby, které produkuje a zároveň i nabízí cílové místo či podniky cestovního ruchu, tvoří rozhodující součást produktu. Produktem tedy může být: výrobek, značka, osoba, služba, myšlenka, organizace, místo (stát, kontinent, město, kraj, obec) nebo kulturní výtvor.

Produkt destinace cestovního ruchu se podle Jakubíkové (2012, s. 192-193) skládá z primární nabídky (příroda) a ze sekundární nabídky (infrastruktura). Pro

zákazníka musí představovat hodnotu, neboť zákazník nakupuje relaxaci, zážitky, pohodu a příjemné naplnění volného času.

Produkt se vyznačuje mnohými specifiky jako je podle autorů Horner a Swarbrooke (2003, s. 154 155) osobní poskytování služby, omezená životnost a nemožnost skladování. Jako další typický rys produktu uvádí nemožnost pro zákazníka si danou službu prohlédnout či zkontrolovat, a to ještě před jejím nákupem. Jediné, co zákazníkovi po její spotřebě zůstane, je pocit. Další pravidlo týkající se poskytnuté služby dle autorů je, že opakovaně poskytnutá služba už nikdy nebude stejná. Jako příklad uvádějí zážitky hosta v téže restauraci, které mohou být při různých příležitostech rozdílné.

Beránek a kol. (2013, s. 50) uvádí, že při samotné tvorbě produktu cestovního ruchu je nezbytné vycházet z hodnoty únosné kapacity daného území, na kterém bude daný produkt realizován. Autoři Horner a Swarbrooke (2003, s. 158) dodávají, že pro tvorbu kvalitního produktu je důležité pochopit, co od něho zákazník očekává. Vzhledem k faktu, že tytéž produkty nakupují různé skupiny zákazníků, kteří mohou hledat různý užitek, je tento úkol velmi složitý. Úspěch tedy závisí na míře schopnosti přizpůsobit produkt hodnotám, které zákazníci vyhledávají. Dále říkají, podobně i jako Zelenka (2015, s. 94), že pro návštěvníka představuje produkt cestovního ruchu kompletní zážitek, a to od chvíle, kdy opustil svůj domov, až do doby jeho návratu.

4.12.2 Životní cyklus produktu

Životní cyklus produktu je mezinárodně znám pod zkratkou PLC, kterou tvoří počáteční písmena anglického termínu product life cycle. Vaculík (2004, s. 165) uvádí, že každý produkt během svého životního cyklu prochází čtyřmi etapami vývoje. Tyto vývojové fáze jsou nazývány jako fáze zavádění, růstu, zralosti a poklesu. Odlišuje je od sebe objem prodeje, tempo růstu prodeje a zisk, který daný produkt přináší.

Jak uvádí Horner a Swarbrooke (2003, s. 166) každá fáze životního cyklu má své typické znaky. Charakteristickým rysem pro fázi zavádění uvádí autoři malý růst prodeje a žádný nebo jen velmi nízký zisk z důvodu značných nákladů, které organizace při jeho zavedení na trh musela vynaložit. Fázi růstu charakterizují rychlým zvýšením tržeb a vylepšením zisku. Následně se produkt dostává do další fáze, kdy vrcholí růst tržeb a zisky se stabilizují. V poslední fázi nastává úpadek, kdy prodej výrazně klesá

a zisk mizí. Kritický bod dle autorů Čertík a kol. (2000, s 73) nastává ve fázi nasycenosti, která je pro organizaci zcela klíčová a vyžaduje využití spousty nástrojů, které prodlouží životnost produktu na trhu a co nejvíce oddálí fázi poklesu.

Klasická křivka životního cyklu produktu má esovitý tvar. Autor Urbánek (2010, s. 59) říká, že zdaleka ne každý produkt má během svého životního cyklu klasickou křivku životnosti. V praxi se lze setkat hned s několika případy extrémních tvarů této křivky. Jako příklad autor uvádí módní oblast, ve které se jedná o krátkou životnost produktu, což znamená, že křivka prudce roste a poté klesá. Jako opak tohoto extrému uvádí dlouhou životnost produktu, kdy je křivka naopak plochá a vykazuje pouze mírné vychýlení a v delším časovém rozpětí je vodorovná. V tomto případě se může jednat například o pečivo.

5 Praktická část

5.1 Cíle výzkumu

Cílem výzkumu bylo zjistit spokojenost, preference a postoje k programové náplni festivalu Jičín – město pohádky na základě dotazníkového šetření. Převážná část průzkumu byla zaměřena na dětské dílničky. Do šetření byli zařazeni místní obyvatelé Jičína (tedy rezidenti) a blízkého okolí. Dotazník se skládal ze tří částí. V první části se otázky týkaly samotného festivalu, jako celku. Předmětem bylo zjistit, zda se návštěvníkům festival líbí, co je motivuje k jeho návštěvě a s kým festival navštěvují. V další části se otázky zabývaly spokojeností s celkovým programem festivalu. Poslední část otázek byla zaměřena na dětské dílny, které tvoří jednu z hlavních částí programu festivalu. Otázky se soustředily na celkovou spokojenost s dílnami. Jaké jsou jejich silné stránky a slabé stránky. Záměrem bylo také zjistit preference dotazovaných. Závěr dotazníku tvořily otázky ohledně pohlaví, věku a místa bydliště respondentů. Na základě výsledků z dotazníkového šetření byly provedeny návrhy a doporučení (viz kapitola 7), které vedou ke zlepšení budoucích ročníků festivalu a jejich cílem je odstranit zjištěné nedostatky.

Polořízené rozhovory byly vedeny s řediteli škol, které na festivalu působí jako účastníci. Hlavním cílem zjištění se staly jejich záměry účasti, zkušenosti s festivalem a s jakými animacemi přijeli. Dále byla pozornost věnována spokojenosti s festivalem. Co se jim zde líbí a co naopak ne. V neposlední řadě bylo také zjišťováno, zda se jim díky účasti na festivalu zvyšuje počet uchazečů o zde prezentované studijní obory.

5.2 Shromáždění podkladů a průběh šetření

Předmětem výzkumu této práce se stal kulturní festival Jičín – město pohádky, kde jsou animace pro děti široce zastoupeny (viz kapitola 4.6.1). Hodnocen byl z pohledu návštěvníků i účastníků festivalu. Před realizací výzkumu bylo nutné získat o této kulturní akci dostatečné množství informací. Ty byly získávány prostřednictvím rozhovorů s předsedou správní rady Dominikem Malým, webových stránek www.pohadka.cz a zapůjčených příslušných publikací či brožur.

K výzkumu, který zkoumal a zjišťoval spokojenost návštěvníků s festivalem i jeho programovou skladbou byla využita kvantitativní výzkumná metoda ve formě dotazníkového šetření. To představovalo hlavní část výzkumu, který probíhal od března

do června 2016. Dotazník byl vytvořen ve dvou podobách, a to v elektronické verzi a tištěné verzi. Zprvu byl dotazník k dispozici v elektronické podobě na stránkách Survio.com. Respondenti odpovídající na elektronický dotazník byli zcela náhodní. Po získání nedostatečného počtu respondentů bylo nutné výzkumný vzorek rozšířit. Z velké části byli osloveni respondenti mající alespoň jedno dítě, neboť hlavním předmětem zkoumání byla spokojenost a hodnocení dílen pro děti. Z tohoto důvodu byla doprovodná část dotazníků rozdána v základních školách a mateřských školkách v Jičíně a okolí. Celý výzkum byl proveden na reprezentativním vzorku celkového počtu jednoho sta a šestatřiceti anonymních respondentů. Ti se lišili věkem, pohlavím, místem bydliště i četností návštěvy vybrané kulturní akce. Osloveni tak byli návštěvníci, kteří se festivalu zúčastnili poprvé, návštěvníci, kteří zde byli již po několikáté a také ti, kteří se festivalu účastní pravidelně. Převážnou část oslovených respondentů tvořili rezidenti neboli místní obyvatelé města Jičína (viz graf č. 28). Vzor dotazníku lze nalézt v příloze č. 1.

Kvantitativní výzkum byl doplněn o výzkum kvalitativní v podobě pořízených rozhovorů s účinkujícími školami jak z pořadatelského města Jičína, tak i z jiných krajů České republiky. Rozhovory proběhly v časovém rozmezí červen–červenec 2016 a byly realizovány pomocí online dotazníku, který byl umístěn na webové stránce www.surivo.com. Dotazník s výzkumnými otázkami byl respondentům po vzájemné domluvě zaslán na jejich emailové adresy. Pro výzkum byly vybrány takové školy, které se alespoň jednou se svým programem festivalu zúčastnily. Celkem se rozhovorů zúčastnilo 6 ředitelů z celkem 13 oslovených škol. Respondenti, kteří se rozhovoru zúčastnili, jsou uvedeny níže (viz tabulka č. 7). Seznam otázek z rozhovorů je k nahlédnutí v příloze č. 2. Výpovědi jednotlivých respondentů viz příloha č. 11-16.

Doplňkovou součástí výzkumu byly neformální rozhovory s návštěvníky festivalu, kteří byli oslovováni v průběhu 26. ročníku festivalu. Předmětem zájmu bylo zjistit názory ohledně zpoplatnění dílen. Rozhovory se uskutečnily s přibližně 30 náhodně vybranými návštěvníky z řad rodin s dětmi, maminek s dětmi, seniorů s vnoučaty a učitelek základních a mateřských škol.

Podrobnější zpracování cíle a metodiky práce viz kapitola 2.

5.3 Představení pořadatelského města – Jičín

Město Jičín se nachází v severovýchodních Čechách a dle webu Můj Jičín (2013) je bývalým okresním městem v Královéhradeckém kraji. Leží v Jičínské pahorkatině na řece Cidlině a jeho okolí lemuje hned několik kopců (Tábor, Bradlec, Kumburk, Veliš, vrcholky Prachovských skal a hořický Chlum). Přímo ve městě se nachází kopec Zebín s barokní kaplí sv. Maří Magdaleny na jeho samotném vrcholku. Odhadovaný počet obyvatel je dle Regionálního informačního servisu (2016) téměř 16 400. Dále web Můj Jičín (2013) uvádí, že město má svůj název po královně Jitce (Jitčino město – Jičín), které patřil. Samotné založení města se datuje do rozmezí let 1297–1304. Za symbol a dominantu Jičína je považována Valdická brána (viz obrázek č. 1), jejíž výška činí 52 m. Brána nabízí výhled do širokého okolí např. na Krkonoše, Kozákov a Ještěd. Veřejnosti je přístupná za mírný poplatek a v době turistické sezony se zde konají výstavy, koncerty a vystoupení. Jak uvádí web dále, město se nazývá branou do Českého ráje, neboť leží na samotném kraji Chráněné krajinné oblasti Český ráj. Ta je považována za jednu z nejkrásnějších lokalit této země. Pro turisty je také výchozí branou do Prachovských skal. Město je nepochybně spjato s pohádkovou postavou loupežníka Rumcajse obývajícího les Řáholec, s jehož jménem si město spojí především děti. Loupežník Rumcajs je nejznámější literární postavou spisovatele Václava Čtvrtka, který žil za 1. světové války v Jičíně a který svou tvorbu věnoval především dětem.

Nejvýznamnější osobností spjatou s Jičínem je vévoda frýdlantský Albrecht z Valdštejna (viz obrázek č. 2), za jehož vlády zažilo město největší rozmach, neboť z něj učinil centrum svého panství. Podle webu se díky dochovaným památkám může město dodnes pyšnit objekty vévodových italských architektů či barokní krajinnou kompozicí. Historické jádro města bylo pro své dochované památky, které mají vysokou historickou a uměleckou hodnotu, vyhlášeno městskou památkovou rezervací. Turisté a návštěvníci města tak mohou obdivovat podloubí, historické domy, barokní zámek, kostel sv. Jakuba Většího, kostel sv. Ignáce, jezuitské koleje, letohrádek Valdštejnská lodžie s parkem Libosadem, jež je s centrem spojena 2 km dlouhou čtyřřadou lipovou alejí (viz obrázek č. 3).

Obrázek č. 1 Valdická brána

Zdroj: foto Jaroslav Kocourek (2016)

Obrázek č. 2 Albrecht z Valdštejna

Zdroj: Albrecht z Valdštejna (2011)

Obrázek č. 3 Lipová alej

Zdroj: foto Prokeš Pravoslav (2016)

5.4 Kulturní festival Jičín – město pohádky

Pohádkový festival Jičín – město pohádky patří k jedné z nejznámějších tradic na Jičínsku. Díky němu je město Jičín proslaveno a známo široko daleko. Každý rok přitahuje nejen místní obyvatelé (neboli rezidenty), ale také návštěvníky z okolí (viz kapitola 4.11.2.2). Tento kulturní festival slouží především k oprášení příběhů dětských pohádek, k seznámení se s tradičními zvyky a tradicemi, k ukázce tradičních řemesel, poznání umění a rozvoji kreativity u dětí (viz kapitola 4.11.2 a 4.1.2.1). Koná se každoročně, a to v druhém týdnu měsíce září a trvá pět dní. V minulosti inspirovala malebnost města Jičína řadu umělců k pohádkové tvorbě. Z těchto umělců je nejznámější spisovatel Václav Čtvrtek, který je autorem oblíbeného večerníčku o loupežníkovi Rumcajsovi, jeho ženě Mance a jejich synkovi Cipískovi. Akademický malíř Radek Pilař tyto postavičky ztvárnil a město Jičín se tak stalo známé téměř v celé Evropě. Proto je festival zaměřený především na děti, pro které je připraven bohatý animační program (viz kapitola 4.7.2) plný kulturních akcí a výtvarných dílen. Festival má plnit především funkci zábavy, čehož dosahuje pomocí nejrůznějších animací (viz kapitola 4.2). Festival tak nabízí spoustu animačních činností (viz kapitola 4.8), které obohacují pobyt na akci a přispívají k oživení, povzbuzení a dobré náladě. Atmosféra je pohádková a pohodová. Hlavní myšlenkou festivalu je vytvořit činnosti pro děti, které v nich vzbudí zvědavost, tvořivost a kde se naučí něčemu novému (viz kapitola 4.8.3). Tyto aspekty jsou na festivalu zastoupeny hlavně činnostmi tvořivými, kde má každý

příležitost ukázat, co umí (viz kapitola 4.8.2). Díky výtvarným dílnám se u dětí rozvíjí jejich fantazie, motorika, estetické cítění a nadšení pro výtvarnou činnost, a navíc vedou k získání nových podnětů. Téma festivalu, které je vždy inspirováno pohádkami, se pro každý rok mění (viz příloha č. 4). V tématu festivalu se pak nese celý jeho program včetně tvořivých dílen, které tak získají lákavé názvy, jako například Pohádkový mlýn, Dílna dešťových holí, Čertův mlýnek apod. Hlavní dění festivalu je vždy v historickém centru města, ale odehrává se i na nádvoří jičínského zámku, v zámeckém parku, na Valdštejnově a Žižkově náměstí, na Husově ulici a na Rynečku (náměstí Svobody).

Festival je vždy zahájen průvodem v 16 hodin, v jehož čele jde patron pohádkového města Jiří Lábus. Účastní se ho nejen děti a školy, ale také dospělí v nejrůznějších pohádkových maskách za doprovodu živé hudby. Trasa průvodu vede z Husovy ulice na Valdštejnovo náměstí. Na tomto náměstí následuje na hlavním pódiu soutěž o nejhezčí masku. Probíhá zde také předávání klíče od starosty do rukou dětí, které tímto symbolicky přebírají vládu nad městem. Během tohoto týdne ožívají veškeré pohádkové bytosti. Po městě se tak procházejí dámy v dobových kostýmech (viz obrázek č. 4), maxipes Fík, Křemílek a Vochomůrka, víla Amálka a mnoho dalších. Hlavními postavami jsou Rumcajs s Mankou (viz obrázek č. 5), které mají návštěvníci možnost potkat po celý týden dění. Otevírá se pohádková pošta, vycházejí pohádkové noviny, děti se mohou svést pohádkovým vláčkem, setkat se zvířaty, konají se hry a sportovní, umělecké, vědomostní a jiné soutěže (viz kapitola 4.7.2). Na festivalu je široce zastoupen folklor (viz kapitola 4.11.3.1), který se zde odehrává na hlavním podiu v podobě tanečních a pěveckých vystoupení, předčítání či vyprávění pohádek, pověstí a legend a zpívání lidových písniček. Zastoupen je také v řemeslných dílnách, jejichž součástí jsou tvůrčí dílny pro děti. V těch si děti mohou něco vyrobit, zabavit se, poučit se a rozvíjet svou zručnost, talent a tvořivost (viz kapitola 4.8.2). K dispozici mají nejrůznější materiály a techniky. Vyzkoušet si tak mohou výrobu magnetek, triček s potisky, práci s korálky, dřevem, papírem, voskem atd. Během týdne se také koná tradiční průvod s lampiony, který se pořádá večer a trasa vede lipovou alejí až do Lodžie.

Obrázek č. 4 Dobové kostýmy

Zdroj: Kudy z nudy (2014)

Obrázek č. 5 Rumcajs a Manka

Zdroj: Facebook (2014)

V pohádkovém týdnu je připravena zábava i pro dospělé návštěvníky. Svým příznivcům každý rok nabízí různá koncertní a hudební vystoupení různorodých skupin i žánrů, divadelní a filmová představení, výstavy, širokou škálu gurmánských specialit, kde převažují tradiční pochoutky, jako jsou trdelníky, sladké oplatky, vafle, perníková

srdce, cukrová vata a jiné cukrářské výrobky. Pokrmy se podávají po celou dobu konání festivalu a pro náročnější klientelu je zde k dispozici i pečená jehněčí kýta.

Předposlední den festivalu je vždy zpoplatněn a vstup na náměstí je již od 7:00 do 21:00 uzavřen. Vstupné se pohybuje v rozmezí 30–170 Kč. Výše vstupného pro jednotlivé poplatníky za rok 2015 nabízí tabulka č. 4 (viz kapitola 5.5.1). Spokojenost s výší vstupného na sobotní program byla zjišťována pomocí dotazníkového šetření (viz graf č. 15). Tento den je zakončen koncertním vystoupením hlavního hosta festivalu a hned poté slavnostním ohňostrojem. Zbytek noci je nesen v duchu koncertního večera.

Posledním dnem festivalu je vždy neděle, která celý pohádkový týden uzavírá. Na hlavním podiu vždy v odpoledních hodinách probíhá slavnostní předávání klíče z rukou dětí zpět starostovi města a tím končí vláda dětí nad městem. Program tento den končí dříve než v dnech předcházejících a to v 15:30 hodin.

5.4.1 Historie festivalu

Na základě publikace Jičín – město pohádky: 10 let (2002, s. 7-9) stáli za zrodem festivalu JUDr. Jaroslav Veselý, jenž přišel s myšlenkou pořádat v Jičíně slavnosti humoru J. Š. Kubína, který je s Jičínem neodmyslitelně spjat, neboť se zde narodil a studoval. Byl to spisovatel, který se věnoval lidové slovesnosti (vyprávění a pohádkám) a který rád vyprávěl své příběhy. Druhou důležitou osobou při zrodu festivalu je dále uveden Jaromír Gottlieb, který přispíval svou fantazií a nespočtem nápadů. Během hodnotící schůzce tehdy jen víkendové akce, zvané Kubínův Jičín (na počest jičínského rodáka a spisovatele J. Š. Kubína, který zemřel v úctyhodných 101 letech), dne 6. listopadu 1990 bylo rozhodnuto o tom, dát se namísto Kubínových humoresek cestou Kubínových pohádek pro děti. Tak se zrodil kulturní festival s názvem Jičín – město pohádky, jehož první ročník se konal 30. 9. 1991 a jehož velkou oporou byly především lidé z řad pedagogů. Festival byl zahájen v 16 hodin, dnes již tradičním průvodem (viz kapitola 5.4). Snahou dle publikace bylo, přiblížit se formou zábavy co nejvíce dětem a vytvořit pro ně bohatý program, který jim umožní užívat si toto bezstarostné období plné her a pohádek (viz kapitola 4.1.2.2). Hlavní myšlenkou festivalu bylo rozvíjet a napomáhat k růstu tvořivé síly dětí. Také zde mohly komunikovat se svými vrstevníky, vzdělávat se v oblasti kultury a umění (viz kapitola 4.8.3). Festival, na který se sjížděli i děti z okolí se díky pestrému programu s animačními službami (viz kapitola 4.10.2.2) stal populární a každý rok se návštěvníci

rádi na tento festival opět vraceli. Následovaly tak další ročníky s nejrůznějšími podtituly (viz příloha č. 4), díky kterým každý nový rok festivalu získával na originalitě. Letošním tématem byl Cirk a díky jeho dlouhé tradici se jednalo již o 26. ročník tohoto festivalu, který proběhl ve dnech 7. – 11. září 2016. Plakát pro tento ročník viz příloha č. 6.

Jak uvádí publikace dále, dne 29. 7. 1991 byla založena Nadace celookresního kulturního festivalu Jičín – město pohádky. Mezi hlavní cíle nadace patří probuzení a oživení duchovních hodnot, humanitních cílů se zaměřením na rozvoj osobnosti dětí a mládeže včetně dětí tělesně postižených.

Dle webu Pohádka (2016a) měly významnou úlohu pro popularizaci festivalu tiskovky. Ty byly díky dobré spolupráci pořádány v hlavním městě a dále také v Hradci Králové. Dále je zde uvedeno, že důležitý byl také sloupek uveřejněný v Lidových novinách, který napsal spisovatel Vladimír Škutina. Poukázal na to, že v zájmu pořadatelů festivalu není se opírat pouze o popularitu Rumcajse, ale také o regionální pohádkové osobnosti (J. Š. Kubín, L. Mašínová, K. J. Erben aj.).

5.4.2 Symboly festivalu

Tento kulturní festival se vyznačuje celkem šesti symboly, mezi které dle webu Pohádka (2016c) patří:

- Pohádkové zákony (viz příloha č. 5), které byly vytvořeny dětmi na dětském pohádkovém parlamentu již v roce 1992. Zpřístupněny jsou každému, neboť jsou v době festivalu vyvěšeny na Valdické bráně při vstupu do města.
- Drak, jako symbol mnoha pohádek, kterého Honza vždy přemůže a vysvobodí tak zajatou princeznu. Tento symbol je umístěn nastálo na Žižkové náměstí v podobě dva metry vysokého kovového draka (viz obrázek č. 6)

Obrázek č. 6 Kovový drak

Zdroj: foto Jana Strouhalová (2013)

- Oříšek, v jehož jádru je vždy ukryto něco důležitého. Ať už jsou to krásné šaty nebo tajemství, které je chráněno skořápkou. Vždy se však musí najít ten správný způsob, jak takový oříšek dobře rozlousknout. Oříšek je hlavním symbolem festivalu a užívá se také jako jeho logo (viz obrázek č. 7). To se objevuje na všech plakátech i programových materiálech. Oříšek symbolizuje půlka skořápky vlašského oříšku, uvnitř kterého je umístěno město Jičín.

Obrázek č. 7 Logo festivalu Jičín-město pohádky

Zdroj: Jičín – turistický portál (2010)

- Zvonec symbolizuje začátek. Když přicházíme, něco začíná (např. přestavení) nebo se něco ohlašuje.
- Rohožka je symbolem proměny. Každý si před vstupem do města musí očistit boty o rohožku a vstoupit tak do pohádkově proměněného města. Návštěvník by tak měl proměnit svou náladu na veselou, zvídavou a nechat se unést pohádkovou atmosférou a den si opravdu užít. Rohožka je vždy umístěna v průchodu Valdické brány.
- Klíč znázorňuje otevírání čehokoli. Dveří, bran, zámků, srdcí, cesty k někomu aj. Může to být něco, co je uzavřeno a co chceme chránit, protože je to cenné a má to hodnotu. Naopak, když se něco otevře, něco zajímavého, doprovází to vždy pocity velkého nadšení. Na začátku festivalu je starostou pohádkový klíč od města předán dětem, které jej na konci festivalu vrací. Symbolem je dění festivalu v rukou dětí.

5.4.3 Organizace festivalu

Příprava takovéto akce s tak bohatým animačním programem stojí mnoho sil a námahy. Průběh přípravy animačního programu popisuje velmi detailně autorka Fišerová (2008), viz kapitola 4.7. Plány a přípravy na další ročník festivalu začínají vždy hned poté, co jeden ročník skončí. Veškeré přípravy mají svůj řád a je nutno se řídit určitým scénářem s časovým harmonogramem. Nejstěžejnější částí, bez které by další ročník nemohl být připraven, je zajištění a spolupráce všech lidí, kteří se na organizaci a chodu festivalu jakkoli angažují (viz kapitola 4.11.2.3). Veškerá práce okolo festivalu nekončí ani během jeho průběhu. Spousta práce, úsilí, úkolů, zařizování a organizování proto, aby vše proběhlo tak jak má, je zapotřebí i během konání festivalu. Na přípravu jsou nejnáročnější tvůrčí dílny pro děti, kde je hlavní prioritou zajistit dostatek potřebných pomůcek a materiálu (viz kapitola 4.5.3). Jak říká předseda správní rady Dominik Malý (rozhovor 2016): *„Stav materiálu v jednotlivých dílnách pečlivě sledujeme. Vždy když v nějaké dílně materiál dochází, okamžitě jej zajistíme, aby byl na další den opět dostačující.“*

Hlavním pořadatelem festivalu je Nadační fond Jičín – město pohádky a spolupořadatelem je město Jičín. Koná se pod záštitou České komise pro UNESCO a Rady Královéhradeckého kraje. Na základě programové brožury (2015, s. 62) je hlavním mediálním partnerem festivalu Česká televize. Jako další mediální partneři jsou

zde uvedeny: deník Právo, Český rozhlas, Jičínský deník, Nové noviny, webové stránky mojejicinsko.cz, rádio Černá Hora, video produkce Videostudio PP, Jičín a vydavatelství Mladé Fronty – časopisy Mateřídouška, Sluníčko a Maminka. Generálním partnerem festivalu je společnost Seco GROUP a.s., Jičín.

Dle dokumentu Statut Nadačního fondu JMP (2013), je nejvyšším orgánem nadačního fondu správní rada, která má 6 členů. Předsedou správní rady je Dominik Malý. Výkonnou funkcí správní rady je vydávat statut, schvalovat rozpočet, účetní závěrku a výroční zprávu a další., volit nové členy, rozhodovat o jejich odvolání a stanovit výši odměn za výkon funkce člena správní i dozorčí rady. Realizační funkcí rady je spravovat majetek, řídit činnost, rozhodovat o veškerých záležitostech nadačního fondu a vykonávat funkci statutárního orgánu.

Druhým orgánem je dozorčí rada, která má rovněž 6 členů. Jejím nejvyšším členem je předseda dozorčí rady pan Ing. Michal Mládek. Dozorčí rada zastává v nadačním fondu funkci kontrolního orgánu. (Tamtéž)

Důležitou roli hraje také realizační tým festivalu, který se, jak uvádí programová brožura (2015, s. 60), skládá z následujících členů: dramaturg (V. Rychterová, E. Špirochová, R. Sál), dramaturgická rada, pohádkový výbor, produkce, ekonom, wemaster, technické zázemí (Technické služby, Jičín). Na přípravách tvůrčích dílen se spolupodílejí Eva Špirochová, Ilona Hylmarová, Petita Kůsová a Blažena Bohuňovská. Veškerou komunikaci s veřejností a médii má na starosti Věra Rychterová.

Během festivalu asistuje také městská policie, Technické služby Jičín a zejména při sobotním večerním programu také Zdravotnická záchranná služba Jičín. Dále se na organizaci festivalu podílí na 200 dobrovolníků, kteří zde asistují a vypomáhají. Ti mimo jiné prodávají lístky na sobotní placený program a hlídají, aby se nikdo bez lístku na hlavní náměstí nedostal.

5.4.4 Účastníci festivalu

Účastníci festivalu jsou veškeré umělecké soubory, které dotváří programovou skladbu festivalu a dodávají mu tak pestrost (viz kapitola 4.11.2.4). Účastníci jsou na festivalu zastoupeni vždy ve velkém počtu (například na jubilejní 25. ročník, který se konal v roce 2015, přijelo téměř sto účastníků). Jedná se o nejrůznější tanečníky, umělce i hudebníky, kteří jsou různých věkových skupin. Účastnící se soubory se vždy postarají

o zábavu a vystoupení na pódiích a trhovci přijíždějí ukázat své výrobky, um a nejrůznější řemesla. Nejdůležitější složku programu tvoří účastnící se školy, lidé z Nadačního fondu JMP a dobrovolníci, kteří zajišťují tvořivé dílny pro děti. Festivalu se zúčastňují nejen soubory z pořadatelského Jičína a blízkých míst, ale také několik málo souborů ze zahraničí.

5.4.4.1 Zahraniční soubory

Zahraniční soubory na pohádkovém festivalu nemají velké zastoupení, protože je festival dle slov předsedy správní rady Dominika Malého (rozhovor 2016) již od samého začátku zaměřen na domácí soubory a ukázku místních národních tradic a řemesel (viz kapitola 5.4.1 a 4.11.3). Například na jubilejním 25. ročníku bylo zastoupeno jen Slovensko a Polsko. Ze Slovenska přijel písničkář Jano Svetlan Majerčík a Polsko reprezentoval folklorní soubor z Malé Swidnice. Soubory ze zahraničí zde byly více zastoupeny v minulých ročnících. Jak uvádí web Pohádka (2016a) na druhém ročníku festivalu v roce 1992 v Jičíně vystoupily hudební soubory SUSA z Itálie a Musikverein z Frankfurtu. Dále také divadelní soubory Mechls Jeugt Teater z Belgie. Zda mají návštěvníci zájem o zahraniční soubory na festivalu, bylo zjišťováno pomocí dotazníkového šetření (viz graf č. 13).

5.4.4.2 Domácí soubory

Domácí soubory mají v programu festivalu převládající zastoupení. Každý rok se zde představuje několik desítek souborů z různých koutů České republiky. Jak uvádí programová brožura (2015, s. 9-42) na jubilejní ročník se do Jičína sjeli účastnické soubory např. z Mladé Boleslavi, Hradce Králové, Prahy, Jaroměře, Miletína, Dýšiny, Libáně, Hluboké nad Vltavou, Milovic, Proseče a jiných. V programu má také své zastoupení lidová kultura (viz kapitola 4.11.3) v podobě folklorních, cimbálových a country souborů, které všem připomínají, že lidová hudba spolu s tancem a zpěvem má stále svou tradici a je stále živá. Na festivalu žádný rok nechybí ani soubory a účinkující z pořadatelského města. Těmi jsou mladí umělci z místní ZUŠ J. B. Foerstera, taneční soubor Destiny, hudební skupiny Jičínští Kanci, Smradlavý hračky, divadelní soubory K-klub, Srdíčko a mnoho dalších, kteří se nenechají zahanbit a hrdě vystupují před diváky. Velké zastoupení mají v programu festivalu také dětské soubory, které potvrzují, že festival je určen pro děti. Ty se ho tak účastní nejen jako

návštěvníci, ale také i jako účastníci. Představení dětí je mezi diváky těmi nejoblíbenějšími a vždy se dočká velkého potlesku.

Předseda správní rady Dominik Malý v rámci rozhovoru (rozhovor 2016) uvedl: *„Vůbec nejstarším účastníkem festivalu je hudební skupina s latinským názvem GUTTA z Plzně. Na pohádkovém festivalu účinkují již od jeho samotného začátku, tedy již od roku 1991. Jejich vystoupení je zaměřeno na středověkou hudbu a vždy účinkují v historických kostýmech, což velmi působivě navozuje historickou atmosféru.“* Střídání doprovodných nástrojů a zpěvu činí vystoupení velmi pestré. Repertoár souboru tvoří písně např. z období gotiky a renesance, ale výjimkou nejsou ani písně současných autorů.

5.4.5 Návštěvníci festivalu

V průběhu festivalu jsou návštěvníci rozptýleni po celém Jičíně. Nejvíce návštěvníků je vždy na Valdštejnově náměstí, neboť je zde hlavní podium a odehrává se tu hlavní program. Další program je rozdělen mezi kulturní a jiná zařízení a také na veřejná prostranství ve městě. Program také zasahuje mimo město, například výlet parním vlakem do Českého ráje. Výlet je laděn do přírody a často je spojen s poučnou exkurzí a bohatým programem. Díky festivalu se zvyšuje návštěvnost celého Českého ráje. Mnoho návštěvníků využívá této příležitosti a navštěvuje i okolní turistické atraktivity.

Dle slov předsedy správní rady Dominika Malého (rozhovor 2016) jsou na festivalu výrazné dvě cílové skupiny, jimž je festival určen. Tyto skupiny se od sebe odlišují dobou, ve které festival navštěvují. První skupinou jsou dle předsedy návštěvníci, kteří festival a jeho pořady navštěvují v dopoledním čase během vyučovacích dnů. Jedná se o místní občany a jičínskou školní mládež. Druhou cílovou skupinu tvoří rodiny s dětmi, a to jak z pořadatelského Jičína, tak i vzdálenějšího okolí. Ti se zajímají hlavně o večerní programy a sobotní celodenní program.

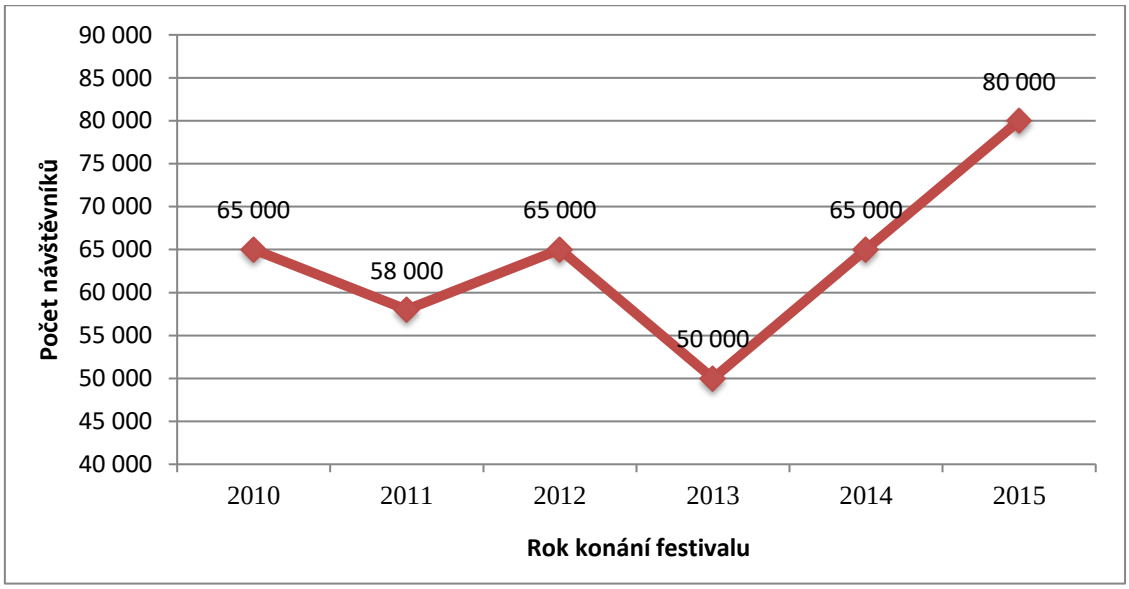
Dále konstatuje, že největší počet návštěvníků festivalu tvoří převážně místní lidé z Jičína a blízkého okolí. To také potvrdily výsledky dotazníkového šetření (viz graf č. 28). Setkávají se zde návštěvníci různých věkových, názorových i jiných skupin. Ti nejmenší, mladí, dospělí i senioři, rezidenti i návštěvníci z okolí, zdraví i handicapovaní. Tím, že se festival koná vždy v druhém týdnu v září, je pro

návštěvníky ze vzdálenějšího okolí příjezd na festival značně omezen. Vysvětluje to tím, že rodiče jsou celý den v práci a děti ve školách, a proto pro ně celodenní výlet v týdnu pohádkového dění nepřipadá v úvahu. Tito návštěvníci využívají především víkendový program. Největší návštěvnost ze všech pěti dní, kdy se festival pořádá, je vždy v sobotu. Připraven je dopolední i odpolední program, který je velmi nabitý a pestrý. Největší atrakcí a důvodem návštěvy festivalu právě v tento den je dle předsedy velkolepý ohňostroj, který je vyvrcholením celého festivalu.

Přesný počet návštěvníků tohoto festivalu je velmi obtížné zjistit. Příčinou je, že jen část festivalových programů je placených a zbylá část je přístupná zcela zdarma. Žádné statistiky návštěvnosti proto nejsou vedeny a počet návštěvníků se tak musí jen odhadovat. Dle informací poskytnutých od předsedy správní rady Dominika Malého (rozhovor 2016) lámal v počtu návštěvníků rekordy jubilejní 25. ročník festivalu, který se konal v roce 2015. Ten si nenechalo ujít více jak 80 000 návštěvníků.

Následující graf ukazuje vývoj počtu návštěvníků festivalu v rozmezí od roku 2010 do roku 2015. Jak již bylo zmíněno výše, jedná se pouze o odhady.

Graf č. 1 Počet návštěvníků za celých pět dní konání festivalu



Zdroj: Zpracováno na základě dat od Nadačního fondu Jičín – město pohádky

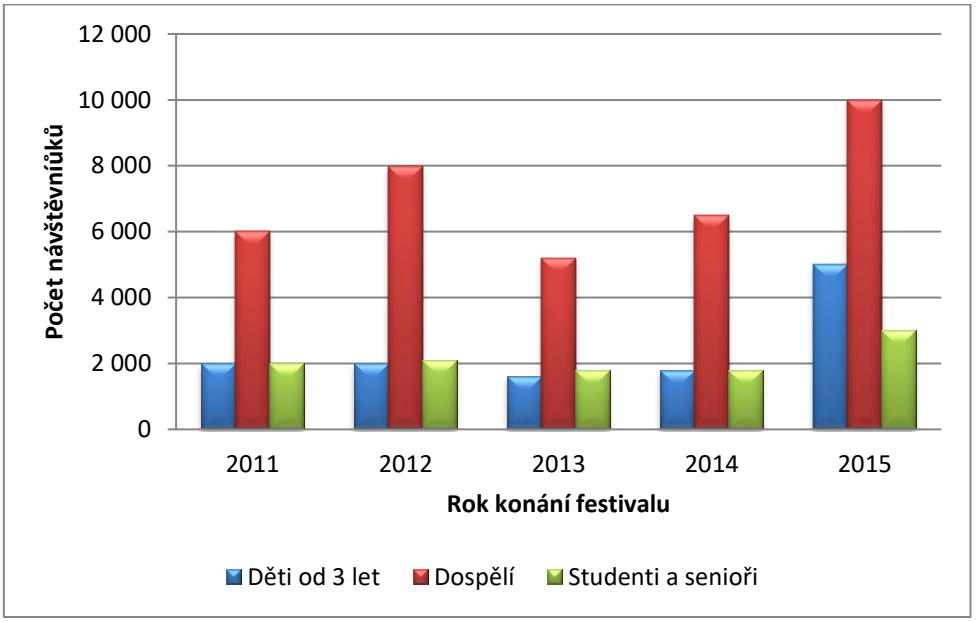
Počty návštěvníků byly podle grafu č. 1 velmi kolísavé. Podle Malého (rozhovor 2016) neovlivní počet návštěvníků ani tak zajímavý program nebo vystoupení oblíbené kapely, jako počasí. Dle jeho slov lze tedy předpokládat, že se v roce 2011 a 2013 počasí příliš nevyvedlo. Největší pokles v počtu návštěvníků zaznamenal rok 2013.

U následujících ročníků je možno vidět opět rostoucí charakter. Rok 2015, jak již bylo zmíněno výše, zaznamenal rekordní počet návštěvníků festivalu. Malý (rozhovor 2016) dodává: „*Loňský ročník festivalu byl opravdu vydařený a obzvláště rád jsem za počasí, které se nám pro tento ročník opravdu vyvedlo*“.

Přesný počet návštěvníků pohádkového festivalu lze zjistit pouze ze sobotní účasti, neboť je náměstí Svobody a náměstí Valdštejnovo uzavřeno a je vybíráno vstupné.

Následující graf znázorňuje vývoj počtu návštěvníků sobotního programu v rozmezí roku 2011 a 2015. Návštěvníci jsou zde rozděleni dle věkových skupin. Na základě toho, že se pro každou skupinu platí rozdílné vstupné, lze stanovit přesný počet zástupců jednotlivých skupin návštěvníků.

Graf č. 2 Vývoj sobotní návštěvnosti v letech 2011-2015



Zdroj: Zpracováno na základě dat od Nadačního fondu Jičín – město pohádky

Graf č. 2 jasně znázorňuje, že jubilejní ročník, který se konal v roce 2015, měl nejvyšší návštěvnost ze všech zkoumaných let. Největší zlom nastal v roce 2013, kdy počet návštěvníků rapidně klesl. Následující roky se návštěvnost opět zvyšovala. Na sobotním programu tvořili největší počet návštěvníků dospělí.

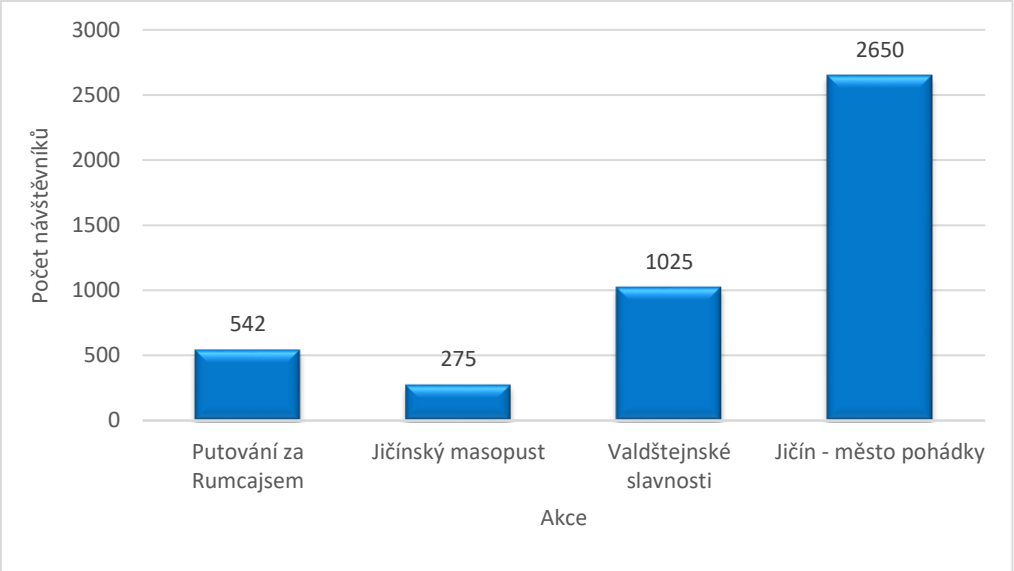
V Jičíně není žádná jiná událost, která by byla více navštěvovaná. Tuto skutečnost dokazuje graf níže (viz graf č. 3). Návštěvnost byla porovnávána vzhledem

k nejznámějším akcím, které se v Jičíně pořádají. K porovnání návštěvnosti byly vybrány tyto akce:

- Pochod Českým rájem – Putování za Rumcajsem, který se koná pravidelně každý rok vždy poslední březnovou sobotu. Tímto pochodem se zahajuje jarní turistická sezóna na Jičínsku. Pořadatelem je Klub českých turistů Jičín spolu s městem. Pochod má několik variací vytrvalostních tras, které zajišťují účast věkově i fyzicky rozdílným účastníkům (viz kapitola 4.8.5). Zahrnuje tak trasy pro děti, maminky s kočárky, dospělé i cyklisty. Na začátku pochodu se rozdávají startovní lístky (viz příloha č. 10), na které se na jednotlivých stanovištích s úkoly a různými pohybovými a sportovními aktivitami sbírají razítka. Na konci pochodu se ke znásobení radosti z dosaženého úspěchu rozdávají diplomy, které zdobí již od roku 1977 postavičky Rumcajse, Manky a Cipíska. Jubilejní 50. ročník pochodu se konal v sobotu 26. března 2016.
- Druhá kulturní událost nese název Valdštejnské slavnosti v Jičíně a připomíná historii Jičína, rod Valdštejnů, jejich historii a dobu. V Jičíně se konají vždy jen v sudém roce a v lichém roce se konají ve Frýdlantu. Oslavy trvají tři dny, a nejen město, ale také náměstí, park a Lodžie ožije historickými slavnostmi. Slavnosti se vyznačují bohatým programem, dobovými stánky, souboji mušketýrů, kostýmy a hudbou, ukázkou a nabídkou tradičních řemesel, trhy a samotnou přítomností vévody Albrechta z Valdštejna (viz kapitola 4.8.1). V roce 2016 proběhly slavnosti ve dnech 20. – 22. května.
- Třetí akcí je Jičínský masopust, který probíhá každoročně vždy ve vybraném víkendu. Jak uvádí web Turistika (2015) den před vypuknutím veselí je možnost si ve speciálně vytvořených dílnách vyrobit vlastní masku (viz kapitola 4.8.1). Většina slavnostních akcí probíhá na jičínském zámku. Program je zaměřen na divákovu fantazii a hravost a jeho součástí je hudba, zpěv, tanec, hry a zábavná i divadelní vystoupení. Hody jsou zde v podobě dobrého pití, sladkostí, pokrmů a specialit. V roce 2016 se masopust konal 13. a 15. února.

Některé z těchto akcí jsou pro návštěvníky zcela zdarma a neplatí se zde žádné vstupné. Z tohoto důvodu byla návštěvnost odhadnuta podle toho, do jaké míry se tato kulturní akce podílí na návštěvnosti městského informačního centra v Jičíně. Vzhledem k tomu, že se Valdštejnské slavnosti konají jen jednou za dva roky, a protože statistiky návštěvnosti festivalu Jičín – město pohádky pro rok 2016 nebyly získány, jsou porovnávána data ohledně návštěvnosti MIC z roku 2014.

Graf č. 3 Vyhodnocení nejnavštěvovanější akce dle statistik návštěvnosti MIC

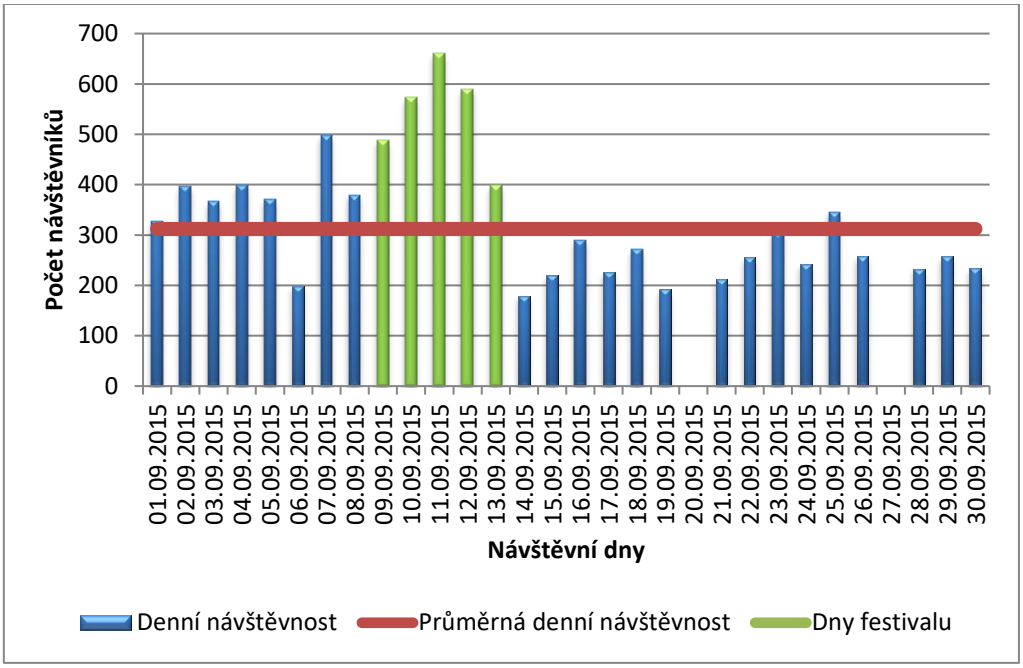


Zdroj: Zpracováno na základě dat poskytnutých MIC v Jičíně

Jak potvrzuje graf č. 3, festival Jičín – město pohádky je opravdu nejnavštěvovanější akcí, která se v Jičíně koná. Druhou nejnavštěvovanější akcí se staly Valdštejnské slavnosti. Třetí příčku obsadil tradiční březnový pochod Českým rájem, který nese název Putování za Rumcajsem a který zároveň otevírá turistickou sezónu. Na posledním, tedy čtvrtém místě z porovnávaných akcí skončil Jičínský masopust.

Na následujícím grafu č. 4 je znázorněn průběh návštěvnosti MIC v měsíci září za rok 2015. Měsíc je vyobrazen v jednotlivých dnech. Dny, které jsou označeny zelenou barvou, jsou dny konání pohádkového festivalu. Průměrnou denní návštěvnost MIC za měsíc září znázorňuje v grafu červená křivka.

Graf č. 4 Návštěvnost městského informačního centra v září roku 2015



Zdroj: Zpracována na základě dat poskytnutých MIC v Jičíně

Z grafu č. 4 lze vyčíst, že všech pět festivalových dní patřilo mezi dny, které měly v září 2015 nadprůměrnou denní návštěvnost. Kulturní festival Jičín – město pohádky se tak jeví jako významná atraktivita podílející se na zvyšování návštěvnosti města. Tato skutečnost potvrzuje i slova Tittlebachové (2011), která tvrdí, že kultura napomáhá k posilování atraktivnosti místa a zvyšování oblíbenosti lokality (viz kapitola 4.11). Za nejnavštěvovanější den za měsíc září, mimo dobu konání festivalu, lze označit pondělí s datem 7.9. Naopak nejnižší návštěvnost byla následující pondělí 14.9. S festivalem Jičín – město pohádky končí turistická sezóna. To je možno vidět i na návštěvnosti, která po jeho skončení rapidně klesla a držela se pod průměrnou denní návštěvností. Ve dnech 20. 9. a 27. 9. bylo MIC zavřeno.

Ačkoli jsou návštěvníky festivalu převážně místí a přespolní, objevují se zde i návštěvníci z jiných zemí. Na festivalu však nemají početné zastoupení. Objevují se mezi nimi i ti, kteří o festivalu ani nevědí a jeho návštěva tak není jejich cílem. Dozvědí se o něm při návštěvě města nebo jeho okolí, či pouhým projížděním a rozhodnou se ho zúčastnit. Tabulka č. 2 níže představuje vývoj návštěvnosti z hlediska národnostního složení ve dnech konání festivalu. Údaje jsou opět za rok 2015.

Tabulka č. 2 Národnostní složení návštěvníků MIC během festivalu 2015

Stát	9. 9. 2015	10. 9. 2015	11. 9. 2015	12. 9. 2015	13. 9. 2015	Celkem
Česká republika	415	487	561	502	338	2303
Slovensko	0	3	0	2	1	6
Polsko	0	0	0	3	6	9
Nizozemí	2	0	0	0	0	2
Německo	6	2	2	0	2	12
Anglie	0	2	2	0	0	4
Francie	0	0	0	0	0	0
Rusko	0	0	0	0	0	0
Celkem	423	494	565	507	347	2336

Zdroj: Zpracováno na základě dat poskytnutých MIC v Jičíně

Z tabulky č. 2 vyplývá, že během festivalu navštívilo MIC dohromady 2 336 návštěvníků. Převážnou část z nich tvořili Češi. V procentech je to 98,58 % českých návštěvníků. Zahraniční návštěvníci byli na festivalu zastoupeni v počtu 33 osob. Němečtí návštěvníci tvořili s 12 osobami největší podíl zahraničních návštěvníků. Druhou nejpočetnější skupinou byly návštěvníci z Polska a dále ze Slovenska. Nejmenší zastoupení mělo Nizozemí v počtu dvou návštěvníků. Rusko a Francie zde nebyly zastoupeny vůbec.

Na základě těchto údajů lze říci, že největší část zahraničních návštěvníků tvoří němečtí a polští návštěvníci. I když se struktura návštěvníků změnila, čeští návštěvníci stále velmi výrazně převládali. Dále vyplývá, že ke zvyšující se návštěvnosti MIC v září 2015 dochází důsledkem konání festivalu Jičín – město pohádky a jeho zakončením dochází opět k odlivu návštěvníků.

5.4.6 Programový obsah jubilejního 25. ročníku festivalu

Již po pětadvacáté mohli nejen jičínští rodáci, ale také lidé z blízkých i vzdálených měst, obcí a míst zažít festivalové dění. Jak uvádí publikace Jičín – město pohádky: 10 let (2002, s. 8), vše začalo v pondělí 30. 9. 1991, kdy se konal první ročník tohoto festivalu s tajemným podtitulem BYLO NEBYLO (viz kapitola 5.4.1). Díky úsilí a odhodlání několika lidí mohl tento festival slavit čtvrt století. Z kdysi skromného festivalu o maximálně pěti pořadech za den, se během dvaceti pěti ročníků stal festival známý, uznávaný a velký, který nabízí několik desítek různých akcí, her, soutěží

a vystoupení každý den. Cesta tohoto festivalu nebyla vždy snadná a bez starostí. Během jeho vývoje nastaly určité nesnáze a problémy, které se ale vždy nakonec podařilo překonat. Síla festivalu tkvěla také v jeho pestrém a bohatém programu (viz kapitola 4.11.2.4), jehož náplní byla různá taneční, divadelní, koncertní a pěvecká vystoupení, tvůrčí dílny pro děti, výstavy, přednášky, ukázky řemesel a tržiště.

Podtitulem jubilejního 25. ročníku bylo: Ať žijí pohádky!. Cílem bylo dle Rychterové (2015, s. 2) připomenout smysl a vnitřní hodnotu pohádek i svět fantazie, dále podpořit, aby se pohádky nevytrácely ze života a v neposlední řadě snažit se propagovat živé vyprávění, předčítání a vlastní četbu dětí.

5.4.6.1 Zahájení

Začátkem měsíce září roku 2015 se z celého města Jičína stalo opět pohádkové město, které znovu odstartoval průvod plný vodníků, princezen, čertů, víl, rytířů, čarodějů a mnoho dalších pohádkových bytostí. V čele celého průvodu šel patron festivalu Jiří Lábus (viz obrázek č. 8). Děti opět převzaly na Valdštejnově náměstí od starosty města klíč a tím i symbolicky vládu nad celým městem po dobu, kdy se festival konal, tedy pěti dní. V tento zahajovací den se také otevřela Pohádková pošta, tvůrčí dílny, zahájil se jarmark a konala se první soutěž pro děti o nejhezčí masku průvodu (viz kapitola 4.8.1).

Obrázek č. 8 Patron pohádek – herec Jiří Lábus

Zdroj: foto autorky (2016)

5.4.6.2 Hudební, divadelní, taneční a jiná představení

Program festivalu byl bohatý na divadelní, taneční, hudební, muzikálová, koncertní, zábavná a mnohá další představení, která diváky nejen pobavila, ale také zapojila (viz kapitola 4.8.1 a 4.8.4). Na festivalu vystupovaly a zároveň předvedly svá umění základní umělecké školy, taneční školy, folklorní soubory a dramatické a hudební soubory základních a středních škol. Tuto sestavu také doplnily profesionální divadelní a hudební soubory. Festival dal prostor také handicapovaným dětem, které mohly taktéž prostřednictvím různých uměleckých přístupů a forem (tanec, zpět apod.) ukázat, co umí. I tento rok zavítala do Pohádkového města Kavárna Potmě, kde obsluhou byli nevidomý.

Podle programové brožury (2015, s. 13-44) v tomto ročníku festivalu předvedly svá divadelní umění například Integrovaná střední škola Mladá Boleslav, Divadlo Bořivoj z Prahy, Mateřská škola Okna, Divadlo v Dlouhé z Prahy, Loutkové divadlo Kašpárek, Bzenec, Loutkové divadlo Rolnička z Nové Paky, se svým představením Perníková chaloupka přijelo z Prahy Divadlo Minor a mnoho dalších. Za zmínku také jistě stojí představení Dlouhý, Široký a Krátkozraký, které přivezlo Divadlo J. Cimrmana. Představení se odehrálo v Masarykové divadle, kde si zahrál a zazpíval známý herec, textař a zpěvák Zdeněk Svěrák.

Z hudebních a pěveckých vystoupení je možno dle programové brožury (2015, s. 9–31) jmenovat například vystoupení již zmiňovaného slovenského písničkáře Jano Svetlan Majerčíka (viz kapitola 5.4.4), který předvedl nejen slovenské umění, ale také písně plné citu. Cimbálovou muziku předvedli muzikanti z Hradce Králové a o žánr country se postarala dámská kapela Báry z Děčína. Lidové písně z našeho kraje zahrálo společenství muzikantů a zpěváků Fidle z Jičína (viz kapitola 4.11.3.1). Nejočekávanější kapelou byla legendární rocková skupina Olympic z Prahy, která měla u návštěvníků velký úspěch. Jak uvádí programová brožura (2015, s. 14-39), dále zde vystupovala hudební skupina EGO retro music z Hořic, rocková kapela Memphis z Hradce Králové a Jakub KAZDA a Přátelé z Jičína. Mezi další zmíněné patřil folklorní soubor Špindleráček ze Špindlerova Mlýna, Jitka Malczyk a Vojtěch Jindra s irskou hudbou, folková kapela ZA TREST z Prahy, popová kapela New Element z Prahy, s jarmarečními písněmi přijelo Řehečské kvarteto, africké rytmy přivezla skupina YIASA a jiní.

Taneční vystoupení zabezpečily nejrůznější taneční školy a folklorní soubory. Svá taneční vystoupení dle programové brožury (2015, s. 14-30) předvedla například základní umělecká škola J. B. Foerstera z Jičína, taneční skupina Destiny z Jičína, taneční škola TIMEDANCE z Hořic a baletní představení představila Pražská taneční konzervatoř a střední odborná škola, s.r.o.

5.4.6.3 Tvůrčí dílny, soutěže, hry a výstavy

Festival byl také zaměřen na vzdělávání návštěvníků (viz kapitola 4.8.4). V síni jičínského zámku proběhla výstava Adolfa Borna, aneb jak vzniká poštovní známka, která se pořádala ve spolupráci s Poštovním muzeem Praha. Věra Rychterová v tiskové zprávě JMP 2015 dostupné na webu Pohádka (2015) uvedla, že výstava byla věnována jeho grafické tvorbě, a především jeho návrhům poštovních známek. Na toto téma také probíhala výtvarná soutěž s názvem „Nejznámější pohádky na poštovních známkách". Dále uvedla, že organizátoři obdrželi celkem 5 626 návrhů známek z nejrůznějších míst republiky. Náměty byly jak od dětí ze škol, tak i z řad jednotlivců. Nejmladšímu účastníkovi byly 4 roky a nejstaršímu 74 let. Veškeré soutěžní návrhy známek byly vystaveny v místech konání výstavy, tedy v síni jičínského zámku. Na festivalu jsou vždy veškeré umělecké výtvory dětí z různých soutěží umístěny v galerii, muzeu nebo přímo na náměstí, kde si je má každý možnost prohlédnout. Tento způsob umisťování slouží především ke zvyšování sebevědomí dětí, neboť jsou hrdé na to, že je jejich práce součástí opravdové výstavy. Tento názor zastává i autor Černák (2009), ve svých teoretických východiscích o dětské animaci (viz kapitola 4.6.1).

Z dalších výstav, uvedených v programové brožuře (2015, s. 55), lze jmenovat například výstavu železničních modelářů z Jičína nebo výstavu na téma kutilství před rokem 1989. Vystaveny byly exponáty související s péčí o zahradu, chatařstvím a chalupářstvím.

V průběhu celého festivalu byly pro děti připraveny nejrůznější hry a soutěže (viz kapitola 4.7.2 a 4.8.1), které byly připraveny v duchu podtitulu festivalu. Tento rok byla pro děti připravena hra s názvem „Jak najít cestu do pohádky", při které musely v pohádkových zastaveních plnit úkoly. Podstatu hry vysvětlil předseda správní rady Dominik Malý (rozhovor 2016) takto: *„Za každý splněný úkol děti dostaly kouzelný oříšek, jenž musely přinést ke vzácnému stromu a vhodit jej k jeho kořenům a tím zachránily pohádku."* Dále se v programu dle programové brožury (2015, s. 52-55)

objevily hry jako je dáma, mlejn, šachy, piškvorky, Člověče, nezlob se!, osvětové hry aj. Nepatrné zastoupení zde měly také pohybové a sportovní činnosti (viz kapitola 4.8.5). Zasoutěžit si bylo možno v orientačním běhu, v jízdě na koloběžce, v běhu a na šlapadlech. Nechyběly ani zábavně vzdělávací soutěže s nejrůznějším zaměřením (viz kapitola 4.8.4). Na Valdštejnově náměstí bylo připraveno pískoviště, kostkoviště, kuželky, chůdy, dřevěná mašinka, kladinky, jízda na traktůrcích od generálního partnera festivalu firmy Seco GROUP, a.s. a další zábava.

Po celém městě byly také připraveny nejrůznější tvůrčí dílny, kde se předváděla tradiční lidová řemesla (viz kapitola 4.11.3.1) a nejrůznější umělecké výrobky. Velké zastoupení zde měly umělecké, gastronomické, zahradnické, kamenické, sochařské a další školy. Namátkou například Střední průmyslová škola keramická a sochařská z Hořic, Střední škola zahradnická, Kopidlno nebo Střední škola řemesel a služeb z Jablonce nad Nisou. Zastoupeny zde byly také chráněné dílny, které prodávaly své výrobky. Jako příklad lze uvést občanské sdružení Život bez bariér z Nové Paky a jejich tvorbu kožených náramků nebo myšek z fleecu.

V tvůrčích dílnách byly pro děti připraveny nejrůznější tvořivé činnosti (kreslení, stříhání, modelování, malování, lepení, trhání, razítkování atd.) za použití různých materiálů (viz kapitola 4.8.2). Byla možnost vyzkoušet si práci s kamenem, kovem, kůží, voskem, tvorbu vlastního animovaného filmu, pletení vlněné šály, odlití figurky do formy a mnoho dalších.

5.4.6.4 Další aktivity

Festival byl zároveň poctou několika pohádkářům, kteří tento rok slavili výročí. Jak uvádějí podrobnější informace k programu v programové brožuře (2015, s. 57-59), byli mezi nimi například spisovatel, básník a překladatel Jiří Žáček, malíř, ilustrátor, animátor a karikaturista Adolf Born a spisovatel a dramatik Jan Drda. Pro návštěvníky bylo zajištěno osobní setkání s některými z nich, a to na besedách, předčítání, či autogramiádách (viz kapitola 4.8.4). Zde byla možnost rozšířit si své znalosti a získat zajímavé informace. Mezi významné hosty tohoto ročníku patřily také umělecké osobnosti jako je Jiřina Bohdalová a Josef Dvořák, kteří spolu s Jiřím Lábusem obohatili program o vyprávění a čtení několika příběhů (viz kapitola 4.8.6). Své narozeniny, a to již 70 let, slavil také časopis Mateřídouška, který je zároveň hlavním mediálním partnerem festivalu. S touto oslavou byly spojené kvízy a hádanky pro děti

(viz kapitola 4.8.1). Padesáté narozeniny také slavil Večerníček. Bylo zajištěno jeho setkání s dětmi a vyzkoušení jeho autíčka či houpacího koníka.

Pro starší návštěvníky festivalu byly připraveny odborné diskuse na různá témata (viz kapitola 4.8.4). Týkaly se především dětí a jejich výchovy, dle programové brožury (2015, s. 15-19), např. Nad rodiče při výchově není nebo přednáška PhDr. V. Mertina Důležitost čtení v životě dítěte.

Jako každý rok, i tento se konal tradiční průvod se světýlky. Trasa vedla z Valdštejnova náměstí, lipovou alejí až do Lodžie. Připraven byl také výlet pohádkovým parním vlakem do Českého ráje s bohatým tematickým programem.

5.4.6.5 Slavnostní zakončení

Jak uvádí programová brožura (2015, s. 30), již páteční podvečer měl slavnostní atmosféru, při které vystoupila šansoniérka Renata Drössler, která zhudebnila texty Jiřího Žáčka. Festival poctil svou návštěvou také režisér Václav Vorlíček, paní Markéta Tengbom (dcera spisovatele Václava Čtvrtka) a paní Ludmila Pilařová (manželka malíře Radka Pilaře).

Sobotní program jubilejního ročníku byl velmi pestrý a nabitý. O sobotní noci vystoupila mladá skupina New Element, která přilákala především mladé diváky. Před slavnostním ohňostrojem zahrál hlavní host festivalu – legendární česká rocková kapela Olympic. Ta svými novými, ale i starými a známými hity potěšila všechny návštěvníky. V tento den byla dle slov Dominika Malého (Dobré zprávy z Českého ráje, 2015) zaznamenána vzhledem k minulým ročníkům rekordní sobotní návštěvnost festivalu (viz graf č. 2). Programově pestrá nabídka přilákala více jak 18 000 návštěvníků z blízkého i vzdáleného okolí, kteří si tak nenechali ujít tento jedinečný ročník. Dále uvedl, že tento rekord byl překonán pouze v roce 2007, který si tak i nadále drží své první místo. Po pěti dnech plných pohádkového dění, byl festival ukončen v neděli odpoledne, kdy byly na hlavním podiu symbolicky předány klíče od dětí zpět do rukou starostovi města.

5.4.7 Statistiky jubilejního ročníku festivalu

Malý (Dobré zprávy z Českého ráje, 2015) dále uvedl, že pro jubilejní rok bylo v rámci festivalu celkem 194 pořadů, z nichž 39 bylo placených, a ostatní byly zadarmo. Vstupenky na placené pořady bylo možné si zakoupit v předprodeji, který probíhal od

3. srpna 2015. K dostání byly v Městském informačním centru v Jičíně, kde byla také k dispozici programová brožurka (viz příloha č. 7) s kompletním programem celého festivalu za 30 Kč. Na její zadní straně byla k dispozici kreslená mapa Jičína (viz příloha č. 8), která sloužila k lepší orientaci ve městě pro návštěvníky z okolí. Zbylé neprodané vstupenky bylo možno zakoupit i v průběhu festivalu. Ceny vstupenek na vybrané akce se výrazně lišily a pohybovaly se od 30 Kč až do 450 Kč. Dále web uvádí že, zde bylo pro děti připraveno celkem 45 dílen, do kterých se zapojilo 13 středních škol. Na festivalu byly také placené dílny. Jednalo se o dílny komerční a jejich poplatek si stanovili a inkasovali prodejci, stánkaři a řemeslníci sami.

5.5 Zpracování a interpretace výsledků

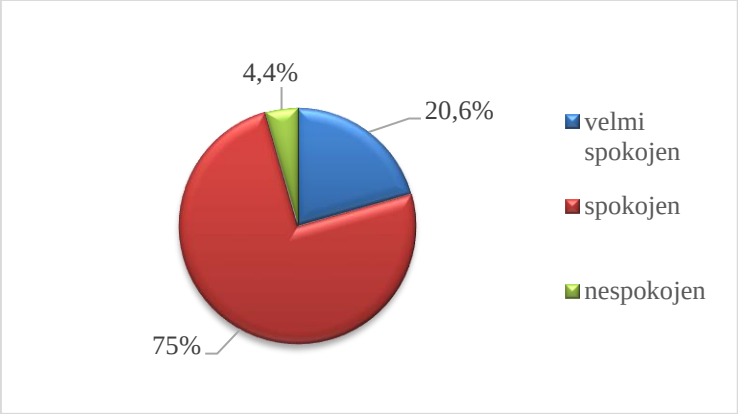
Předmětem této kapitoly je zkoumání, analýza, vyhodnocení a prezentace veškerých nashromážděných dat z provedeného výzkumu. První část kapitoly se věnuje interpretaci výsledků na všechny otázky z dotazníkového šetření. Druhá část kapitoly pojednává o celkovém přehledu odpovědí respondentů z pořízených rozhovorů.

5.5.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Během výzkumu, který probíhal od března do června roku 2016, se podařilo získat ohlasy od 136 respondentů, jejichž odpovědi byly zcela anonymní. Zjištěné názory a skutečnosti z dotazníkového šetření jsou blíže popsány, znázorněny a vyhodnoceny na následujících grafech. Část grafů je doplněna o doprovodné tabulky.

Otázka č. 1: Jak byste celkově ohodnotili festival Jičín – město pohádky?

Graf č. 5 Celkové hodnocení festivalu

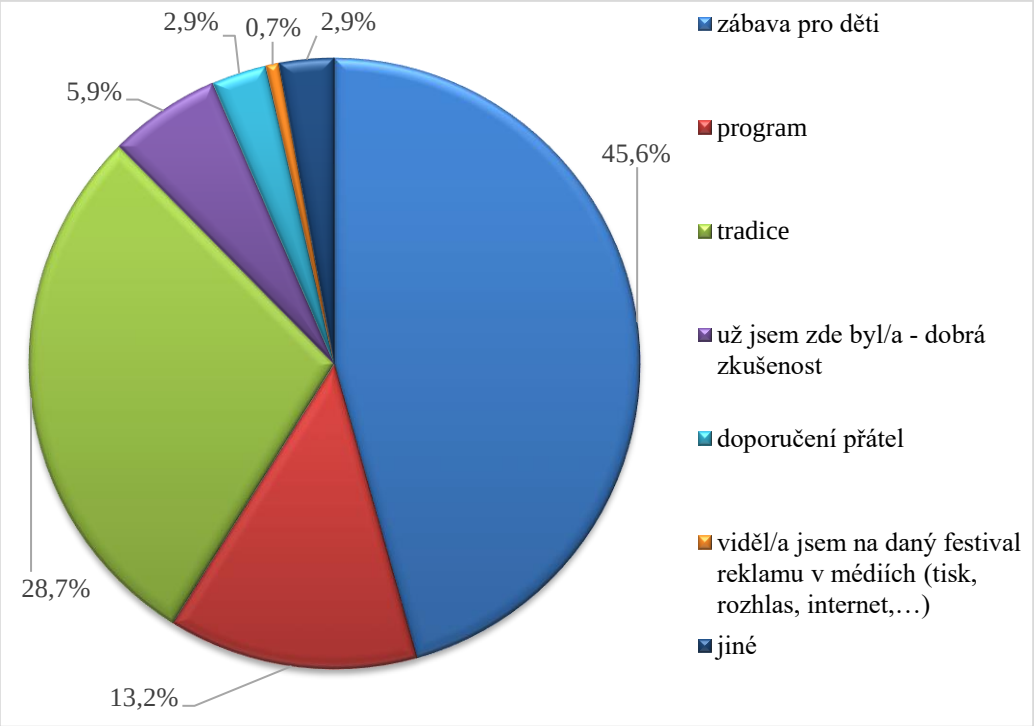


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Graf č. 5 znázorňuje celkovou spokojenost návštěvníků s festivalem, která byla rozčleněna do 3 skupin. Z grafu vyplývá, že dotazovaní návštěvníci volili nejčastěji odpověď „spokojen“. Tuto možnost zvolilo celkem 102 respondentů ze 136 dotázaných. Pouze 28 dotazovaných zvolilo možnost „velmi spokojen“. Odpověď „nespokojen“ pak zvolilo pouhých 6 návštěvníků. Festival tak získal dobré a uspokojivé hodnocení, neboť kladných odpovědí bylo mnohonásobně více. Záporné odpovědi tvořily pouze nepatrné množství.

Otázka č. 2: Jaký je Váš hlavní důvod návštěvy festivalu?

Graf č. 6 Motivace k návštěvě festivalu

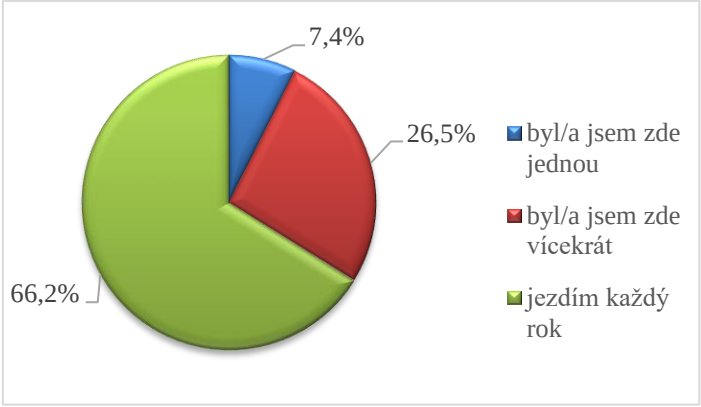


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Již několikrát bylo zmíněno, že festival je určen především pro děti. To také dokazuje tento graf č. 6, neboť pro téměř 46 % dotázaných návštěvníků (celkem 62 respondentů) byla hlavní motivací právě zábava pro děti. Druhou nejčastější motivací byla vyhodnocena tradice, kterou zvolilo 39 dotázaných. Pro 18 dotázaných byl hlavním důvodem návštěvy festivalu program, 8 dotázaných navštívilo festival na základě dobré zkušenosti, 4 návštěvníci přijeli na doporučení svých přátel a pouze 1 respondenta motivovala reklama v médiích. Jiné důvody návštěvy uvedli pouze 4 respondenti. Jako motivaci jmenovali například zvědavost, vystoupení svých dětí nebo vyhlašování výsledků soutěží.

Otázka č. 3: Jak často navštěvujete tento festival?

Graf č. 7 Četnost návštěvy festivalu

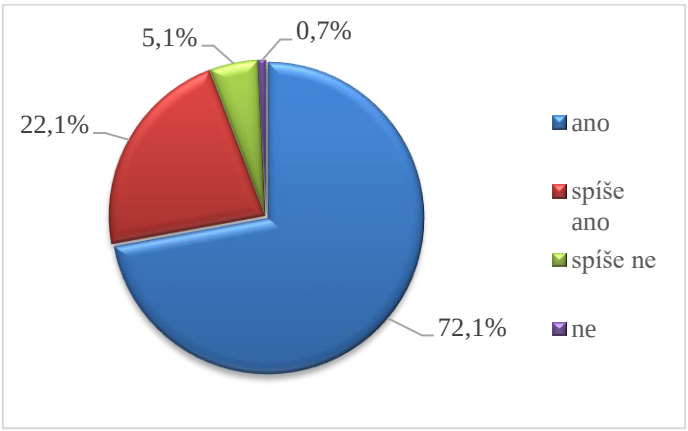


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Z grafu č. 7 vyplývá, že více jak polovina dotazovaných navštěvuje festival každý rok (90 respondentů). Jak již bylo zmíněno výše (viz graf č. 6), jedním z hlavních důvodů návštěvy je tradice, díky které návštěvníci festival navštěvují pravidelně rok, co rok. Druhou, avšak méně početnější skupinu tvoří návštěvníci (36 respondentů), kteří se festivalu zúčastnili více jak jedenkrát. A právě jedenkrát zavítalo na festival 10 respondentů.

Otázka č. 4: Plánujete navštívit festival i příští rok?

Graf č. 8 Zájem o opakovanou účast na festivalu



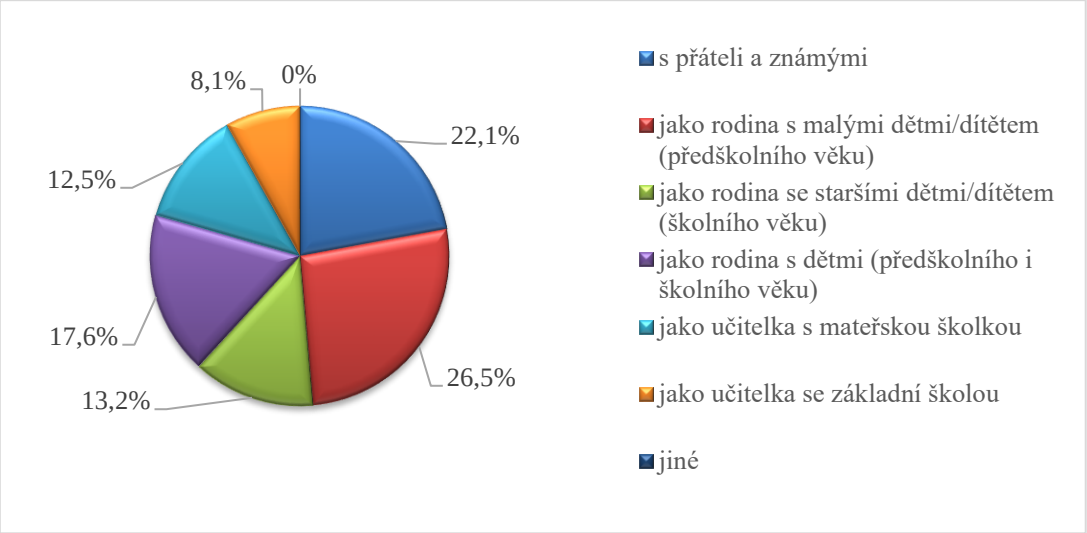
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Zda je festival poutavý a zajímavý dokazuje to, zda má respondent zájem se znovu festivalu zúčastnit. Z grafu č. 8 výše vyplývá, že celkem 98 dotazovaných má zájem a chce festival navštívit i v příštích letech. Festival má v Jičíně už dlouho tradici a svým pohádkovým zaměřením návštěvníky k opakované návštěvě přímo láká (viz kapitola

4.11.2.2). Dalo by se říci, že celkem 30 dotazovaných, se spíše jen zamýšlí nad účastí dalšího ročníku. Opakovanou návštěvu festivalu nemá v plánu 7 dotázaných a pouhý 1 dotazovaný nemá zájem se dalšího ročníku zúčastnit vůbec.

Otázka č. 5: S kým festival navštěvujete?

Graf č. 9 Klasifikace návštěvníků festivalu



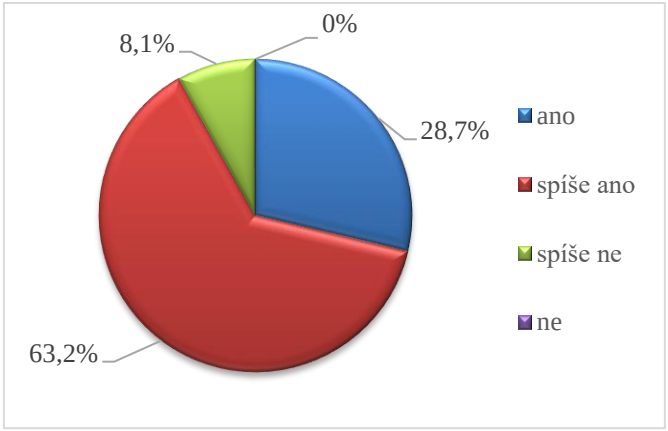
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Cílem této otázky bylo zjistit, jací návštěvníci pohádkový festival navštěvují nejčastěji. Dle grafu č. 9 tvoří nejpočetnější skupinu návštěvníků rodiny s dětmi předškolního věku, celkem 36 dotázaných. Důvodem, proč je tato skupina návštěvníků nejpočetnější, je pohádkové zaměření festivalu a animace, které jsou uzpůsobeny převážně dětem. Další velmi početnou skupinou jsou přátelé a známý. Ti festival navštěvují z důvodu pohodové atmosféry, pobavení a zapomenutí na stres. Třetí nejpočetnější skupinou jsou rodiny s dětmi jak předškolního, tak i školního věku. Dalšími návštěvníky festivalu jsou rodiny pouze se staršími dětmi (18 respondentů), které již chodí do školy. Téměř stejně početnou skupinu, 17 respondentů, tvoří mateřské školky. Dle slov jedné z vychovatelek (neformální rozhovor 2016): *„Pro děti ze školky je to naprosto bezvadné, děti se zde zabaví, zažijí legraci, něco si vyrobí a ze svých výrobků jsou nadšené, protože si je mohou odnést domů jako suvenýr.“* Další skupinou zastoupenou na tomto festivalu jsou učitelky se základní školou. Celkem 11 respondentů. Základní školy navštěvují festival převážně s dětmi z prvního stupně. Festival se koná na začátku září proto, aby pomocí animačních činností dětem

zpříjemnil start do nového školního roku (viz kapitola 4.8.3). Po dlouhých prázdninách v nich tak probudí aktivitu, tvořivost a zvědavost.

Otázka č. 6: Jste spokojeni se strukturou a obsahem programu festivalu?

Graf č. 10 Celková spokojenost s programem festivalu

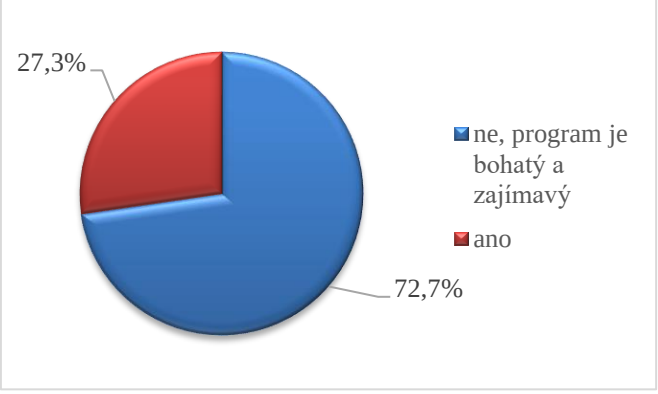


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Během pěti dní, kdy se festival koná, je ve městě poměrně vysoká koncentrace návštěvníků. Lze tedy předpokládat, že ne všichni budou zcela spokojeni a že někdo bude mít k programu určité výhrady. S programem festivalu bylo naprosto spokojeno celkem 39 dotázaných. Největší skupinu tvořili ti návštěvníci, kteří zvolili „spíše ano“. Tu volilo 86 respondentů. Lze tedy říci, že celkově 125 respondentů má na program festivalu kladný názor. Zastoupena byla také kategorie „spíše ne“, kterou zvolilo 11 návštěvníků. Odpověď „ne“ nezvolil žádný z dotazovaných.

Otázka č. 7: Je něco, co Vám na festivalu chybí, a chtěli byste do programu doplnit?

Graf č. 11 Nedostatky festivalu z pohledu návštěvníků



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Tato otázka zjišťovala, zda existuje něco, co návštěvníkům doposud v programu chybělo a co by rádi do programu zařadili. Program za bohatý a zajímavý označilo celkem 99 respondentů. Nespokojených respondentů bylo celkem 37. Ti byli v této otázce také vyzváni k tomu, aby uvedli, co konkrétně by v programu uvítali. Návrhy a poznámky, které návštěvníci uvedli, jsou pro přehlednost sepsány v tabulce níže (viz tabulka č. 3).

Tabulka č. 3 Návrhy a poznámky návštěvníků na vylepšení programu

Návrhy a poznámky návštěvníků	Četnost
Více pohybových her a sportovních aktivit pro děti	17
Více atrakcí a aktivit pro děti	5
Více atrakcí a her pro děti zdarma	3
Bohatší program	2
Víc odpoledního programu na hlavním podiu	1
Více kapel	1
Více atrakcí na náměstí Valdštejn	1
Více divadelní kultury (klasické divadelní představení nebo forma jemu podobná)	1
Více aktivit v programu pro mladé, bezdětné lidi	1
Skutečná rytířská klání, lukostřelba	1
Více tradičních řemesel	1
Čtení pohádek pro děti	1
Pantomimu	1
Mini disko pro děti	1

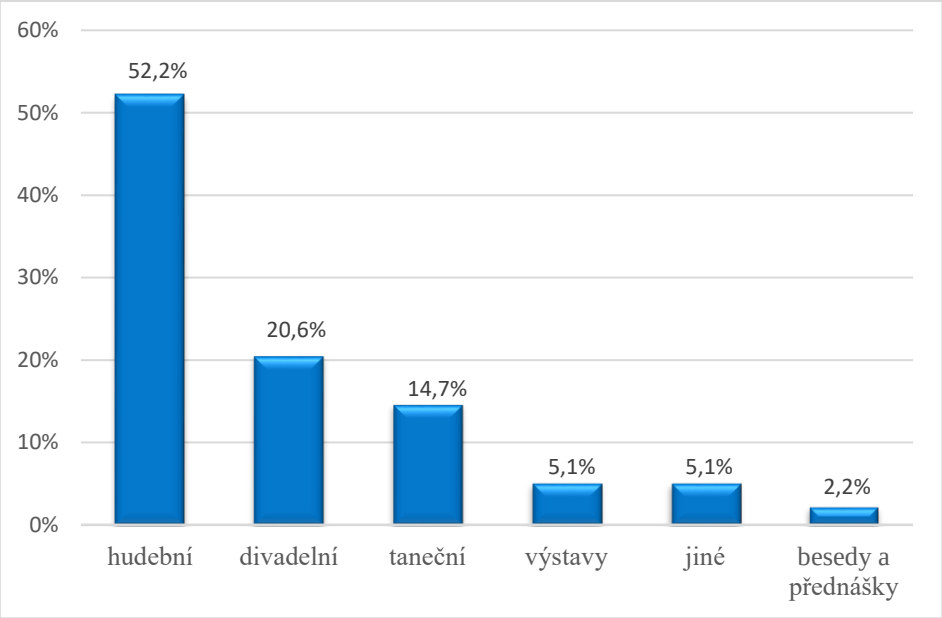
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Na základě výše uvedené tabulky lze shrnout, že nejčastější nedostatek festivalového programu tkví v nedostatečném množství pohybových a sportovních aktivit pro děti. Na tom se shodlo celkem 17 respondentů. Doporučení pro organizátory viz kapitola 7 a náměty na sportovní a pohybové aktivity viz příloha č. 9. Respondenti vidí jako další nedostatek v atrakcích a aktivitách pro děti. Těch je dle jejich názoru stále méně. Dále bylo jejich výtkou zdražení a zpoplatnění různých atrakcí a her pro děti. Ačkoli je festival hlavně pro děti, stává se pro ně čím dál dražší a rodiče dětí musí za spoustu věcí platit. Zpoplatněny jsou především některá divadelní, loutková i hudební představení. Ceny za vstupné se pohybují v rozmezí 30–60 Kč. Divadelní představení se známou osobností, jakou byl v roce 2015 například Zdeněk Svěrák, stojí až 450 Kč. Dle návštěvníků je nedostatkem programu také nedostatečný odpolední

program na hlavním pódiu. Přáli by si zde více kapel a zastávají názor, že dříve býval program bohatší a pestřejší.

Otázka č. 8: Jaký program na festivalu preferujete?

Graf č. 12 Vyhodnocení nejoblíbenějších programů festivalu

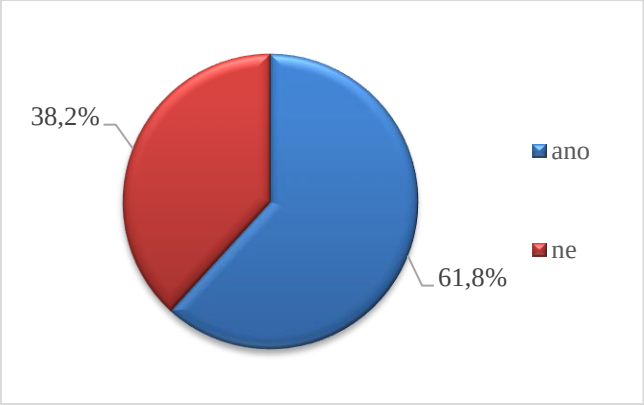


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Z grafu č. 12 vyplývají tři programy, které lze zařadit mezi nejoblíbenější, neboť mají nejvyšší procentuální zastoupení. První místo pomyslného žebříčku obsadil hudební program, pro který hlasovalo 71 dotázaných. Na druhém místě se umístil program divadelní, který preferovalo 28 respondentů. Na třetím místě skončil program taneční. Ten upřednostnilo 20 respondentů. Výstavy a kategorie „jiné“ měly stejný počet hlasů. V kategorii „jiné“ uvedlo 6 respondentů ze 7 dílničky pro děti. Zbylý jeden uvedl karnevalový průvod s programem. Na posledním místě skončily besedy a přednášky, které volili pouze tři respondenti.

Otázka č. 9: Uvítali byste na festivalu i soubory ze zahraničí? Např. Slovensko, Polsko, Německo atd.?

Graf č. 13 Zájem o zahraniční soubory na festivalu

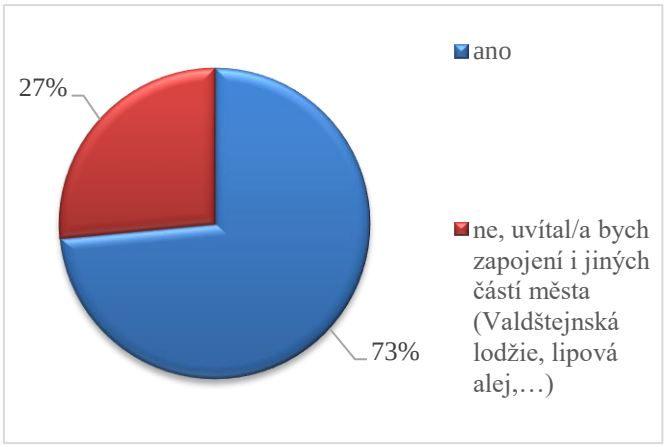


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Otázka č. 9 zjišťovala, zda by byl na tomto regionální festivalu u návštěvníků zájem také o zahraniční soubory. Tento graf potvrzuje zájem návštěvníků o zařazení více souborů do programu festivalu. Zahraniční soubory na festivalu by uvítalo celkem 84 dotázaných. Doporučení pro organizátory viz kapitola 7. Toto zjištění potvrzuje i tabulka č. 3 (viz výše), která poukazuje na to, že návštěvníci by zpestření programu uvítali. Se stávajícími regionálními soubory bylo spokojeno 52 respondentů.

Otázka č. 10: Vyhovují Vám místa konání jednotlivých programů festivalu? Např. Valdštejnovo náměstí, Ryneček, zámecký park, ...

Graf č. 14 Spokojenost návštěvníků s místy konání jednotlivých programů festivalu

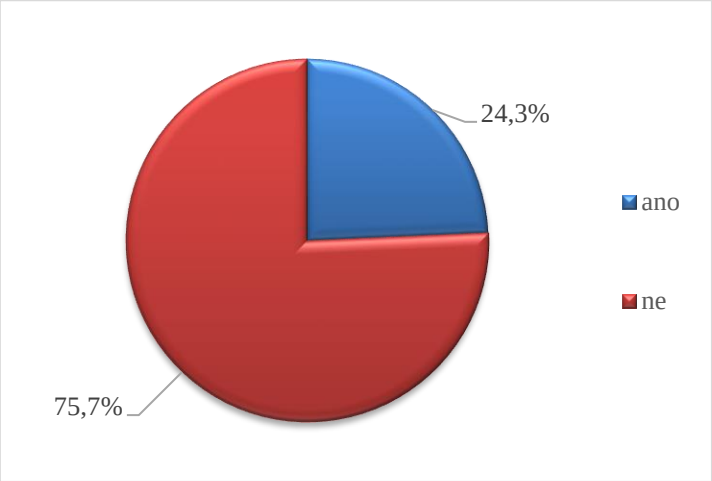


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Pomocí této otázky bylo zjišťováno, zda návštěvníkům vyhovují místa, kde se jednotlivé programy festivalu konají, nebo zda by měli zájem o rozšíření programu do více částí města. Myšlenka festivalu je držet návštěvníky ve víru festivalu a zachovat si tak jakousi semknutost festivalového dění. Pro návštěvníka to znamená, že ať chce shlédnout jakýkoliv program, nebo cokoli navštívit či vidět, ke všemu se dostane do pěti minut. Tuto skutečnost návštěvníci vítají, neboť o rozšíření programu do dalších míst města mělo zájem jen 36 dotázaných. Celkem 100 respondentů uvedlo, že je se současnými místy konání jednotlivých programů festivalu spokojeno.

Otázka č. 11: Jste spokojeni s výší vstupného na sobotní program?

Graf č. 15 Spokojenost návštěvníků s výší vstupného



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Jak již bylo uvedeno výše, na festivalu je zpoplatněn pouze jeden den, a to sobota (viz kapitola 5.4 a 5.4.5). S výší vstupného na sobotní program nebylo ze 136 respondentů spokojeno celkem 103 dotázaných. Doporučení pro organizátory viz kapitola 7. Zbylých 24,3 % (33 respondentů) uvedlo, že jsou s výší vstupného spokojeni. Negativní ohlasy lze vysvětlit tím, že vstupné na poslední ročník festivalu bylo o něco dražší než v minulých letech. Vstupné se zvýšilo hlavně kvůli posílení rozpočtu (Malý, rozhovor 2016). Změny ve výši vstupného na sobotní program festivalu viz níže tabulka č. 4.

Tabulka č. 4 Ceny vstupného na sobotní program za vybrané roky

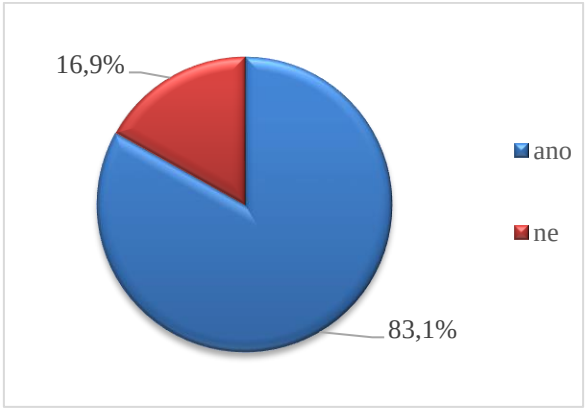
Rok	Kategorie				
	Děti do 6 let	**Děti od 6 let do 150 cm**	**Studenti a senioři nad 70 let**	**Dospělí a děti nad 150 cm**	**ZTP, ZTP/P**
2007	ZDARMA	20 Kč	100 Kč	130 Kč	ZDARMA
2010	ZDARMA	20 Kč	100 Kč	150 Kč	ZDARMA
2015	**Děti od 3 let do 150 cm**	**Mládež nad 150 cm a do 17 let**	**Studenti a senioři nad 70 let**	**Dospělí**	**ZTP, ZTP/P**
	30 Kč	120 Kč	120 Kč	170 Kč	ZDARMA

Zdroj: Pohádka (2016b)

Ceny vstupného na sobotní program na Valdštejnově náměstí byly téměř neměnné a každý rok stejné. Byly však roky, které přinesly mírné zdražení nebo nově zpoplatněné skupiny návštěvníků. Poprvé se platilo vstupné v roce 1998 a až do roku 2007 zůstalo neměnné. Jak vyplývá z tabulky č. 4, rok 2010 znamenal mírné zdražení pro dospělé a děti nad 150 cm. Cena se ze 130 Kč zvedla na 150 Kč. Pro následující roky zůstaly ceny vstupného opět neměnné. Další změnu přinesl až rok 2015. V tomto roce nastalo hned několik změn. První byla ve výši cen a druhá ve změně poplatníků. Nově byly zpoplatněny i děti od 3 let věku, a to za 30 Kč. Zároveň se zvýšila i cena pro děti do 150 cm o deset korun. Nově byla zavedena také kategorie pro děti nad 150 cm s věkovou hranicí 17 let. Ty měly vstup za 120 Kč. Studenti a senioři pocítili zdražení o 20 Kč, stejně tak jako dospělí. Pro návštěvníky, kteří jsou držiteli průkazu ZTP, nebo ZTP/P je již od počátku vstup zdarma.

Otázka č. 12: Účastníte se na festivalu vždy alespoň jedné dílny pro děti?

Graf č. 16 Četnost návštěv dílen pro děti

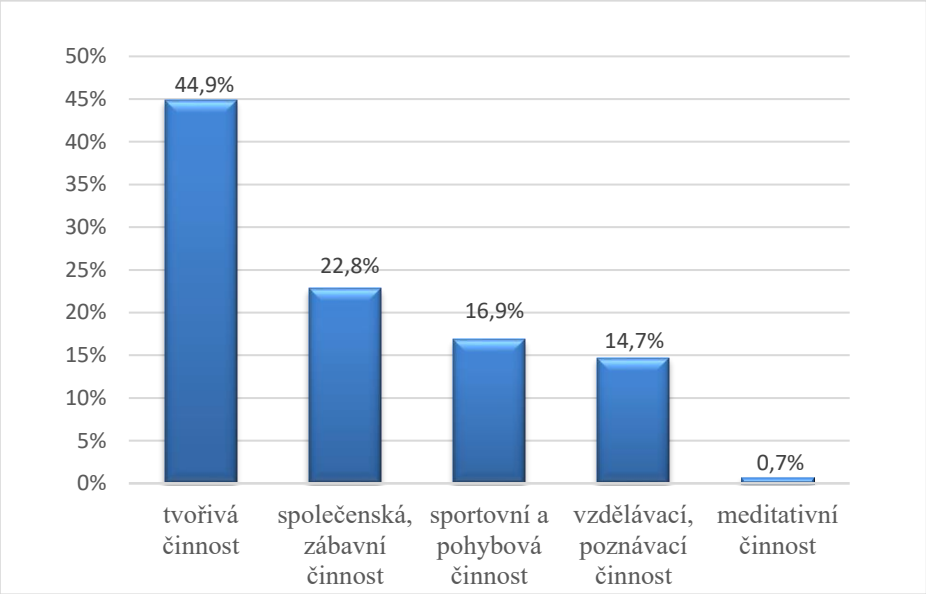


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Z uvedeného grafu č. 12 vyplývá, že dílny pro děti mají velkou oblibu a jsou často navštěvované. Z celkových 136 dotázaných uvedlo 113 z nich, že se vždy alespoň jedné dílny pro děti zúčastní. Pouhých 23 respondentů uvedlo, že u nich není pravidlem každý rok na festivalu navštívit dílnu pro děti.

Otázka č. 13: Jaký druh animační činnosti je u Vás/Vašeho dítěte/dětí nejoblíbenější?

Graf č. 17 Oblíbenost animačních činností

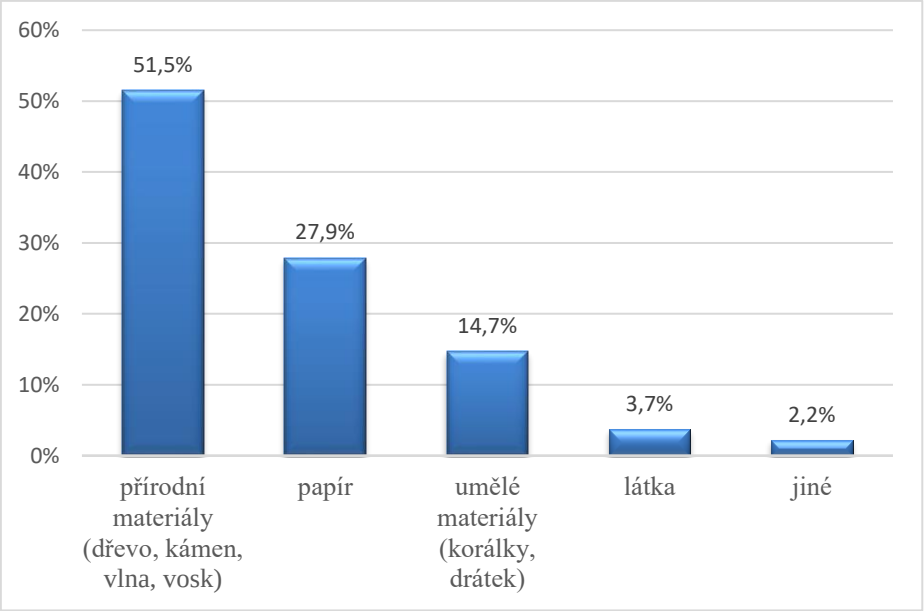


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Na základě této otázky bylo zjišťováno, jaká animační činnost je na festivalu nejoblíbenější. Podrobná charakteristika animačních činnosti je uvedena v teoretické části (viz kapitola 4.8). Z grafu č. 17 uvedeného výše vyplývá, že k nejoblíbenější animační činnosti patří činnost tvořivá. Ta se na prvním místě umístila s počtem 61 hlasů. Tvořivá činnost je na festivalu široce zastoupena několika desítkami tvůrčích dílen. V nich si děti mohou vyzkoušet práci s nejrůznějšími materiály a nejrůznější techniky tvoření. Druhé místo obsadila činnost společenská a zábavní. Tu zvolilo 31 respondentů. Na třetím místě skončila činnost sportovní a pohybová. Tato animace je u návštěvníků velmi oblíbená, ale jak vyplývá z tabulky č. 3 (viz výše), na festivalu není dostatečně zastoupena. Další v pořadí, tedy čtvrtou nejoblíbenější činností se stala činnost vzdělávací a poznávací. Meditativní činnost zvolil pouze 1 dotázaný.

Otázka č. 14: Jaký materiál je u Vás/Vašeho dítěte/dětí nejoblíbenější?

Graf č. 18 Obliba materiálu v dětských dílnách

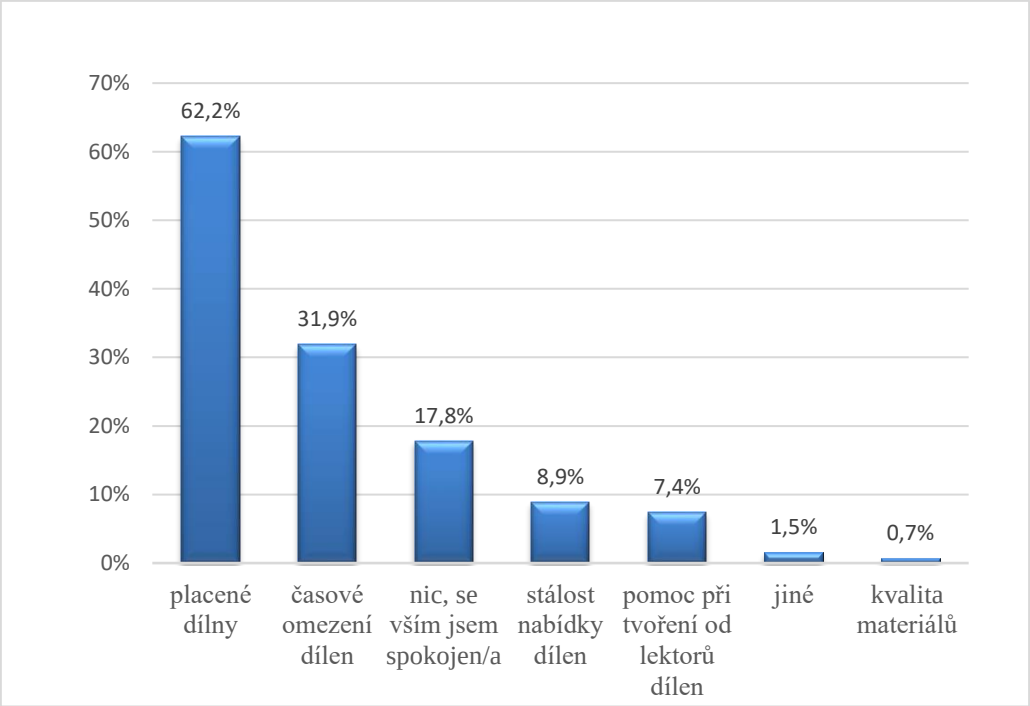


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Na základě grafu č. 18, který vyhodnocuje oblíbenost materiálu v dětských dílnách, lze sestavit žebříček těch nejoblíbenějších. Na prvním místě se u návštěvníků s naprostou převahou umístily přírodní materiály. Tuto možnost zvolilo celkem 70 respondentů. Druhým nejoblíbenějším materiálem, ze kterého děti tvoří, se stal papír. Pro ten hlasovalo 38 dotázaných. Na třetím místě se umístily materiály umělé, které zvolilo 20 dotázaných. Poslední místo obsadila látka, kterou považovalo za oblíbenou pouze 5 respondentů. V kategorii „jiné“ návštěvníci uvedli fotbalový míč a malování, čímž měli pravděpodobně na mysli nejrůznější malířské potřeby, jako jsou vodové barvy, pastelky, fixy apod.

Otázka č. 15: Co vnímáte jako slabou stránku dílen pro děti?

Graf č. 19 Slabé stránky dětských dílen

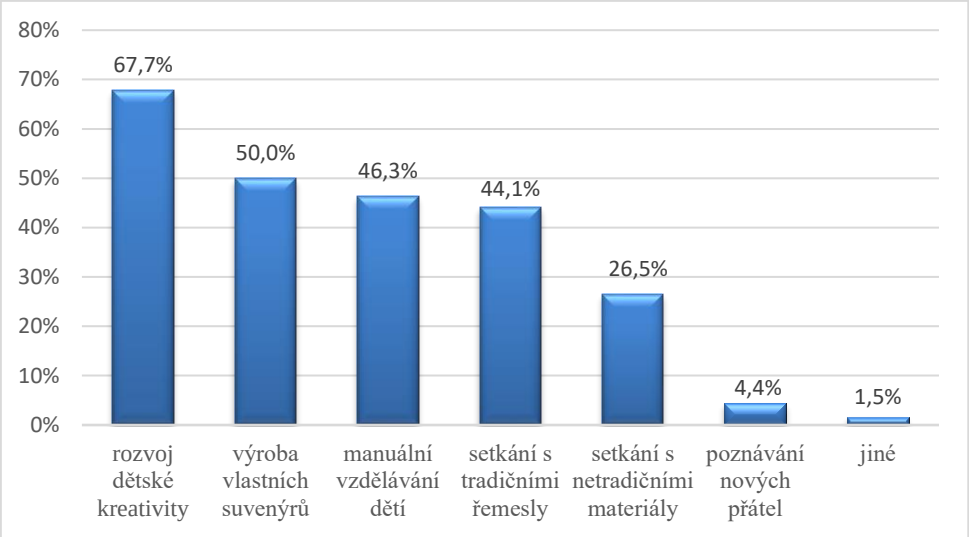


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Z grafu č. 19 jasně vyplývá, že největší slabou stránkou dílen pro děti je jejich zpoplatnění. Na tom se shodlo celkem 84 respondentů. Druhou největší slabou stránkou je dle 43 dotázaných jejich časové omezení. Podle 24 návštěvníků je v dílnách vše v pořádku a jsou se vším spokojeni. I když se organizátoři snaží pro každý rok vymýšlet nové dílny, 12 respondentům souhlasí v tom, že je jejich nabídka stále stejná. S pomocí od lektorů v dílnách nebylo spokojeno 10 dotázaných. V kategorii „jiné“ odpověděli pouze dva respondenti. Ti se shodují na tom, že se u dílen tvoří velké fronty a musí se zde dlouho čekat, z čehož jsou děti znuděné. S kvalitou materiálu nebyl spokojen pouze jeden návštěvník.

Otázka č. 16: Co vnímáte jako silnou stránku dílen pro děti?

Graf č. 20 Silné stránky dětských dílen

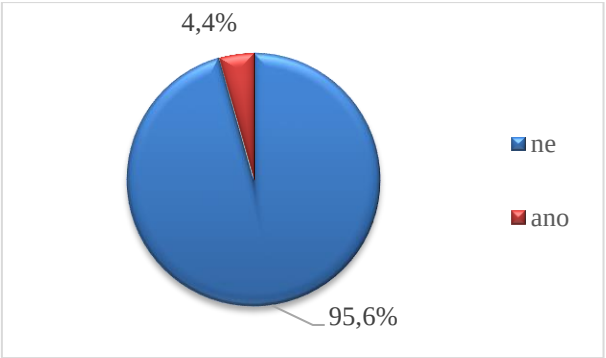


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Z grafu č. 20 vyplývá, že pro návštěvníky (92) je nejsilnější stránkou dětských dílen rozvoj dětské kreativity. Druhou nejsilnější stránkou je výroba vlastních suvenýrů. Celkem 68 dotázaných. Třetí nejsilnější stránkou dílen je pro 63 respondentů manuální vzdělávání dětí. Téměř stejný počet návštěvníků (60) vnímá jako silnou stránku setkání s tradičními řemesly. Možnost pracovat s netradičními materiály, považuje za silnou stránku dětských dílen 36 respondentů. Pouhých 6 respondentů se domnívá, že silnou stránkou dílen je pro děti poznávání nových přátel. V kategorii „jiné“ návštěvníci uvedli, že za silnou stránku dílen považují všechny nabízené možnosti.

Otázka č. 17: Chybí Vám zde nějaká konkrétní dílna?

Graf č. 21 Spokojenost návštěvníků s dosavadní nabídkou dílen



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Graf č. 21 zobrazuje, zda jsou návštěvníci spokojeni s dosavadní nabídkou dílen pro děti, nebo zda by si na festivalu přáli i nějakou jinou dílnu, která zde není. Rovných 130 respondentů je s dosavadním složením dílen spokojeno a žádná dílna jim na festivalu nechybí. Pokud respondenti odpověděli „ano“, měli také uvést, jakou konkrétní dílnu by si zde přáli. Návrhy zbylých 6 dotázaných jsou uvedeny v tabulce níže (viz tabulka č. 5).

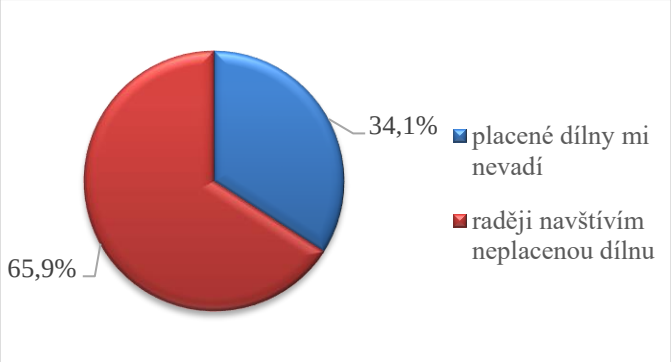
Tabulka č. 5 Návrhy návštěvníků na dětské dílny

Respondent	Návrhy na dětské dílny
1	různé výrobky z papíru – stojící figurky atd.
2	zbrojírna, kde by se brousily zbraně
3	dílna pro malé kuchtíky
4	keramická dílna
5	dílna pro dvouleté děti
6	vyšívání

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Otázka č. 18: Jaký máte názor na dílny, které jsou placené?

Graf č. 22 Názory návštěvníků na placené dílny

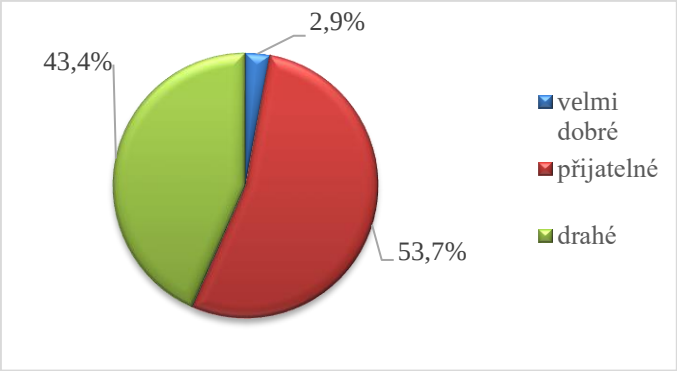


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Na základě této otázky bylo zjišťováno, kolik návštěvníků je za dílnu ochotno zaplatit a kolik návštěvníků zvolí raději dílnu zdarma. Dle výsledků z grafu č. 22 je patrné, že více jak polovina dotázaných raději navštíví neplacenou dílnu. Celkem tuto možnost zvolilo 89 respondentů. Zbylým 46 respondentům placené dílny nevadí.

Otázka č. 19: Jak hodnotíte ceny placených dílen?

Graf č. 23 Hodnocení cen dílen z pohledu návštěvníků

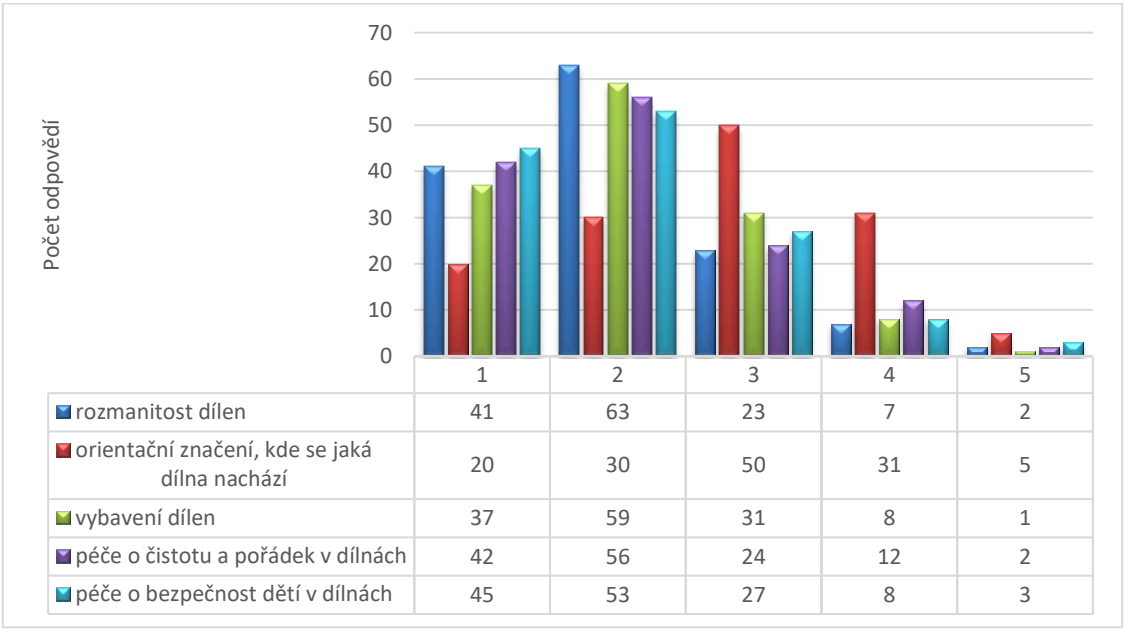


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Cílem této otázky bylo zjistit, jak návštěvníci vnímají ceny placených dílen. Celkem 73 respondentů hodnotí ceny dílen za přijatelné, ale dle grafu č. 22 (viz výše), upřednostní a raději zvolí dílnu neplacenou. Druhou největší skupinu tvoří návštěvníci, kteří ceny dílen vnímají jako drahé. Dohromady si to myslí 59 dotázaných. Pouhý 4 respondenti považují ceny za velmi dobré.

Otázka č. 20: Jak byste ohodnotili dle stupnice 1, 2, 3, 4, 5? (1–nejlepší, 5-nejhorší)

Graf č. 24 Celkové hodnocení dílen z pohledu návštěvníků



	1	2	3	4	5
rozmanitost dílen	41	63	23	7	2
orientační značení, kde se jaká dílna nachází	20	30	50	31	5
vybavení dílen	37	59	31	8	1
péče o čistotu a pořádek v dílnách	42	56	24	12	2
péče o bezpečnost dětí v dílnách	45	53	27	8	3

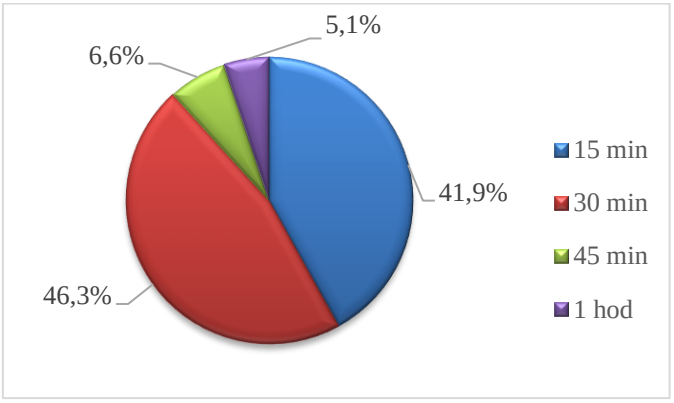
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

U této otázky měli návštěvníci hodnotit jednotlivé kategorie jako ve škole známkami v rozmezí 1-5. Dle grafu č. 24 hodnotili návštěvníci nejčastěji známkou 2.

Dvojkou bylo hodnoceno celkem 261x. Druhou nejčastější známkou byla 1. Tou hodnotili návštěvníci celkem 185x. Trojkou bylo hodnoceno 155x, známkou čtyři 66x a nejméně známkou 5, pouze 13x. Kategorie „rozmanitost dílen“ byla nejčastěji hodnocena známkou dva. Označilo ji tak více jak polovina respondentů, celkem 63. Známku 1 pak volilo 41 dotazovaných. Ve druhé kategorii návštěvníci hodnotili orientační značení dílen. Tato kategorie dopadla nejhůře, neboť měla nejvyšší počet hlasů u známky 3. Známkou 3 hodnotilo tuto kategorii 50 dotazovaných. Poměrně vysoký počet respondentů získala i u známky 4 (31 respondentů) a také byla nejčastěji hodnocena známkou 5, a to celkem 5x. Doporučení pro organizátory viz kapitola 7. Kategorie „vybavení dílen“ byla nejčastěji hodnocena známkami 2 a 1. Čistota a pořádek v dílnách měly taktéž nejčastěji známku 2 a 1. Poslední kategorie se zabývala péčí o bezpečnost dětí v dílnách. Ta byla nejvíce známkována dvojkou a jedničkou. Známkou jedna byla tato kategorie hodnocena nejčastěji ze všech (celkem 45x). Poslední kategorie tedy z celkového hodnocení dopadla nejlépe.

Otázka č. 21: Jak dlouho by podle Vás měla trvat tvůrčí aktivita v dílnách?

Graf č. 25 Délka trvání aktivit v dílnách z pohledu návštěvníků

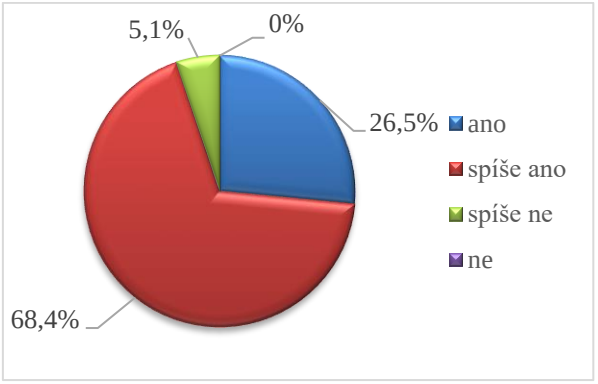


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Z uvedeného grafu č. 25 vyplývá, že tvůrčí aktivita v dílnách pro děti by podle návštěvníků měla trvat maximálně půl hodiny. Tuto skutečnost označilo celkem 63 respondentů. O pouhých 6 respondentů méně uvedlo, že aktivita v dílnách by měla trvat 15 minut. Pro tyto dvě možnosti byla naprostá většina návštěvníků. Cílem každého návštěvníka je za jedno odpoledne na festivalu stihnout co nejvíce dílen. Druhou, o poznání menší skupinu, tvořili návštěvníci, kteří jsou pro delší časový interval v dílnách. Pro 45minutovou aktivitu v dílnách hlasovalo 9 návštěvníků a být celou jednu hodinu v dílně by nevadilo 7 dotázaným.

Otázka č. 22: Jste spokojen/a s lektory v dětských dílnách?

Graf č. 26 Spokojenost s lektory v dětských dílnách

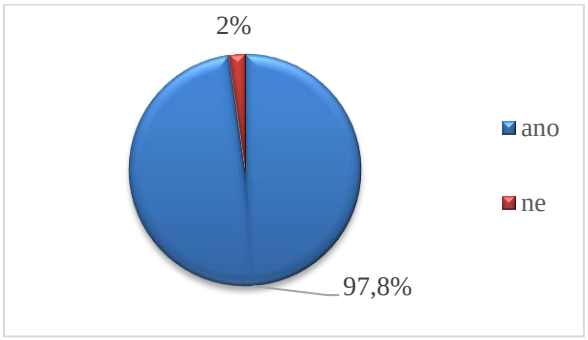


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

V této otázce měli návštěvníci hodnotit svou spokojenost s lektory v dětských dílnách. Jak z grafu č. 26 vyplývá, s lektory je maximálně spokojeno 36 respondentů. Téměř 70 % (93 respondentů) má na lektory spíše pozitivní názor a s jejich prací je spokojeno. Respondenti, kteří zvolili možnost „spíše ne“ měli také uvést, co se jim nelíbilo. Nejčastěji návštěvníci (celkem 7) uváděli jako důvod své nespokojenosti nedostatečný počet lektorů v jednotlivých dílnách. Další stížností byla neopatrnost jedné z lektorek, která tavicí pistolí popálila dceru jedné z návštěvnic festivalu. Protože tvoří lektory převážně studenti ze škol, které se v rámci dílen na festivalu prezentují, objevila se i stížnost ohledně jejich nevěnování se dětem a pocitu, že jsou na festivalu jako lektoři jen z toho důvodu, aby se ulili ze školy.

Otázka č. 23: Doporučili byste návštěvu tohoto festivalu svým známým?

Graf č. 27 Doporučení festivalu



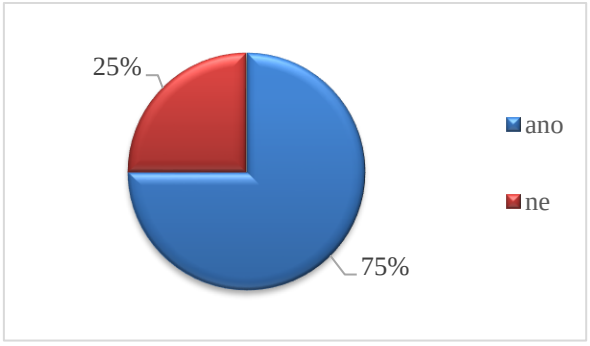
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

V otázce č. 23 byli návštěvníci dotázání, zda by festival doporučili i svým známým. Z grafu č. 27 vyplývá, že téměř všichni dotázaní (133 dotázaných) by festival

svým známým doporučili. Pouze 3 respondenti by návštěvu festivalu svým známým nedoporučili.

Otázka č. 24: Jste z Jičína?

Graf č. 28. Zastoupení návštěvníků z Jičína a okolí



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Z uvedeného grafu č. 28 vyplývá, že návštěvníky festivalu tvoří převážně rezidenti. Výsledky tak potvrzují slova předsedy správní rady Dominika Malého (viz kapitola 5.4.5). Z celkových 136 dotazovaných bylo 102 respondentů z pořadatelského města. Zbylých 34 dotázaných tvořili návštěvníci z jiných měst a koutů republiky. Jak dokazuje tabulka níže (viz tabulka č. 6), nejčastěji na festival přijíždějí návštěvníci ze sousedních měst a obcí. Obvykle se jedná o návštěvníky, kteří festival navštěvují každý rok, neboť to nemají daleko. Návštěvníci ze vzdálenějších míst jezdí na festival většinou nepravidelně, či jej navštíví jedenkrát. Tabulka dále zachycuje, z jakých obcí, měst a okresů přijíždějí návštěvníci nejčastěji.

Tabulka č. 6 Rozdělení návštěvníků podle okresu

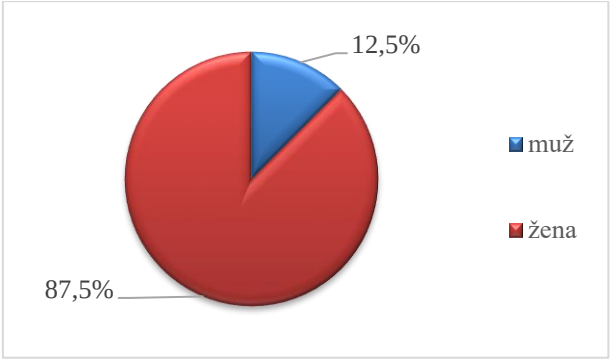
Okres	Město/Obec	Počet respondentů
Jičín	Úlibice	4
	Veliš	5
	Choteč	1
	Lužany	5
	Kopidlno	2
	Sobotka	1
Semily	Bradlecká Lhota	1
	Turnov	1
	Studenec	1
Mělník	Kralupy n. Vltavou	2
Plzeň	Dýšina	1
Příbram	Sedlčany	1
Mladá Boleslav	Mladá Boleslav	2
Praha	Praha	3
Blansko	Cetkovice	1
Liberec	Liberec	1
Kolín	Kolín	1
Nymburk	Nymburk	1

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Tabulka č. 6 potvrzuje, že nejčastější návštěvníci jsou z blízkého okolí. Největší počet návštěvníků přijelo z obcí, které se nacházejí v okrese Jičín. Ze 136 dotázaných bylo těchto návštěvníků dohromady 18. Druhý největší zastoupení měl na festivalu okres Semily, ze kterého přijeli 3 respondenti a Praha se stejným množstvím návštěvníků. Nejdelší cestu vážil návštěvník z Dýšiny. Ta se nachází v okrese Plzeň a od Jičína je vzdálena cca 200 km. Cesta do Jičína tak zabere více jak dvě hodiny.

Otázka č. 25: Jste muž nebo žena?

Graf č. 29 Struktura návštěvníků podle pohlaví

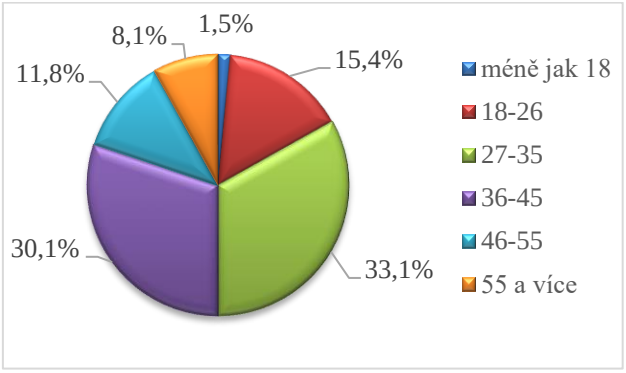


Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

Celkem se dotazníkového šetření zúčastnilo 136 respondentů. Jak vyplývá z grafu č. 29, dotazníkového šetření se z větší části zúčastnily ženy. Ty byly zastoupeny v počtu 119. Menší část tvořili muži. Těch vyplnilo dotazník pouhých 17.

Otázka č. 26: Kolik Vám je let?

Graf č. 30 Rozdělení návštěvníků podle věku



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z dotazníkového šetření

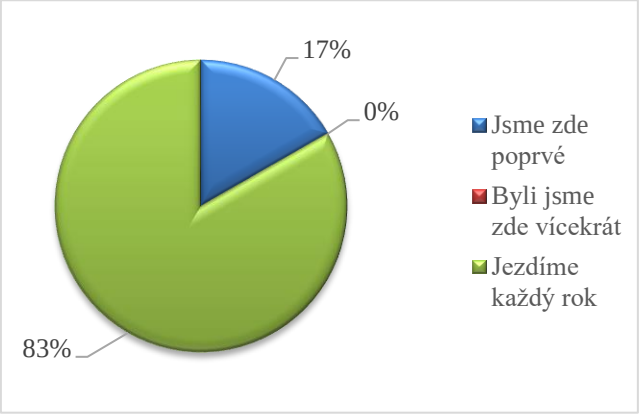
Na základě této otázky bylo zjišťováno, pro jakou věkovou kategorii je festival atraktivní. Největší počet dotazovaných (celkem 45 byl ve věkové kategorii v rozmezí 27-35 let. Druhou nejpočetnější kategorií (41) byli respondenti ve věku 36-45. Z toho lze usoudit, že na festivalu mají největší zastoupení návštěvníci, kteří již v tomto věku mají rodiny. Následovala věková kategorie od 18-26 let s počtem 21 respondentů, kterou tvoří zejména mladí a bezdětní návštěvníci. S největší pravděpodobností studenti a páry. Kategorie 46-55 byla zastoupena 16 respondenty, kategorie 55 a více let 11 respondenty. Zbylá kategorie, do které spadají návštěvníci mladší 18 let, byla zastoupena pouze 2 respondenty.

5.5.2 Vyhodnocení položízených rozhovorů

Výstupy v této kapitole byly získány pomocí položízených rozhovorů s účastníky festivalu. Rozhovory proběhly s celkem 6 účastníky. Osloveny byly školy, které na festivalu za pomoci svých studentů a pedagogů zajišťují tvořivé dílny pro děti. Otázky, které tvořili obsah položízených rozhovorů, jsou uvedeny v příloze č. 2. Odpovědi jednotlivých účastníků viz příloha č. 11–16. Přehled jednotlivých oslovených respondentů nabízí tabulka č. 7.

Na následujícím grafu č. 31 je znázorněna četnost návštěvy festivalu dotázaných respondentů.

Graf č. 31 Četnost návštěv účastníků



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z položízených rozhovorů

Na základě grafu č. 31, lze usoudit, že většina účastníků se festivalu účastní pravidelně každý rok. Celkem tak odpovědělo 5 z 6 dotázaných. Pouze 1 respondent, a to Masarykova základní a mateřská škola, Železnice, zde byla poprvé.

Další výzkumnou otázkou: „Plánuje se Vaše škola zúčastnit i příští rok?“ bylo zjišťováno, zda mají účastníci v plánu návštěvu festivalu i v dalším roce. Na této otázce se shodli všichni respondenti a odpověděli, že ano. To dokazuje jejich spokojenost a pozitivní zážitky z festivalu.

Třetí výzkumná otázka byla otevřená a respondenti se tak měli možnost plně vyjádřit a rozepsat. Otázka zněla: „Jaký je Váš hlavní záměr účasti na festivalu?“. V této otázce se všichni respondenti opět shodli. Jako hlavní záměr uvedli především prezentaci školy a také jejich oborů. Dále v odpovědích zaznělo, že návštěvníci tak mají možnost získat informace o dané škole, osobně se setkat s žáky i pedagogy a s jejich

pomocí si i něco vyrobit. Jejich záměrem je také ukázat výrobu jednotlivých řemesel a prodávat zde práce svých žáků. V odpovědích také zaznělo, že cílem účasti je motivace a zvýšení zájmu mladých lidí o jednotlivé obory.

Další otázkou: „Jakou instituci reprezentujete?“ bylo zkoumáno, jací konkrétní účastníci se do položízených rozhovorů zapojili. Respondenti měli uvést instituci, kterou na festivalu prezentují. Seznam všech institucí je uveden níže v tabulce č. 7.

Tabulka č. 7 Přehled oslovených respondentů

Respondent č.	Instituce	Město
1	Střední škola a vyšší odborná škola aplikované kybernetiky	Hradec Králové
2	Masarykova základní škola a mateřská škola	Železnice
3	Základní umělecká škola J. B. Foerstera	Jičín
4	Základní umělecká škola Habrmanova	Hradec Králové
5	Střední škola řemesel a služeb	Jablonec nad Nisou
6	Střední škola gastronomie a služeb	Nová Paka

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z položízených rozhovorů

Respondenti byly také dotazování otevřenou otázkou „Jaké umění nebo řemeslo na festivalu předvádíte?“. Cílem této výzkumné otázky bylo zjistit, jaké animace jsou účastníky nejčastěji zastupovány. Odpovědi respondentů na tuto otázku se lišily, a proto byly pro přehlednost sepsány do tabulky (viz níže tabulka č. 8).

Tabulka č. 8 Přehled animací jednotlivých účastníků festivalu

Instituce	Animace
SŠ a VOŠ aplikované kybernetiky	kreslení na počítači, ozvučení, výroba animovaného filmu, animace
Masarykova ZŠ a MŠ	vyrábění pro děti z papíru, plastu apod.
ZUŠ J. B. Foerstera	taneční umění (moderní i klasický tanec), malování, kresba, modelování, hudební umění (zpěv, hra na hudební nástroje), dramatické umění (přednesy, krátká divadelní představení)
ZUŠ Habrmanova	hudební obor (zpěv), výtvarný obor (malba, kresba, umělecké řezbářství), taneční obor (klasický tanec, české i moravské lidové tance)
SŠ řemesel a služeb	výroba skleněných figurek u kahanu, výroba štrasové bižuterie, kuchař – číšník (občerstvení), bižuterní dílničky pro děti i dospělé
SŠ gastronomie a služeb	krejčí (výroba z látky), cukrář (zdobení perníčků), pekař, truhlář (výroba jednoduchých předmětů ze dřeva)

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z pořízených rozhovorů

Dle tabulky č. 8 je patrné, že nejčastěji využívanou animací u účastníků festivalu jsou činnosti tvořivé, které u dětí rozvíjejí zručnost a kreativitu. Dále je velmi využívanou animací také činnost společenská a zábavní, nejčastěji v podobě vystoupení tanečníků a zpěváků. Z tabulky je vyplývá, že s největším počtem animací přijíždějí na festival umělecké školy. V malém množství byly zastoupeny také činnosti vzdělávací, poznávací a objevovací. Meditativní, dobrodružné nebo pohybové a sportovní činnosti nebyly těmito účastníky zastoupeny vůbec.

Otázkou: „V jakých prostorách animaci vykonáváte?“ bylo zkoumáno, v jakých částech města jednotlivý účastníci provádí své animační činnosti. Do festivalu je zapojeno několik míst, kde se jednotlivé animace konají. SŠ a VOŠ aplikované kybernetiky (dále jen respondent č. 1) pro svou animaci využívá prostor nádvoří zámku na hlavním náměstí. Protože přijíždí Masarykova ZŠ a MŠ (dále jen respondent č. 2) na festival s tvořivou animační činností mají k dispozici stánek, ve kterém jsou pro děti připraveny židličky a stoly. Umístěn je rovněž na hlavním náměstí. Obě umělecké školy (tj. ZUŠ J. B. Foerstera a ZUŠ Habrmanova) využívají pódium, kde vystupují jejich žáci a předvádí své taneční a hudební vystoupení. Veškerá výtvarná tvorba se odehrává v dílnách pro děti ve stánku na náměstí. ZUŠ J. B. Foerstera (dále jen respondent č. 3) má navíc některá svá vystoupení v porotním sále jičínského zámku. SŠ řemesel a služeb

(dále jen respondent č. 5) využívá pro své animace stánek na Rynečku (náměstí Svobody). SŠ gastronomie a služeb (dále jen respondent č. 6) má taktéž stánek na Rynečku a dále i na Valdštejnově náměstí.

Další výzkumnou otázkou bylo zjišťováno, zda respondenti pozorují nějaké změny v zájmu návštěvníků o jejich prezentovanou činnost během festivalu. Výsledky z rozhovorů prokázaly, že některým účastníkům se zájem o jejich prezentovanou činnost na festivalu zvyšuje. Konkrétně byla tato skutečnost potvrzena 3 respondenty. Zvýšený zájem zaznamenal respondent č. 1, jehož dílna ANIFAKTURA se na festivalu těší stále větší oblibě a dle slov ředitele školy má dílna obrovskou návštěvnost. Dále se jednalo o respondenta č. 5 a č. 6. Zbývající tři respondenti uvedli, že bohužel žádný zvýšený zájem u návštěvníků nezaznamenali.

Otázkou: „Přijíždíte na festival se stále stejnými animacemi nebo nabízíte pokaždé něco jiného?“ bylo zkoumáno, zda se respondenti každý rok snaží přijet s něčím novým, nebo zda jsou jejich animace stále stejné. Z rozhovorů vyplynulo, že se téměř všichni snaží pro další rok festivalu vymyslet něco nového. Pouze respondent č. 1 přijíždí se stále stejnou animací, tedy s tvorbou animovaného filmu. Dle slov ředitele: *„Kdybychom měli lepší finanční zázemí, tak bychom dílnu ještě rozšířili“*. I tak ale dodává, že co děti nakreslí, nazvučí nebo zahrají je velmi různorodé, a tak každý rok vznikají desítky nových a zajímavých filmů (viz příloha č. 11). Respondent č. 3 se každý rok účastní s jinými animacemi, vždy podle potřeb Pohádek. Jak uvedla ředitelka této školy: *„Jeden rok na festivalu vystupujeme s tanečními soubory a s pěveckým souborem a na dalším ročníku předvádíme například ještě i muzicírování“* (viz příloha č. 13). Ostatní účinkující školy se snaží svou programovou náplň obměňovat. I když přijíždějí předvádět stále stejná umění a řemesla, vždy se snaží alespoň změnit jejich obsahovou náplň. Tu také přizpůsobují námětu daného ročníku festivalu. Jak odpověděl ředitel SŠ řemesel a služeb: *„Snažíme se měnit náplň jednotlivých dílen, aby byly pro pravidelné návštěvníky stále zajímavé“* (viz příloha č. 15). Má-li návštěvník možnost vidět nové a poznat dosud nepoznané, vždy to bude motivace k další účasti.

V další výzkumné otázce byly zjišťovány zkušenosti účastníků s festivalem. V odpovědích se všichni dotazovaní 100 % shodli. Uvedli, že mají s festivalem jen velmi pozitivní a vynikající zkušenosti. Zaznělo také, že přístup organizátorů i zájemců o vyrábění je příjemný a že na festivalu panuje vždy dobrá nálada a atmosféra.

Dotazováním respondentů bylo pomocí otázky: „Jste spokojeni s organizací festivalu?“ zjištěno, že jsou všichni s organizací festivalu spokojeni a nic by neměnili.

Když mají účastníci na festivalu možnost předvést ukázky ze svých jednotlivých oborů, byli respondenti také dotázáni, zda se jim díky účasti na tomto festivalu zvyšuje zájem o studijní obory, které zde prezentují. Z šesti dotazovaných respondentů uvedli tři (respondent č. 1, č. 5 a č. 6), že jim účast na festivalu nové zájemce o studium přináší. Jak uvedl ředitel SŠ a VOŠ aplikované kybernetiky: *“Díky účasti na festivalu jsme skutečně našli několik zájemců o studium u nás. Není to však mnoho. Vychází to maximálně na jednoho uchazeče ročně. Já osobně vím o dvou studentech. O Adamovi a Jonášovi. Adam si na dílně animoval a pak projevil zájem u nás studovat, Jonáš je jeho kamarád“* (viz příloha č. 11). ZUŠ Habrmanova (dále jen respondent č. 4) a respondent č. 3 zvýšený zájem uchazečů nezaznamenali. Ředitel Masarykovi ZŠ a MŠ nemohl na tuto otázku z důvodu první účastni odpovědět.

Na otázku: „Vyhovuje Vám na festivalu místo konání Vašeho programu?“ odpovědělo všech 6 respondentů, že ano.

Další otázkou: „Co se Vám na festivalu konkrétně líbí?“ bylo zjišťováno, co účastníky na festivalu poutá a čím je pro ně lákavý. Jednotlivé odpovědi respondentů nabízí tabulka č. 9 (viz níže).

Tabulka č. 9 Hodnocení festivalu z pohledu účastníků

Respondent č.	Odpovědi respondentů
1	Považuji festival za skvělou akci, která je tu pro děti a širokou veřejnost a která má podle mého názoru zásadní význam i pro Jičín jako město a přilehlou kulturní oblast. Tradice pohádkového Jičína mi připadá natolik nosná, že pravděpodobně přetrvá i do budoucna a natrvalo se vryje do paměti miliónů děti z Čech ale i ze světa.
2	Různorodost – od každého je tam něco.
3	Na festivalu se nám nejvíce líbí jeho pestrost a barevnost.
4	Líbí se nám, že Jičín je proslulý pohádkami zejména Rumcajsem a lesem Ráholcem a tímto festivalem se město udržuje v duchu pohádek. I když je festival primárně pro děti, tak i dospělí člověk se opět vrátí do dětských let.
5	Zajímavý program, který přiláká velké množství návštěvníků.
6	Obsahová náplň, organizace, zájem veřejnosti.

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat z pořízených rozhovorů

Z tabulky č. 9 lze vyčíst, že respondentům se líbí zejména program, který je dle jejich názorů pestrý, bohatý a zajímavý. Dále se účastníkům na festivalu líbí jeho motiv, tedy že je pohádkový a určen nejen dětem, ale i pro dospělé a širokou veřejnost, která má tak možnost připomenout si dětská léta.

Další výzkumnou otázkou bylo zjišťováno, co se jednotlivým účastníkům na festivalu naopak nelíbí. Respondent č. 1 odpověděl, že jako hlavní nedostatek festivalu vidí rozkol mezi obyvateli města, kteří festival považují spíše za přítěž a komplikaci (viz příloha č. 11). Dle jeho slov tkví problém také v tom, že si místní neuvědomují, že jde o špičkovou propagaci města. Respondent č. 2 na tuto otázku reagoval velmi podobně jako respondent č. 4, a shodli se na tom, že jako jistou nevýhodou festivalu vidí drahé sobotní vstupné (viz příloha č. 12 a č. 14). Respondent č. 4 ještě dodává, že není spokojen s tím, že vstupné musí platit i účinkující. Odpovědi respondentů č. 2 a č. 4 se shodují s názory návštěvníků, kteří nejsou se vstupným na sobotní program taktéž spokojeni (viz graf č. 15). Respondent č. 3 vnímá jako nedostatek festivalu přehnanou nabídku všech akcí. Podle respondenta č. 5 bylo v minulých letech nedostatkem festivalu nedostatečné zabezpečení uloženého materiálu v Jezuitských kolejích, ale nyní uvádí, že už je vše v pořádku. Respondent č. 6 o žádném nedostatku neví.

Během rozhovorů byly také hledány návrhy či nápady pro organizátory do dalších let. Otázka pro respondenty zněla: „Jaké zlepšení byste doporučili organizátorům do dalších let?“

Respondent č. 1 na tuto otázku reagoval v návaznosti na otázku předchozí. Jeho doporučení pro organizátory tedy zní: *„Především je zapotřebí komunikovat s lidmi v samotném Jičíně žijícím. Aby pochopili jeho význam a efekt pro město a jeho další rozvoj.“* Dále ohledně komerčních institucí doporučuje, že *„je zapotřebí jim vyhovět v co nejkulturnějším duchu, aby si z festivalu nevytvářely jakési suché výjezdní kanceláře plné reklamních předmětů a žádné zábavy pro děti s nulovým kulturním a výchovným potenciálem. Aby měli sponzoři kultivovanou formu sebeprezentace, která dětem dá více než leták s logotypem“* (viz příloha č. 11).

Respondent č. 2 uvedl, že žádné doporučení nemá, respondent č. 3 doporučuje držet se hesla „méně je někdy více“ a respondent č. 4 navrhuje nepolevit a pokračovat

ve festivalu, který má již tak dlouho tradici. Stejně tuto otázku zodpověděl i respondent č. 6, který taktéž radí vydržet a pokračovat. Zbývající respondent č. 5 by organizátorům pohádkového festivalu doporučil najmutí bezpečnostní služby.

Poslední výzkumná otázka v rozhovoru byla identifikační a měla za cíl zjistit z jakého města či obce jednotliví účastníci na festival přijeli. Tuto informaci lze vyčíst z tabulky výše (viz tabulka č. 7), která nabízí přehled všech dotázaných respondentů.

6 Shrnutí a diskuze výsledků

Následující kapitola se věnuje odpovědím na výzkumné otázky, které byly získány pomocí kvantitativního a kvalitativního výzkumu. Kvantitativní výzkum proběhl ve formě dotazníkového šetření mezi návštěvníky festivalu. Kvalitativní výzkum byl veden formou polořízených rozhovorů s účastníky festivalu a pomocí neformálních rozhovorů s návštěvníky. Přehled výzkumných otázek je uveden na začátku této práce (viz kapitola 2.2). Celkové výsledky výzkumu spolu s detailním rozborem všech otázek včetně grafů viz výše kapitola 5.5.

Výzkumná otázka č. 1: Jaká je spokojenost návštěvníků s festivalem?

Výsledky dotazníkového šetření prokázaly, že návštěvníci hodnotí festival kladně a jsou s ním spokojeni (viz graf č. 5). Kladnou odpověď volilo ze 136 dotázaných celkem 130 respondentů. Většina návštěvníků se festivalu účastní každý rok (viz graf č. 7). Spokojenost návštěvníků dokazují i výsledky na otázku ohledně zájmu o opakovanou návštěvu festivalu (viz graf č. 8), kde celých 98 dotázaných uvedlo, že má zájem se festivalu zúčastnit i příští rok. Z toho lze usoudit, že pohádková atmosféra a originalita tohoto festivalu v návštěvnících zanechává pozitivní zážitky. Rodiče tento festival vřele vítají, protože mají možnost svým ratolestem dopřát zábavu v podobě her, soutěží, tvořivých dílen, koncertů, divadelních představeních a jiných radovánek. Dobré zkušenosti a spokojenost s festivalem návštěvníků dokazuje také to, že by jeho návštěvu doporučili i svým přátelům a známým (viz graf č. 27).

Průzkum také ukázal, že návštěvníky festivalu tvoří hlavně rezidenti, tedy místní obyvatelé (viz graf č. 28). Další skupinu tvoří návštěvníci ze sousedních měst a obcí (viz tabulka č. 6). Tito návštěvníci mohou festival díky krátké vzdálenosti navštěvovat pravidelně každý rok. Návštěvníci ze vzdálenějších měst či krajů navštěvují festival v menší míře. Nejčastějšími návštěvníky festivalu jsou rodiny s dětmi předškolního věku (viz graf č. 9). Tato skupina je pro festival cílovým segmentem návštěvníků, neboť je zaměřen na pohádky a nabízí širokou škálu tvořivých dílen a animací pro děti. Většina návštěvníků přijíždí na festival také s přáteli a známými pro které festival znamená příjemnou atmosféru a zapomenutí na každodenní starosti. Početnou skupinu tvoří také rodiny s dětmi jak předškolního, tak i školního věku a rodiny se staršími dětmi školního věku. Návštěvníky festivalu tvoří také učitelky s mateřskými školkami a základními školami. Důvodem jejich

účasti na festivalu je zpříjemnit dětem první dny ve škole či ve školce a probudit v nich tvořivost a zvědavost.

Výzkumná otázka č. 2: Jaká je hlavní motivace návštěvníků k návštěvě festivalu?

Z výsledků výzkumu bylo zjištěno, že hlavní motivací pro zavítání na tento festival je zábava pro děti (viz graf č. 6). Shodla se na tom téměř polovina dotazovaných (celkem 62 respondentů). Tímto se potvrdil smysl festivalu, který už od samého počátku tkví v uspořádání kulturní akce pro děti a pomocí zábavy v nich probudit tvořivost a hravost (viz kapitola 5.4.1). Přes veškerá úskalí, které bylo během uplynulých let nutno překonat, se pořadatelům podařilo udržet hlavní myšlenku festivalu i dnes.

Mezi dalšími motivacemi návštěvníků měla druhý nejvyšší počet hlasů tradice. Tento zjištěný fakt lze vysvětlit tím, že většinu dotazovaných tvořili rezidenti města Jičína (viz graf č. 28). Festival se pro ně stal tradiční kulturní akcí, neboť se zde koná již mnoho let a přechází tak z generace na generaci. Pro školy a školky má účast na festivalu vzdělávací a poznávací formu výuky. Dalšími motivacemi byly: program festivalu (18 respondentů), dobrá zkušenost (8 respondentů), doporučení přátel (4 respondenti) a reklama v médiích (1 respondent).

Výzkumná otázka č. 3: Jsou mezi návštěvníky nějaké výhrady k dosavadnímu programu festivalu nebo s ním jsou v této podobě spokojeni?

Dotazníkové šetření prokázalo, že většina návštěvníku byla s programem spokojena (viz graf č. 10). Celkem kladnou odpověď volilo ze 136 respondentů 129 dotázaných. Ti návštěvníci, kteří byli s programem méně spokojeni či by si ho přáli obohatit, měli v následující otázce možnost napsat, co by do programu doplnili nebo co jim zde chybí. Soupis veškerých poznatků a návrhů návštěvníků na vylepšení programu viz tabulka č. 3. Nejčastějším návrhem respondentů bylo zařadit do programu více sportovních a pohybových aktivit pro děti. Doporučení pro organizátory viz kapitola 7. V roce 2015 byla v programu festivalu sportovní činnost zastoupena pouze během, jízdou na koloběžce, na šlapadlech, chůzí na chůdách a soutěží v hodu basketbalovým míčem. Náměty na sportovní a pohybové aktivity jsou uvedeny v příloze č. 9. Dalším nejčastějším návrhem bylo do programu zařadit více atrakcí a aktivit pro děti. Návštěvníci by také uvítali více atrakcí a her pro děti zdarma. Několik málo

respondentů zastávalo názor, že v minulosti býval program bohatší, a proto by v dalších ročnících ocenili, kdyby byl program pestřejší. Mezi dalšími návrhy na zlepšení programu byla například pantomima, rytířská klání, lukostřelba, mini disko pro děti nebo větší množství hudebních kapel.

Nejoblíbenějším programem na festivalu je s velkým odstupem dle výsledků průzkumu program hudební (viz graf č. 12). Na festivalu je široce zastoupen v podobě kapel nejrůznějších žánrů a zpěváků z řad profesionálů, ale i dětí z hudebních škol a v neposlední řadě také v podobě hudebních koncertů, na kterých zní hudební nástroje z celého světa (lidové flétny, africké bubny atd.). Mezi další oblíbené programy se řadí program divadelní a taneční. O poznání méně návštěvníků upřednostňuje výstavy, besedy a přednášky.

Šetřením byly zjištěny negativní ohlasy ohledně výše vstupného na sobotní program. S tím nejsou spokojeni jak návštěvníci, tak i někteří účinkující festivalu. Ti tuto skutečnost uvedli na základě otázky, která zjišťovala, co na festivalu vidí jako nedostatek (viz kapitola 5.5.2). Z výsledků z dotazníkového šetření mezi návštěvníky bylo vyhodnoceno, že s výší vstupného nebyla spokojena značná část návštěvníků (viz graf č. 15). Celkem bylo ze 136 oslovených nespokojeno 103 dotázaných. Jednou z možných příčin tak vysoké nespokojenosti by mohlo být zvýšené vstupné pro rok 2015, jak dokazuje tabulka č. 4 (viz kapitola 5.5.1). Důvodem dle pořadatelů (Malý, rozhovor 2016) byla nutnost posílit rozpočet. Kromě vyšších cen se také změnily skupiny poplatníků. Nově bylo zavedeno vstupné i pro děti od 3 let, pro které byl vstup za 30 Kč. Návrhy a doporučení pro organizátory ohledně vstupného viz kapitola 7.

Zajímavým zjištěním na základě výsledků výzkumu je, že 84 respondentů ze 136 oslovených, má zájem o zařazení zahraničních souborů do programu festivalu (viz graf č. 13). Doporučení pro organizátory viz kapitola 7. Zavedením těchto souborů by se vyhovělo hned dvěma požadavkům návštěvníků, neboť bylo jejich přáním zařadit do programu více kapel a zajistit bohatší program (viz tabulka č. 3). Dále bylo zjištěno, že návštěvníci jsou s dosavadními místy konání jednotlivých programů spokojeni (viz graf č. 14) a o jejich rozšíření do více částí města nemají zájem. Vyhovuje jim semknutost festivalového dění a to, že zůstanou ve víru festivalu. Díky tomu se mohou od jedné aktivity ke druhé přemístit do pěti minut.

Výzkumná otázka č. 4: Jaká animační činnost patří na festivalu mezi nejoblíbenější?

Jak již bylo několikrát zmíněno výše (viz kapitola 5.4 a 5.4.1), hlavní myšlenkou festivalu je probouzet v dětech tvořivou činnost. Proto je tvořivost v jednotlivých dílnách zastoupena nejvíce a podle výsledků výzkumu (viz graf č. 17) je právě tou nejoblíbenější činností na festivalu. Hlasovala pro ni téměř polovina všech dotazovaných (61 respondentů). Tvořivé činnosti zde představují práci s různými materiály, používání různých technik a výrobu vlastních suvenýrů. Nejčastěji se jedná o stříhání, lepení, malování či kreslení a modelování. Nejoblíbenějším materiálem v tvořivých dílnách se dle výsledků výzkumu staly přírodní materiály (viz graf č. 18), jakými jsou například dřevo, kámen, kůra, vlna a vosk. Druhým nejoblíbenějším materiálem byl vyhodnocen papír, ze kterého se vyrábějí nejrůznější postavičky, předměty nebo různé skládačky. Umělé materiály skončily na třetím místě. Nejméně oblíbeným materiálem se stala látka, pro kterou hlasoval nejnižší počet návštěvníků (5 respondentů). Vyráběné výrobky se z velké části orientují na dané téma festivalu. Jubilejní ročník festivalu nesl podtitul „Ať žijí pohádky!“, a proto byly výrobky v dílnách orientovány na hlavní symboly a postavy pohádek. Účelem bylo dle Rychterové (2015, s. 2) připomenout smysl pohádek a jejich svět plný fantazie. Tvůrčí dílny nabízely možnost vyrobit si meč, štít a „železnou košili“ k záchraně princezny, papírového draka, skřítka, vílu nebo korálky a korunku pro princeznu.

Další animační činností, která je na festivalu zastoupena, je společenská a zábavní činnost a skončila jako druhá nejoblíbenější animace (viz graf č. 17). Tato činnost má za úkol vytvořit zábavnou atmosféru, pobavit návštěvníky a přimět je ke vzájemné komunikaci. Na festivalu je zastoupena především v podobě nejrůznějších vystoupeních bavičů, zpěváků, tanečníků, vypravěčů a pohádkového průvodu spolu se soutěží o nejhezčí masku.

Na třetím místě v žebříčku oblíbenosti se umístila sportovní a pohybová činnost. Pro tu hlasovalo celkem 23 respondentů. Sportovní a pohybové činnosti na festivalu bohužel příliš velké zastoupení nemají. Jak prokázaly výsledky z dotazníkového šetření (viz tabulka č. 3) právě sportovní a pohybová činnost je to, co návštěvníkům v programu festivalu chybí. Tato připomínka byla zároveň i odpovědí na výzkumnou otázku č. 3 (viz výše), jejímž cílem bylo zjistit výhrady k programu.

O pouhé 3 hlasy méně skončily na čtvrtém místě vzdělávací a poznávací činnosti. Ty mají v programu festivalu poměrně široké zastoupení. Zejména v podobě ukázek tradičních řemesel, divadelních představeních, koncertů, přednesech, čteních, přednášek, osvětových her, zábavně vzdělávacích soutěží a výstav. Cílem těchto animačních činností je děti nejen přimět k tvořivosti a probudit v nich jejich fantazii, ale také je formou zábavy vzdělávat.

Na posledním místě skončila meditativní činnost, pro kterou hlasoval pouze jeden respondent. Tato činnost na festivalu nemá tak široké zastoupení jako ty ostatní, přesto se jich zde alespoň pár nachází. Jedná se například o čtení pohádek dětem, besedy nebo hudební vystoupení oddechové hudby.

Výzkumná otázka č. 5: Jak hodnotí návštěvníci dílny pro děti?

Návštěvníci festivalu hodnotili v dotazníkovém šetření hned několik aspektů dílen, dle klasifikační stupnice 1-5. Na základě zjištěných výsledků lze říci, že hodnocení dílen dopadlo dobře, neboť nejčastěji volenou známkou byla 2 (viz graf č. 24). Nejlépe hodnocenou kategorií byla „péče o bezpečnost dětí v dílnách“. Dalšími nejlépe hodnocenými kategoriemi se staly „péče o čistotu a pořádek v dílnách“ a „rozmanitost dílen“. Péče o čistotu a bezpečnost dětí patří mezi nejdůležitější přednosti dílen. Pořadatelům se přednosti dílen daří zajistit, neboť návštěvníci tyto dvě kategorie ohodnotili velmi kladně a jsou s nimi spokojeni. Naopak nejhůře hodnocenou kategorií se stala kategorie „orientační značení, kde se jaká dílna nachází“. Ta byla nejčastěji hodnocena známkou 3 (50 respondentů) a také byla nejvíce hodnocena známkou 4 (31 respondentů) a 5 (5 respondenti). Doporučení pro organizátory viz kapitola 7.

Výzkumem bylo zjištěno, že naprostá většina návštěvníků je s dosavadní nabídkou dílen pro děti spokojena (viz graf č. 21). Pár návštěvníků uvedlo návrhy na dílny, které se na festivalu neobjevují a které by si přáli (viz tabulka č. 5). Mezi návrhy byla například dílna pro malé kuchtíky nebo dílna keramická. Podle návštěvníků (viz graf č. 25) je optimální délka trvání tvůrčí aktivity v dílně půl hodiny (63 respondentů). O pouhých 6 návštěvníků méně zastává názor, že by tvůrčí aktivita měla trvat 15 min. Kratší časové intervaly jsou voleny z toho důvodu, aby návštěvníci stihli navštívit

během odpoledne co nejvíce dílen. Aktivitu trvající 45 minut volilo pouhých 9 návštěvníků a pro celou jednu hodinu hlasovalo 7 návštěvníků.

Dotazníkového šetření dále potvrdilo spokojenost s lektory v dětských dílnách (viz graf č. 26), kteří jsou zajišťovány především žáky a učiteli z účastnících se škol a dobrovolníky. Kladnou odpověď volilo ze 136 oslovených celkem 129 respondentů.

Dále bylo zjištěno, co návštěvníci vnímají u dílen jako nejsilnější stránku, a co naopak jako nejslabší stránku. Návštěvníci vidí nejsilnější stránku dílen v rozvoji dětské kreativity (viz graf č. 20). Tuto možnost označilo celkem 92 dotázaných. Opět se zde potvrdila hlavní myšlenka festivalu, která tkví v rozvoji tvořivosti u dětí. Za další silné stránky byly zvoleny: výroba vlastních suvenýrů (68 respondentů), manuální vzdělávání dětí (63 respondentů), setkání s tradičními řemesly (60 respondentů), setkání s netradičními materiály (36 respondentů) a poznávání nových přátel (6 respondentů). Naopak nejslabší stránkou dílen se po vyhodnocení výsledků výzkumu stalo jejich zpoplatnění (viz graf č. 19). S těmi nesouhlasí celkem 84 respondentů. Dotazníkové šetření prokázalo, že pouhých 46 respondentů je za tyto placené dílny ochotno zaplatit (viz graf č. 22). Téměř 89 respondentů raději zvolí dílnu zdarma. Dále bylo zjištěno, že i tak vnímá celkem 73 respondentů ceny dílen za přijatelné (viz graf č. 23). I když mnozí návštěvníci vnímají ceny jako přijatelné, pochopitelně by raději zvolili dílnu neplacenou. Z dotazování návštěvníků (neformální rozhovor 2016) však bylo zjištěno, že placené dílny nejsou pro návštěvníky dostatečně označeny. Tuto skutečnost potvrdila více jak polovina dotázaných. Nejčastějším návrhem bylo placenou dílnu označit nápisem „placená dílna“. Doporučení pro organizátory je uvedeno v kapitole 7. Dále bylo během rozhovorů zjištěno, že někteří stánkaři o tom, že je jejich dílna placená ani neinformují. Jedna z oslovených návštěvnic (neformální rozhovor 2016) uvedla: „*Vzala jsem syna do jedné dílny na Husovce, paní byla milá, nechala syna vyrobit si koníka a pak mi řekla, že chce osmdesát korun.*“ Pro 59 respondentů z dotazníkového šetření jsou ceny dílen drahé. Dílny za drahé považuje i převážná část náhodně oslovených návštěvníků (neformální rozhovory 2016). Jak uvedla jedna z oslovených návštěvnic: „*Uvítala bych všechny dílny zdarma, i kdyby měly být výrobky z levnějších materiálů anebo dílny nejvíce za 50 Kč.“* Ceny za dílny se pohybují až okolo 120 Kč. Pro rodinu s jedním dítětem tato částka není až tak vysoká, jako pro rodinu, která má děti například tři.

Výzkumná otázka č. 6: S jakým záměrem přijíždějí účastníci na festival?

Všech šest dotázaných ředitelů škol se na hlavním záměru účasti jednoznačně shodlo (viz kapitola 5.5.2). Uvedli, že jejich záměrem je především prezentace školy a dále také jejich oborů. Zároveň mají návštěvníci možnost se osobně setkat jak s žáky daných škol, tak i s jejími pedagogy, kteří návštěvníkům v dílnách pomáhají hlavně s výrobou daného předmětu. V odpovědích také zaznělo, že tímto způsobem mohou návštěvníkům festivalu a potencionálním uchazečům poskytnout o dané škole veškeré základní informace a žáci se mohou podělit o své zkušenosti. Dalším záměrem škol je na festivalu ukázat, co se na škole vyučuje, předvést výrobu jednotlivých řemesel a přispět do školního rozpočtu prodejem žákovských prací. Mezi odpověďmi také zaznělo, že cílem účasti je motivovat a zvýšit zájem mladých lidí o jednotlivé obory.

Dále bylo zjištěno, že se účastníkům díky prezentaci školy na festivalu zvyšuje také počet uchazečů o zde předváděné studijní obory (viz kapitola 5.5.2). Celkem třem dotazovaným účast na festivalu nové zájemce o prezentovaný studijní obor opravdu přináší. Přesněji to byl respondent č. 1, č. 5 a č. 6. Přehled respondentů nabízí tabulka č. 7 (viz kapitola 5.5.2). Nových uchazečů však není mnoho. Jak uvedl ředitel SŠ a VOŠ aplikované kybernetiky, jedná se o 1 uchazeče ročně. Respondent č. 3 a č. 4 zvyšující zájem uchazečů nezaznamenal a respondent č. 2 nemohl tuto skutečnost posoudit, protože se festivalu zúčastnil poprvé. Taktéž byl u některých respondentů (č. 1, č. 5 a č. 6) prokázán zvyšující se zájem návštěvníků o jejich prezentovanou činnost během konání festivalu. Každý rok se také snaží přijet s něčím novým a snaží se svůj program obměňovat. I když zde prezentují stále stejné obory a řemesla, vždy se snaží změnit alespoň obsahovou náplň dílen a vymýšlejí tak stále nové výrobky.

Výsledky průzkumu dále potvrdily, že účastníci hodnotí festival velice kladně a zavítají na něj každý rok (viz graf č. 31). O spokojenosti svědčí také jejich plánovaná účast v příštím roce. Všichni uvedli, že mají s festivalem jen velmi pozitivní a vynikající zkušenosti. Pozitivně hodnotí také organizaci festivalu, se kterou jsou spokojeni a na které by nic neměnili. Nejvíce se jim na festivalu líbí pestrý a bohatý program a také jeho motiv pohádkového festivalu pro děti. Naopak nedostatky festivalu vidí někteří účastníci například v již zmíněném drahém vstupném na sobotní program (viz výzkumná otázka č. 3). Mezi dalšími nedostatky zazněl také názor, že nabídka všech akcí je přemrštěná a dochází k rozkolu mezi rezidenty, kteří považují festival

spíše za přítěž a komplikaci. V návaznosti na tento názor zaznělo doporučení pro organizátory, aby zlepšili komunikaci s obyvateli Jičína, díky které lépe pochopí význam festivalu a jeho efekt pro město. Dalšími doporučeními pro organizátory byly vydržet a pokrčovat ve festivalu, který má již tak dlouho tradici a držet se hesla „méně je někdy více“.

Z realizovaných rozhovorů bylo dále zjištěno, že nejvyužívanější animací účastníků jsou činnosti tvořivé (viz tabulka č. 8). Nejčastěji jsou zastoupeny výrobou různých předmětů z různých materiálů a také malování a kreslením. Masarykova ZŠ a MŠ přijíždí na festival s výrobou pro malé děti z různých materiálů (např. papír, plast). ZUŠ J. B. Foerstera zajišťuje na festivalu malování, kresbu a modelování. ZUŠ Habrmanova zde předvádí taktéž výtvarný obor, a navíc ještě umělecké řezbářství. SŠ řemesel a služeb má dílny na výrobu skleněných figurek a štrasové bižuterie. SŠ gastronomie a služeb zde představuje obor krejčí, kde poskytuje výrobu z látky, obor cukrář, který reprezentuje zdobení perníčků a obor truhlář s výrobou jednoduchých předmětů ze dřeva. Dále je nejvíce zastoupenou animací také činnost společenská a zábavní. Tu zajišťují především účastnící se umělecké školy, které na festival přijíždějí s hudebními soubory, které zahrnují výstupy zpěváků, hry na hudební nástroje, koncerty a další. V malém množství jsou zastoupeny činnosti vzdělávací, poznávací a objevovací. Činnosti meditativní, dobrodružné a pohybové a sportovní u těchto účastníků nebyly shledány vůbec. Nejčastějším místem, kde účastníci provádí své animační činnosti je hlavní náměstí, tedy Valdštejnovo, kde mají stánky se svými dílnami a podium pro svá vystoupení. Tato místa, která jsou účastníkům pro jejich programy poskytnuta, jim naprosto vyhovují.

Celkově se festival Jičín – město pohádky shledal s pozitivními názory všech dotazovaných. Na druhou stranu se také našlo pár negativních názorů či připomínek, které by neměly zůstat opomíjeny a měly by se stát středem zájmu pořadatelů. Odstraněním těchto nedostatků by se z festivalu mohla stát bezchybná kulturní akce. Tím by se posílila věrnost všech příznivců i stálých návštěvníků. Dokonce i těch nových, kterým by byl festival na základě dobrých zkušeností doporučen. Navržená doporučení pořadatelům na odstranění zjištěných negativních skutečností viz následující kapitola.

7 Závěry a doporučení

Předmětem této práce bylo analyzovat vybranou kulturní akci z hlediska její programové skladby. Pomocí realizovaného výzkumu bylo primárním cílem zhodnotit zejména spokojenost, preference a názory návštěvníků. Dalším cílem bylo zjistit záměry účasti a zkušenosti účastníků festivalu a v neposlední řadě také zjistit animace s jakými na festival přijíždějí. Všech výše zmíněných cílů bylo v práci dosaženo na základě dotazníkového šetření mezi návštěvníky a pořízených rozhovorů s účastníky festivalu.

Z provedeného průzkumu byla zjištěna převažující spokojenost s festivalem, jak mezi návštěvníky (viz graf č. 5), tak i mezi účastníky festivalu (viz kapitola 5.5.2). Dále bylo prokázáno plánování účasti respondentů v příštím roce (viz graf č. 8 a kapitola 5.5.2). Procentuální většina dotázaných (viz graf č. 27) by návštěvu festivalu doporučila i svým známým. Ze zjištěných poznatků lze usoudit, že festival se u návštěvníků i účastníků těší velké oblibě a mají na něj velmi pozitivní názor.

Výzkumem bylo dále zjištěno, že hlavní motivací k návštěvě festivalu je pro více jak polovinu dotázaných zábava pro děti (viz graf č. 6). Tato skutečnost dokazuje, že festival si udržel svůj původní účel, který byl stanoven již na jeho samotném začátku. Hlavním záměrem zakladatelů tehdy bylo vytvořit festival pro děti plný her a zábavy.

V rámci průzkumu bylo dokázáno, že nejoblíbenější animační činností na festivalu je činnost tvořivá (viz graf č. 17). Na festivalu má nejširší zastoupení v podobě tvořivých dílen pro děti, kde mají možnost vyzkoušet si práci s různými materiály, technikami a vyrobit si svůj vlastní suvenýr. Jako druhá nejoblíbenější animační činnost byla šetřením vyhodnocena společenská a zábavní. Na festivalu slouží především k pobavení návštěvníků a k vytvoření zábavné atmosféry. Jedná se o nejrůznější vystoupení tanečníků, zpěváků, bavičů a vypravěčů. Sportovní a pohybová činnost se podle šetření stala třetí nejoblíbenější animační činností na festivalu. Na základě zjištěných výhrad návštěvníků (viz tabulka č. 3) však bylo zaznamenáno, že sportovních aktivit je na festivalu nedostatek a návštěvníci by je ve větším zastoupení uvítali. V roce 2015 byl v programu pouze běh, jízda na koloběžce, na šlapadlech, chůze na chůdách a soutěž v hodu basketbalovým míčem. Doporučením pro organizátory je proto zařadit do programu více sportovních a pohybových aktivit. Na základě těchto zjištěných skutečností byla vypracována tabulka s náměty na sportovní a pohybové aktivity (viz

příloha č. 9), které byly vypracovány pro organizátory jako inspirace na vylepšení budoucích ročníků festivalu.

Z šetření byly vyhodnoceny další negativní ohlasy návštěvníků (viz graf č. 15), a to ohledně výše vstupného na sobotní program. V roce 2015 došlo ke zvýšení cen vstupného a nově byly také zpoplatněny děti od 3 let (viz tabulka č. 4). Pořadatelé tuto skutečnost zdůvodnili tím, že bylo nutné posílit rozpočet (Malý, rozhovor 2016). Doporučením pro organizátory vyplývajícím z tohoto zjištění, je pro návštěvníky zavést rodinné vstupné, protože bylo v rámci šetření zjištěno, že nejčastějšími návštěvníky festivalu jsou právě rodiny s dětmi (viz graf č. 9). Negativní ohlasy ohledně výše vstupného byly zjištěny i u některých účastníků festivalu (viz kapitola 5.5.2), kteří tuto skutečnost označili za nedostatek festivalu.

Zajímavým zjištěním výzkumu bylo, že i když je festival převážně regionálního charakteru a soustředí se na vystoupení místních a okolních umělců (Malý, rozhovor 2016), návštěvníci by v programu uvítali i zahraniční soubory (viz graf č. 13). Tato skutečnost potvrdila některé výhrady návštěvníků k programu (viz tabulka č. 3), kteří si přáli bohatší program a uvítali by zde více kapel. Doporučení pro organizátory tedy zní, vzít tuto skutečnost v úvahu a zapojit do programu i soubory ze zahraničí, kteří tak program ještě více obohatí a zpestří.

Dále bylo průzkumem zjištěno, že návštěvníci hodnotili dětské dílny z velké části kladně (viz graf č. 24). Nejvíce byli spokojeni s péčí o čistotu a bezpečnost dětí v dílnách a v neposlední řadě také s rozmanitou nabídkou dílen. Velmi pozitivních hodnocení dosáhli i lektoři dílen (viz graf č. 26). Naopak se šetřením zjistilo, že návštěvníci mají špatný přehled o tom, kde se jaká dílna nachází (viz graf č. 24). Seznam dílen dle jejich umístění v části města je uveden v programové brožuře a na oficiálních webových stránkách festivalu. Dle výsledků šetření se tyto dva zdroje informací jeví jako nedostačující. Doporučením pro organizátory tedy je, umístit na viditelné místo hlavního náměstí přehledný plán pohádkového města se znázorněnými a označenými místy tvořivých dílen pro děti.

Z provedeného výzkumu se zjistilo, že návštěvníci u dětských dílen vnímají rozvoj dětské kreativity, jako jejich nejsilnější stránku (viz graf č. 20). Naopak za nejslabší stránku dílen bylo vyhodnoceno jejich zpoplatnění (viz graf č. 19). Placené

dílny jsou provozovány živnostníky – trhovci a stánkaři. Dílny od Nadačního fondu jsou zdarma. Dle slov předsedy správní rady Dominika Malého (rozhovor 2016), jsou veškeré informace ohledně placených a neplacených dílen uvedeny na oficiálních webových stránkách festivalu. Tento způsob informování se ale na základě rozhovorů s návštěvníky festivalu (neformální rozhovor 2016) potvrdil jako nedostačující a neefektivní. Více jak polovina uvedla, že nemá přehled o tom, které dílny jsou zdarma a které ne. Uvítali by lepší označení placených dílen nápisem „placená dílna“. Doporučením pro organizátory je, zaměřit se na lepší informovanost návštěvníků. Dalším doporučením je zajistit lepší označení placených dílen, a to dle návrhů návštěvníků nápisem „placená dílna“ na viditelném místě dílny.

Někteří návštěvníci taktéž uvedli (neformální rozhovor 2016), že některé placené dílny jsou předražené. A jak i vyplynulo z výsledků šetření (viz graf č. 22), celé dvě třetiny návštěvníků by raději zvolilo dílnu zdarma. Pouhá jedna třetina uvedla, že je za placené dílny ochotna zaplatit. Zrušit tyto placené dílny nelze, ale díky lepší informovanosti rozeznají návštěvníci festivalu lépe placenou dílnu od neplacené a budou tak mít možnost volby, kterou dílnu upřednostní.

Na základě rozhovorů s účastníky festivalu bylo zjištěno, že jejich hlavním záměrem účasti na festivalu je prezentace školy a jejich oborů (viz kapitola 5.5.2). Dále bylo zjištěno, že prezentace škol má pozitivní vliv na získávání nových studentů, neboť se polovině osloveným účastníkům podařilo díky prezentaci na festivalu získat nové uchazeče o studium. Z šetření také vyplynulo, že celkově mají na festival pozitivní názor, jsou s ním spokojeni a mají s ním jen dobré zkušenosti. Na základě odpovědí respondentů lze také konstatovat, že animace, se kterými na festival přijíždějí jsou nejčastěji zastoupeny tvořivou činností. Ta zahrnuje výrobu různých předmětů z odlišných matriálů. Druhou nejvíce zastoupenou animací jsou činnosti společenské a zábavní v podobě hudebních, pěveckých a tanečních vystoupeních.

Výzkumné šetření potvrdilo, že pohádkový festival má v Jičíně pevné kořeny. Mimo jiné je také příkladem toho, že i kulturní akce, jako je festival, může městu zajistit prezentaci a vytvořit mu image, neboť se stalo motivem návštěvy tisíce lidí. Pro město představuje jednu z hlavních atraktivit, která má podíl na zvyšování návštěvnosti MIC, tedy i celého města (viz graf č. 4). Festival je dle průzkumu nejnavštěvovanější akcí v Jičíně (viz graf č. 3) a díky svému rozsahu a zaměření je znám široko daleko.

To je potvrzeno účastí i několika návštěvníků ze zahraničí (viz tabulka č. 2). Odstraněním zjištěných poznatků z výzkumu bude mít festival opět o krok blíže k tomu, stát se bezchybnou a hojně navštěvovanou akcí na kterou se budou návštěvníci po dobrých zkušenostech rádi vracet.

8 Seznam použitých zdrojů

Knižní:

[1] BENKOVIČOVÁ, Valéria. *Cestovný ruch pre 4. ročník stredných odborných učilíšť študijný odbor čašník – servírka a pre 2. ročník stredných odborných učilíšť štúdia popri zamestnaní študijný odbor prevádzka spoločného stravovania*. 2., upr.vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1989, 128 s. ISBN 80-080-0251-4.

[2] BERÁNEK, Jaromír a kol. *Ekonomika cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Mag Consulting, 2013, 295 s. ISBN 978-80-86724-46-1.

[3] CAILLOIS, Roger. *Hry a lidé: maska a závrať*. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon, 1998, 215 s. ISBN 80-902-4822-5.

[4] ČERNÁK, Róbert. *Animátor voľného času: Príručka pre začínajúcich animátorov*. 1. vyd. Bratislava: Agentúra PRO-STAFF, 2009, 144 s. ISBN 80-968046-1-8.

[5] ČERTÍK, Miroslav a kol. *Cestovní ruch: vývoj organizace a řízení*. Vyd. 1. Praha: Off, c2000, 352 s. ISBN 80-238-6275-8.

[6] DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2010, 200 s. ISBN 978-80-7373-079-6.

[7] ĎURIČEK, Milan a kol. *Riadenie animácie v turizme*. 1. vyd. Prešov: Akademická turistická agentúra, 2001, 181 s. ISBN 80-968046-1-8.

[8] FIŠEROVÁ, Věra. *Volný čas a jeho animace v cestovním ruchu*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2008, 92 s. ISBN 978-80-86578-87-3.

[9] FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada, 2001, 180 s. Manažer. ISBN 80-247-0207-X.

[10] GOELDNER, Charles R a J RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2014, xviii, 545 s. ISBN 978-80-265-0298-2.

[11] HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011, 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.

[12] HODAŇ, Bohuslav (ed.). *Volný čas a jeho současné problémy: sborník příspěvků přednesených na vědeckém symposiu v Olomouci ve dnech 20. a 21. května 2002*. Olomouc: Hanex Olomouc pro Fakultu tělesné kultury, c2002, 188 s. ISBN 80-857-8337-1.

[13] HORČIAK, Jozef. *Základy marketingu*. 1. vyd. Bratislava: Vysoká škola ekonomická, 1991, 160 s. ISBN 80-225-0245-6.

[14] HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada, c2003, 486 s. Expert (Grada). ISBN 80-247-0202-9.

[15] HUIZINGA, Johan. *Homo ludens: o původu kultury ve hře*. Praha: Dauphin, 2000, 297 s. Studie (Dauphin). ISBN 80-7272-020-1.

[16] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012, 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.

[17] *Jičín – město pohádky: 10 let*. Jičín: Nadační fond Jičín – město pohádky, 2002, 60 s. ISBN 80-238-8748-3.

[18] KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.

[19] KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. 14th [ed.]. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, c2012, xxii, 657, [127] p. ISBN 01-321-0292-7.

[20] KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti*. Praha: Grada, 2006, 277 s. Expert (Grada). ISBN 80-247-0966-X.

[21] MAŇÁK, Josef a Vlastimil ŠVEC. *Výukové metody*. 1. vyd. Brno: Paido, 2003, 219 s. ISBN 80-7315-039-5.

[22] MALÁ, Vlasta. *Cestovní ruch: (vybrané kapitoly)*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1999, 83 s. ISBN 80-707-9443-7.

[23] NADAČNÍ FOND JIČÍN – MĚSTO POHÁDKY. *Jičín - město pohádky: Ať žijí pohádky!*. Programová brožůrka. 25. vyd. Jičín, 2015, 64 s.

[24] ORIEŠKA, Ján. *Animácia v cestovnom ruchu*. Vyd. 1. V Banskej Bystrici: Univerzita Mateja Bela, 2003, 114 s. ISBN 80-805-5858-2.

[25] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. V Praze: Idea servis, 2010, 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.

[26] ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 1999, 244 s. ISBN 80-859-7027-9.

[27] PATOČKA, Jiří a Eva HEŘMANOVÁ. *Lokální a regionální kultura v České republice: kulturní prostor, kulturní politika a kulturní dědictví*. Vyd. 1. Praha: ASPI, 2008, 199 s. ISBN 978-80-7357-347-8.

[28] RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Grada, 2011, 216 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

[29] TITTELBACHOVÁ, Šárka. *Turismus a veřejná správa: průniky, dysfunkce, problémy, šance: státní politika turismu České republiky: systémový přístup k řešení problémů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 196 s. ISBN 978-80-247-3842-0.

[30] URBÁNEK, Tomáš. *Marketing*. 1. vyd. Praha: Alfa Nakladatelství, 2010, 233 s. Management studium. ISBN 978-80-87197-17-2.

[31] VACULÍK, Josef. *Základy marketingu*. Vyd. 3. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2004, 273 s. ISBN 80-719-4700-8.

[32] ZELENKA, Josef. *Cestovní ruch – marketing*. Vyd. 3., přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015, 247 s. ISBN 978-80-7435-543-1.

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

Internetové:

[1] *Albrecht z Valdštejna: Po stopách Albrechta z Valdštejna* [online]. 2011 [cit. 2016-01-31]. Dostupné z: http://www.albrechtzvaldstejna.cz/redakce/index.php?xuser=&lanG=cs

[2] Kdo jsme a naše cíle: Pracovní profil animátora. *Animátoři Plzeň: animace jako prožitek* [online]. 2012 [cit. 2016-11-01]. Dostupné z: http://www.animatori-plzen.cz/kdo-jsme-a-nase-cile/

[3] FIŠEROVÁ, Věra. Inovační přístupy při tvorbě nových profesních profilů v cestovním ruchu se zaměřením na animaci. *Studia turistica* [online]. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, Prosinec2011, 2015-11-16 [cit. 2015-11-16]. ISSN 1804-252X. Dostupné z: https://www.vspj.cz/soubory/download/id/798

[4] HEŘMANOVÁ, Eva. Folklór. *On-line výkladový slovník arts managementu a arts marketingu* [online]. 2012, 2012-4-20 [cit. 2015-11-26]. Dostupné z: http://artslexikon.cz/index.php/Folklor

[5] *Hotel Dolní Morava: Animační programy* [online]. 2014 [cit. 2016-01-31]. Dostupné z: http://www.hotel-dolnimorava.cz/animacni-programy-pro-deti/

[6] Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku. *CzechTourism: 20 let s vámi* [online]. 2016 [cit. 2016-11-01]. Dostupné z: http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/

[7] INDROVÁ, Jarmila a kol. *Cestovní ruch pro všechny* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008, 2015-11-22, 90 s. [cit. 2015-11-22]. ISBN 978-80-7399-407-05. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/4fa1846e-ee0c-40d7-ae2e-a43007314a2e/GetFile14_1.pdf

[8] Jičín – město pohádky. *Facebook: Jičín – město pohádky 2014* [online]. Jičín, 2014, 2014-12-10 [cit. 2016-03-11]. Dostupné z: https://www.facebook.com/jicinmestopohadky/photos/

[9] *Jičín – turistický portál: Jičín město pohádky* [online]. Jičín, 2010 [cit. 2016-01-31]. Dostupné z: http://www.jicin.org/cs/kultura/pravidelne-kulturni-akce/jicin-mesto-pohadky.html

[10] Jičínský masopust 2015 - Jičín. *Turistika* [online]. 2015 [cit. 2016-03-12]. Dostupné z: http://www.turistika.cz/mista/jicinsky-masopust-2015-jicin

[11] JÍNA, Jiří Michael. Organizace festivalu. *Signály* [online]. 2010 [cit. 2016-06-16]. Dostupné z: http://www.adampycha.cz/rady-a-postrehy-pro-zacinaji-poradatele-hudebnich-festivalu-ci-koncertu-1-5/

[12] KOCOUREK, Jaroslav. *Královéhradecký kraj – turistický portál: Velký okruh okolo Jičína – Jičín, Veliš, Ostružno a zpět* [online]. Jičín, 2016 [cit. 2016-01-31]. Dostupné z: http://www.hkregion.cz/dr-cs/6359-velky-okruh-okolo-jicina-jicin-velis-ostruzno-a-zpet.html

[13] KEA. *The Economy of Culture in Europe: KEA (European Affairs) for the European Commission* [online]. Brusel, 2006, 2015-11-26, 355 s. [cit. 2015-11-26]. Dostupné z: http://www.keanet.eu/ecoculture/studynew.pdf

[14] KESNER, Ladislav a kol. *Management kulturního cestovního ruchu* [online]. Praha, 2008, 2015-11-25 [cit. 2015-11-25]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/efcd9671-4737-427b-bab5-1b6be507e800/GetFile10_1.pdf

[15] *Kudy z nudy: S dětmi se nebudete nudit na festivalu Jičín – město pohádky* [online]. Jičín, 2014 [cit. 2016-03-11]. Dostupné z: http://www.kudyznudy.cz/Vyhledavani/Fulltext.aspx?docid=0&word=ji%C4%8D%C3%ADn%20m%C4%9Bsto%20poh%C3%A1dky

[16] MALÝ, Dominik a redakce DZ. Zkontrolujte hospodaření jubilejního pohádkového festivalu. *Zprávy Český ráj* [online]. Jičín, 2015 [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: http://zpravyceskyraj.cz/zkontrolujte-hospodareni-jubilejniho-pohadkoveho-festivalu/

[17] MĚSTSKÝ ÚŘAD. *Můj Jičín: Informace o městě Jičíně* [online]. Jičín, 2013, 2013-01-02 [cit. 2016-01-29]. Dostupné z: https://www.mujicin.cz/informace-o-meste/d-1279844/p1=61626

[18] *Pohádka: 1. - 5. ročník (1991–1995)* [online]. Jičín, 2016a [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: http://www.pohadka.cz/historie-festivalu/1-5-rocnik/

[19] *Pohádka: Historie festivalu* [online]. Jičín, 2016b [cit. 2016-03-20]. Dostupné z: http://www.pohadka.cz/historie-festivalu/

[20] *Pohádka: Symboly festivalu* [online]. Jičín, 2016c [cit. 2016-01-31]. Dostupné z: http://www.pohadka.cz/festival-jmp/symboly-festivalu/

[21] PROKEŠ, Pravoslav. *Jičín pohádkové město: Lipová alej* [online]. 2016 [cit. 2016-01-31]. Dostupné z: http://www.mesto-jicin.cz/lodzije-a-alej.php

[22] RAABOVÁ, Tereza. *Kulturní a kreativní průmysly v České republice.* [online]. 1. vyd. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2011, 2015-11-25, 392 s. [cit. 2015-11-25]. ISBN 978-80-7008-009-2. Dostupné z: http://www.idu.cz/media/document/kulturni-a-kreativni-prumysly-v-ceske-republice.pdf

[23] *Regionální Informační Servis: Jičín* [online]. Praha 2, 2015 [cit. 2016-03-08]. Dostupné z: http://www.risy.cz/cs/vyhledavace/obce/detail?Zuj=572659

[24] RYCHTEROVÁ, Věra. Tisková zpráva jubilejního 25. ročníku festivalu JMP. In: *Pohadka.cz* [online]. Jičín, 2015 [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: http://www.pohadka.cz/pro-novinare/

[25] Statut Nadačního fondu JMP. *Pohádka* [online]. Jičín, 2013 [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: http://www.pohadka.cz/o-nas/nadacni-fond-jmp/

[26] STROUHALOVÁ, Jana. *Rajce.net: Jičín, Zebín a Valdštejnská lodžie* [online]. Jičín, 2013, 2013-12-28 [cit. 2016-01-31]. Dostupné z: http://strouhalovajana.rajce.idnes.cz/Jicin,_Zebin_a_Valdstejnska_lodzie/#7_DSCN4852.jpg

[27] ŠIMKOVÁ, Veronika. Kultura tradiční lidová. *On-line výkladový slovník arts managementu a arts marketingu*[online]. 2012, 2012-4-30 [cit. 2015-11-29]. Dostupné z: http://artslexikon.cz/index.php/Kultura_tradi%C4%8Dn%C3%AD_lidov%C3%A1

[28] ŠIMON, Michael a Eva HEŘMANOVÁ. Festival. *On-line výkladový slovník arts managementu a arts marketingu* [online]. 2012, 2012-6-23 [cit. 2015-11-26]. Dostupné z: http://artslexikon.cz/index.php/Festival

[29] VITÁKOVÁ, Marie. *Školení a vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu: Využití kulturních a přírodních památek pro cestovní ruch* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007, 2015-11-19, 72 s. [cit. 2015-11-19]. Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/473a8dbe-5c92-4eef-818e-0252a54c8200/GetFile2.pdf

[30] ŽÁKOVÁ, Eva a kol. *Kulturní a kreativní průmysly v České republice*. [online]. 1. vyd. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, 2011, 2015-11-25, 392 s. [cit. 2015-11-25]. ISBN 978-80-7008-009-2. Dostupné z: http://www.idu.cz/media/document/kulturni-a-kreativni-prumysly-v-ceske-republice.pdf

Ostatní zdroje:

[1] MALÝ, D. Předseda správní rady NF JMP. Osobní rozhovor. Jičín, 29. 12. 2015, 16. 3. a 7. 6. 2016

[2] Návštěvníci festivalu. Neformální rozhovor. Jičín, září 2016

[3] Ředitel SŠ a VOŠ aplikované kybernetiky, elektronické sdělení, 10. 6. 2016

[4] Ředitelka Masarykovy ZŠ a MŠ, elektronické sdělení, 22. 6. 2016

[5] Ředitelka ZUŠ J. B. Foerstera, elektronické sdělení, 8. 6. 2016

[6] Ředitel ZUŠ Habrmanova, elektronické sdělení, 4. 7. 2016

[7] Ředitel SŠ řemesel a služeb, elektronické sdělení, 22. 6. 2016

[8] Ředitel SŠ gastronomie a služeb, elektronické sdělení, 3.7. 206

8.1 Seznam obrázků, tabulek a grafů

Obrázky:

Obrázek č. 1 Valdická brána 55
Obrázek č. 2 Albrecht z Valdštejna 55
Obrázek č. 3 Lipová alej 56
Obrázek č. 4 Dobové kostýmy 58
Obrázek č. 5 Rumcajs a Manka 58
Obrázek č. 6 Kovový drak 61
Obrázek č. 7 Logo festivalu Jičín-město pohádky 61
Obrázek č. 8 Patron pohádek – herec Jiří Lábus 72

Tabulky:

Tabulka č. 1 Podmínky animace ve středisku cestovního ruchu 41
Tabulka č. 2 Národnostní složení návštěvníků MIC během festivalu 2015 71
Tabulka č. 3 Návrhy a poznámky návštěvníků na vylepšení programu 83
Tabulka č. 4 Ceny vstupného na sobotní program za vybrané roky 87
Tabulka č. 5 Návrhy návštěvníků na dětské dílny 92
Tabulka č. 6 Rozdělení návštěvníků podle okresu 97
Tabulka č. 7 Přehled oslovených respondentů 100
Tabulka č. 8 Přehled animací jednotlivých účastníků festivalu 101
Tabulka č. 9 Hodnocení festivalu z pohledu účastníků 103

Grafy:

Graf č. 1 Počet návštěvníků za celých pět dní konání festivalu 66
Graf č. 2 Vývoj sobotní návštěvnosti v letech 2011-2015 67
Graf č. 3 Vyhodnocení nejnavštěvovanější akce dle statistik návštěvnosti MIC 69
Graf č. 4 Návštěvnost městského informačního centra v září roku 2015 70
Graf č. 5 Celkové hodnocení festivalu 78
Graf č. 6 Motivace k návštěvě festivalu 79

Graf č. 7 Četnost návštěvy festivalu 80
Graf č. 8 Zájem o opakovanou účast na festivalu 80
Graf č. 9 Klasifikace návštěvníků festivalu 81
Graf č. 10 Celková spokojenost s programem festivalu 82
Graf č. 11 Nedostatky festivalu z pohledu návštěvníků 82
Graf č. 12 Vyhodnocení nejoblíbenějších programů festivalu 84
Graf č. 13 Zájem o zahraniční soubory na festivalu 85
Graf č. 14 Spokojenost návštěvníků s místy konání jednotlivých programů festivalu 85
Graf č. 15 Spokojenost návštěvníků s výší vstupného 86
Graf č. 16 Četnost návštěv dílen pro děti 87
Graf č. 17 Oblíbenost animačních činností 88
Graf č. 18 Obliba materiálu v dětských dílnách 89
Graf č. 19 Slabé stránky dětských dílen 90
Graf č. 20 Silné stránky dětských dílen 91
Graf č. 21 Spokojenost návštěvníků s dosavadní nabídkou dílen 91
Graf č. 22 Názory návštěvníků na placené dílny 92
Graf č. 23 Hodnocení cen dílen z pohledu návštěvníků 93
Graf č. 24 Celkové hodnocení dílen z pohledu návštěvníků 93
Graf č. 25 Délka trvání aktivit v dílnách z pohledu návštěvníků 94
Graf č. 26 Spokojenost s lektory v dětských dílnách 95
Graf č. 27 Doporučení festivalu 95
Graf č. 28. Zastoupení návštěvníků z Jičína a okolí 96
Graf č. 29 Struktura návštěvníků podle pohlaví 98
Graf č. 30 Rozdělení návštěvníků podle věku 98
Graf č. 31 Četnost návštěv účastníků 99

9 Přílohy

9.1 Seznam příloh

Příloha č. 1 Vzor dotazníku pro návštěvníky festivalu Jičín – město pohádky I
Příloha č. 2 Seznam otázek k rozhovoru s účastníky festivalu V
Příloha č. 3 Víkendový dětský animační program na téma pravěk VI
Příloha č. 4 Přehled témat jednotlivých ročníků festivalu VII
Příloha č. 5 Pohádkové zákony města Jičína VIII
Příloha č. 6 Plakát 26. ročníku festivalu IX
Příloha č. 7 Programová brožura 2015 X
Příloha č. 8 Mapa Jičína XI
Příloha č. 9 Náměty na sportovní a pohybové aktivity XII
Příloha č. 10 Pochod Českým rájem – startovní lístek XIV
Příloha č. 11 Odpovědi respondenta č. 1, SŠ a VOŠ aplikované kybernetiky XV
Příloha č. 12 Odpovědi respondenta č. 2, Masarykova ZŠ a MŠ XVIII
Příloha č. 13 Odpovědi respondenta č. 3, ZUŠ J. B. Foerstera XX
Příloha č. 14 Odpovědi respondenta č. 4, ZUŠ Habrmanova XXII
Příloha č. 15 Odpovědi respondenta č. 5, SŠ řemesel a služeb XXIV
Příloha č. 16 Odpovědi respondenta č. 6, SŠ gastronomie a služeb XXVI
Příloha č. 17 Zadání práce XXVIII

Příloha č. 1 Vzor dotazníku pro návštěvníky festivalu Jičín – město pohádky

Spokojenost návštěvníků festivalu Jičín – město pohádky

Dobrý den,

jsem studentkou třetího ročníku Univerzity Hradec Králové**.** Ráda bych Vás poprosila o vyplnění tohoto anonymního dotazníku k mé bakalářské práci, který zjišťuje názory ohledně programové skladby festivalu Jičín – město pohádky. **Dotazník je určen pro návštěvníky, kteří mají zkušenosti s dětskými dílnami**. Předem Vám moc děkuji za Váš čas a spolupráci.

1) **Jak byste celkově ohodnotili festival Jičín – město pohádky?**
   a. velmi spokojen
   b. spokojen
   c. nespokojen

2) **Jaký je Váš hlavní důvod návštěvy festivalu? (zaškrtněte jednu možnost)**
   a. zábava pro děti
   b. program
   c. tradice
   d. už jsem zde byl/a – dobrá zkušenost
   e. doporučení přátel
   f. viděl/a jsem na daný festival reklamu v médiích (tisk, rozhlas, internet…)
   g. jiné, prosím uveďte……

3) **Jak často navštěvujete tento festival?**
   a. byl/a jsem zde jednou
   b. byl/a jsem zde vícekrát
   c. jezdím každý rok

4) **Plánujete navštívit festival i příští rok?**
   a. ano
   b. spíše ano
   c. spíše ne
   d. ne

5) **S kým festival navštěvujete? (zaškrtněte jednu možnost)**
   a. s přáteli a známými
   b. jako rodina s malými dětmi/dítětem (předškolního věku)
   c. jako rodina se staršími dětmi/dítětem (školního věku)
   d. jako rodina s dětmi (předškolního i školního věku)
   e. jako učitelka s mateřskou školkou
   f. jako učitelka se základní školou
   g. jiné, prosím uveďte……

6) **Jste spokojeni se strukturou a obsahem programu festivalu?**
   a. ano
   b. spíše ano
   c. spíše ne
   d. ne

7) **Je něco, co Vám na festivalu chybí, a chtěli byste do programu doplnit?**
   a. ne, program je bohatý a zajímavý
   b. ano, prosím uveďte
      co……

8) **Jaký program na festivalu preferujete? (zaškrtněte jednu možnost)**
   a. hudební
   b. taneční
   c. divadelní
   d. besedy a přednášky
   e. výstavy
   f. jiné, prosím
      uveďte……

9) **Uvítali byste na festivalu i soubory ze zahraničí? Např. Slovensko, Polsko, Německo atd.?**
   a. ano b. ne

10) **Vyhovují Vám místa konání jednotlivých programů festivalu?** Např. Valdštejnovo náměstí, Ryneček, zámecký park, …
   a. ano
   b. ne, uvítal/a bych zapojení i jiných částí města (Valdštejnská lodžie, lipová alej…)

11) **Jste spokojeni s výší vstupného na sobotní program?**
   a. ano b. ne

12) **Účastníte se na festivalu vždy alespoň jedné dílny pro děti?**
   a. ano b. ne

13) **Jaký druh animační činnosti je u Vás/Vašeho dítěte/dětí nejoblíbenější? (zaškrtněte jednu možnost)**
   a) společenská, zábavní činnost
   b) vzdělávací, poznávací činnost
   c) meditativní činnost
   d) tvořivá činnost
   e) sportovní a pohybová činnost

14) **Jaký materiál je u Vás/Vašeho dítěte/dětí nejoblíbenější? (zaškrtněte jednu možnost)**
   a. papír
   b. látka
   c. přírodní materiály (dřevo, kámen, kůra, vlna, klacíky, vosk atd.)
   d. umělé materiály (korálky, drátek…)
   e. jiné, prosím
      uveďte…….

15) Co vnímáte jako slabou stránku dílen pro děti? (zaškrtněte i více možností)

a. placené dílny
b. kvalita materiálů
c. pomoc při tvoření od lektorů dílen
d. časové omezení dílen
e. stálost nabídky dílen
f. nic, se vším jsem spokojen/a
g. jiné, prosím uveďte
……

16) Co vnímáte jako silnou stránku dílen pro děti? (zaškrtněte i více možností)

a. manuální vzdělávání dětí
b. rozvoj dětské kreativity
c. setkání s netradičními materiály
d. poznávání nových přátel
e. výroba vlastních suvenýrů
f. setkání s tradičními řemesly
g. jiné, prosím uveďte
……

17) Chybí Vám zde nějaká konkrétní dílna?

a. ne
b. ano, uveďte prosím jaká
……

18) Jaký máte názor na dílny, které jsou placené?

a. placené dílny mi nevadí
b. raději navštívím neplacenou dílnu

19) Jak hodnotíte ceny placených dílen?

a. velmi dobré
b. přijatelné
c. drahé

20) Jak byste ohodnotili dle stupnice „1“, „2“, „3“, „4“ a „5“? (1 – nejlepší, 5 – nejhorší)

a. rozmanitost dílen 1–2–3–4–5
b. orientační značení, kde se jaká dílna nachází 1–2–3–4–5
c. vybavení dílen 1–2–3–4–5
d. péče o čistotu a pořádek v dílnách 1–2–3–4–5
e. péče o bezpečnost dětí v dílnách 1–2–3–4–5

21) Jak dlouho by podle Vás měla trvat tvůrčí aktivita v dílnách? (zaškrtněte jednu možnost)

a. 15 min
b. 30 min
c. 45 min
d. 1 hod

22) Jste spokojen/a s lektory v dětských dílnách?

a. ano
b. spíše ano
c. spíše ne (Co se Vám nelíbilo) ……
d. ne (Co se Vám nelíbilo) …….

23) Doporučili byste návštěvu tohoto festivalu i svým známým?

a. ano b. ne

24) Jste z Jičína?

a. ano b) ne, uveďte prosím město + okres

……..……
…

25) Jste?

a. muž b. žena

26) Kolik Vám je let?

a. méně jak 18
b. 18-26
c. 27-35
d. 36-45
e. 46-55
f. 55 a více

Mnohokrát děkuji za vyplnění dotazníku.

Příloha č. 2 Seznam otázek k rozhovoru s účastníky festivalu

1) **Jak často se Vaše škola festivalu zúčastňuje?**
    a. jsme zde poprvé
    b. byli jsme zde vícekrát
    c. jezdíme každý rok
    d. jezdíme nepravidelně
2) **Plánuje se Vaše škola zúčastnit i příští rok?**
3) **Jaký je Váš hlavní záměr účasti na festivalu?**
4) **Jakou instituci reprezentujete?**
5) **Jaké umění nebo řemeslo na festivalu předvádíte?**
6) **V jakých prostorách animaci vykonáváte? (zaškrtněte i více možností)**
    a. muzeum
    b. galerie
    c. divadlo
    d. zámek
    e. dílna
    f. podium
    g. stánek na náměstí
    h. jiné, prosím uveďte……
7) **Zaznamenali jste změnu v zájmu o Vaši prezentovanou činnost během festivalu?**
    a. ano, nárůst zájmu
    b. ano, pokles zájmu
    c. ne, nezaznamenali jsme
8) **Přijíždíte na festival se stále stejnými animacemi nebo nabízíte pokaždé něco jiného?**
9) **Jaké jsou Vaše zkušenosti s festivalem?**
10) **Jste spokojeni s organizací festivalu? A je zde něco, co by se podle Vás mělo změnit?**
11) **Přináší Vám účast na festivalu větší zájem o studijní obor, který zde prezentujete?**
12) **Vyhovuje Vám na festivalu místo konání Vašeho programu?**
    a. ano
    b. ne – kde byste chtěli Vámi danou akci pořádat?.....
13) **Co se Vám na festivalu konkrétně líbí?**
14) **Co je podle Vás nedostatkem festivalu?**
15) **Jaké zlepšení byste doporučili organizátorům do dalších let?**
16) **Odkud jste přijeli?**

Příloha č. 3 Víkendový dětský animační program na téma pravěk

Zdroj: Hotel Dolní Morava (2014)

Příloha č. 4 Přehled témat jednotlivých ročníků festivalu

Ročník	Datum konání	Téma
1.	30. 9. – 6. 10. 1991	Bylo – nebylo
2.	28. 9. – 4. 10. 1992	Ráj srdce
3.	27. 9. – 3. 10. 1993	…k čemu tam ta slunečnice je?
4.	26. 9. – 2. 10. 1994	Zvony a zvonky
5.	25. 9. – 1. 10. 1995	Za sedmero horami a sedmero řekami bylo – nebylo…
6.	30. 9. – 6. 10. 1996	Holduj tanci, pohybu
7.	29. 9. – 5. 10. 1997	Hlavně nesmí býti smutno…
8.	14. 9. – 19. 9. 1998	Máme rádi zvířata…
9.	13. 9. – 19. 9. 1999	Kniha, motto: Poselství
10.	11. 9. – 16. 9. 2000	Pohádky odjinud
11.	10. 9. – 15. 9. 2001	Rumcajs a jeho rodina, Pocta pánům Čtvrtkovi a Pilařovi, rodině, přírodě a její ochraně
12.	8. 9. – 14. 9. 2002	Vyprávění | komunikace – cesta k porozumění
13.	8. 9. – 13. 9. 2003	Sedm klíčů od třinácté komnaty
14.	6. 9. – 11. 9. 2004	Pohádky a báje Českého ráje
15.	7. 9. – 11. 9. 2005	Zlatá brána otevřená
16.	12. 9. – 17. 9. 2006	Strašidla, strašáci a strašpytlové
17.	11. 9. – 16. 9. 2007	Ten dělá to a ten zas tohle aneb Řemesla v pohádkách
18.	9. 9. – 14. 9. 2008	Když se čerti rojili…
19.	8. 9. – 13. 9. 2009	Pohádka v krajině – Krajina v pohádce
20.	7. 9. – 12. 9. 2010	Česká pohádková klasika
21.	7. 9. – 11. 9. 2011	…a děti pro radost a radost pro děti
22.	12. 9. – 16. 9. 2012	Pohádkové Pimprlatérium
23.	11. 9. – 15. 9. 2013	Kolo, kolo mlýnský aneb chce to fortel
24.	10. 9. – 14. 9. 2014	Pelíšek, pelíšky, pelášení
25.	9. 9. – 13. 9. 2015	Ať žijí pohádky
26.	7. 9. – 11. 9. 2016	Cirk

Zdroj: Zpracováno na základě dat z webu Pohádka (2016b)

Příloha č. 5 Pohádkové zákony města Jičína

Zákony pohádkového města Jičína

1. Před vstupem do pohádkového města si musí každý očistit boty na velké rohožce. Tím se symbolicky očistí od starostí všedního života, a přitom očistí i své svědomí.
2. V pohádkovém městě se všichni lidé zdraví, i ti, co se neznají, všichni se na sebe usmívají, od tří let tu nesmí žádný člověk plakat.
3. Nesmějí se bít děti, nesmějí se trápit zvířata a každý návštěvník musí zasadit jednu květinu. Všichni si navzájem pomáhají.
4. V pohádkovém městě se nesmí na ulici kouřit. Kdo si chce zapálit, musí kouř foukat do kanálu.
5. Každý, kdo do města vstoupí, má za povinnost udělat jeden dobrý skutek.
6. V pohádkovém týdnu se nesmějí ve školách dávat pětky, poznámky ani domácí úkoly.

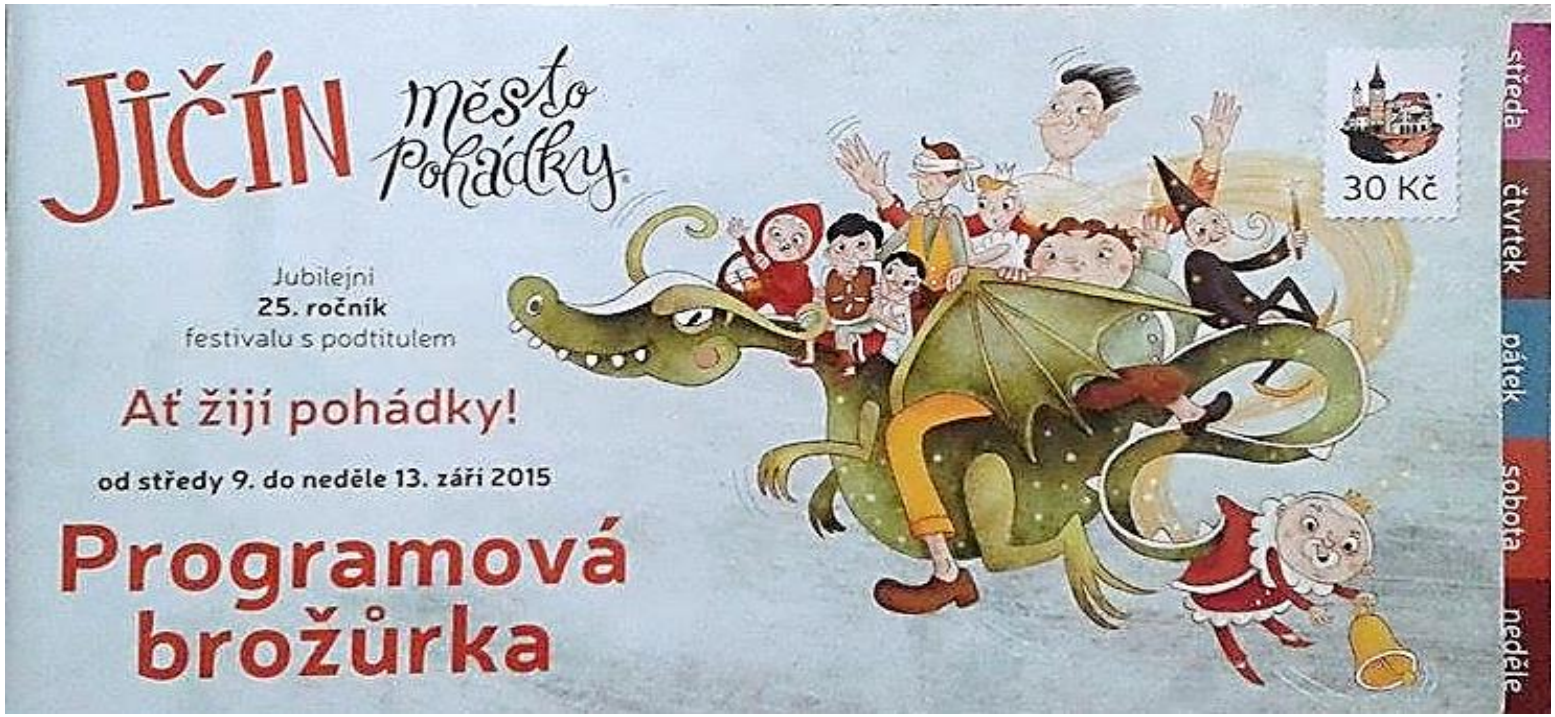
Všechny tyto zákony jsou řádně schváleny dětským parlamentem. Jsou čestně závazné a nesmějí být zneužívány.

Zdroj: Zpracováno podle publikace Jičín – město pohádky: 10 let (2002, s. 9)

Příloha č. 6 Plakát 26. ročníku festivalu

Zdroj: Dominik Malý, rozhovor (2016)

Příloha č. 7 Programová brožura 2015



Zdroj: Dominik Malý, rozhovor (2016)

Příloha č. 8 Mapa Jičína

Zdroj: Dominik Malý, rozhovor (2016)

Příloha č. 9 Náměty na sportovní a pohybové aktivity

Druh činnosti	Název aktivity	Časová náročnost	Věková kategorie	Místo
Sportovně zábavné hry	Lukostřelba	3-5 min/účastníka	Od 6 let	Zámecký park
	Hokej na trávě	20-25 min/skupina	Od 6 let	Matějkovo hřiště
	Pétanque	5-10 min/účastníka	Od 3 let	Zámecký park
	Štafeta	5 min/skupina	Od 6 let	Zámecký park/Husova ulice
	Strečink	10-15 min/účastníka	Od 6 let	Zámecký park
	Mini-golf	10 min/účastníka	Od 3 let	Zámecký park
	Sestřelování kelímků pomocí míčků	3-5 min/ účastníka	Od 3 let	Zámecký park/Husova ulice
	Šipky na terč	3-5 min/účastníka	Od 3 let	Zámecký park/Husova ulice
	Skákání přes švihadlo	5 min/účastníka	Od 6 let	Zámecký park/Husova ulice
	Skákání v pytli	3-5 min/účastníka	Od 6 let	Zámecký park
	Shazování kuželek	3-5 min/účastníka	Od 3 let	Zámecký park
	Střelba na branku	3-5 min/účastníka	Od 3 let	Zámecký park/Husova ulice
	Slalom s míčem	3-5 min/účastníka	Od 3 let	Zámecký park/Husova ulice
	Házení kroužků na tyčku	3-5 min/účastníka	Od 3 let	Zámecký park/Husova ulice
	Podlézání snižující se tyče	3-5 min/účastníka	Od 3 let	Zámecký park/Husova ulice
	Ping pong	10 min/dvojice	Od 6 let	Zámecký park/Husova ulice
	Cvrnkání kuliček	3-5 min/účastníka	Od 3 let	Zámecký park/Husova ulice
	Házecí panák (hod na přesnost)	3-5 min/účastníka	Od 3 let	Zámecký park/Husova ulice
	Bungee running	3-5 min/účastníka	Od 6 let	Zámecký park/Husova ulice
	Překážkový běh	5-10 min/účastníka	Od 3 let	Zámecký park/Husova ulice
	Závody na kolech a odrážedlech	5-10 min/skupina	Od 3 let	Husova ulice
	Bee ball	20-25 min/1 hra	Od 6 let	Zámecký park
	Slalom s míčkem na raketě	5 min/účastníka	Od 3 let	Zámecký park/Husova ulice
	Týmové lyže	5-10 min/skupina	Od 6 let	Husova ulice

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha č. 9 Náměty na sportovní a pohybové aktivity

Kulturně zábavný program	Mini-disko	60 min/skupina	Od 3 let	Nádvoří zámeckého parku/Zámecký park
	Karneval	60 min/skupina	Od 3 let	
	Dětská party	60 min/skupina	Od 3 let	
	Dětský muzikál	15-20 min/skupina	Od 3 let	
Hry v bazénu	Vodní aerobik	20-25 min/skupina	Od 6 let	Aqua centrum Jičín
	Vodní pólo	3x5 min/1 hra	Od 6 let	
	Hledání předmětů	10 min/účastníka	Od 6 let	
	Plavání bez rukou	10 min/účastníka	Od 6 let	
	Podplouvání tunelu	10 min/skupina	Od 6 let	
	Vodní volejbal	20-25 min/skupina	Od 6 let	
	Závod s překážkami	10 min/účastníka	Od 6 let	
	Plavání dětí s rodiči (učení plaveckým dovednostem)	30 min/skupina	Od 3 let	

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha č. 10 Pochod Českým rájem – startovní lístek

Přední strana startovního lístku

Zdroj: Autorka

Zadní strana startovního lístku

Zdroj: Autorka

Příloha č. 11 Odpovědi respondenta č. 1, SŠ a VOŠ aplikované kybernetiky

Jak často se Vaše škola festivalu zúčastňuje?

○ Jsme zde poprvé ○ Byli jsme zde vícekrát ◉ Jezdíme každý rok ○ Jezdíme nepravidelně

Plánuje se Vaše škola zúčastnit i příští rok?

◉ Ano ○ Ne (Proč?)

Jaký je Váš hlavní záměr účasti na festivalu?

Propagace školy a oboru animace. Propagace žáků a studentů školy.

Jakou instituci reprezentujete?

SŠ a VOŠ aplikované kybernetiky Hradec Králové. Zároveň jde ale o vlastní aktivitu pedagoga, výtvarníka a animátora Pavla Trnky, čili také dílny ANIFAKTURA, kterou jsem založil a vedu.

Jaké umění nebo řemeslo na festivalu předvádíte?

Máme animační dílnu pro děti jménem Anifaktura. V ní zdarma pro děti realizujeme jejich animované filmy z toho, co nakreslí, naanimují, nazvuží a zahrají. Dílna je sponzorována SŠ a VOŠ aplikované kybernetiky, která si tím dělá dobré jméno a představuje část z portfolia toho, čemu se na ní vyučuje.

V jakých prostorách animaci vykonáváte?

○ Muzeum ○ Galerie ○ Divadlo ◉ Zámek ○ Dílna ○ Pódium ○ Stánek na náměstí ○ Jiné, prosím uveďte nádvoří

Zaznamenali jste změnu v zájmu o Vaši prezentovanou činnost během festivalu?

◉ Ano, nárůst zájmu ○ Ano, pokles zájmu ○ Ne, nezaznamenali jsme

Přijíždíte na festival se stále stejnými animacemi nebo nabízíte pokaždé něco jiného?

Kdybychom měli lepší finanční zázemí, tak bychom dílnu ještě rozšířili, ale i v tomto složení zastupujeme velmi komplexní a unikátní oblast, která se zabývá výtvarnem, hudbou, animovanými filmem a zvukem. To, co děti nakresli, nazvučí, zahrají je naprosto různorodé, takže nikdy předem nevíme, jaké filmy v daném roce vzniknou.

Jaké jsou Vaše zkušenosti s festivalem?

Vynikající. Účastníme pouze dvou dalších akcí, a sice mezinárodního festivalu Anifilm v Třeboni a Prázdninových dílen na Kyberně. V Jičíně máme obrovskou návštěvnost a vznikají desítky krátkých animovaných filmů denně. Naše dílna se těší stále větší oblibě.

Jste spokojeni s organizací festivalu? Nebo je zde něco, co by se podle Vás mělo změnit?

Dosud jsem byl naprosto spokojen a nevím, co by bylo třeba měnit. Vedení festivalu, když si uvědomilo, že máme atraktivní program, přesunulo naše dílny blíže dětem. Za to jsme vděční a každoročně zde vydáváme maximum ze sebe, aby byli děti i jejich rodiče spokojeni.

Přináší Vám účast na festivalu větší zájem o studijní obor, který zde prezentujete?

Díky účasti na festivalu jsme skutečně našli několik zájemců o studium u nás. Není to však mnoho. Vychází to maximálně na jednoho uchazeče ročně. Já osobně vím o dvou studentech. Adamu Špirochovi a Jonáši Jagerčíkovi, kteří nějak souvisí s účastí na JMP. Adam si na dílně animoval a pak projevil zájem u nás studovat, Jonáš je jeho kamarád.

Vyhovuje Vám na festivalu místo konání Vašeho programu?

Ano Ne – kde a proč byste chtěli Vámi danou akci pořádat?

Co se Vám na festivalu konkrétně líbí?

Pocházím z Turnova a do Jičína jsme jezdili s dědečkem Jaromírem Horáčkem. Vždycky nám, dětem, vyprávěl o Albrechtu z Valdštejna, o jeho plánech, že Jičín bude hlavním městem, o architektuře, bitvách a podobně. Také animované večerníčky Václava Čtvrtka a Radka Pilaře se mi jako dítěti hluboce vryly do srdce. Na festival JMP jsem se ze svého současného bydliště poblíž Hradce Králové díval jako na ikonu, nádhernou akci pro děti. Napadlo mne, že naše animační dílna, se kterou jsme mnoho let objížděli zejména festivaly animovaných filmů, by se velmi hodila do programu festivalu JMP. Oslovil jsem proto paní Rychterovou, aby mi umožnila účast a ta přes počáteční nedůvěru mé přání splnila. Dnes, kdy už se účastníme snad po šesté, považuji festival za

stále touž skvělou akci, která je tu pro děti a širokou veřejnost a která má podle mého názoru zásadní význam i pro Jičín jako město a přilehlou kulturní oblast. Tradice pohádkového Jičína mi připadá natolik nosná, že pravděpodobně přetrvá i do budoucna a natrvalo se vryje do paměti miliónům dětí z Čech ale i ze světa. Z marketingového hlediska tedy JMP představuje jedinečnou příležitost, jak trvale zviditelnit a upevnit v paměti toto město pro další generace. Každé dítě jednou vyroste a skvělý zážitek, který mělo na festivalu jako malinké, se může změnit na investiční nebo obchodní záměr dospělého člověka. JMP tedy podle mého názoru dlouhodobě podporuje hodnotu Jičína a jeho budoucí rozvoj.

Co je podle Vás nedostatkem festivalu?

Jako hlavní nedostatek festivalu spatřuji rozkol mezi obyvateli města, kteří jej považují za přítěž, komplikaci atd. Zdá se mi, že jeden týden v roce, kdy probíhá by snad nemusel být takovým problémem, pokud si uvědomí, že jde o špičkovou propagaci jejich města pro celý svět. Nechápu, proč zavírají obchody a nadávají na něco, co má tak hluboké kořeny a funguje. Jiné obce a města, která nedisponují podobnou atrakcí, musí pracně vymýšlet a hledat, jak přilákat zájem veřejnosti a toto si lidé v Jičíně bohužel neuvědomují. Chápu oprávněnou kritiku, že komercionalizace festivalu, vysoké vstupné, zatarasené ulice, noční provoz a další nevýhody podobných akcí, můžou vyvolávat nevoli, ale pokud budou voleny vhodné strategie, jako například vstupné z části nahradit sponzoringem, příliš komerční subjekty nahradit opravdovějšími a vkusnějšími, které dětem prospívají, nikoliv je pouze ohlupují, že prostě vhodným řízením může být JMP stále jedinečnou akcí, kterou budou mít všichni skutečně rádi takovou, jaká je.

Jaké zlepšení byste doporučili organizátorům do dalších let?

Něco jsem již napsal v předchozích bodech. Především je zapotřebí komunikovat festival lidem v samotném Jičíně žijícím. Aby pochopili jeho význam a efekt pro město a jeho další rozvoj. Nemám dostatečné informace, nač si stěžují, ale z části by bylo dobré jim naslouchat, z části je naopak poučit a dlouhodobě a cíleně přesvědčovat o hodnotě festivalu. Dále: Každý festival je nevyhnutelně cílem komerčních institucí, které zde za sponzoring potřebují nakoupit prostor pro vlastní komerční záměry, nicméně i jim je zapotřebí vyhovět v co nejkulturnějším duchu, aby si z festivalu nevytvářely jakési suché výjezdní kanceláře plné reklamních předmětů a žádné zábavy pro děti s nulovým kulturním a výchovným potenciálem. Čili neříkám, aby vše finančně táhlo město, ale aby sponzoři měli kultivovanou formu sebeprezentace, která dětem dá více než leták s logotypem.

Odkud jste přijeli?

Hradec Králové

Uloženo: 10.06.2016, 19:12:20

Příloha č. 12 Odpovědi respondenta č. 2, Masarykova ZŠ a MŠ

Jak často se Vaše škola festivalu zúčastňuje?

○ Jsme zde poprvé ○ Byli jsme zde vícekrát ○ Jezdíme každý rok ○ Jezdíme nepravidelně

Plánuje se Vaše škola zúčastnit i příští rok?

◉ Ano ○ Ne (Proč?) [ ]

Jaký je Váš hlavní záměr účasti na festivalu?

Prezentovat naši školu, a to formou kreativní dílničky. Návštěvníci mají možnost získat informace o naší škole, setkat se osobně s žáky i pedagogy naší školy, a přitom si něco pěkného s jejich spoluprací vyrobit.

Jakou instituci reprezentujete?

základní a mateřskou školu.

Jaké umění nebo řemeslo na festivalu předvádíte?

jednoduché vyrábění pro děti z papíru, plastu apod.

V jakých prostorách animaci vykonáváte?

○ Muzeum ○ Galerie ○ Divadlo ○ Zámek ○ Dílna ○ Pódium ◉ Stánek na náměstí ○ Jiné, prosím uveďte [ ]

Zaznamenali jste změnu v zájmu o Vaši prezentovanou činnost během festivalu?

○ Ano, nárůst zájmu ○ Ano, pokles zájmu ◉ Ne, nezaznamenali jsme

Přijíždíte na festival se stále stejnými animacemi nebo nabízíte pokaždé něco jiného?

snažíme se pro každý rok vymyslet něco nového

Jaké jsou Vaše zkušenosti s festivalem?

Pozitivní – příjemný přístup organizátorů i zájemců o vyrábění.

Jste spokojeni s organizací festivalu? Nebo je zde něco, co by se podle Vás mělo změnit?

Jsem spokojená.

Přináší Vám účast na festivalu větší zájem o studijní obor, který zde prezentujete?

Zatím jsem se účastnili vloni poprvé, tak nemohu soudit.

Vyhovuje Vám na festivalu místo konání Vašeho programu?

(•) Ano ( ) Ne – kde a proč byste chtěli Vámi danou akci pořádat? [ ]

Co se Vám na festivalu konkrétně líbí?

Různorodost – od každého je tam něco.

Co je podle Vás nedostatkem festivalu?

Drahé vstupné.

Jaké zlepšení byste doporučili organizátorům do dalších let?

Nevím

Odkud jste přijeli?

Železnice u Jičína.

Uloženo: 22.06.2016, 13:15:25

Příloha č. 13 Odpovědi respondenta č. 3, ZUŠ J. B. Foerstera

Jak často se Vaše škola festivalu zúčastňuje?

○ Jsme zde poprvé ○ Byli jsme zde vícekrát ○ Jezdíme každý rok ○ Jezdíme nepravidelně

Plánuje se Vaše škola zúčastnit i příští rok?

◉ Ano ○ Ne (Proč?) [ ]

Jaký je Váš hlavní záměr účasti na festivalu?

Prezentace. I oborů naší školy. To je taneční, hudební, výtvarný a dramatický obor.

Jakou instituci reprezentujete?

ZUŠ J.B.Foerstera

Jaké umění nebo řemeslo na festivalu předvádíte?

Předvádíme zde převážně taneční umění (moderní i klasický tanec). Dále také malování, kresbu a modelování, hudební umění (hry na hudební nástroje, zpěv) a dramatické umění (přednesy, krátká divadelní představení).

V jakých prostorách animaci vykonáváte?

○ Muzeum ○ Galerie ○ Divadlo ○ Zámek ○ Dílna ○ Pódium ○ Stánek na náměstí ◉ Jiné, prosím uveďte [zámek, dílna, pod]

Zaznamenali jste změnu v zájmu o Vaši prezentovanou činnost během festivalu?

○ Ano, nárůst zájmu ○ Ano, pokles zájmu ◉ Ne, nezaznamenali jsme

Přijíždíte na festival se stále stejnými animacemi nebo nabízíte pokaždé něco jiného?

Animace obměňujeme dle potřeb Pohádky. Jeden rok na festivalu vystupujeme s tanečními soubory a s pěveckým souborem a na dalším ročníku předvádíme například ještě i muzicírování a další.

Jaké jsou Vaše zkušenosti s festivalem?

Naše zkušenosti s festivalem jsou velice kladné.

Jste spokojeni s organizací festivalu? Nebo je zde něco, co by se podle Vás mělo změnit?

S organizací festivalu jsme naprosto spokojeni a nic bychom neměnili.

Přináší Vám účast na festivalu větší zájem o studijní obor, který zde prezentujete?

Bohužel účast na festivalu nám větší zájem o zde prezentované obory nepřináší.

Vyhovuje Vám na festivalu místo konání Vašeho programu?

○ Ano ○ Ne – kde a proč byste chtěli Vámi danou akci pořádat?

Co se Vám na festivalu konkrétně líbí?

Na festivalu se nám nejvíce líbí jeho pestrost a barevnost.

Co je podle Vás nedostatkem festivalu?

Přemrštěná nabídka všech akcí.

Jaké zlepšení byste doporučili organizátorům do dalších let?

Doporučili bychom držet se hesla "méně je někdy více".

Odkud jste přijeli?

Jičín

Uloženo: 08.06.2016, 22:56:27

Příloha č. 14 Odpovědi respondenta č. 4, ZUŠ Habrmanova

Jak často se Vaše škola festivalu zúčastňuje?

○ Jsme zde poprvé ○ Byli jsme zde vícekrát ○ Jezdíme každý rok ○ Jezdíme nepravidelně

Plánuje se Vaše škola zúčastnit i příští rok?

◉ Ano ○ Ne (Proč?) [ ]

Jaký je Váš hlavní záměr účasti na festivalu?

Prezentace školy + našich oborů

Jakou instituci reprezentujete?

ZUŠ Habrmanova

Jaké umění nebo řemeslo na festivalu předvádíte?

hudební obor (především zpěv), výtvarný obor, zde kromě malby a kresby také umělecké řezbářství a taneční obor. Klasický i české a moravské lidové tance.

V jakých prostorách animaci vykonáváte?

○ Muzeum ○ Galerie ○ Divadlo ○ Zámek ○ Dílna ○ Pódium ○ Stánek na náměstí ◉ Jiné, prosím uveďte [pódium, dílna na r]

Zaznamenali jste změnu v zájmu o Vaši prezentovanou činnost během festivalu?

○ Ano, nárůst zájmu ○ Ano, pokles zájmu ◉ Ne, nezaznamenali jsme

Přijíždíte na festival se stále stejnými animacemi nebo nabízíte pokaždé něco jiného?

animace nabízíme stále stejné, ale rok, co rok měníme obsahovou náplň všech našich aktivit (nová vystoupení, nové náměty a materiály při malování apod.)

Jaké jsou Vaše zkušenosti s festivalem?

Jsou velmi pozitivní. Vždy dobrá nálada a atmosféra. Vždy bez problémů.

Jste spokojeni s organizací festivalu? Nebo je zde něco, co by se podle Vás mělo změnit?

S organizací festivalu jsme naprosto spokojeni.

Přináší Vám účast na festivalu větší zájem o studijní obor, který zde prezentujete?

spíše ne

Vyhovuje Vám na festivalu místo konání Vašeho programu?

Ano Ne – kde a proč byste chtěli Vámi danou akci pořádat?

Co se Vám na festivalu konkrétně líbí?

Líbí se nám, že Jičín je proslulý pohádkami zejména Rumcajsem a lesem Ráholcem a tímto festivalem se město udržuje v duchu pohádek. I když je festival primárně pro děti tak i dospělí člověk se opět vrátí do dětských let.

Co je podle Vás nedostatkem festivalu?

sobotní vstupné i pro účinkující

Jaké zlepšení byste doporučili organizátorům do dalších let?

nepolevit a pokračovat v tomto festivalu, který má již tak dlouhou tradici

Odkud jste přijeli?

Hradec Králové

Uloženo: 04.07.2016, 20:54:23

Příloha č. 15 Odpovědi respondenta č. 5, SŠ řemesel a služeb

Jak často se Vaše škola festivalu zúčastňuje?

○ Jsme zde poprvé ○ Byli jsme zde vícekrát ○ Jezdíme každý rok ○ Jezdíme nepravidelně

Plánuje se Vaše škola zúčastnit i příští rok?

◉ Ano ○ Ne (Proč?)

Jaký je Váš hlavní záměr účasti na festivalu?

Prezentace školy a jejich oborů. Ukázka výroby jednotlivých řemesel. Prodej žákovských prací. Poskytování informací o škole.

Jakou instituci reprezentujete?

Školu

Jaké umění nebo řemeslo na festivalu předvádíte?

Výroba skleněných figurek u kahanu, výroba štrasové bižuterie, kuchař – číšník (občerstvení), bižuterní dílničky pro děti i dospělé.

V jakých prostorách animaci vykonáváte?

○ Muzeum ○ Galerie ○ Divadlo ○ Zámek ○ Dílna ○ Pódium ○ Stánek na náměstí ◉ Jiné, prosím uveďte stánek na Ryneč

Zaznamenali jste změnu v zájmu o Vaši prezentovanou činnost během festivalu?

◉ Ano, nárůst zájmu ○ Ano, pokles zájmu ○ Ne, nezaznamenali jsme

Přijíždíte na festival se stále stejnými animacemi nebo nabízíte pokaždé něco jiného?

Snažíme se měnit náplň jednotlivých dílen, aby byly pro pravidelné návštěvníky stále zajímavé.

Jaké jsou Vaše zkušenosti s festivalem?

Úžasný festival

Jste spokojeni s organizací festivalu? Nebo je zde něco, co by se podle Vás mělo změnit?

Spokojeni. Všechny připomínky již byly projednány.

Přináší Vám účast na festivalu větší zájem o studijní obor, který zde prezentujete?

Nelze nijak změřit, ale jsem přesvědčen, že ano.

Vyhovuje Vám na festivalu místo konání Vašeho programu?

Ano Ne – kde a proč byste chtěli Vámi danou akci pořádat?

Co se Vám na festivalu konkrétně líbí?

Zajímavý program, který přiláká velké množství návštěvníků.

Co je podle Vás nedostatkem festivalu?

V minulých letech nedostatečné zabezpečení uloženého materiálu v Jezuitských kolejí. Již projednáno.

Jaké zlepšení byste doporučili organizátorům do dalších let?

Najmutí bezpečnostní agentury.

Odkud jste přijeli?

Ze Střední školy řemesel a služeb z Jablonce nad Nisou.

Uloženo: 22.06.2016, 10:21:40

Příloha č. 16 Odpovědi respondenta č. 6, SŠ gastronomie a služeb

Jak často se Vaše škola festivalu zúčastňuje?

○ Jsme zde poprvé ○ Byli jsme zde vícekrát ○ Jezdíme každý rok ○ Jezdíme nepravidelně

Plánuje se Vaše škola zúčastnit i příští rok?

◉ Ano ○ Ne (Proč?) [ ]

Jaký je Váš hlavní záměr účasti na festivalu?

Propagace školy. Našim cílem je také výšit zájem u mladých lidí o jednotlivé obory a motivovat je.

Jakou instituci reprezentujete?

škola (SŠGS)

Jaké umění nebo řemeslo na festivalu předvádíte?

Předvádíme zde řemesla – krejčí (výroba z látky), cukrář (zdobení perníčků), pekař, truhlář (výroba jednoduchých předmětů ze dřeva)

V jakých prostorách animaci vykonáváte?

○ Muzeum ○ Galerie ○ Divadlo ○ Zámek ○ Dílna ○ Pódium ◉ Stánek na náměstí ○ Jiné, prosím uveďte [Valdštejnovo, Ry]

Zaznamenali jste změnu v zájmu o Vaši prezentovanou činnost během festivalu?

◉ Ano, nárůst zájmu ○ Ano, pokles zájmu ○ Ne, nezaznamenali jsme

Přijíždíte na festival se stále stejnými animacemi nebo nabízíte pokaždé něco jiného?

Přijíždíme se stále stejno formou (řemeslné dílny), jen jejich obsahová náplň se mění.

Jaké jsou Vaše zkušenosti s festivalem?

Naše zkušenosti jsou velmi pozitivní.

Jste spokojeni s organizací festivalu? Nebo je zde něco, co by se podle Vás mělo změnit?

Jsme spokojeni. Organizace je vždy výborná.

Přináší Vám účast na festivalu větší zájem o studijní obor, který zde prezentujete?

Jelikož máme takovýchto podobných aktivit hodně, tak věříme že ANO.

Vyhovuje Vám na festivalu místo konání Vašeho programu?

Ano Ne – kde a proč byste chtěli Vámi danou akci pořádat?

Co se Vám na festivalu konkrétně líbí?

Obsahová náplň, organizace, zájem veřejnosti

Co je podle Vás nedostatkem festivalu?

O žádném nevím.

Jaké zlepšení byste doporučili organizátorům do dalších let?

Vydržet a pokračovat.

Odkud jste přijeli?

Nová Paka

Uloženo: 03.07.2016, 13:52:50

Příloha č. 17 Zadání práce

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Akademický rok: 2015/2016

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
Holcová Žaneta	Hviezdoslavova 161, Jičín - Holínské Předměstí	I1300613

TÉMA ČESKY:

Animace jako obsahový prostředek programové skladby vybraného produktu turismu

TÉMA ANGLICKY:

Animation as a content means of programming structure of the selected tourism product

VEDOUCÍ PRÁCE:

RNDr. Jiří Petera - KRCR

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

1. Úvod
2. Cíl a metodika práce
3. Literární rešerše
4. Teoretická část
   1. Obecná teoretická východiska
   2. Teoretické aplikace
   3. Charakter, tvorba a distribuce produktů zařízení CR
5. Praktická část
   1. Tematická a realizační východiska
   2. Shromáždění podkladů a průběh šetření
   3. Zpracování a interpretace výsledků
6. Shrnutí a diskuse výsledků
7. Závěry a doporučení
8. Seznam použitých zdrojů
9. Přílohy

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

viz zvláštní příloha

Podpis studenta: Holcová ..... **Datum:** 6. 10. 2015

Podpis vedoucího práce: ..... **Datum:** 6. 10. 2015

(c) IS/STAG , Portál - Podklad kvalifikační práce , I1300613 , 05.10.2015 12:29