



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Tradice a zvyky v produktech cestovního ruchu v regionu Vysočina

Vypracovala: Renata Popelová
Vedoucí práce: Ing. Petr Janeček

České Budějovice 2016

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2014/2015

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Renata POPELOVÁ**
Osobní číslo: **E13280**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Tradice a zvyky v produktech cestovního ruchu v regionu Vysočina**
Zadávající katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Vytipovat potenciál cestovního ruchu ve zkoumané oblasti s důrazem na tradice a zvyky ve zvolené oblasti. Na základě terénního šetření zjistit možnosti využití tradic a zvyků v produktech cestovního ruchu. Navrhnout opatření ke zlepšení stavu.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury a pramenů
2. Příprava a realizace terénního šetření
3. Situační analýza destinace
4. Syntéza
5. Návrhy a opatření

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Vlastní návrhy. 6. Závěr. 7. Seznam literatury.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**

Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

Fyall, A., & Garrod, B. (2005). *Tourism marketing: A collaborative approach.*

Clevedon: Channel View Publications.

Goeldner, Ch. R. J., R. B. Ritchie. (2008). *Tourism: Principles, Practices,*

Philosophies. (11. ed.). New York: Wiley

Hesková M. a kol. (2011) *Cestovní ruch pro vyšší- a odborné školy a vysoké školy.*

Praha: Fortuna Praha.

Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu. Praha: Idea servis.*

Palatková, M. (2006). *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu. Praha:*

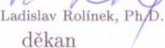
Grada Publishing.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petr JANEČEK**


Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **16. ledna 2015**

Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2016**


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice


Ing. Viktor VOJTKO, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 9. prosince 2015

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 14. 4. 2016

Renata Popelová

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat vedoucímu mé bakalářské práce panu Ing. Petru Janečkovi za vedení, odbornou pomoc a velkou trpělivost. Poděkování patří také mé rodině a paní Mgr. Marcele Ondráčkové za podporu a konzultace při psaní.

Obsah

| | |
|--|----|
| Obsah | 1 |
| Úvod | 3 |
| 1. Cestovní ruch..... | 4 |
| 1.1. Typologie cestovního ruchu | 5 |
| 1.1.1. Druhy cestovního ruchu | 5 |
| 1.1.2. Formy cestovního ruchu | 8 |
| 2. Systém cestovního ruchu | 9 |
| 2.1. Objekt cestovního ruchu | 9 |
| 2.2. Subjekt cestovního ruchu..... | 9 |
| 2.3. Trh cestovního ruchu | 10 |
| 2.3.1. Poptávka v cestovním ruchu | 10 |
| 2.3.2. Nabídka v cestovním ruchu..... | 11 |
| 2.4. Produkt..... | 11 |
| 2.5. Destinace..... | 12 |
| 3. Tradice a zvyky | 14 |
| 3.1. Masopust..... | 14 |
| 3.2. Královničky Podhorácka | 15 |
| 3.3. Velikonoce..... | 15 |
| 3.4. Stavění máje..... | 16 |
| 3.5. Svatodušní svátky (letnice)..... | 16 |
| 3.6. Roráty a besedy..... | 17 |
| 3.7. Betlémy | 17 |
| 3.8. Vánoce..... | 17 |
| 3.9. Horácká hudba, píseň a tanec..... | 18 |
| 4. Metodika a cíle práce..... | 19 |
| 5. Situační analýza..... | 21 |
| 5.1. Obecná charakteristika kraje Vysočina | 21 |
| 5.2. Lokalizační předpoklady | 22 |
| 5.2.1. Přírodní předpoklady..... | 22 |
| 5.2.2. Kulturně – historické předpoklady | 23 |
| 5.3. Realizační předpoklady | 26 |
| 5.3.1. Ubytovací zařízení | 26 |
| 6. Praktická část | 28 |

| | | |
|--------|---|----|
| 6.1. | Struktura respondentů..... | 28 |
| 6.2. | Výsledky dotazníkového šetření | 29 |
| 6.3. | Řízené rozhovory..... | 39 |
| 6.4. | Syntéza vyhodnocení výzkumných tvrzení..... | 42 |
| 6.5. | Návrhy na zlepšení | 43 |
| 6.5.1. | Produkt, místo, program | 43 |
| 6.5.2. | Cena..... | 45 |
| 6.5.3. | Propagace..... | 45 |
| 7. | Závěr..... | 46 |
| I. | Summary | 47 |
| II. | Bibliografie | 48 |
| III. | Seznam obrázků, tabulek, grafů | |
| IV. | Seznam příloh | |

Úvod

Cestovní ruch je v dnešní době velmi významná a nejdynamičtější oblast národního hospodářství. Má pozitivní vliv na platební bilanci díky příjezdovému cestovnímu ruchu a přináší finance do státního rozpočtu. Vytváří velký počet pracovních míst, uspokojuje potřeby a plní přání obyvatelstva, také přispívá k poznání nových míst, přírodního a kulturního dědictví, obyčejů, tradic a zvyků. Nadměrný rozvoj cestovního ruchu má naopak i negativní dopady a to poškození životního prostředí. O cestovním ruchu lze říci, že se jedná o mnohooborový sektor, který zahrnuje celou řadu služeb, jako je doprava, ubytování a stravování, průvodcovské služby, služby turistických a informačních center, služby cestovních kanceláří a agentur atd.

Bakalářská práce se bude zabývat tradicemi a zvyky v Kraji Vysočina. Tento region byl zvolen na základě osobních preferencí. V práci budou rozebrány definice a typologie cestovního ruchu, představení kulturního a udržitelného cestovního ruchu, pojmy produkt a destinace, následně bude popsán Kraj Vysočina. Jeho obecná charakteristika, lokalizační a realizační předpoklady, mezi které patří přírodní a kulturně – historické předpoklady, ubytovací a stravovací zařízení. Nakonec budou rozebrány jednotlivé zvyky a lidové tradice konající se v této oblasti, například masopust, královničky Podhorácka, roráty a besedy, horácká hudba, písně a tance nebo tradiční třebíčské papírové betlémy.

Cílem bakalářské práce je na základě získaných údajů z dotazníkového šetření a řízených rozhovorů navrhnout produkt cestovního ruchu pro potenciální zákazníky. Pomocí dotazníku bude zjištěna oblíbenost kraje mezi respondenty a pomocí řízených rozhovorů s učiteli středních a základních škol bude zmapováno vnímání tradic z pohledu výuky.

Kraj Vysočina zaujímá v rámci České republiky centrální polohu. K charakteristickým rysům patří nadmořská výška, členitost území a řídké osídlení.

Vysočina je atraktivní z hlediska celoročního turistického využití (hrady, zámky, církevní památky, lázně, přírodní atraktivita). Umožňuje dobré příležitosti pro pobytovou turistiku jak v zimě, tak v létě s návštěvou kulturně-historických památek. Na území kraje se nachází největší koncentrace památek UNESCO, městská památková rezervace Telč, poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře a Židovské město s bazilikou sv. Prokopa v Třebíči. V kraji se také vyskytuje hustá síť turistických a cykloturistických tras. Vybavenost sportovní infrastruktury je v Kraji Vysočina mírně nadprůměrná ve srovnání s Českou republikou.

1. Cestovní ruch

Cestovní ruch patří mezi ekonomické a sociální jevy současné společnosti, přičemž samotná definice je velmi obtížná.

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén a můžeme se na něj dívat ze dvou pohledů: společnosti nebo jednotlivce. Ročně představuje největší pohyb populace za rekreací, poznáváním a naplněním snů z dovolené, také je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel. V současnosti je hlavním předmětem zkoumání několika vědních disciplín, jako je ekonomie, geografie, sociologie, psychologie, a případně další. Všechny mají stejný předmět zkoumání a to cestovní ruch, ale každá se na něj dívá ze svého pohledu (Hesková, 2006).

Za cestovní ruch můžeme považovat cestování osob na přechodnou dobu mimo místo jejich trvalého bydliště. Můžeme ho rozdělit do třech základních kategorií a to na vnitřní cestovní ruch, národní cestovní ruch a mezinárodní cestovní ruch. Přičemž se dále dělí na aktivní a pasivní cestovní ruch. Aktivním neboli příjezdovým CR rozumíme příjezd cizinců do dané země. Naopak pasivním neboli výjezdovým CR rozumíme cesty občanů dané země do zahraničí (Jakubíková, Ježek, & Pavlák, Cestovní ruch, 1999).

„Cestovní ruch vždy zahrnuje cestování, ale ne každé cestování je cestovním ruchem. Cestovní ruch zahrnuje rekreaci, ale ne každá rekreace je cestovním ruchem. Cestovní ruch se uskutečňuje ve volném čase, ale ne celý volný čas je věnován cestovnímu ruchu.“
(Pásková & Zelenka, 2002, str. 83)

Když přemýšlíme nad cestovním ruchem, přemýšlíme primárně o lidech, kteří navštěvují konkrétní místa za účelem poznání, relaxace, navštěvování památek, návštěvy přátel a příbuzných. Týká se to lidí, kteří mají volný čas, a tráví jej v určitém místě a zažívají příjemné chvíle. Mohou trávit svůj volný čas zapojením se do různých sportů, opalováním, komunikací, zpíváním, projížděkami, turistikou, čtením anebo jednoduše užíváním si daného prostředí. Pokud zvážíme další subjekty, můžeme zahrnout do naší definice turismu lidi, kteří se účastní společenských akcí, obchodních konferencí a dalších druhů obchodních nebo profesních aktivit (Goeldner & Ritchie, 2009).

Shrňme-li všeobecné základní atributy předcházejících definic, tak můžeme říci, že cestovní ruch:

- je cestování osob na určité místo za účelem uspokojení potřeby;

- je cestování ve volném čase za účelem poznání něčeho nového;
- a je nedílnou součástí společenského života.

1.1. Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch můžeme rozdělit na dvě základní kategorie - a to na formy cestovního ruchu a na druhy cestovního ruchu. O formách můžeme hovořit tehdy, pokud posuzujeme různé příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší. Formy se dělí do deseti skupin: z geografického hlediska, dle počtu účastníků, způsobu organizování, věku účastníků, délky účasti, převažujícího místa pobytu, ročního období, použitého dopravního prostředku, z hlediska dynamiky a ze sociologického hlediska. O druzích cestovního ruchu mluvíme tehdy, když posuzujeme motivace účastníků a účel, pro který cestují. Mezi druhy cestovního ruchu můžeme zařadit: rekreační, sportovní, dobrodružný, myslivecký a rybářský, náboženský, lázeňský, zdravotní, obchodní, kongresový a stimulační cestovní ruch (Hesková, 2006).

1.1.1. Druhy cestovního ruchu

➤ Rekreační cestovní ruch

Rekreační cestovní ruch můžeme charakterizovat jako aktivní i pasivní odpočinek spojený s pobytem v přírodě a uplatněním celé řady sportovních aktivit, her, zájmů, zálib a koníčků, mezi které patří např. zahradničení, houbaření, kutilství atd. Většinou je realizován v příznivém prostředí, jehož účinky jsou využívány k dobré fyzické či duševní kondici člověka. Jako specifický druh sem můžeme zařadit chataření a chalupaření (Indrová, Malá, Mlejnková, Netková, & Vaško, 2004).

➤ Cestovní ruch s náboženskou orientací

Náboženský cestovní ruch či poutní turistika, tak můžeme označit cestovní ruch s náboženskou orientací. Je spojený s kulturním CR a s tradicemi světových náboženství. Nejčastějším motivem je návštěva poutních míst a poutí. Jako poutní místo může být označováno město, obec, osada či krajinný prvek např. Mekka, Jeruzalém, Vatikán, svaté hory, svaté řeky apod. (Hesková, 2006)

➤ Cestovní ruch se vzdělávacími motivy

Cílem cestovního ruchu se vzdělávacími motivy je něco se naučit či poznat. Těmito motivům je přizpůsoben program cesty i pobytu, např. zájezdy s výukou jazyků, různé sportovní disciplíny, jóga, jízda na koni, zájezdy do významných historických,

archeologických, kulturních či vědeckých míst s odborným programem (Indrová, Malá, Mlejnková, Netková, & Vaško, 2004).

➤ Cestovní ruch se společenskými motivy

Cestovní ruch se společenskými motivy je zaměřený na setkávání a komunikaci mezi lidmi. Zahrnuje návštěvy přátel, příbuzných a známých, návštěvy různých společenských akcí a událostí. Součástí tohoto druhu CR bývá také klubový turismus neboli klubový cestovní ruch, představující skupinu lidí, kteří mají společné zájmy a záliby, ať už se jedná o sportovní či kulturní nebo podobný styl trávení volného času (Indrová, Malá, Mlejnková, Netková, & Vaško, 2004).

Malá (1999) uvádí, že typy cestovního ruchu můžeme rozdělit do následujících kritérií: podle místa realizace, vztahu k platební bilanci státu, délce pobytu, způsobu zabezpečení cesty a pobytu, počtu účastníků, způsobu financování, věku účastníků, převažujícího prostředí pobytu a převažující motivace účasti na cestovním ruchu. Dle tohoto kritéria rozděluje cestovní ruch na rekreační, kulturně poznávací, s náboženskou orientací, se společenskými motivy, zdravotně orientovaný, sportovně orientovaný, cestovní ruch orientovaný na poznání přírodního prostředí, dále na cestovní ruch s dobrodružnými motivy, s profesními motivy a na specificky orientovaný cestovní ruch. V praxi většinou dochází k prolínání těchto druhů, tudíž se často nevyskytují samostatně.

➤ Kulturní cestovní ruch

Kulturní cestovní ruch můžeme zařadit mezi druhy CR. Jeho existence nám poskytuje uspokojení duchovních potřeb lidí, kteří jsou motivováni k poznávání kulturního dědictví, kultury a způsobu života rezidentů. Může mít podobu návštěv muzeí, galerií, výstav, kulturních pamětihodností, archeologických nalezišť, hudebních, divadelních a filmových festivalů, společenských a náboženských akcí. Kulturní cestovní ruch zahrnuje vzdělávání a trávení volného času za účelem seznámení návštěvníků s historií, kulturou vlastní a cizích zemí, ale také představení sociální a ekonomické situace navštíveného místa. Také se podílí na zvyšování společenské, kulturní a odborné úrovně lidí, a proto se kombinuje s ostatními druhy CR, například s lázeňským, rekreačním, zdravotním nebo kongresovým cestovním ruchem. (Hesková, 2006)

Kulturní CR pokrývá všechny aspekty cestování, které lidi učí o jiných způsobech života a myšlení. CR je tak důležitým prostředkem k propagaci kulturních vztahů a mezinárodní spolupráce. Naopak rozvoj kulturních faktorů uvnitř národa je prostředkem k vylepšování zdrojů, které přitahují návštěvníky. V mnoha zemích může být cestovní ruch spojený se

zásadou „, kulturními vztahy“, to je využíváno k propagaci nejenom znalostí a porozumění, ale také jako příznivý obraz národa mezi cizinci na cestovním trhu (Goeldner & Ritchie, 2009).

Kulturní cestovní ruch je jednou z forem CR, kdy jsou účastníci motivováni především k poznávání kulturního dědictví, kultury dané země a jejich rezidentů. Cílem návštěvníků jsou tedy kulturní atraktivity a kulturní akce (koncerty, opery, balet atd.), historické stavby, archeologická naleziště, historické artefakty. Dále je kulturní CR zahrnutý v dalších formách, jako je akční, etnografický, historizující a poznávací cestovní ruch (Pásková & Zelenka, 2002).

Z jiného pohledu se můžeme dívat na kulturní CR jako na službu, nejenom jako na formu. Toto rozdělení uvádí Oriška (2010). Kulturně-spoločenské služby uspokojují společenské a kulturní potřeby účastníků cestovního ruchu. Poskytování těchto služeb je spojené s hlavním motivem kulturního a městského cestovního ruchu, pro které jsou typické aktivity jako např. poznávání památek a přírody, návštěva kulturně-spoločenských zařízení a organizování akcí. Tyto aktivity mají vliv na poznávání, zábavu, rozptýlení a společenskou komunikaci, tímto se také podílejí na rozvíjení duchovní stránky lidského života.

Kulturní cestovní ruch můžeme shrnout podle předcházejících definic jako cestování návštěvníků za poznáním něčeho nového a za vzděláním. Nejedná se pouze o navštívení nového místa, ale o poznání místní kultury, památek a zvyků a historie.

➤ Udržitelný cestovní ruch

O udržitelný cestovní ruch se jedná tehdy, když aktivity poskytovatelů služeb návštěvníkům a vlastní aktivity návštěvníků ovlivňují místní komunity, ekosystémy a biosféru pouze tehdy, když nevratně nemění místní komunitu, ekosystémy a biosféru a neomezují funkce biosféry a lidské aktivity v budoucnosti (Pásková & Zelenka, 2002).

Udržitelný cestovní ruch je vymezen ve vztahu k místní komunitě, k podnikatelským zájmům, k zájmovým skupinám, k přírodnímu a sociokulturnímu dědictví, k přírodnímu a sociokulturnímu prostředí a pouze výjimečně ve vztahu k přírodě. Udržitelnost je vymezována nejenom definicemi, ale také ve formě etických kodexů, chart a specificky v Agendě 21 pro cestovní ruch, kterou vydala Světová rada cestovního ruchu a Rada Země. Tyto principy jsou uplatnitelné v řadě kategorií, což znamená, že trvale udržitelný CR není pouze jedna z kategorií jako například venkovský cestovní ruch nebo poznávací

cestovní ruch, ale je to přístup k cestovnímu ruchu jako takovému. Dále můžeme kategorie CR rozdělit na trvale udržitelné a netrvale udržitelné (Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku, 2016).

1.1.2. Formy cestního ruchu

Podle Heskové (2006) formy cestovního ruchu určují podstatu CR z hlediska potřeb a cílů účastníků. Toto poznání dovoluje lépe připravit produkt pro cílové účastníky cestovního ruchu. Typologie forem využívá více klasifikačních kritérií:

- Z geografického hlediska – domácí, zahraniční, mezinárodní, vnitřní, národní a regionální CR
- Podle počtu účastníků – individuální, skupinový, masový a ekologický CR
- Podle způsobu organizování – individuální cesty, organizovaný zájezd, klubový CR
- Podle věku účastníků – CR dětí, mládeže, rodinný nebo seniorský
- Podle délky účasti – výletní, krátkodobý, víkendový, dlouhodobý CR
- Podle převažujícího místa pobytu – městský, příměstský, venkovský, horský, přímořský CR a agroturistika
- Podle ročního období – sezónní, mimo sezónní a celoroční CR
- Podle použitého dopravního prostředku – motorizovaný, železniční, letecký a lodní CR
- Z hlediska dynamiky – pobytový (statický) nebo putovní (dynamický) CR
- Ze sociologického hlediska – návštěvy příbuzných, sociální, komerční a etnický CR

2. Systém cestovního ruchu

Jedná se o otevřený a dynamický systém, který tvoří dva podsystémy – objekt a subjekt cestovního ruchu včetně vzájemných vazeb. Okolí systému tvoří ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí (Hesková, 2006).

2.1. Objekt cestovního ruchu

Objektem je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka CR. Jedná se o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Považuje se za nositele nabídky. Objekt cestovního ruchu tvoří cílové místo, podniky a instituce. Cílové místo představuje středisko, region nebo stát. Používá se také označení destinace cestovního ruchu nebo zkrácený termín destinace (Hesková, 2006).

2.2. Subjekt cestovního ruchu

Hlavním subjektem CR je účastník, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků v době cestování, pobytem mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. Považuje se za nositele poptávky a spotřebitele produktu cestovního ruchu (Hesková, 2006).

➤ Místní obyvatel

Místní obyvatel neboli rezident je osoba v domácím cestovním ruchu, která žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců v jiném místě před příchodem do jiného místa na dobu kratší než šest měsíců. V zahraničním CR je to podobné, ale jedná se o období nejméně jednoho roku.

➤ Návštěvník

Návštěvník je osoba, která cestuje v domácím CR na jiné místo ve své zemi mimo místo svého trvalého bydliště na dobu kratší šesti měsíců, přičemž hlavní účel návštěvy je jiný než vykonávání výdělečné činnosti.

➤ Turista

Turista je osoba, která cestuje na dobu zahrnující minimálně jedno přespání, ale ne na více jak šest měsíců. Podle délky pobytu rozdělujeme turistu na dovolené anebo krátkodobě pobývacího turistu. Turista na dovolené pobývá na daném místě určený počet nocí, krátkodobě pobývacího turistu má pobyt alespoň s jedním přenocováním.

➤ Výletník

Výletník je návštěvník, který cestuje na dobu kratší než 24 hodin, bez toho aby přenocoval v navštíveném místě (Királová, 2003).

2.3. Trh cestovního ruchu

Podle Heskové (2006) trh tvoří podniky cestovního ruchu různých velikostí od globálních společností po malé podniky místního významu. Mezi národní trhy patří tři typy: trh směřující dovnitř, trh směřující ven a domácí trh. Trh CR se skládá z celé řady organizací:

- prodejci zájezdů a cestovní kanceláře
- dopravní společnosti
- komerční ubytovací zařízení
- stravovací zařízení
- návštěvnické atraktivity
- zábavní parky

Trh je místem, kde se realizuje koupě a prodej zboží či služeb. Trh je také specifická forma vzájemných vztahů mezi jednotlivými subjekty jak na straně poptávky, tak na straně nabídky (Jakubíková, Ježek, & Pavlák, 1999).

2.3.1. Poptávka v cestovním ruchu

V cestovním ruchu je nositelem poptávky účastník cestovního ruchu, který se účastní cestovního ruchu v zájmu svých fyzických a duševních sil. Charakter a rozsah poptávky je stanoven charakterem a strukturou potřeb, které je možné uspokojovat prostřednictvím cestovního ruchu. Základem k porozumění vývoji poptávky je zkoumání potřeb. Poptávku můžeme také chápat jako projev účastníků cestovního ruchu, který je podložený konkurenceschopností. Poptávka je podmíněna biologickými potřebami, ekonomickými, mezi které patří důchody a ceny, psychologickými motivy a sociálními potřebami (Jakubíková, Ježek, & Pavlák, 1999).

Charakteristické rysy poptávky podle Jakubíkové (in Jakubíková, Ježek & Pavlák 1999):

- komplexnost poptávky – různorodost potřeb je uspokojována komplexem služeb
- periodický charakter poptávky – vlivem přírodních a společenských faktorů se poptávka realizuje pouze v určitém období (dovolená, víkend)
- pružnost poptávky – schopnost rychle se přizpůsobit objemu i struktuře
- masovost poptávky
- priorita poptávky

2.3.2. Nabídka v cestovním ruchu

V cestovním ruchu představuje nabídku rekreační prostor, který je vymezený přírodními a uměle vytvořenými podmínkami. Materiálně technickou základnu představuje předpoklad nabídky a svým charakterem podmiňuje návštěvnost a využití rekreačního prostoru. Důležitým faktorem jsou lidské zdroje, jejich kvantita a kvalita. Cestovní ruch je oblast s vysokým podílem lidské práce a je náročný na množství pracovních sil (Jakubíková, Ježek, & Pavlák, 1999).

Charakteristické rysy nabídky podle Jakubíkové (in Jakubíková, Ježek & Pavlák 1999):

- různorodost a komplexnost
- vázanost nabídky na rozsáhlé investice
- vysoký stupeň pohotovosti k výkonům

2.4. Produkt

Produkt cestovního ruchu můžeme rozumět vše, co se nabízí na trhu cestovního ruchu a může uspokojit potřeby návštěvníků a tím vytvořit komplexní zážitek. Jedná se o soubor služeb produkovaných a nabízených v cílovém místě a podniky a instituce cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je to soubor volných statků, služeb, zboží a veřejných statků. (Hesková, 2006)

Orieška (2010) také uvádí, že produktem CR je vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojovat potřeby účastníků a tím vytváří komplexní soubor zážitků. Rozhodující součástí produktu jsou služby, které produkuje a nabízí cílové místo a podniky CR. Produkt cestovního ruchu tvoří souhrn volných statků, služeb, zboží a veřejných statků.

- Volný statek

Volné statky jsou především přírodní statky, které účastníci CR využívají v rekreačním prostoru. Jedná se například o sluneční svit, čistý vzduch, déšť, mořskou vodu atd. Pokud je na tyto statky vynaložena dodatečná práce, stávají se ekonomickými statky.

- Služby

Jejich podstatou je činnost, jejíž hodnota je určena mírou užitku, který tato služba přináší. Poskytnutí služby se od výrobku liší tím, že se jedná o nemateriální činnost, přičemž je nutné zahrnout i vnější faktor. Tím dochází k souladu produkce služby s její spotřebou. Služby jsou časově ohraničené a nelze je vytvářet do zásoby.

➤ Zboží

Zboží je výrobek, statek určený k prodeji na trhu. V cestovním ruchu se jedná například o jídla či nápoje, turistické mapy, automapy, knižní průvodce, upomínkové předměty nebo suvenýry.

➤ Veřejný statek

Je určený pro kolektivní spotřebu. To znamená, že prospěch z tohoto statku mají všichni, je nedělitelný a nikoho nelze vyloučit z jeho spotřeby. Veřejný statek je obvykle vytvořen lidskou prací. Jde například o městské prostory, lidmi vytvořené atraktivity cestovního ruchu (městské památkové rezervace, lidové slavnosti) a kulturní krajinu. Za některé veřejné statky platí obyvatelstvo poplatky, například vstupy na chráněná území.

Dále Jakubíková (2009) uvádí, že za produkt lze považovat vše, co můžeme nabídnout k pozornosti, k získání, k používání nebo ke spotřebě, co může uspokojit přání nebo potřeby lidí. Produktem může být cokoli hmotného či nehmotného, co prostřednictvím procesu směny uspokojí potřebu firemního zákazníka nebo spotřebitele. Za produkt můžeme považovat výrobek, službu, myšlenku, osobu, organizaci, kulturní výtvar, místo apod.

Produkty cestovního ruchu představují souhrn ubytovacích, stravovacích a dopravních služeb, které jsou obsaženy v produktovém mixu. Z pohledu marketingu je produkt souhrnem vlastností, balení, jména, značky, designu a výhody, které nabízí. Zákazník se na produkt dívá z pohledu relaxace, zážitku, pohody a příjemného naplnění volného času (Jakubíková, 2009).

Produkt cestovního ruchu je složený z toho, co účastníci potřebují, kupují a co se pro ně produkuje. Pro produkt cestovního ruchu je charakteristické, že je tvořen komplexem služeb, které jsou požadovány a nabízeny. Jejich vzájemné propojení a propojenost na atraktivity cestovního ruchu s programovým zaměřením (Malá, 1999).

2.5. Destinace

Pojem destinace turismu pojednává o místě určení neboli o cíli cesty z geografického hlediska.

Destinace je představována jako svazek služeb v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v souvislosti s potenciálem cestovního ruchu místa nebo oblasti. Podstatu destinace potom představují její atraktivity a jsou hlavní motivací pro její návštěvu. Destinace jsou dnes považovány za vzájemně si konkurující místa, tudíž jejich rozvoj

a prodej musí být velmi pečlivě řízen. Produkt destinace také má sociálně-kulturní a fyzický rozměr. Destinace nemusí být vázána na konkrétní prostor, ale může existovat jako mentální koncept v myslích zákazníků (Palatková, 2011).

Jakubíková (2009) uvádí, že za destinaci cestovního ruchu lze považovat jeden komplexní produkt, který je složen z mnoha produktů a kolektivního výrobce. Destinace jako výrobce musí být také řízena jako podnik či organizace. Řízení destinace spočívá v koordinaci a kooperaci činností podnikatelských a nepodnikatelských subjektů.

Marketing destinace cestovního ruchu je proces souladu zdrojů destinace a potřeb trhu. Obsahuje analýzu místa, plánování, organizování, řízení a kontrolu strategií na vymezenou lokalitu. V marketingu destinace je kladen důraz na podporu komunikace mezi poptávkou a nabídkou, na spolupráci mezi aktéry územního rozvoje, orientaci na potřeby návštěvníků (turistů, občanů, podnikatelů), vytváření společné územní identity a pozitivní očekávání (Jakubíková, 2009).

Seaton a Bennet (2004) konstatují, že role propagace a image destinace je v destinačním marketingu nenahraditelná. Neschopnost trhu vytvořit samovolné zdroje potřebné pro marketing destinace jsou označovány za tržní selhání. K vyřešení tohoto problému se používá tři přístupů:

1. Vytvoření vlastní marketingové agentury z prostředků privátních subjektů.
2. Intervence veřejného sektoru – výsledkem mohou být veřejně financované organizace destinačního marketingu, úřady, organizace nebo podnikatelské subjekty.
3. Kombinace privátního a veřejného způsobu financování.

Pro vymezení destinace není jednotné určení, dokonce existují různé přístupy. Při vymezení destinace turismu jako geografického prostoru se většinou jedná o určení návazností na vyšší a nižší stupně hierarchie (nadmárodní, národní, regionální a místní).

Dále můžeme destinaci vymezit pomocí kombinace následujících přístupů:

- dle administrativních hranic;
- dle poptávky;
- dle míry zásahu veřejného sektoru;
- dle strategie indukce, dedukce a centralizace;
- dle vybraných indikátorů rozvoje turismu (Palatková, 2011).

3. Tradice a zvyky

Pásková a Zelenka (2002) uvádějí, že pojem tradice definujeme jako soubor myšlenek, dovedností, postojů, uměleckých i praktických vědomostí, které se převádějí z generace na generaci a tím se udržují, prohlubují a šíří. Tradice je podstatnou složkou náboženství, civilizace a výchovy, současně se považuje za duchovní a kulturní dílo. Součástí tradice je také podoba a způsob používání předmětů denní potřeby.

3.1. Masopust

Masopust, masopustní obchůzka nebo také maškary nejsou v dnešní době jednotné. Od poloviny 20. století se masopust slavil v masopustní úterý a veselí bylo zakončeno o půlnoci v Popeleční středu. Vlivem pracovního týdne se oslavy přesunuly většinou na sobotu či neděli. Jediná obec na jihozápadním Podhorácku, která tradiční termín zachovává i dnes, jsou Blížkovice u Moravských Budějovic. Masopustní zvyky patří mezi velmi živé, v okrese Třebíč se udržují ve třech čtvrtinách obcí. Většinou jsou tradice v režii spolků, obvykle hasičů, sportovců, Sokola, Českého svazu žen, Českého červeného kříže či Okrašlovacích spolků. Novodobým trendem je pořádání masopustních průvodů v obcích či městech spojených se zabíjačkovými hody, jak je tomu zejména na Horácku. V posledních letech se realizuje masopustní zabíjačka také v Dalešickém pivovaru (Toncrová & Smutná, 2013).

Masopustní průvody nejčastěji vychází z místních hostinců, sokoloven, od obecních úřadů či požárních zbrojnic, kde se účastníci převlékají do masek. Například v obci Jakubov masky mlčí, aby nebyla prozrazena jejich identita. Ve většině obcí začíná průvod již ráno či během dopoledne, aby lidé stihli do setmění obejít celou vesnici, v menších obcích se začíná odpoledne. Masopustní průvod zpravidla doprovází muzikanti, kteří obejdou s účastníky celou obec a někdy vchází do dvorů či domů, kde se hraje, tančí s hostiteli, kteří připravují také pohoštění. Pohoštění mohou být chlebičky, uzeným masem, řízky, párky, tlačenkou, toasty nebo také sladkým pečivem, koláčky a buchtami. Při průvodu se kromě peněz vybírají také syrová vejce, pečivo, sladkosti nebo alkohol (Toncrová & Smutná, 2013).

Masopustní masky na rozdíl od masek karnevalových a maškarních plesů nemívají škrabošku, ale často jsou jen nalíčené, takže lidé nejsou v takové anonymitě, přesto mají uvolněné chování, které nikdo neodsuzuje. Účastníci si masky vytváří sami a jejich příprava trvá někdy měsíc i déle. Některé masky jsou skutečně mimořádné, např. slaměné

masky ručně pletené s tvarovanou postavou či vysoké klobouky vyrobené z 365 květů jako je dní v roce (Langhammerová, 2004).

Mezi současné tradiční masky patří zejména kuň, koza, medvěd a slon nebo také postavy babek, cikánek a čarodějnic. Časté jsou také pohádkové a filmové postavy. Obchůzky masek jsou zakončeny posezením v místních pohostinstvích či hasičské zbrojnici (Toncrová & Smutná, 2013).

3.2. Královničky Podhorácka

Jedná se o prastarý jarní obřad, který má původ v pohanských zvycích souvisejících s vítáním jara, uctíváním Slunce, omládlé přírody a vody. Na Velkobítešsku se obřady dodržovaly do 19. století, ale později zanikly. Před několika lety obnovily tento obyčej dívky z Velké Bíteše. V čase svatodušních svátků v červnu se vydávají do sousední vesnice. V čele průvodu se nachází král, kterého představuje dívka s opentleným májkem, a za ní uprostřed družiny ostatních dívek kráčí královna. Po cestě předvádí staré obřadní tance a zpěvy. Po obchůzce královna a král předají koruny svým nástupkyním a nejstarší dívky jsou tímto uvedeny mezi dospělou mládež k muzice, která se koná na konci vesnice pod starou lípou (Magické královničky Podhorácka, 2015).

3.3. Velikonoce

Velikonoce jsou nejvýznamnějším křesťanským svátkem upomínajícím na umučení a zmrtvýchvstání Ježíše Krista. Jedná se o svátek pohyblivý, který následuje po prvním jarním úplňku. Na Zelený čtvrtek odlétají zvony do Říma a jejich zvuk nahrazuje hrkání chlapců, kteří mají hrkačky, klapačky nebo pojízdné hrkáče. Tradici hrkání v posledních letech dodržují také skautské oddíly. Například v Třebíči vychází skupina 35 dětí, které doprovází dospělí, z vyhlídky Na Hrádku. Prochází průvodem Židovskou čtvrtí s vysokou figurínou, která představuje zimu/smrt. Zastaví se na třech místech, kde za zvuku flétniček odříkají říkanku, a na závěr hodí figurínu do řeky Jihlavy (Toncrová & Smutná, 2013).

V menších městech jsou oblíbené prodejní velikonoční výstavy spojené s výrobou kraslic a pletením pomlázek. Můžeme se s nimi setkat ve Starči, Moravských Budějovicích, Rouchovanech, Jakubově, Lesonicích či Horním Újezdě. Na Velikonoce se v domácnostech pečou mazance a beránci, barví se vajíčka, chlapci pletou pomlázky. Na Velikonoční pondělí chodí chlapci navštívit své známé a příbuzné, kde dostávají

čokoládová nebo malovaná vejce, sladkosti a stuhy na pomlázku za odříkání říkanky či básničky (Toncrová & Smutná, 2013).

Oblíbené velikonoční jídlo se nazývá hlavička – je to masitý nákyp z několika druhů masa a housek politých mlékem s kořením a s velkým množstvím nasekaných mladých kopřiv. Ke slavnostnímu vyznění Velikonoc patří také oblékání, kdy si lidé berou na sebe něco nového. Na Velikonoční hody ženy nosí červenou sukni a zeleně či fialově laděné oblečení (Langhammerová, 2004).

3.4. Stavění máje

Stavění máje je zvykem, který souvisí s posledním dubnovým dnem, na čarodějnice (Filipojakubská noc). Májka je získávána nejčastěji z obecních lesů, kde ji muži pokácí, přivezou do obce a ženy nazdobí vršek barevnými pentlemi z krepového papíru nebo textilních stuh. Máj se staví nejčastěji na návsi nebo u hostince. Na Vysočině je zvykem dávat dívkám v noci na prvního května malou májku, kterou chlapci připevňují na ploty, balkóny nebo okapy. O čarodějnicích se pálí společné ohně u hřišť spojené s pohoštěním a soutěží o nejkrásnější masku čarodějnice. V řadě obcí se také píšou vzkazy na silnici (Toncrová & Smutná, 2013).

3.5. Svatodušní svátky (letnice)

Svátky letního slunovratu jsou svátkem pohyblivým. Tento rituál z pohanské minulosti dostal jako svého patrona sv. Jana Křtitele, který je spojován se symbolikou očisty světa a harmonující s čistotou přírody na prahu léta. V lidových zvycích je chápán jako patron času spojující tajemství sil přírody a lidských tužeb. Všechny magické praktiky této noci jsou spojeny s Janovým jménem: svatojánské ohně, svatojánské čarování s vodou a milostnou touhou, svatojánská postýlka, svatojánské kvítí, svatojánská noc (Langhammerová, 2004).

Svatojánská noc

Svatojánská noc je těsně za slunovratem a je jedna z nejvýznamnějších nocí, ve své podstatě i jedna z nejdůležitějších, je to noc na 24. června. Fenomémem této noci jsou svatojánské ohně, které lidé nejen zapalují, ale také přeskakují, aby se nabili jejich silou, a zapalují v nich košťata, kterými krouží jako světelnými kotouči. Mezi další prvek této noci patří Svatojánské čarování, přičemž se využívá bující přírody. Rostliny mají zvláštní moc především jako ochrana proti čarodějnicím. Nejčastěji se využívá lípa na ochranu

domu. Dále mezi nejúčinnější patří černobýl, kapradí, mateřídouška, rmen, máta, divizna a bazalka (Langhammerová, 2004).

3.6. Roráty a besedy

Po první adventní neděli přišly ranní mše neboli roráty. Na tyto mše se chodilo s lucernami. Odpoledne a večer probíhaly besedy, zpívalo se, povídalo a četlo. Vyprávělo se o strašidlech a hrůzostrašných příhodách, které potom nahradily příběhy o poutních místech, o zázracích a o legendách. Četly se i lidové kalendáře. Jelikož byla brzy tma, zapalovaly se louče a svíce, které později nahradily lampičky a lucerny (Pernica, 1951).

3.7. Betlémy

Vánočním fenoménem na Vysočině je třebíčské betlémářství spojené s papírovými malovanými betlémy. Každoročně se stavějí velké betlémy a získávají svoji originální podobu, která se během vánočních svátků obměňuje. Před Štědrým dnem se jedná o adventní variantu, kdy těhotná Panna Maria putuje s Josefem do Betléma. Na Štědrý den ji vystřídá varianta vánoční neboli pastýřská, kdy ke Svaté rodině směřují lidé s dary a pastýři se stády ovcí. Poslední verze betlému se nazývá tříkrálová, kdy darovníky a pastýře nahradí figury tři králů s vojáky, hudebníky, jezdci na koních doprovázeny velbloudy a slony. Anděla nad jesličkami nahradí betlémská hvězda. Takový betlém pochází z druhé poloviny 19. století od Antonína Čalouda, má kolem 600 figurek a je možné ho spatřit o Vánocích v kostele sv. Martina v Třebíči. Dále je možné prohlédnout si betlémy v Třešti v rámci Betlémské cesty. Na Vysočině najdeme také celou řadu řezbářů, kteří vyrábí betlémy ze dřeva, například ve Výčapech, Rudíkově, Budišově či Vladislavi (Toncrová & Smutná, 2013).

3.8. Vánoce

Když se na Vysočině držel půst na Štědrý den, tak se dětem místo zlatého prasátka slibovalo, že uvidí zlatého kohouta. Na Velkomezeříčsku sypaly hospodyně slepícím mák, aby snesly hodně vajíček. V tento den byla vítaná návštěva pouze tehdy, když vstoupilo do domu první dítě. To přinášelo štěstí, ale návštěva bez dítěte přinášela smůlu. Když přišel po dítěti první muž, hospodyně mohla očekávat narození chlapce a hospodář býčka ve chlévě. Pokud přišla první po dítěti žena, bylo to naopak. Na Novoměstsku k večeru vařily dívky tři kynuté knedlíky, do kterých daly jména chlapců. Ten knedlík, který první vyplaval, měl děvčeti určit, že ten chlapec jí je souzený a toho dostane (Pernica, 1951).

3.9. Horácká hudba, píseň a tanec

Lidová hudba na Horácku má blízkou příbuznost s písní českou. Nejstarší nástrojové seskupení na Horácku bylo ve složení gajdy – dudy, housle, cimbál. Objevovaly se ale i jiné nástroje jako harfa, lesní roh či buben. Již v 19. století hrávaly na Horácku štrajchy tzn. kapely se smyčcovými a dechovými nástroji dohromady. Na Jihlavsku se nacházely unikátní kapely zvané skřipanské, které se skládaly z doma vyrobených nástrojů se specifickým zvukem i vzhledem. Tyto kapely hrály v jihlavských vesnicích především na svatbách a tanečních zábavách.

V poslední době se objevilo několik knižních sbírek s lidovými písněmi např. Lidové písně z moravského Horácka (Brno), Písnička a popěvky ze severu Horácka (Žďár nad Sázavou), Zpěvník horáckých písní po lidech sebraných (Jihlava). K charakteristickým rysům horáckých písní patří střídavý takt, třídobé takty ve valčíkovém rytmu. Tance, které se tančily na tyto písně, jsou označovány jako směsek, materník nebo tanec přes nohu. Charakteristickým útvarem bylo zpěvní kolo, kdy se ženy otáčely za zpěvu různých písní v kole a podle charakteru písně volily druh kroku, běhu či skákání. (Horácká hudba, píseň a tanec, 2015).

4. Metodika a cíle práce

Bakalářská práce je rozdělena na dvě základní části – teoretickou a praktickou. V teoretické části je zpracovaná literární rešerše. Potřebné informace byly získány z odborné literatury jak české tak i zahraniční, z publikací a článků na dané téma. V literární rešerši je definován především cestovní ruch a jeho dělení. Další část tvoří charakteristika Kraje Vysočina a popis tradic a zvyků. Všechny zdroje jsou citovány na konci práce v seznamu použité literatury.

V praktické části jsou použity kvantitativní i kvalitativní metody výzkumu pro dosažení co nejpřesnějších a nejefektivnějších výsledků.

Cíl práce

Hlavním cílem bakalářské práce je vytipovat potenciál cestovního ruchu v regionu Vysočina s důrazem na tradice a zvyky. Vedlejším cílem práce je zjistit možnosti využití tradic a zvyků v produktech cestovního ruchu na základě terénního šetření. Navrhnout produkt cestovního ruchu na zlepšení podmínek dodržování tradic a zvyků v tomto regionu.

Výzkumné tvrzení

Před sestavením dotazníku byly určeny tři předpoklady výzkumu.

- Tvrzení č. 1 O tradice v Kraji Vysočina se zajímá méně než 50 % dotazovaných.
- Tvrzení č. 2 Nejvíce dotazovaných se v Kraji Vysočina setkalo s architekturou.
- Tvrzení č. 3 Učitelé podporují vzdělávání dětí v tradicích více než dotazovaní.

Řízené rozhovory

Řízené rozhovory probíhaly se zaměstnanci základních a středních škol osobně v lednu roku 2016. Odpovídali na 5 otázek ohledně dodržování tradic na školách a jejich postavení k tomuto tématu.

Dotazníkové šetření

Pro kvantitativný výzkum byl se sestaven dotazník s celkem 23 otázkami otevřenými i uzavřenými. Čtyři otázky byly identifikační, jedna otázka byla filtrační a zbylých 18 otázek sloužilo ke zjištění, jaké tradice lidé dodržují a navštěvují v Kraji Vysočina. Před dotazováním proběhl pilotní výzkum během měsíce listopadu 2015. Pilotního výzkumu se účastnilo 15 osob. Na základě výsledků tohoto výzkumu bylo změněno několik základních údajů a jedna otázka. Samotný výzkum probíhal od začátku prosince 2015 do konce ledna 2016. Dotazníkové šetření probíhalo online pomocí Google dotazníků.

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 209 respondentů. Při zpracování vyplněných dotazníků byly 3 vyřazeny pro neúplnost nebo důvěryhodnost vyplněných odpovědí. Celkem bylo tedy zpracováno 206 dotazníků.

5. Situační analýza

5.1. Obecná charakteristika kraje Vysočina

Kraj Vysočina se nachází v centru České republiky. Celkem sousedí se čtyřmi kraji: Jihočeským, Středočeským, Pardubickým a Jihomoravským. Pro Vysočinu je charakteristická nadmořská výška, členitost území a řídké osídlení. Kraj Vysočina se svojí rozlohou 6800 km² řadí na páté místo v České republice. Nejvyšším bod Vysočiny je Javořice, měřící 837 m n. m., nachází se v Javořické vrchovině na jihu okresu Jihlava. Území kraje se administrativně člení na 5 okresů, 15 správních obvodů s rozšířenou působností a 26 obvodů pověřených obecních úřadů. Obce na Vysočině mají v průměru 725 obyvatel, což je nejméně ze všech krajů v České republice. K 1. 1. 2014 žilo na Vysočině přes 510 tisíc obyvatel, což představuje třetí nejnižší lidnatost v České republice. Podíl kraje na hrubém domácím produktu České republiky se pohybuje kolem 4 %. Před dvěma lety činilo HDP na jednoho obyvatele kraje přes 327 tisíc Kč, to je více než 84% průměru České republiky. Průměrná hrubá mzda za loňský rok činila více než 22 600 Kč, to znamená, že zaostala pod celorepublikovým průměrem zhruba o 2 500 Kč. Významné postavení v kraji má zemědělství. Většina zemědělských podniků se zaměřuje na kombinaci rostlinné a živočišné výroby. Silniční a železniční síť má strategický význam z pohledu vnitrostátního i celoevropského. Území kraje je součástí středoevropské urbanizované osy (Berlín–Praha–Viedeň/Bratislava–Budapešť) a dálnice D1 slouží dopravě jak národní tak i evropské (Český statistický úřad, 2015).

Obrázek 1: Mapa kraje



Zdroj: Novinky.cz, 2010

5.2. Lokalizační předpoklady

5.2.1. Přírodní předpoklady

Kraj Vysočina se rozprostírá na podstatné části Českomoravské vrchoviny, která se vyznačuje zachovalou krajinou kopcovitého charakteru. Kraj se rozkládá na pomezí Čech a Moravy v centrální části České republiky, tedy i ve středu Evropy. Oblast Vysočiny leží v klimatickém mírném pásmu, avšak počasí zde mívá proměnlivý charakter. Na Vysočině se nachází hustá říční síť. Mezi významné řeky patří Sázava, Jihlava, Oslava, Doubrava a Svratka. Na většině těchto vodních toků jsou vybudovány vodní nádrže sloužící nejen cestovnímu ruchu, ale jsou také zdrojem pitné vody. Pro Vysočinu jsou typické především rybníky. Vodní plochy jsou vhodné pro koupání, rybolov ovšem i pro vodní sporty, jako je např. windsurfing provozovaný na Velkém Dářku, největším rybníku nacházejícím se na Vysočině (Langerová, 2004).

V kraji Vysočina se nachází celkem 3 národní přírodní památky (Hojkovské rašeliniště, Jankovský potok, Švařec) a 7 národních přírodních rezervací (Ransko, Radotínské rašeliniště, Žákova Hora, Zhejral, Mohelenská hadcova step, Velký Špičák) (Průvodce Vysočinou - příroda, 2015).

➤ CHKO Železné hory

Chráněná krajinná oblast Železné hory se rozkládá na ploše 284 kilometrů čtverečních. V roce 1991 byla vyhlášena za CHKO s cílem chránit současnou krajinu a postupně obnovit zaniklé krajinné hodnoty. Nejvyššími vrcholy jsou Vestec a Spálava. V oblasti se nachází 24 maloplošných chráněných oblastí, 12 přírodních rezervací, 11 přírodních památek a 14 památných stromů. V oblasti se vyskytuje 1200 druhů rostlin, 75 druhů měkkýšů a 283 druhů obratlovců. Území je bohaté na historii, nalezneme zde zříceniny středověkých hradů a strážních zámků. V oblasti Železných hor se také nachází 6 naučných stezek (CHKO Železné hory, 2015).

➤ CHKO Žďárské vrchy

V oblasti Žďárské vrchy můžeme najít celou řadu turisticky zajímavých míst a kulturních památek. V krajině se střídají louky, pastviny, pole, lesy a rybníky se spoustou cest, mezí, lesíků či skupin stromů. Téměř polovinu území pokrývají hluboké smrkové lesy. CHKO se rozkládá na ploše 709 kilometrů čtverečních a nachází se zde 49 maloplošných chráněných území, 4 národní přírodní rezervace, 9 přírodních rezervací, 36 přírodních památek a 46 stromů a alejí. Mezi nedotčená místa patří rašeliniště a vlhké rašelinné

louky, kde se vyskytuje řada chráněných a ohrožených druhů rostlin a živočichů, např. mlok, rejsek horský, hraboš mokřadní. Nachází se zde také 4 naučné stezky (CHKO Žďárské vrchy, 2015).

5.2.2. Kulturně – historické předpoklady

Mezi kulturní zařízení můžeme zařadit galerie, skanzeny, divadla, muzea, hvězdárny. V Jihlavě se nachází např. Horácké divadlo, Muzeum Vysočiny a Oblastní galerie Vysočina. V Pelhřimově můžeme navštívit Muzeum strašidel, Muzeum rekordů a kuriozit nebo Městské divadlo.

Na území kraje se konají zajímavé kulturní akce, z nichž některé mají celostátní nebo i mezinárodní charakter. Telč organizuje hudební festival – Prázdniny v Telči, kam se sjíždějí návštěvníci ze všech koutů republiky. V Jihlavě se koná setkání komorních sborů – Mezinárodní festival sborového umění, Mezinárodní folklórní festival – Jihlavské folklórní léto, Mezinárodní festival dokumentárního filmu a hudební festival Vysočina Fest.

V Třebíči je možné přes léto navštívit hudební festival Zámostí, slavnost Tří kápí nebo festival židovské kultury Šamajim.

Zámek v Jaroměřicích nad Rokytnou pořádá Mezinárodní hudební festival Petra Dvorského.

Na území Kraje Vysočina je největší koncentrace památek v ČR zařazených na seznamu světového dědictví UNESCO. Nachází se zde městská památková rezervace Telč, poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře u Žďáru nad Sázavou a Židovské město a bazilika sv. Prokopa v Třebíči (Langerová, 2004).

➤ Telč - Historické jádro města

Historické jádro města bylo zapsáno na Seznam světového a kulturního dědictví UNESCO v roce 1992 díky své unikátní celistvosti. Na náměstí se nachází Mariánský sloup z roku 1720, kašny a sochy z 18. století a městské brány (Historické jádro města - světové kulturní dědictví UNESCO, 2015).

➤ Státní zámek Telč

Státní zámek je postavený v renesančním slohu italským architektem Baldassare Maggim. Jedná se o jeden z nejlépe dochovaných renesančních komplexů v České republice. Zámek nabízí možnosti dvou prohlídek. První okruh nabízí návštěvu gotické

části a honosné sály (Modrý, Zlatý a Rytířský) s bohatou sbírkou zbraní a obrazů. Druhý okruh prochází obytnými místnostmi, které sloužily majitelům a rodině Podstatsky-Lichtenstein až do roku 1945. Zámek je obklopen přírodním parkem, ve kterém se nachází skleník. V objektu zámku je u místěna pobočka Muzea Vysočiny Jihlava a Zámecká galerie. Zámek byl zapsán do seznamu UNESCO společně s historickým jádrem města v roce 1992 (Státní zámek Telč - památka světového kulturního dědictví UNESCO, 2015).

➤ Bazilika sv. Prokopa

Bazilika je postavena v románsko-gotickém slohu a byla budována od 1. poloviny 13. století. Bazilika byla několikrát renovována a její poslední podoba byla dokončena v roce 1998, kdy se propojila hlavní loď s kryptou (Bazilika sv. Prokopa - světové kulturní dědictví UNESCO, 2015).

➤ Židovské město

Třebíč kdysi patřila k významným střediskům židovské kultury a dodnes má unikátně zachovanou židovskou čtvrť, která se svojí hustou zástavbou zahrnuje více jak 120 obytných domů, které doplňují objekty bývalých židovských institucí, jako jsou školy, radnice, rabinát a chudobinec. Zadní synagoga nabízí expozice o historii židovské čtvrti a výstavy. Přední synagoga dnes slouží jako modlitebna pro Československou církev husitskou.

Židovský hřbitov byl v 17. století přemístěn na severní svah na kopec Hrádek, kde se dnes nachází kolem 3000 kamenných náhrobků, z nichž nejstarší pochází z roku 1631. Součástí hřbitova je také obřadní síň s dochovaným interiérem, kde se dnes mohou konat pohřební obřady podle starých židovských tradic.

Bazilika sv. Prokopa společně s Židovským městem byly zapsány na Seznam světového kulturního dědictví UNESCO v roce 2003 (Třebíč - představení, 2015).

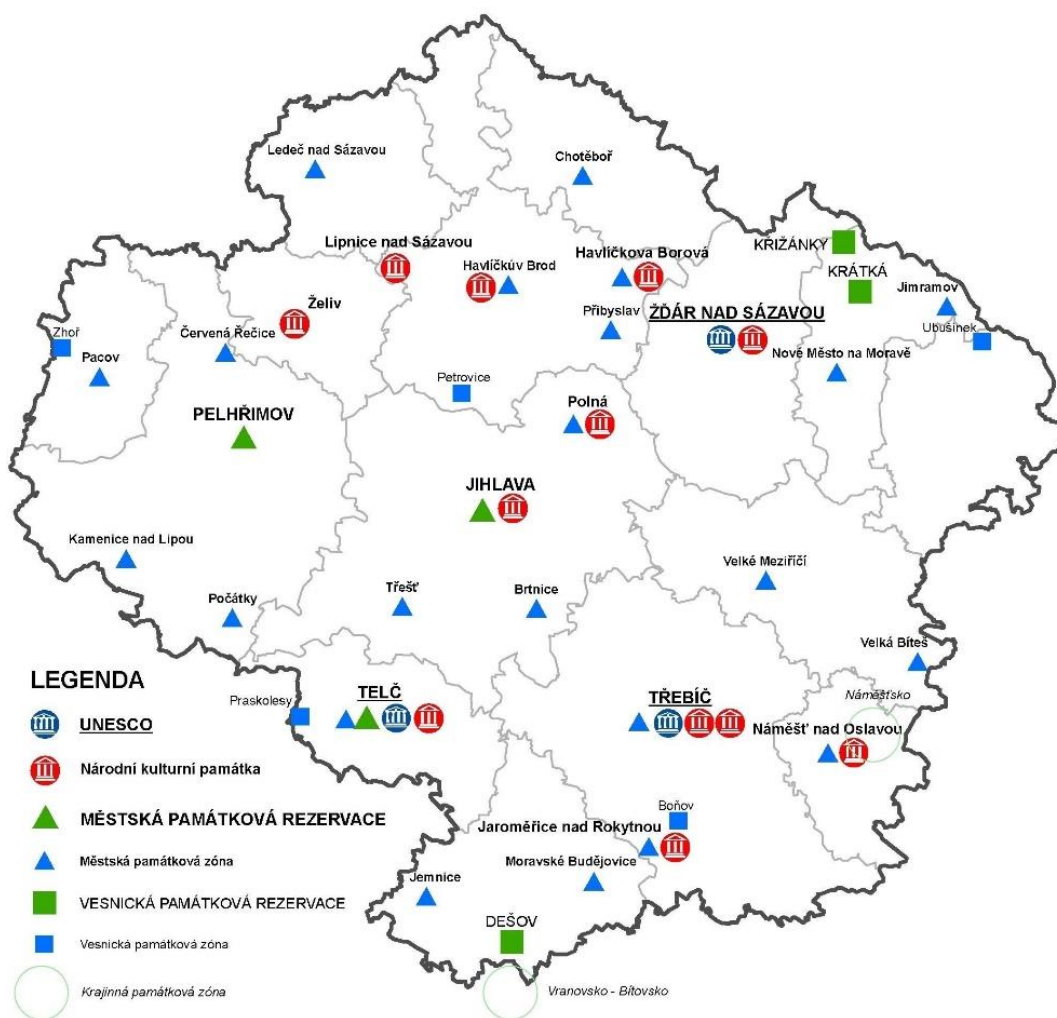
➤ Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého na Zelené hoře

Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého byl založen v 18. století architektem Janem Blažejem Santinim a je nejoriginálnějším příkladem barokní gotiky. Kostel obklopuje ambit, který je propojený s centrální stavbou. Centrální kostel není příliš velký, ale jeho tvary dané komplikovanými průniky šesti kružnic ve tvaru pěticípé hvězdy spolu s virtuózní hrou světél jsou důvodem k návštěvě. Poutní kostel sv. Jana Nepomuckého byl zapsán na seznam UNESCO v roce 1994 (Žďár nad Sázavou - představení, 2015).

Na Vysočině se nachází také velké množství dalších památek jako např. zámek v Jaroměřicích na Rokytnou, zřícenina hradu Lipnice nad Sázavou, rodný dům Karla Havlíčka Borovského v Havlíčkově Borové nebo hrad Pernštejn. Celkově se nachází na Vysočině 32 rozhleden a vyhlídkových míst, 12 parků a přírodních prvků, 322 církevních památek a 33 památkově chráněných území (Český statistický úřad, 2015).

Na následujícím obrázku je vidět, kde se v Kraji Vysočina nachází národní kulturní památky, kterých je celkem 12, a UNESCO památky. Dále je vidět rozdělení městské památkové zóny, městské památkové rezervace, vesnické památkové rezervace a vesnické památkové zóny.

Obrázek 3: Památkové rezervace a památkové zóny



Zdroj: Kraj Vysočina, 2014

5.3. Realizační předpoklady

5.3.1. Ubytovací zařízení

Ubytovací zařízení na Vysočině navštívilo více než 448 tisíc hostů za rok 2013. Největší část ubytovacích kapacit se nachází v okolí Žďárských vrchů a to díky nejlepším sněhovým podmínkám v kraji. V roce 2014 počet hostů činil 447 603, z čehož je 65 943 nerezidentů a 381 660 rezidentů. V následující tabulce můžeme vidět počet ubytovacích zařízení v Kraji Vysočina podle kategorizace.

Jedna z nejdůležitějších sportovních aktivit na Vysočině je závod světového poháru v klasickém lyžování Zlatá lyže v Novém Městě na Moravě. Na území se dále nachází 30 zimních sjezdových areálů. Také sem můžeme zařadit lední hokej na národní úrovni. Prvoligové zápasy můžeme navštívit v Jihlavě a Třebíči.

Mimo jiné zde můžeme využít nabídku aquaparků s krytými bazény, kterých se v kraji nachází celkem 15. Sportovní vyžití na Vysočině nabízí 43 stadionů, 318 tělocvičen a více než 785 hřišť. Kraj má poměrně hustou síť turistických a cykloturistických tras (Langerová, 2004).

Z následující tabulky vyplývá počet ubytovacích zařízení na Vysočině. Celkový počet hromadných ubytovacích zařízení je 452, nejvíce se v tomto kraji nachází penzionů 142. Na Vysočině se nenachází ani jeden hotel s pěti hvězdičkami, jsou zde pouze tři hotely garni. Největší počet lůžek k ubytování se nachází v tříhvězdičkovém hotelu, motelu a botelu a to s celkovým počtem 4 173. Celkový počet pokojů nacházejících se na Vysočině činí 8 362.

Tabulka 1: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie

| | Počet zařízení | Pokoje | Lůžka | Místa pro stany a karavany |
|---|----------------|--------|--------|----------------------------|
| Hromadná ubytovací zařízení celkem | 452 | 8 362 | 24 031 | 3 399 |
| Hotel ***** | - | - | - | - |
| Hotel, motel, hotel **** | 16 | 590 | 1 221 | - |
| Hotel, motel, hotel *** | 60 | 1 799 | 4 173 | 80 |
| Hotel, motel, hotel ** | 11 | 214 | 622 | - |
| Hotel, motel, hotel * | 5 | 115 | 329 | - |
| Hotel garni ****, ***, **, * | 3 | 40 | 85 | - |
| Penzion | 142 | 1 393 | 3 863 | 15 |
| Kemp | 31 | 388 | 1 334 | 3 226 |
| Chatová osada | 22 | 443 | 1 740 | 4 |
| Turistická ubytovna | 57 | 760 | 2 563 | 18 |
| Ostatní HUZ | 105 | 2 620 | 8 101 | 56 |

Zdroj: Český statistický úřad, 2015

6. Praktická část

6.1. Struktura respondentů

Pro dotazníkové šetření byli respondenti vybráni nahodile a účastnilo se celkem 166 žen a 40 mužů. V níže uvedené tabulce lze vidět identifikační otázky z dotazníku, a to rozdělení respondentů podle pohlaví, věku, bydliště a vzdělání. Věkové rozmezí bylo rozděleno celkem do šesti kategorií. Nejvíce odpovědi bylo od respondentů ve věku 19 – 26 let a to 147, jako druhá skupina respondentů byli lidé ve věku od 27 do 35 let. Nejméně dotazníků vyplnili lidé, kterým bylo více jak 56 let. Z věkové struktury respondentů je zcela zřejmé, že dotazník vyplnili spíše mladí lidé. Je to ovlivněno tím, že dotazník probíhal online formou.

Tabulka 2: Profil respondenta

| Profil respondenta | Absolutní četnost | Relativní četnost |
|-------------------------------------|-------------------|-------------------|
| Pohlaví | | |
| Ženy | 166 | 80,58% |
| Muži | 40 | 19,42% |
| Věk respondentů | | |
| 19 - 26 let | 147 | 71,36% |
| 27 - 35 let | 20 | 9,71% |
| 36 - 45 let | 18 | 8,74% |
| 46 - 55 let | 9 | 4,37% |
| 56 let a více | 3 | 1,46% |
| do 18 let | 9 | 4,37% |
| Bydliště respondentů | | |
| Hlavní město Praha | 8 | 3,88% |
| Jihočeský kraj | 73 | 35,44% |
| Jihomoravský kraj | 6 | 2,91% |
| Kraj Vysočina | 88 | 42,72% |
| Liberecký kraj | 3 | 1,46% |
| Moravsko-slezský kraj | 4 | 1,94% |
| Olomoucký kraj | 1 | 0,49% |
| Pardubický kraj | 4 | 1,94% |
| Plzeňský kraj | 6 | 2,91% |
| Středočeský kraj | 10 | 4,85% |
| Ústecký kraj | 1 | 0,49% |
| Zlínský kraj | 2 | 0,97% |
| Vzdělání respondentů | | |
| Odborné s výučním listem | 4 | 1,94% |
| Střední odborné s maturitou | 70 | 33,98% |
| Všeobecné středoškolské s maturitou | 42 | 20,39% |
| Vysokoškolské | 76 | 36,89% |
| Základní | 14 | 6,80% |

Zdroj: Vlastní zpracování, České Budějovice, 2016

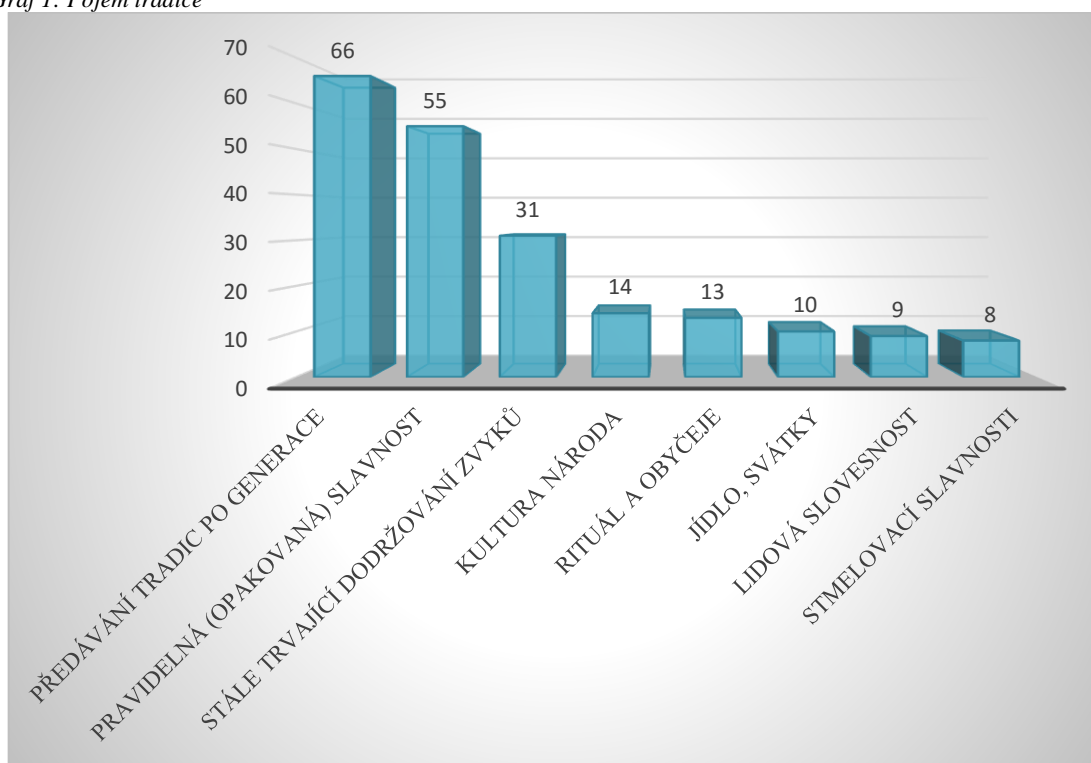
Největší počet respondentů byl z Kraje Vysočina 88, těsně za ním byl Jihočeský kraj s 73 respondenty a třetí místo patřilo Středočeskému kraji s 10 respondenty. Dále bylo Hlavní

město Praha (8), Jihomoravský a Plzeňský kraj po 6 odpovědích, a na posledních příčkách se umístily kraj Moravskoslezský (4), Liberecký kraj (3), Zlínský (2), Ústecký a Olomoucký kraj pouze po 1 respondentu.

6.2. Výsledky dotazníkového šetření

➤ Co si představujete pod pojmem tradice?

Graf 1: Pojem tradice



Zdroj: Vlastní zpracování, České Budějovice, 2016

Z grafu č. 1 vyplývá, že 66 respondentů si pod pojmem tradice představuje určité činnosti nebo úkony, které jsou předávány z generace na generaci. 55 dotazovaných odpovědělo, že je to činnost, která se pravidelně dodržuje, nebo slavnost, která se opakuje. 14 dotazovaných si pod tímto pojmem představuje, co je dodržováno určitým národem a kultura daného státu, 13 dotazovaných to vidí jako rituál vztahující se k určité skupině nebo místu. Pro zbylé respondenty tradice znamenají tradiční pokrmy, svátky, lidovou slovesnost nebo zvyky určitých skupin lidí, které je spojují.

➤ **Myslíte si, že má význam dodržovat tradice?**

Tabulka 3: Dodržování tradic

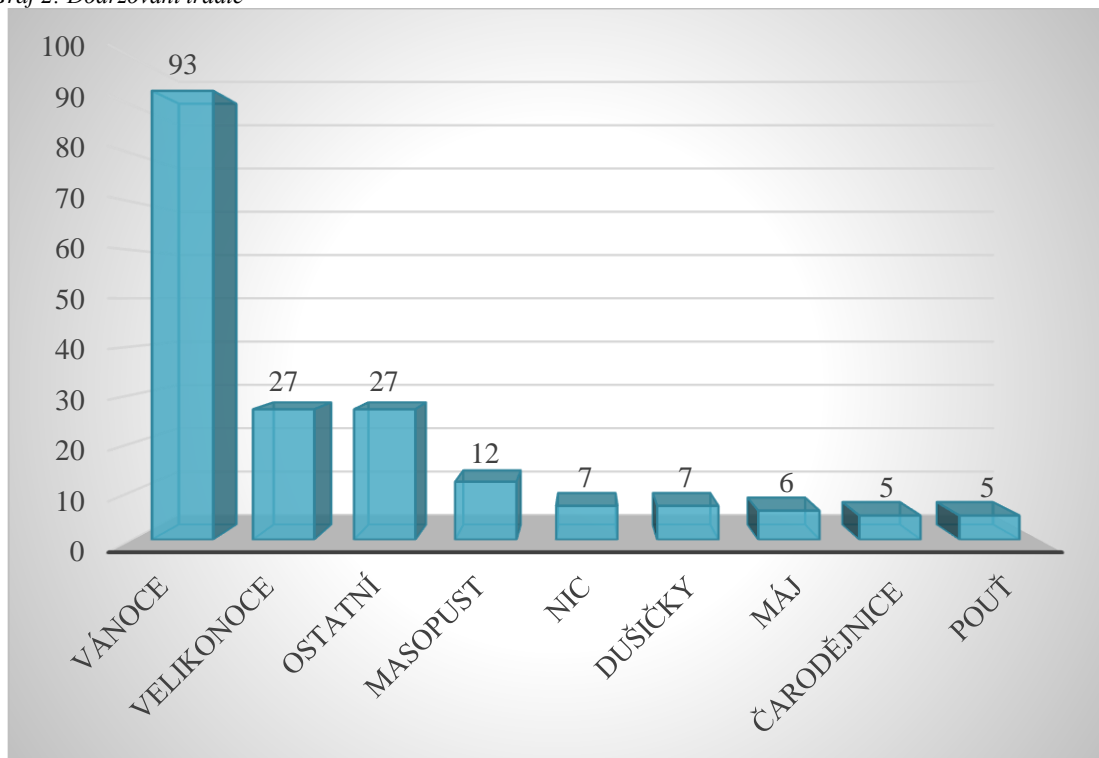
| Myslíte si, že má význam dodržovat tradice? | Ne | Ano | Nevím | Celkový součet |
|---|----------|------------|-----------|----------------|
| Muž | 2 | 32 | 6 | 40 |
| 19 - 26 let | 1 | 21 | 5 | 27 |
| 27 - 35 let | 1 | 4 | 1 | 6 |
| 36 - 45 let | | 2 | | 2 |
| 46 - 55 let | | 3 | | 3 |
| do 18 let | | 2 | | 2 |
| Žena | 3 | 157 | 6 | 166 |
| 19 - 26 let | 3 | 112 | 5 | 120 |
| 27 - 35 let | | 14 | | 14 |
| 36 - 45 let | | 15 | 1 | 16 |
| 46 - 55 let | | 6 | | 6 |
| 56 let a více | | 3 | | 3 |
| do 18 let | | 7 | | 7 |
| Celkový součet | 5 | 189 | 12 | 206 |

Zdroj: Vlastní zpracování, České Budějovice, 2016

V předchozí tabulce můžeme vidět pohled mužů a žen na dodržování tradic. 157 žen, považuje tradice za významné a pouze pro 3 ženy je to nepodstatné. Pro ženy (112) ve věku 19 – 26 let mají zvyky největší význam. 6 žen a 6 mužů nedokázalo odpovědět na otázku. Význam tradic je důležitý pro 32 mužů a to nejvíce ve věku 19 – 26 let.

➤ **Napište prosím, jaké tradice a zvyky dodržujete?**

Graf 2: Dodržování tradic

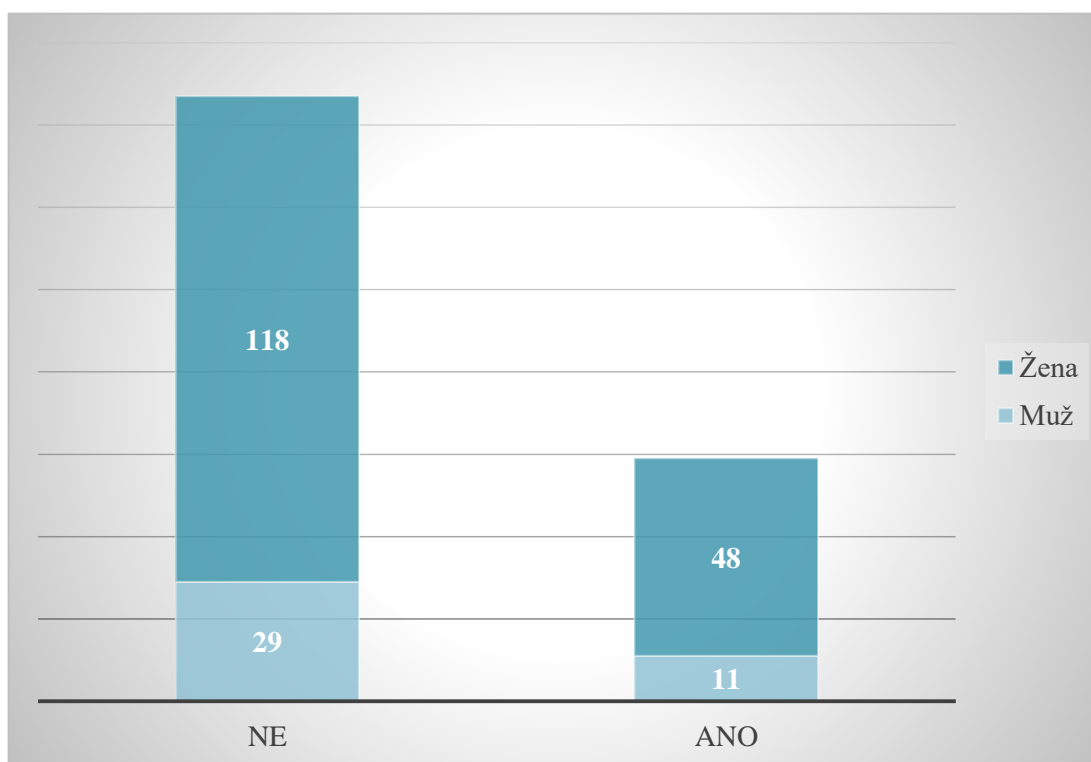


Zdroj: Vlastní zpracování, České Budějovice, 2016

Podle grafu č. 2 je zřejmé, že respondenti nejvíce dodržují tradice, které se týkají Vánoc (93). Jako je pečení cukroví, zdobení stromečku, vytváření adventních věnců, neodcházení od štědrovečerní večeře nebo házení botou. Pro 27 dotazovaných jsou důležité Velikonoce a zvyky spojené s nimi (pečení beránka, pletení pomlázky, barvení vajíček, hrkání). Pro 12 respondentů je nejdůležitější masopust konající se v místě jejich bydliště. Dále dotazovaní uvedli zvyky, jako jsou dušičky (7), 1. Máj (6), pálení čarodějnic (5), pouť (5). 7 lidí odpovědělo, že žádné tradice ani svátky nedodržují. 27 respondentů v dotazníku uvedlo různé tradice a zvyky, například Silvestr, pivní slavnosti, sv. Mikuláš, MDŽ, sv. Martin, Valentýn, Halloween, sbírání sedmero kvítí, sledování světlušek na sv. Jána.

➤ **Zajímáte se o tradice a zvyky v regionu Vysočina?**

Graf 3: Zájem o tradice

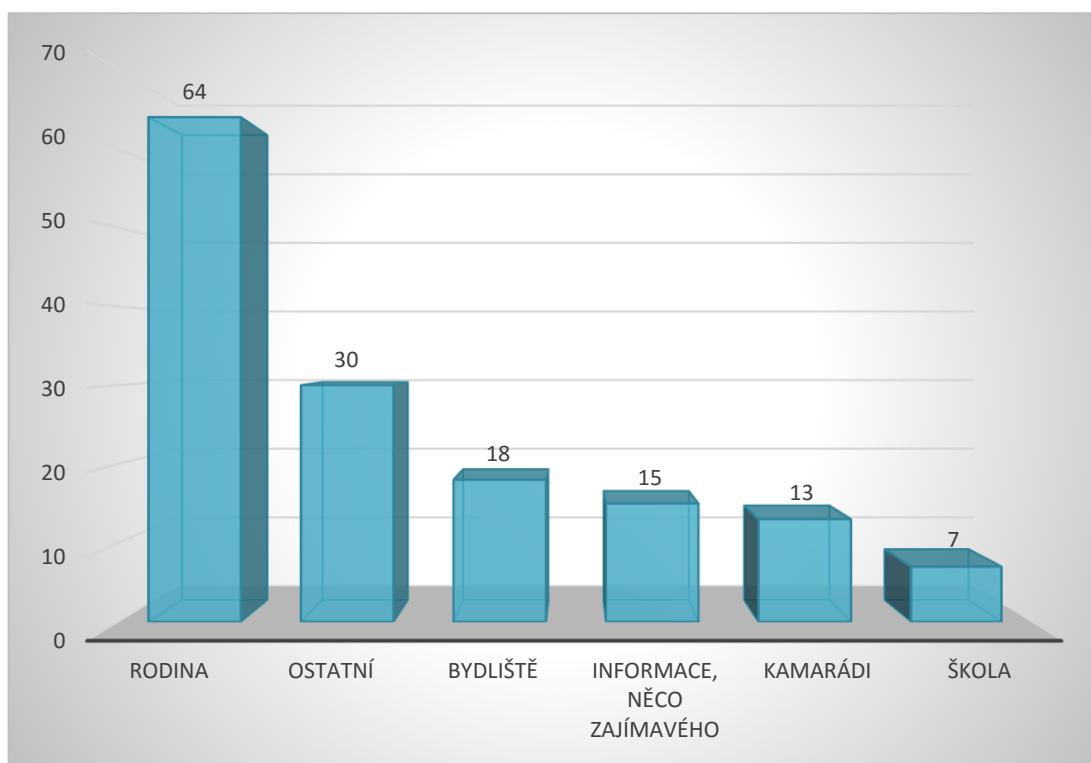


Zdroj: Vlastní zpracování, České Budějovice, 2016

Z grafu č. 3 je zřejmé, že se o tradice a zvyky v regionu Vysočina zajímá pouze 59 dotazovaných z celkového počtu 206 respondentů. Z toho je 48 žen a pouze 11 mužů. Tato otázka byla filtrační. Pokud respondenti odpověděli ne, přešli na konec dotazníku k identifikačním otázkám.

➤ **Co by vás přimělo k tomu, abyste se o tradice a zvyky začali zajímat?**

Graf 4: Důvod k zájmu o tradice

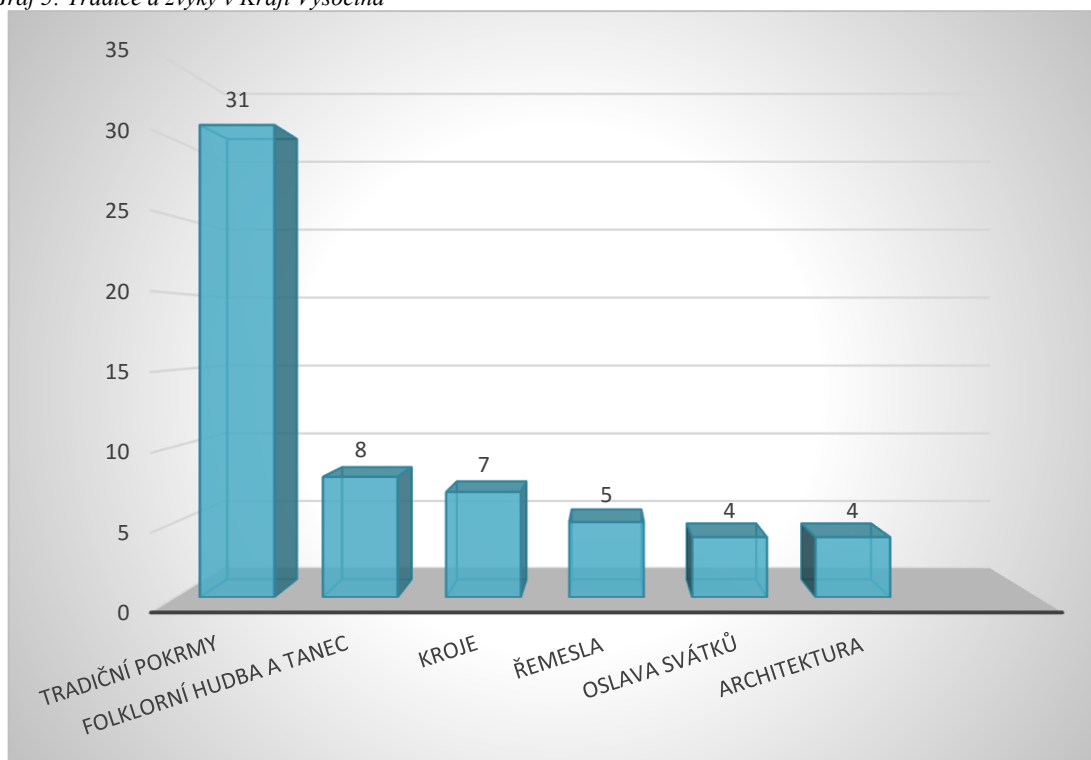


Zdroj: Vlastní zpracování, České Budějovice, 2016

Na základě grafu č. 4 můžeme říci, že respondenti jsou nejvíce ovlivněni rodinou. Z celkového počtu 147 respondentů má rodina vliv na 64 dotazovaných. 18 respondentů uvedlo, že se o tradice a zvyky na Vysočině nezajímají, jelikož nebydlí v tomto kraji, 15 respondentů by ovlivnil zajímavý článek v novinách, v televizi či na internetu nebo lepší informovanost. Zbýlých 30 respondentů uvedlo, že by je ovlivnily ostatní faktory, jako například lepší propagace zvyků, náboženství, volný čas, dostupnost nebo děti, kterým by chtěli ukázat něco nového.

➤ **S jakými zvyky a tradicemi jste se v Kraji Vysočina setkali?**

Graf 5: Tradice a zvyky v Kraji Vysočina

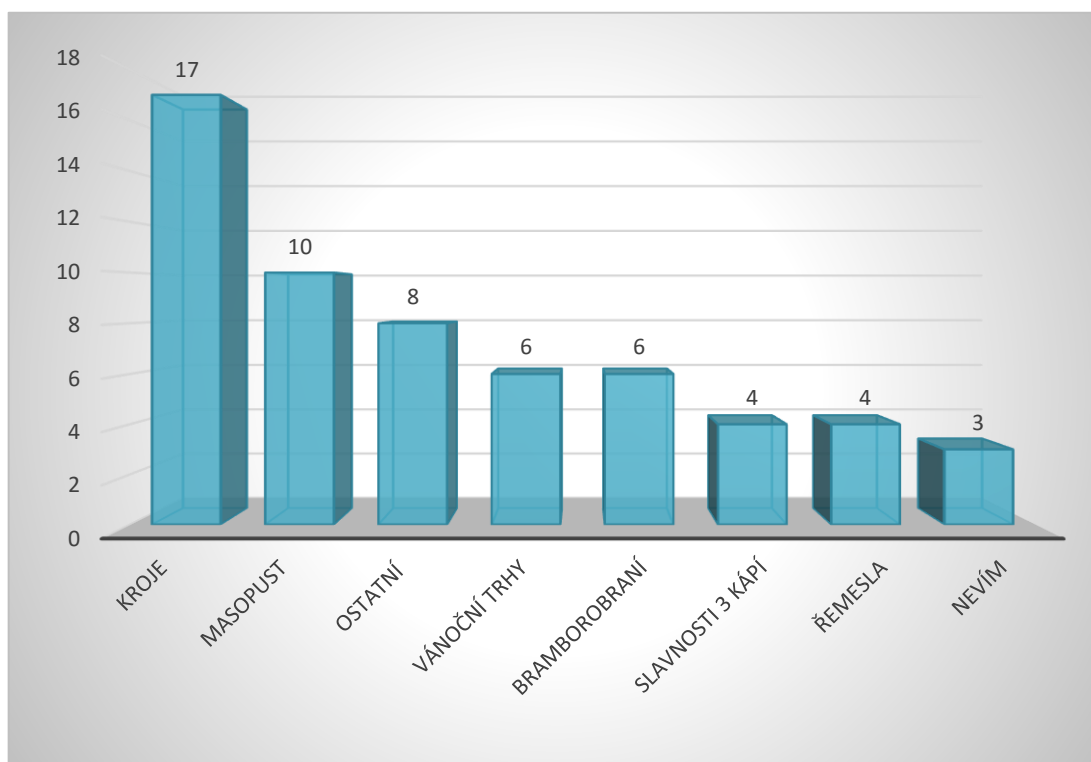


Zdroj: Vlastní zpracování, České Budějovice, 2016

Z grafu č. 5 je zřejmé, že nejvíce respondentů (31) se na Vysočině setkalo s tradiční stravou spojenou s určitými svátky v průběhu celého roku (bramborobraní, Velikonoce – mazanec, beránek, nádivka, Vánoce – kapr a bramborový salát). 8 dotazovaných se setkalo s folklorní hudbou a tancem, 7 se setkalo se specifickým znaky kroje pro Kraj Vysočina, dalších 5 zaujala řemesla a 4 respondenti uvedli oslavy svátků a architekturu.

➤ **Kterou z tradic v Kraji Vysočina považujete za nejvíce atraktivní?**

Graf 6: Atraktivní tradice v Kraji Vysočina

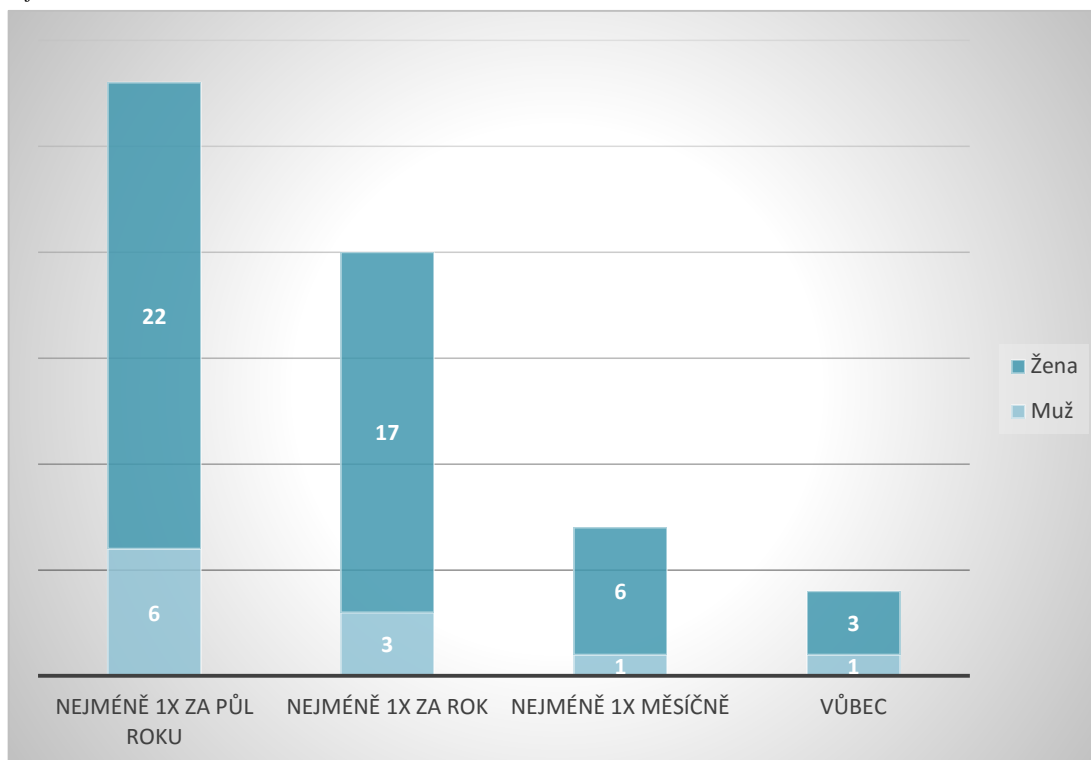


Zdroj: Vlastní zpracování, České Budějovice, 2016

Na základě grafu č. 6 můžeme říci, že nejvíce respondentů (17) považuje za největší atraktivitu Vysočiny, z pohledu tradic, specifické kroje. Další zajímavým zvykem je masopust (10). Po 6 odpovědích byly vánoční trhy a bramborobraní, kde dotazovaní rádi ochutnají místní speciality a tradiční pokrmy. 8 respondentů odpovědělo jiné atraktivitě, méně známé, jako jsou poutě, Vysočina Fest, Fašank, živé betlémy v Telči nebo Mezinárodní festival dokumentárních filmů v Jihlavě.

➤ **Navštěvujete akce na Vysočině spojené s dodržováním lidových tradic a zvyků? Pokud ano, jak často?**

Graf 7: *Návštěva tradic*

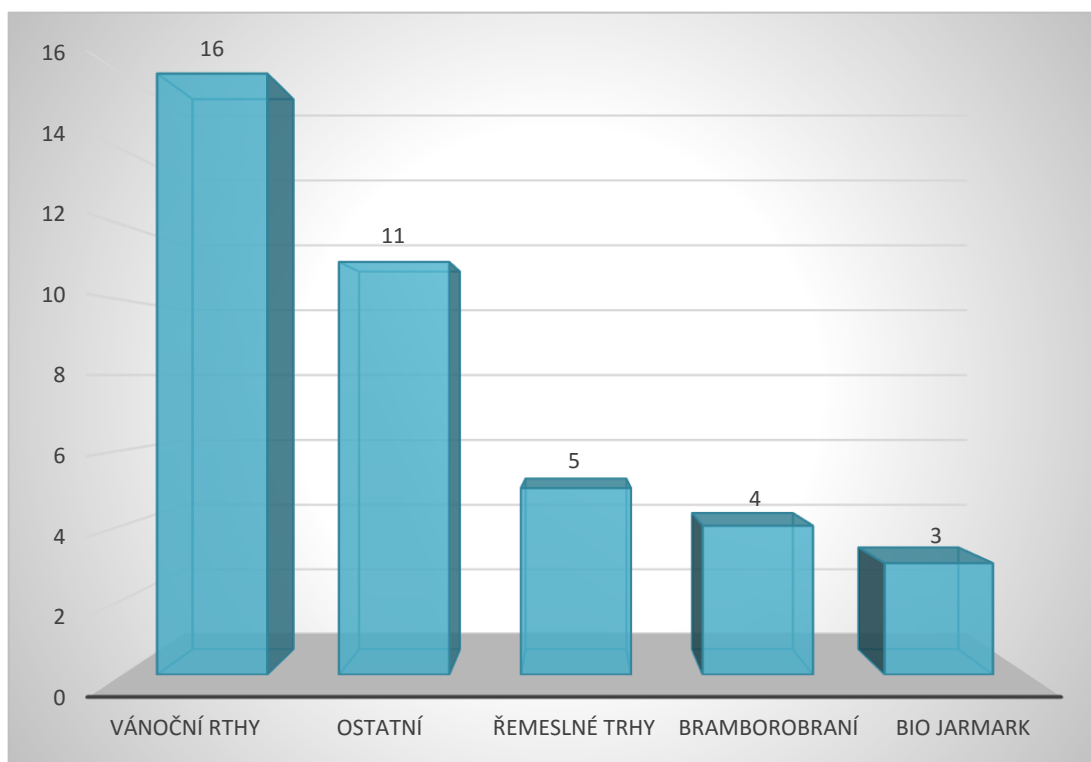


Zdroj: Vlastní zpracování, České Budějovice, 2016

Lidové tradice a zvyky na Vysočině navštěvuje/dodrží celkem 55 dotazovaných. 22 žen a 6 mužů má o ně zájem nejméně 1x za půl roku. Druhou nejčastější odpověď nejméně 1x za rok zvolilo 17 žen a 3 muži. A nakonec 6 žen a 1 muž navštěvují folklorní festival, historické budovy nebo různé oslavy nejméně 1x do měsíce.

➤ **Znáte nějaký lidový jarmark na Vysočině?**

Graf 8: Lidový jarmark

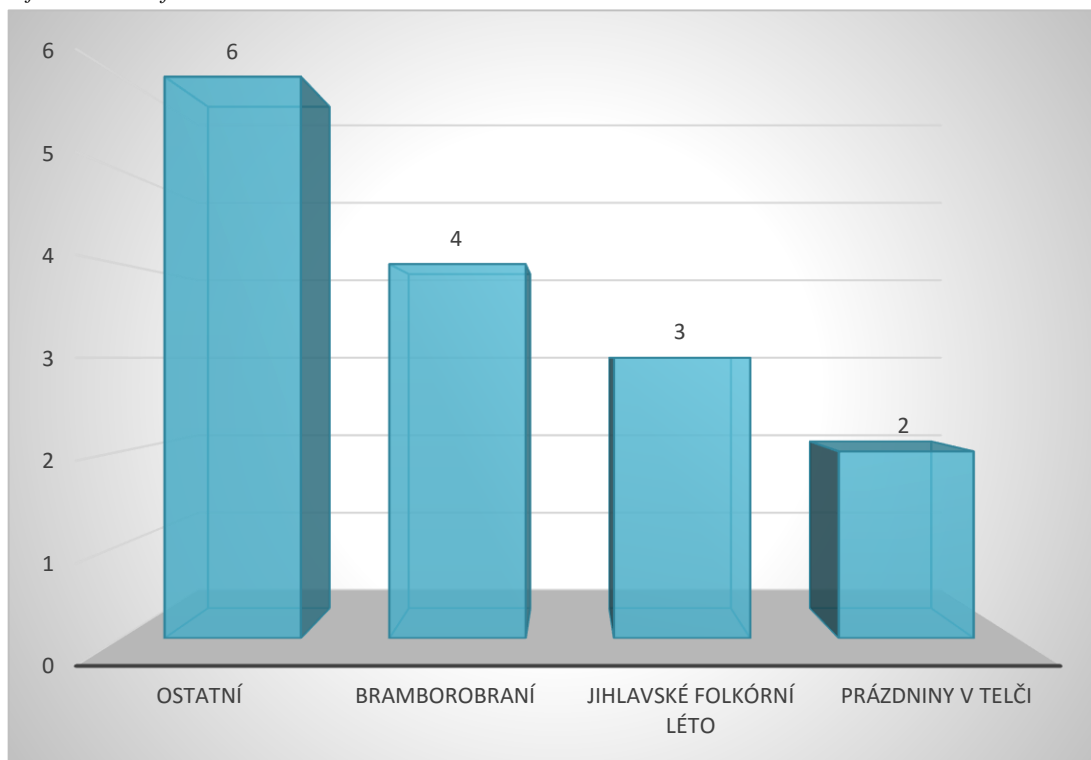


Zdroj: Vlastní zpracování, České Budějovice, 2016

Na základě grafu č. 8 lze říci, že lidé nejvíce navštěvují lidové jarmarky v období Vánoc, a to v podobě vánočních trhů (16). Dále pak navštěvují řemeslné trhy (5), bio jarmark (3) nebo bramborobraní (4). 11 respondentů napsalo ostatní lidové jarmarky, jako jsou Židovský festival, Hlinsko (betlémy), Mrkvancová pouť v Polné, Veselí kopec, Vánoční trhy v Jihlavě a Havlíčkově Brodě.

➤ **Znáte nějaký folklorní festival na Vysočině?**

Graf 9: Folklorní festival



Zdroj: Vlastní zpracování, České Budějovice, 2016

Folklorní festivaly na Vysočině navštívuje pouze 15 dotazovaných z celkového počtu 59. Nejvíce se respondenti zajímají o bramborobraní (4), dále o Jihlavské folklorní léto (3) a v poslední řadě o Prázdniny v Telči (2). Mezi ostatní zmíněné folklorní festivaly patří: Veselý Kopec, Horácko zpívá a tančí, Den kraje Vysočina, Zpěváček, Betlémské světlo, Folkování.

➤ **Znáte nějaký skanzen na Vysočině?**

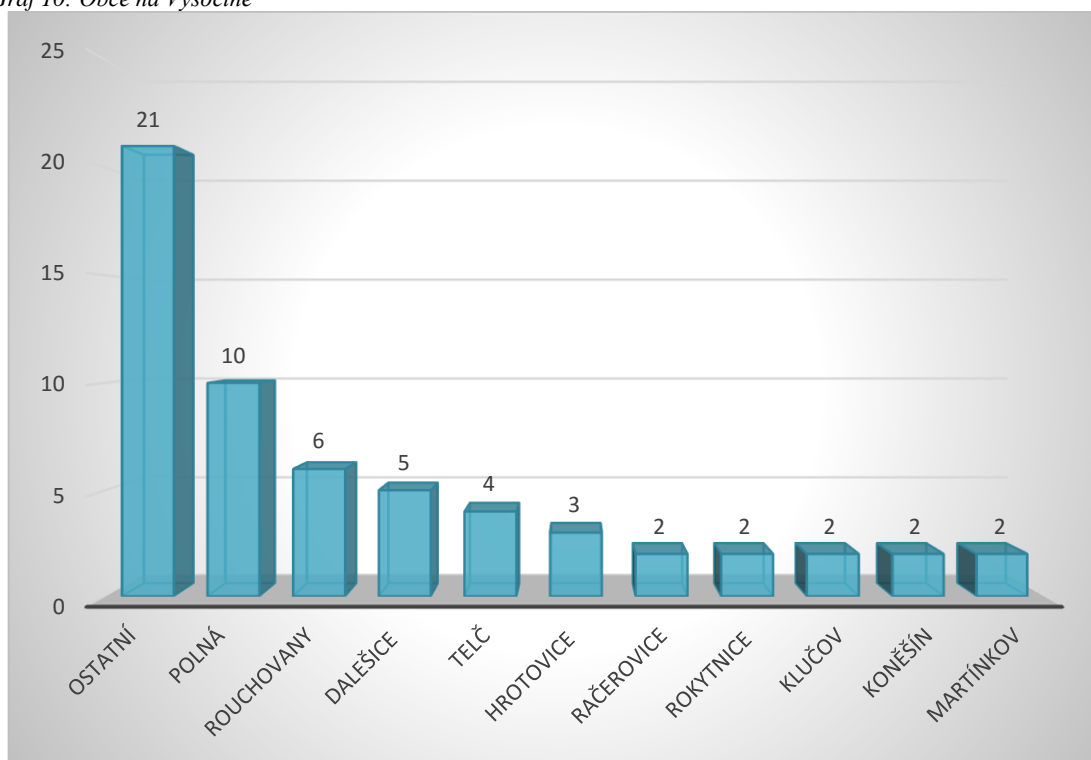
Skanzen na Vysočině navštívilo celkem 23 dotazovaných. Z toho 15 respondentů bylo na Veselém kopci. Mezi ostatní navštívené skanzeny patřilo Hlinsko, Humpolec, Michalův statek a Chaloupky.

➤ **Znáte nějakou obec na Vysočině, kde se slaví lidové zvyky?**

Z celkového počtu 59 dotazovaných pouhých 6 respondentů neznalo žádnou obec. 10 dotazovaných starších 46 let znají obec na Vysočině, kde se zvyky dodržují. Největší počet lidí, kteří znají obec na Vysočině, kde se zvyky dodržují, byl ve věku 19 – 26 let.

➤ **Obce na Vysočině**

Graf 10: Obce na Vysočině



Zdroj: Vlastní zpracování, České Budějovice, 2016

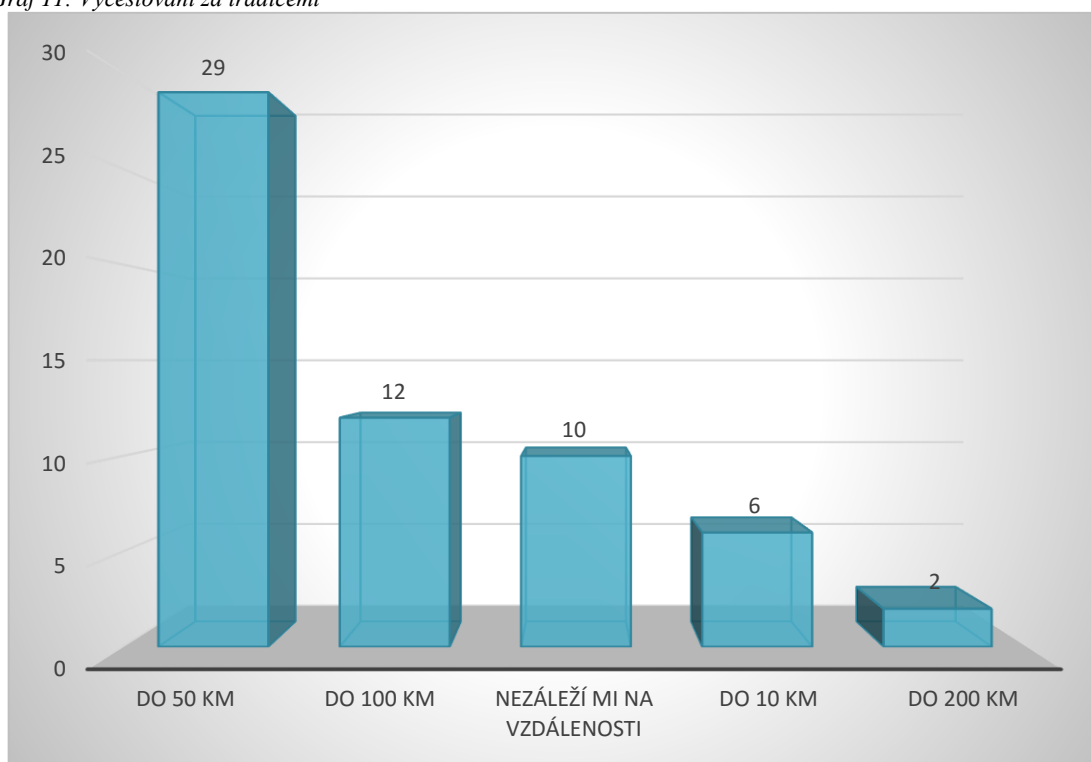
Nejvíce respondentů (10) navštěvuje Mrkvancovou pouť konající se v Polné. Dále dotazovaní navštěvují spíše menší vesničky, kde se koná masopust nebo pouť v blízkém okolí jejich trvalého bydliště jako například Rouchovany (6), Dalešice (5), Račerovice (2), Rokytnice (2), Koněšín (2), Klučov (2), Hrotovice (3). V Martínkově (2) je možné navštívit oslavy, které nesou název „Košť pálenek“. Mezi ostatní obce na Vysočině, za účelem návštěvy masopustu nebo poutě patří Radošov, Ratibořice, Rudíkov, Okříšky, Hlinko, Velká Bíteš, Humpolec, Stařeč a další.

➤ **Myslíte si, že by se měly tradice a zvyky více propagovat na základních či středních školách, aby neupadly v zapomnění?**

Z celkového počtu 59 respondentů odpovědělo 57, že by bylo vhodné, aby se tradice a zvyky stále dodržovaly a více propagovaly. Pouze 2 respondenti odpověděli, že tuto otázku nedokážou posoudit. Variantu ne ne zvolil žádný z dotazovaných.

- **Do jaké vzdálenosti jste ochotní cestovat, pokud chcete navštívit tradice či zvyky, o které máte zájem?**

Graf 11: Vycestování za tradicemi



Zdroj: Vlastní zpracování, České Budějovice, 2016

Z grafu č. 12 lze vyčíst, že nejvíce dotazovaných (29) je ochotno cestovat do vzdálenosti 50 km. Druhá skupina (12) respondentů navštíví tradice v destinacích vzdálených do 100 km. Nejmenší část respondentů (2) je ochotná vycestovat do vzdálenosti 200 km. 10 dotazovaným nezáleží na vzdálenosti. Z výsledků vyplývá, že lidé raději dodržují tradice v regionu svého bydliště.

6.3. Řízené rozhovory

Dalším nástrojem teoretické části byly řízené rozhovory, které proběhly s pěti učiteli základních a středních škol v Kraji Vysočina. Řízený rozhovor byl sestaven z následujících 4 otázek:

1. Jak vnímáte tradice a zvyky na Vysočině? Dodržujete nějaké?
2. Myslíte si, že by se měly probírat tradice a zvyky na školách?
3. Pracuje Vaše škola na vzdělávání dětí ohledně tradic či zvyků? Pokud ano, jak?
4. Myslíte si, že je pro děti důležité, aby tradice dodržovaly? Pokud ano, proč?

Obchodní akademie a Hotelová škola Třebíč, Marcela Ondráčková, učitelka všeobecně vzdělávacích předmětů - český jazyka a literatura a základy společenských věd, výchovná poradkyně

Ad 1. Zvyky a tradice jsou na Vysočině v hojné míře dodržovány, dokonce na vesnicích se k organizování starších tradičních akcí znovu vrací (např. Koněšín - masopustní průvod, tradiční pouťová taneční vystoupení místního spolku mladých).

Ad 2. Tradice a zvyky by se v rámci výuky (pokud to náplň předmětu umožňuje) měly připomínat, protože se studenti dozvídají pro ně "nové" informace ze života našich předků. Díky tomu tak mohou lépe chápat důvody jejich chování (např. při četbě krásné literatury).

Ad 3. Obchodní akademie a Hotelová škola připomíná studentům v rámci výuky zvyky a tradice, např. Mikuláš, Vánoční výstava. Dále se jim věnuje v rámci učiva v hodinách kulturní a literární výchovy, základů společenských věd, dějin kultury a cestovního ruchu.

Ad 4. Tradice by měly být dodržovány a připomínány nejen ve škole, ale i v rodině, protože v mladých lidech podporují vlastenectví a pocit národní příslušnosti.

Gymnázium a SOŠ Moravské Budějovice, Leona Štáblová, učitelka odborných předmětů – sociální péče, sociální politika, osobnostní výchova, péče o etnické skupiny, terapeutické činnosti, sociální poradenství, krizová intervence

Ad 1. Jsou vnímány obecně. Spíše se dodržují všeobecné tradice a zvyky, tzn. ty, které se dodržují v rámci celé republiky.

Ad 2. V základních rysech s přihlédnutím k náboženství, ateismu a obecně kultuře země ano. Zejména na prvním stupni ZŠ.

Ad 3. Gymnázium a SOŠ v Moravských Budějovicích každoročně tvoří výzdobu školy a vánoční besídky, vánoční divadlo, tvorbu betlému pro občany města, studentský Majáles a dále se organizuje Mikulášskou nadílku, karnevaly pro mateřské školky, denní stacionáře pro handicapované, sportovní dny – Dny pro dětský úsměv. Ve studijním oboru Sociální činnost mají speciální předměty Terapeutické činnosti a Organizace volného času. Zde učí studenty pracovat s různými typy budoucích klientů, uživatelů sociálních služeb a dětí v jeslích a MŠ či družinách. Dalším předmětem, který má specifické zaměření je Práce s etnickými skupinami – zvyky, obyčeje, způsoby chování a jednání, postavení jednotlivých členů rodiny – Rómové, Vietnamci, Ukrajinci, Rusové, Srbové.

Ad 4. Ano. U klasických svátků, protože se většinou sejde rodina, což je vždy dobře a v současné době by se mělo pracovat na stabilitě rodiny jako instituce a u jiných typů svátků (Den dětí, Majáles, čarodějnice, masopust) proto, aby se sešli přátelé, pobavili se, promluvili si navzájem.

Základní škola Jihlava, Evžena Rošického 2, Fleková Blanka, učitelka občanské výchovy a výchovná poradkyně

Ad 1. Tradice se na Vysočině docela dodržují, určitě více na Moravě než v Čechách.

Ad 2. Určitě by se tradice měly na školách v rámci výuky připomínat, aby se na ně nezapomnělo. Žáci by se měli vždy v daném období dovědět, proč se aktuální svátek slaví, jaký má význam, a udělat si v rámci výtvarné výchovy a pracovních činností výzdobu třídy nebo vytvořit si nějaký výrobek domů.

Ad 3. Stalo se již tradicí, že škola každoročně připravuje v adventním období vánoční besídku s názvem Pohoda Vánoc, kde se s krátkým programem představí každá třída a dokonce i děti ze školky. Vánoce se připomínají i ve výuce a škola je vždy nádherně vyzdobená. O zkrášlení své třídy se starají žáci sami, v žádné třídě nechybí aspoň malý stromeček. Velikonoce jsou připomínány spíše jako svátky jara, tím ztrácí svůj původní křesťanský význam. S dětmi se však o svátcích hovoří, v rámci slohu píšou, jak doma zdobí velikonoční vajíčka a opět ve výtvarné výchově vytváří výrobky s velikonoční tematikou. Mikuláš s čerty a anděly také každoročně zavítá do školy, trochu potrápí zlobivé žáky a ty vzorné odmění. V rámci anglického jazyka slaví žáci ve strašidelných převlecích Halloween.

Ad 4. Zvyky, tradice a rituály vnášejí do našeho života jistotu a řád, proto v dnešní chaotické době je pro nastupující generace dodržování tradic velmi důležité.

Střední škola stavební Třebíč, Eva Růžičková obor český jazyk a občanská výchova

Ad 1. V současnosti díky různým institucím, organizacím i zájmovým skupinám (Muzeum Vysočiny, Knihovna Třebíč, Mateřské centrum, Vrátko, Oživené židovské město aj.) se řada zvyků vrací a jsou připomínány výrazněji než dříve.

Ad 2. Některé tradice se přestávají dodržovat, když vyrostlou děti společné tvoření různých symbolů, masek, přáníček apod. Ale vznikají i tradice nové například silvestrovská procházka.

Ad 3. Částečně ano, protože některé děti se doma s jakýmikoli rituály nesetkávají. Ale škola nemůže rodinu nikdy suplovat.

V rámci občanské nauky si škola připomíná Vánoce a Velikonoce, organizují ve škole vánoční besídku s programem, některé roky chodí po škole Mikuláš.

Ad 4. Rozhodně ano, děti potřebují znát zvyky spjaté s jejich kulturou, národem či regionem. Důležité jsou i všechny rituály, které si vytváří každá rodina sama.

Základní škola Pelhřimov, Komenského 1326, Jaromíra Jirků, učitelka českého jazyka a literatury

Ad 1. Tradice a zvyky na Vysočině jsou dodržovány především kvůli dětem, aby měly povědomí o tom, co se děje kolem nich během roku.

Ad 2. Určitě by se měly tradice a zvyky probírat na školách. V dnešní době můžeme pocítit úpadek zvyků a tradic, a pokud by se to přestalo probírat i na školách, některé děti by se s jistými zvyky a tradicemi nesetkaly už ani teoreticky.

Ad 3. Škola pracuje na vzdělávání dětí ohledně tradic či zvyků. Dělají různé výrobky na Velikonoce, Vánoce, pořádají vánoční besídku, Mikuláše s čerty, na čarodějnice se opékají s dětmi párky, žáci mají převleky apod. Snaží se děti seznamovat i s historií těchto tradic.

Ad 4. Žáci by měli být vedeni k dodržování jistých zvyků a tradic a to nejlépe doma i ve škole. Dnešní doba je hektická, hodně zvyků se začíná pomalu vytrácet, nikdo nemá na nic čas a to je velká škoda. Dříve se vše slavilo více, lidé se scházeli, byli si blíže. Mnohem více spolu komunikovali.

6.4. Syntéza vyhodnocení výzkumných tvrzení

Na začátku výzkumu byly stanoveny tři předpoklady, které jsem se na základě dotazníkového šetření snažila ověřit.

- Tvrzení č. 1 O tradice v Kraji Vysočina se zajímá méně než 50 % dotazovaných.

První předpoklad je možné potvrdit, protože z dotazníkové šetření bylo zjištěno, že pouhých 27% respondentů se zajímá o tradice a zvyky v regionu Vysočina. Z toho vyplývá, že dotazovaní se zajímají o tradice zejména ve svém kraji.

- Tvrzení č. 2 Nejvíce dotazovaných se v Kraji Vysočina setkala s architekturou.

Druhý předpoklad nelze potvrdit, jelikož jen 7% respondentů odpovědělo architekturu. Největší počet respondentů 37% se setkalo s tradiční stravou.

- Tvrzení č. 3 Učitelé podporují vzdělávání dětí v tradicích více než dotazovaní.

Poslední předpoklad také nelze potvrdit, protože 96% dotazovaných se vyjádřilo, že by se tradice na základních a středních školách měly více propagovat. Z řízených rozhovorů bylo zjištěno, že 5 z 5 učitelů souhlasí s připomínáním tradic a zvyků na školách.

6.5. Návrhy na zlepšení

Na základě informací zjištěných z dotazníkového šetření a řízených rozhovorů bude sestaven produkt cestovního ruchu pro děti základních škol. Tento produkt by měl pomoci dětem rozvíjet jejich znalosti a zvýšit jejich povědomí o tradicích na Vysočině, a tak podpořit rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti.

6.5.1. Produkt, místo, program

Nový produkt bude určen pro děti školního věku od 6 do 15 let a jeho název je „Tradice dětem“. Cílem bude představit dětem tradice udržující se na Vysočině v průběhu celého roku. Bude připraven program pro děti, při kterém se mohou dozvědět o historii tradic a zvyků. Vyzkouší si přípravu různých tradičních pokrmů nebo vyrobí předměty, které si budou moci odnést domů na památku. Jednalo by se o školní výlet ve skanzenu Veselý Kopec, který by se konal každý víkend v měsíci červnu, aby mělo možnost přijet více žáků z různých základních škol.

Akce bude probíhat od pátku do neděle každý den od 09:00 do 17:00 hodin. V areálu Veselého Kopce bude rozmístěno několik stánků. Děti se rozdělí do skupinek a budou procházet jednotlivé stánky s tradicemi, které si na Vysočině připomínají v průběhu celého roku. Každý den bude věnován konkrétním tradicím. První den bude pro děti připraven masopust a Velikonoce. Druhý den čarodějnice a představení řemesel a poslední den děti zažijí Vánoce na Vysočině netradičně představené v létě.

1. den:

- Masopustní obchůzka

Na prvním stanovišti se děti dozví, co je to masopust a také něco o tradiční obchůzce masopustního průvodu. Zde si každý vytvoří svoji masku, ve které může jít na večerní besídku, která se bude konat v jedné z chaloupek na Veselém Kopci.

- Velikonoční jarmark

Druhé stanoviště zvané Velikonoční jarmark představí dětem Velikonoce a jejich historii. Chlapci si zde mohou uplést pomlázku a děvčata si mohou namalovat kraslice, tyto výrobky si děti odvezou domů na památku. Také se zde naučí básničku, kterou chlapci využijí na Velikonoční pondělí při mrskání děvčat. Společně se zkušenými kuchařkami si zkusí upéct velikonočního beránka, kterého si rozkrájí a sní na večerní besídce.

2. den:

➤ Čarodějnice

Na prvním stanovišti se budou vyrábět čarodějnice, které děti vhodí večer do připraveného ohně. Na druhém stanovišti si pro sebe vytvoří masky čarodějnic a oblečení, také nesmí chybět pomalované tváře, kdy děti ze sebe udělají čarodějnice. Další stanoviště bude pro silné chlapce, kteří připraví ohniště z dříví. Na dalším stanovišti se budou učit lidové národní písničky a nakrájí si párky, které využijí jako občerstvení. Večer bude probíhat táborák, u kterého budou zpívat lidové písně, opečou si párky nad ohněm a upálí zhotovené čarodějnice.

➤ Řemesla

Poslední stanoviště dětem představí tradiční řemesla. Budou seznámeni s řemesly, jako je kovářství, hrnčířství nebo betlémářství. Zde si také mohou vytvořit výrobek a to papírové postavičky do betlému, který si mohou další den na posledním stanovišti zabalit a odvést domů.

3. den:

➤ Vánoce na Vysočině

Na prvním stanovišti se naučí různé české koledy. Na druhém stanovišti si děti nazdobí perníčky. Na třetím stanovišti si budou pouštět lodičky ze skořápek, lít olovo a rozkrajovat jablka. Na oběd pro ně bude připravený bramborový salát a řízek.

Program bude přizpůsoben dětem podle věkové kategorie. Na děti budou dohlížet dvě učitelky, které s nimi budou výlet absolvovat. Další dohled budou tvořit stálí zaměstnanci Veselého Kopce. Jelikož se akce bude konat venku, tak při nepříznivém počasí bude pro děti vymyšlený náhradní program, který se bude konat uvnitř budov.

6.5.2. Cena

Cena vstupného na Veselý Kopec je 500 Kč na jednoho žáka. Cena ubytování na jedno dítě je 200 Kč za noc. Pedagogický dozor je zdarma, tudíž neplatí vstupné ani ubytování. Předpokládaná cena celého výletu na víkend bude v rozmezí 1000 – 1200 Kč.

6.5.3. Propagace

Akce se bude propagovat prostřednictvím informačních letáků, které budou rozneseny na základní školy. V Kraji Vysočina se nachází celkem 248 základních škol. Plakáty budou mít poutavý vzhled, aby zaujaly děti a ony samy chtěly na daný výlet jet. V dnešní době lidé také hodně vyhledávají na internetu, proto bude umístěný článek na oficiálních stránkách skanzenu Veselý Kopec. Poslední formou propagace bude osobní navštívení vybraných škol ve městech. Zaměstnanci skanzenu si připraví povídání, které odprezentují dětem.

7. Závěr

Hlavním cílem bakalářské práce „Lidové tradice a zvyky na Vysočině“ bylo vytvořit produkt cestovního ruchu pro děti základních škol a zhodnotit současnou situaci v kraji a na základě získaných informací.

V první část bakalářské práce jsem prostudovala odbornou literaturu a na základě získaných informací jsem vytvořila literární rešerši. V literární rešerši jsem vysvětlila základní pojmy z oblasti cestovního ruchu, systém cestovního ruchu, produkt a destinace v cestovním ruchu a v poslední řadě tradice a zvyky, které se slaví na Vysočině.

V další části bakalářské práce je uvedena situační analýza Kraje Vysočina. Jeho obecná charakteristika, geografické vyměření kraje. Následně byly popsány lokalizační a realizační předpoklady, kde byly představeny památky UNESCO, hrady, zámky, muzea, kulturní atraktivity kraje (Prázdniny v Telči, Mezinárodní festival sborového umění, Mezinárodní folklórní festival - Jihlavské folklórní léto, Mezinárodní festival dokumentárního filmu a hudební festival Vysočina Fest), přírodní atraktivity a volnočasové atraktivity. Situační analýza byla vypracována na základě internetových zdrojů a s pomocí odborné literatury.

Následně proběhla příprava a realizace terénního šetření. Na základě dotazníkového šetření a pomocí řízených rozhovorů bylo zjištěno postavení a význam tradic v Kraji Vysočina. V závěru práce jsem navrhla produkt cestovního ruchu „Tradice dětem“, který by měl v dětech vzbudit větší zájem o zvyky a tradice pojící se s regionem Vysočiny. Produkt má edukační program a přitom je dělaný zábavnou formou. Program je založený na tradicích a zvycích, které se dodržují na Vysočině během roku. Děti se dozví o historii a podstatě tradic a budou si moci odnést výrobky na památku.

Akce zvýší návštěvnost lokality nejen díky účasti škol, ale může také přilákat rodiny s dětmi a tím podpoří rozvoj domácího cestovního ruchu.

I. Summary

The main aim of the bachelor thesis „Folk traditions and customs in Vysočina”, was to evaluate the current situation in the region Vysočina, and then to create the product of tourist industry based on the gained information for children in the basic schools.

The first part of the bachelor thesis was about the study of science literature and creation of the literal research based on the gathered information. In the literal research, the basic terms in the tourism branch are explained – the system of tourism industry, product and tourism destinations and among other things also our calendar-ordered traditions and customs celebrated in the region Vysočina.

In the next part of the bachelor thesis, the situation analysis of the region Vysočina occurred. This means its general characteristic and geographical measurement. Then, the localisation and realisation requirements were described. The UNESCO sights were presented there – castles, palaces, museums, followed by the cultural attractiveness of the region (Holidays in Telč, The International Festival of Choir Skills, The International Folk Festival – Jihlava’s Folk Summer, The International Festival of The Documentary Film and The Musical Festival Vysočina Fest), and nature and free time attractiveness. The situation analysis was worked out on the basis of the internet resources and science literature.

In the next part, the preparation and realisation of terrain research occurred. Due to the forms and regulated interviews were detected the position and meaning of traditions in the region Vysočina. The main proposal for the current condition improvement – considering children and their relations to traditions – was to propose the product of tourism industry „Tradice dětem“ in „Veselý Kopec“. The product has an educational programme and it is made in a very funny way, though. The programme is based on the customs and traditions celebrated in Vysočina during the year. Children can learn about the history and position of traditions and they can take products as a memory.

Not only the action increases the attendance of the urban area and schools, but it will also attract families with children. This will support the development of domestic tourism.

Key words: tourism, traditions, customs, folklore, Vysocina Region, tourists

II. Bibliografie

Literatura:

- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. (2009). *Tourism - Principles, Practices, Philosophies*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Hesková, M. (2006). *Cestovní ruch: Pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha: Fortuna.
- Indrová, J., Malá, V., Mlejnková, L., Netková, J., & Vaško, M. (2004). *Cestovní ruch I*. Praha: Vysoká škola ekonomická.
- Jakubíková, D. (2009). *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, a.s. .
- Jakubíková, D., Ježek, J., & Pavlák, M. (1999). *Cestovní ruch*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni.
- Királová, A. (2003). *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress.
- Langerová, B. (2004). *Kraj Vysočina*. Praha: ACR Alfa.
- Langhammerová, J. (2004). *Lidové zvyky*. Praha: Lidové noviny.
- Malá, V. (1999). *Cestovní ruch*. Praha: Vysoká škola ekonomická.
- Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea Servis.
- Palatková, M. (2011). *Marketingový management destinací*. Praha: Grada Publishing.
- Pásková, M., & Zelenka, J. (2002). *Cestovní ruch: výkladový slovník*. Česká republika: Ministerstvo pro místní rozvoj.
- Pernica, B. (1951). *Rok na moravském Horácku a Podhorácku*. Havlíčkův Brod: Západo-moravské tiskárny.
- Seaton, A., & Bennett, M. (2004). *The Marketing of Tourism Products*. London: Thomson.
- Toncrová, M., & Smutná, S. (2013). *Lidové písně z Podhorácka II.*. Třebíč-Brno: Akademie věd ČR.

Internetové zdroje:

- Bazilika sv. Prokopa - světové kulturní dědictví UNESCO*. (2015). Načteno z Vítejte na Vysočině - turistický potenciál: <http://www.region-vysocina.cz/bazilika-sv-prokopa-svetove-kulturni-dedictvi-unesco-cx402>
- Charakteristika kraje*. (19. leden 2015). Načteno z Český statistický úřad: https://www.czso.cz/csu/xj/charakteristika_kraje
- Historické jádro města - světové kulturní dědictví UNESCO*. (2015). Načteno z Vítejte na Vysočině - turistický průvodce: <http://www.region-vysocina.cz/historicke-jadro-mesta-svetove-kulturni-dedictvi-unesco-cx299>

- Horácká hudba, píseň a tanec.* (2015). Načteno z Vítejte na Vysočině - turistický průvodce: <http://www.region-vysocina.cz/horacka-hudba-pisen-a-tanec-cx490>
- Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku.* (2016). Načteno z Czechtourism: <http://old.czechtourism.cz/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>
- CHKO Žďárské vrchy.* (2015). Načteno z Vítejte na Vysočině - turistický průvodce: <http://www.region-vysocina.cz/chko-z-darske-vrchy-cx1064>
- CHKO Železné hory.* (2015). Načteno z Vítejte na Vysočině - turistický průvodce: <http://www.region-vysocina.cz/chko-z-elezne-hory-cx191>
- Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie.* (2014). Načteno z Český statistický úřad: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jspx?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&verze=-1&z=T&f=TABULKA&nahled=N&sp=N&filtr=G~F_M~F_Z~F_R~F_P~_S~_null_null_&katalog=31742&zo=N&str=v42&c=v4__RP2014&u=v42__VUZE MI__100__3107
- Kraj Vysočina chce sehnat dotaci na centrum vědy za 600 miliónů.* (4. březen 2010). Načteno z Novinky.cz: <http://www.novinky.cz/veda-skoly/193766-kraj-vysocina-chce-sehnat-dotaci-na-centrum-vedy-za-600-milionu.html>
- Magické královničky Podhorácka.* (2015). Načteno z CzechTourism: <http://www.tradicemasmysl.cz/Regiony/Vysocina/Podhoracko/Tradice/Magicke-kralovnicky-Podhoracka/>
- Národní kulturní památky.* (9. září 2014). Načteno z Kraj Vysočina: <http://www.kr-vysocina.cz/narodni-kulturni-pamatky/ds-300234>
- Průvodce Vysočinou - příroda.* (2015). Načteno z Vítejte na Vysočině - turistický průvodce: <http://www.region-vysocina.cz/priroda>
- Státní zámek Telč - památka světového kulturního dědictví UNESCO.* (2015). Načteno z Vítejte na Vysočině - turistický průvodce: <http://www.region-vysocina.cz/statni-zamek-telc-pamatka-svetoveho-kulturniho-dedictvi-unesco-cx373>
- Třebíč - představení.* (2015). Načteno z České dědictví UNESCO: <http://www.unesco-czech.cz/trebic/predstaveni/>
- Žďár nad Sázavou - představení.* (2015). Načteno z České dědictví UNESCO: <http://www.unesco-czech.cz/zdar-nad-sazavou/predstaveni/>

III. Seznam obrázků, tabulek, grafů

Seznam obrázků

| | |
|---|----|
| Obrázek 1: Mapa kraje..... | 21 |
| Obrázek 2:Památkové rezervace a památkové zóny..... | 25 |

Seznam tabulek

| | |
|--|----|
| Tabulka 1: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie..... | 27 |
| Tabulka 2: Profil respondenta..... | 28 |
| Tabulka 3: Dodržování tradic | 30 |

Seznam grafů

| | |
|---|----|
| Graf 1: Pojem tradice | 29 |
| Graf 2: Dodržování tradic | 30 |
| Graf 3: Zájem o tradice | 31 |
| Graf 4: Důvod k zájmu o tradice | 32 |
| Graf 5: Tradice a zvyky v Kraji Vysočina | 33 |
| Graf 6: Atraktivní tradice v Kraji Vysočina | 34 |
| Graf 7: Návštěva tradic | 35 |
| Graf 8: Lidový jarmark | 36 |
| Graf 9: Folklorní festival | 37 |
| Graf 11: Obce na Vysočině..... | 38 |
| Graf 12: Vycestování za tradicemi | 39 |

IV. Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník pro kvantitativní výzkum

Příloha 2: Otázky pro kvalitativní výzkum

Příloha 1: Dotazník pro kvantitativní výzkum

Dobrý den, jmenuji se Renata Popelová a jsem studentkou 3. ročníku na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích. Tento dotazník je součástí mé bakalářské práce na téma „Lidové zvyky a tradice v Kraji Vysočina“. Chtěla bych Vás poprosit o jeho vyplnění. Dotazník je anonymní a informace budou použity pouze k vypracování bakalářské práce. V případě dotazů mě neváhejte kontaktovat na email: popelova.r@gmail.com.

Předem děkuji za Váš čas a vyplnění dotazníku.

1. Co si představujete pod pojmem tradice?

2. Myslíte si, že má význam dodržovat tradice? *(Pokud ne přejděte na otázku č. 5)*
 - a. Ano
 - b. Ne
 - c. Nevím

3. Jaké tradice a zvyky dodržujete?

4. Zajímáte se o tradice a zvyky v regionu Vysočina? *(Pokud ne přejděte na otázku č. 16)*
 - a. Ano
 - b. Ne, proč?

5. Co by Vás přimělo k tomu, abyste se o tradice začali zajímat? *(Dále přejděte na otázku č. 16)*

6. S jakými zvyky a tradicemi jste se v Kraji Vysočina setkali?
 - a. Tradiční strava
 - b. Architektura
 - c. Kroje
 - d. Folklorní hudba
 - e. Folklorní tanec
 - f. Řemesla (tradiční výrobky)
 - g. Oslavy svátků
 - h. Jiné, prosím vypište:

7. Kterou z tradic v Kraji Vysočina považujete za nejvíce atraktivní?
8. Jak často navštěvujete lidové tradice a zvyky na Vysočině?
 - a. Nejméně 1x měsíčně
 - b. Nejméně 1x za půl roku
 - c. Nejméně 1x za rok
 - d. Vůbec
9. Navštívil/a jste někdy folklórní festival na Vysočině?
 - a. Ano, který?
 - b. Ne
10. Navštívil/a jste někdy lidový jarmark na Vysočině?
 - a. Ano, který?
 - b. Ne
11. Navštívil/a jste někdy skanzen na Vysočině?
 - a. Ano, který?
 - b. Ne
12. Znáte nějakou obec na Vysočině, kde se slaví lidové zvyky (hody, posvícení, masopust)?
 - a. Ano
 - b. Ne
13. O jakou obec a zvyk se jedná?
14. Myslíte si, že by se měly tradice a zvyky více propagovat na základních či středních školách, aby neupadly v zapomnění?
 - a. Ano
 - b. Ne
 - c. Nevím, nedokážu posoudit
15. Do jaké vzdálenosti jste ochotni cestovat, pokud chcete navštívit tradice či zvyky, o které máte zájem?
 - a. Do 10 km
 - b. Do 50 km
 - c. Do 100 km
 - d. Do 200 km
 - e. Nezáleží mi na vzdálenosti

16. Kolik je Vám let?

- a. 15-18 let
- b. 19-26 let
- c. 27-35 let
- d. 36-50 let
- e. 50 a více

17. Jaké je Vaše dosažené vzdělání?

- a. Základní
- b. Odborné s výučním listem
- c. Střední odborné s maturitou
- d. Všeobecné středoškolské s maturitou
- e. Vysokoškolské

18. Kraj místa bydliště?

- a. Hlavní město Praha
- b. Středočeský kraj
- c. Jihočeský kraj
- d. Plzeňský kraj
- e. Karlovarský kraj
- f. Ústecký kraj
- g. Liberecký kraj
- h. Královéhradecký kraj
- i. Pardubický kraj
- j. Kraj Vysočina
- k. Jihomoravský kraj
- l. Olomoucký kraj
- m. Moravsko-slezský kraj
- n. Zlínský kraj

19. Velikost Vaší obce?

- a. Do 500 obyvatel
- b. 501 až 1000 obyvatel
- c. 1001 až 10000 obyvatel
- d. 10001 až 50000 obyvatel
- e. Nad 50001 obyvatel

20. Pohlaví?

- a. Muž
- b. Žena

Příloha 2: Otázky pro kvalitativní výzkum

1. Jak vnímáte tradice a zvyky na Vysočině? Dodržujete nějaké?
2. Myslíte si, že by se měly probírat tradice a zvyky na školách?
3. Pracuje Vaše škola na vzdělávání dětí ohledně tradic či zvyků? Pokud ano, jak? (*např. příprava na Velikonoce, pálení čarodějnic, Mikuláš, vánoční besídka*)
4. Myslíte si, že je pro děti důležité, aby tradice dodržovaly? Pokud ano, proč?