

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

Psychografické přístupy k cestovnímu ruchu
Bakalářská práce

Autor: Michaela Chotovinská
Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: Ing. Martina Pásková, PhD.

Prohlášení:

Prohlašuji na svou čest, že jsem bakalářskou práci na téma „Psychografické přístupy k cestovnímu ruchu“ vypracovala samostatně a s použitím uvedených zdrojů, které jsem řádně citovala a uvedla v závěru práce.

V Hradci Králové dne 25.4.2018

Michaela Chotovinská

Poděkování:

V první řadě bych ráda poděkovala vedoucí práce Ing. Martině Páskové, Ph.D. za její cenné rady, připomínky a sdílené zkušenosti, které mi velice pomohly při zpracování práce a dále chci poděkovat všem respondentům, kteří se zúčastnili rozhovoru pro potřeby této práce.

Anotace

Tato práce z teoretického i empirického hlediska zasahuje do dvou rovin. První rovina je kognitivní neboli poznávací, kde je hlavním cílem zjistit, které z vnějších faktorů, v jaké míře, v jakém období lidského života a jakým způsobem ovlivňují formování osobnosti cestovatele a tím i jeho rozhodování ohledně způsobu cestování a volby destinace. Druhá, aplikační, rovina se zabývá použitím těchto poznatků v oblasti managementu udržitelnosti cestovního ruchu. Konkrétně řeší otázku, do jaké míry je pro cestovatele důležitá odpovědnost vůči destinaci, zda se zabývají dopady svého cestování na kvalitu života a identitu místních obyvatel, na přírodu a krajinu, a to jak při přípravě na cestu, během ní, tak i po návratu z ní.

Klíčová slova

cestovní ruch, psychografická segmentace, Plog, alocentrik, psychocentrik

Title

Psychographic Approaches in Tourism

Anotation

This bachelor thesis covers two areas. The first one is cognitive where the main aim is to find out which external factors, to what extent, in what period of a lifetime and how they influence the development of a traveler's personality, because all of these circumstances may influence decisions about the means of travel and the choice of destinations. The second area applies this knowledge to the field of sustainable tourism management. It discusses the question of whether travelers think about their responsibility when traveling, whether they are aware of their impact on not only nature and the destinations they are going to but also the people living there.

Keywords

tourism, psychographic segmentation, Plog, allocentric, psychocentric

Obsah

1	Úvod.....	1
2	Cíl práce a výzkumné otázky.....	2
2.1	Cíl práce.....	2
2.2	Výzkumné otázky.....	2
3	Metodika zpracování.....	2
3.1	Analýza sekundárních zdrojů.....	3
3.2	Primární výzkum.....	3
3.2.1	Postup analýzy a prezentace výsledků.....	4
4	Teoretická východiska.....	5
4.1	Segmentační přístupy.....	5
4.1.1	Typy segmentace účastníků cestovního ruchu.....	6
4.1.2	Psychologie osobnosti.....	7
4.1.3	Geopsychologie.....	15
4.1.4	Typologie účastníků cestovního ruchu.....	16
4.1.5	Udržitelnost cestovního ruchu.....	31
4.1.6	Srovnání typologií.....	35
5	Empirická část.....	40
5.1	Interpretační fenomenologická analýza (IPA).....	40
5.2	Přístupy – nomotetický a ideografický.....	40
5.3	Výzkumný vzorek a tvorba dat.....	41
5.4	Charakteristika výběru vzorku respondentů.....	42
5.4.1	Respondent č. 1 - Ludmila Puldová.....	43
5.4.2	Respondent č. 2 – Karel Wolf.....	48
5.4.3	Respondent č. 3 – Petr Mašek.....	54
5.4.4	Respondent č. 4. – Jiří Mašek.....	57
5.4.5	Respondent č. 5 – Aleš Hoffmann.....	61
5.4.6	Respondent č. 6 – Jiří Kolbaba.....	66
5.4.7	Respondent č. 7 – Rudolf Švaříček.....	72
6	Shrnutí výsledků a doporučení.....	77
6.1	Srovnání fenoménů u cestovatelských osobností.....	77
6.2	Odpovědi na výzkumné otázky.....	79
6.3	Doporučení.....	82
6.3.1	Kognitivní a výzkumná doporučení.....	82
6.3.2	Aplikační doporučení.....	83

7	Závěr.....	84
8	Seznam použité literatury.....	85
9	Seznam obrázků.....	88

1 Úvod

Touha poznávat. Nutí lidi přemýšlet a realizovat. Ne všichni touží po tom samém, a to lidi odjakživa rozděluje. Bez odhodlání vlastní touhu naplnit by ale lidé žili život příliš fádni. Existují ti, které touha poznávat spaluje odmala, ale i ti, kteří dostali během života impuls, který v nich touhu po poznání podnítl. Podnítl v nich touhu vydat se na cestu.

Cestování. Pro někoho cesta znamená stres ze změny prostředí, pro někoho nadšení z dalšího dobrodružství. Ve způsobu cestování a volbě cílové destinace se odráží otevřenost vůči novému poznání přírody, krajiny, místních obyvatel, jejich zvyků a kultury, a jejíž hranici má každý jinde.

Pochopení. Proces, na který lidem v dnešním anonymním, digitálním a hektickém světě nezbyvá příliš prostoru. Slovo „pochopit“ se stalo synonymem pro „rozumět“, neboť uspokojí potřebu člověka toto slovo slyšet, ale přitom lidé často neproniknou do hloubky jeho skutečného významu.

Lidé poháněni touhou po poznání a dobrodružství, ochotni objevovat, cestovat a zkoušet, ochotni obětovat alespoň část svého materiálního vlastnictví na úkor cest mohou dojít pravého pochopení v jeho nejhlubším smyslu, které se pro ně může stát největší přidanou a nevyčíslitelnou hodnotou. Porozumí rozdílům, které jim mohou pomoci pochopit nejen jiné kultury, ale i sama sebe, čímž mohou nakonec nejvíc ovlivnit své vlastní okolí.

Poznávat je v životě zcela zásadní. Každý ten, kdo se v životě postavil na vlastní nohy, získal jedinečnou možnost pohybu. Vlastní vůle společně s fyzickým úsilím dávají lidem možnosti a příležitosti vlastního rozhodnutí kam a kudy se vydat. Každý volí trochu jinou cestu. Někteří si zvolili cestování, které se pro ně stalo vášní, někteří ho dokonce mohou vnímat svým posláním. Co nebo proč tuto touhu poznávat a objevovat podněcuje? Jak je možné, že tuto vášně cestovat nemají všichni a proč se téměř u každého člověka projevuje odlišným způsobem? Hledání odpovědí na tyto a další otázky, např. co způsobuje odlišnost v názorech na cestování a odlišný přístup k němu, včetně zájmu o problematiku udržitelnosti cestovního ruchu a mnohé další, stály za volbou tématu pro zpracování této bakalářské práce. Tímto tématem je působení vnějších faktorů na formování osobnosti cestovatele, tedy segmentu účastníků cestovního ruchu označovaného jako „alocentrik“, dobrodruh, objevitel apod. Jde totiž nejen o člověka inklinujícího při svém cestování k vyšší míře odpovědnosti, ale i osobnost

s charakteristikami příznivými pro vlastní komunitu, neboť šíří svoje poznatky z cest mezi ostatní a tím učí toleranci, snášenlivosti, porozumění a podněcuje zájem o odpovědné a objevné cestování.

2 Cíl práce a výzkumné otázky

2.1 Cíl práce

Kognitivním cílem této bakalářské práce bylo zjistit, které vnější faktory ovlivňují vývoj profilu cestovatele.

V empirické a aplikační rovině bylo cílem popsat míru a způsob působení těchto vnějších faktorů na konkrétní cestovatelské osobnosti a zjistit, zda jsou si vědomi dopadu svých cest na destinaci, kvalitu života a identitu místních obyvatel, na přírodu a krajinu, a následně navrhnout doporučení aplikovatelná v managementu udržitelnosti cestovního ruchu.

2.2 Výzkumné otázky

K dosažení cílů této práce byly hledány odpovědi na dva výzkumné okruhy otázek, které byly v aplikační části rozvedeny detailněji a individuálněji v rozhovorech s jednotlivými respondenty v závislosti na životě každého z nich.

1. Které vnější faktory a jakým způsobem ovlivňují vývoj profilu cestovatele? (kognitivní rovina)
2. Jsou si cestovatelé vědomi vlastního dopadu na životní prostředí a kvalitu života obyvatel destinací, do kterých cestují? Usilují o prevenci negativních dopadů cestování či alespoň o jejich minimalizaci? (empirická rovina)

3 Metodika zpracování

Pro nalezení odpovědí na položené výzkumné otázky byla zvolena kvalitativní strategie výzkumu, neboť byl zaměřen především na zjišťování příčin a okolností zkoumaného jevu – vlivu vnějších (nevrozených) faktorů na vývoj cestovatelské osobnosti.

V teoretické části byl, po osvojení si relevantních teoretických konceptů v rámci sekundárního šetření formou obsahové analýzy dostupné odborné literatury, vytvořen přehled, srovnání a syntéza segmentací účastníků cestovního ruchu společně se základním popisem osobnosti v kontextu k cestování.

V empirické části byla k primárnímu výzkumu použita metoda interpretační fenomenologické analýzy (IPA) obsahu polostrukturovaných rozhovorů provedených s jednotlivými cestovatelskými osobnostmi. Účelem bylo skrze vnímání vlastní žité zkušenosti pohledem samotných cestovatelů podchytit míru, způsob a působení vnějších faktorů (např. rodina a výchova, přátelé a studium, socio-ekonomické a kulturní zázemí, zájmy atd.) na vývoj profilace konkrétních cestovatelských osobností v průběhu celého jejich života až po současnost.

3.1 Analýza sekundárních zdrojů

Osvojení si relevantních teoretických konceptů bylo prohloubeno pomocí sekundárního výzkumu ve formě analýzy, komparace a následné syntézy textu souvisejících vědeckých článků a výzkumných studií především v oblasti psychologických aspektů udržitelnosti cestovního ruchu, vývojové psychologie, geopsychologie, psychologie cestovního ruchu, sociologie a antropologie cestovního ruchu.

Na základě studia a obsahové analýzy zmíněných zdrojů byly zformulovány a seříděny hlavní poznatky a teorie týkající se zkoumané problematiky a upřesněna terminologie v oblasti segmentace účastníků cestovního ruchu pro účely této bakalářské práce.

3.2 Primární výzkum

Primární výzkum byl proveden ve formě polostrukturovaných rozhovorů s vybranými cestovatelskými osobnostmi a následné analýzy a interpretace jejich obsahu. Pro tento rozbor a výklad obsahu provedených rozhovorů byla užita metoda Interpretativní fenomenologické analýzy (Čermák a kol., 2013:9), dále jen jako IPA (z angličtiny „Interpretative Phenomenological Analysis“).

IPA je metoda sloužící detailnímu rozboru rozhovorů s vybranými respondenty, u kterých byly identifikovány požadované znaky pro vhodnou reprezentaci daného segmentu cestovatelů, na jejichž základě byli tito respondenti osloveni s žádostí o rozhovor. S ohledem na způsob cestování a s ohledem na věk hodnotili respondenti své

různé životní fáze a vlivy okolního prostředí na aspekty života a situace, kvůli kterým se rozhodovali k cestám do vybraných destinací či ke zvolenému způsobu cestování. Přesný klíč k výběru respondentů (věk, pohlaví, zaměstnání apod.), způsob jejich kontaktování a způsob provedení vlastních rozhovorů je včetně podrobnější charakteristiky IPA popsán v kapitole 5.

3.2.1 Postup analýzy a prezentace výsledků

V IPA lze volit mezi dvěma způsoby interpretace, v tom prvním lze „*použít témata vzešlá z první analýzy k orientaci v dalších případech*“ nebo v tom druhém lze „*provádět analýzu každého následujícího případu samostatně, od začátku*“ (Čermák a kol., 2013-16), avšak dle autorů je upřednostňovaný ten druhý způsob, který byl taktéž využit pro potřeby této práce.

Čermák a kol. (2013:17-22) postup analýzy rozvrhli do šesti základních kroků, které mají usnadnit interpretaci všech zkoumaných případů. Dle nich jsou kroky, které byly v této práci využity, následující:

1. Čtení a opakované čtení obsahu přepsaného rozhovoru – aktivní zájem o data
2. Počáteční poznámky a komentáře – nejdetailnější část analýzy, respondentovo vidění světa, výzkumníkova sumarizace nasbíraných informací
3. Rozvíjení vznikajících témat – témata zaštiťující předešlé poznámky zrcadlí zkušenosti respondenta
4. Hledání souvislostí napříč tématy – mapování a propojení nalezených a zformulovaných témat
5. Analýza dalšího případu (viz bod 1-4)
6. Hledání vzorců napříč případy – propojení jednotlivých analýz, souvislosti mezi zkušenostmi jednotlivých respondentů

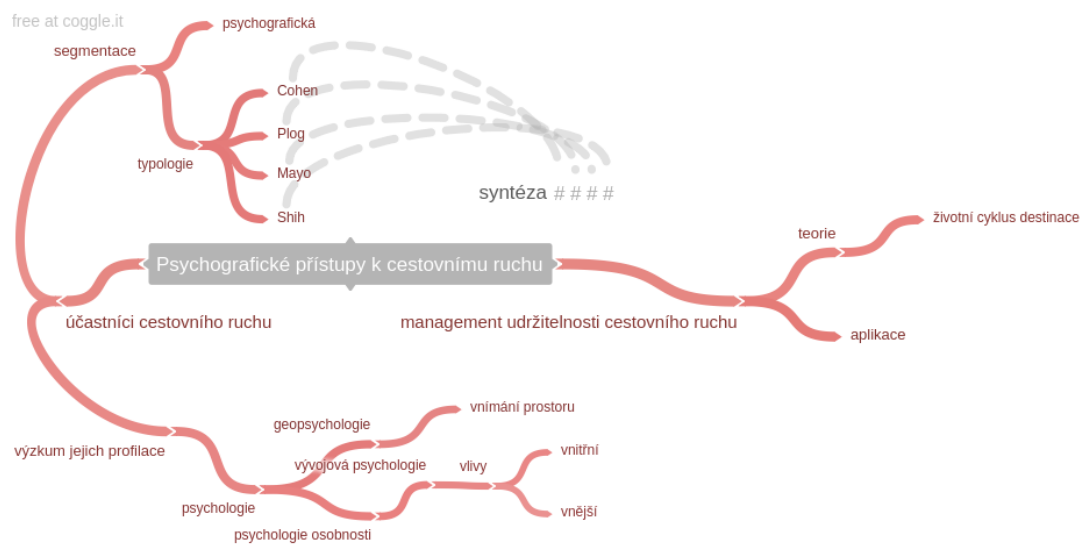
Dle doporučení Čermáka a kol. (2013:23) následovala prezentace výsledků, kde se identifikovaná témata převedla do převyprávěné podoby tak, aby výzkumník zprostředkoval vlastní komentáře rozhovorů doplněné o citace respondentů, čímž byla doložena výzkumníkova tvrzení. K prezentaci výsledků IPA bylo využito strukturování odpovědí na základě jednotlivých respondentů, na samém konci kapitoly pak bylo provedeno celkové srovnání a syntetizující základ obsahu výpovědí všech respondentů.

4 Teoretická východiska

4.1 Segmentační přístupy

Tato práce pojednává o vývoji osobnosti účastníků cestovního ruchu, který je úzce spjat s nejrůznějšími vlivy, psychologickými procesy a životním stylem jedinců zaměřených na cestování. Práce obsahuje stručná teoretická východiska, která bylo nutné si osvojit pro provedení vlastního výzkumu a interpretace jeho výsledků (viz kap. 5). Návaznost těchto teoretických konceptů, v kontextu tématu této bakalářské práce, je zobrazeno pomocí myšlenkové mapy (viz obr. 1). Přestože je segmentace účastníků cestovního ruchu marketingovým konceptem, tato práce se vlastním marketingovým konceptem nezabývá, segmentace je zmíněna jen jako teoretický rámec pro vymezení cestovatele ve škále účastníků cestovního ruchu. Podstatná je tu především psychologie jakožto segmentační báze pro tuto práci určujícího segmentačního přístupu.

Na veškeré zmíněné informace, jak v kognitivní, tak empirické části, je nezbytné nahlížet s vědomím, že cestování daného jedince mohou ovlivňovat v průběhu celého jeho života a každý případ je zcela individuální.



Obrázek 1: Myšlenková mapa teoretických konceptů
Zdroj: vlastní zpracování s využitím aplikace coggle.com

4.1.1 Typy segmentace účastníků cestovního ruchu

Dle Vystoupila a kol. (2006:46) účastníci cestovního ruchu v jednotlivých destinacích nejsou homogenní skupinou. Dle nich se pro marketingové účely trhu právě segmentací účastníci rozdělují do menších skupin tak, aby se na ně dalo lépe cílit v oblasti nabídky produktů, segmentace však může mít různé názvy, různé způsoby rozdělení i různá využití.

Segmentačních přístupů je pro příklad uvedeno několik, tato práce se opírá především o psychografickou segmentaci účastníků cestovního ruchu.

4.1.1.1 Geografická segmentace

Vystoupil a kol. (2006:47) tvrdí, že geografická segmentace je pravděpodobně nejrozšířenější segmentací trhu, neboť vychází z místa původu daného zákazníka, potažmo účastníka cestovního ruchu v tomto případě. Tento trh je tedy geograficky vymezeným územím s jasně stanoveným polem působnosti (Vystoupil a kol., 2006:47).

4.1.1.2 Demografická segmentace

Vystoupil a kol. (2006:47) uvádějí, že demografická segmentace vychází ze statistických údajů obyvatel – jedná se o věk, pohlaví, velikost rodiny, národnost apod. a tyto statistiky většinou vychází ze sčítání obyvatel. Demografická segmentace je založena na životním cyklu rodiny a odlišných preferencích v závislosti na stáří jedinců (Vystoupil a kol., 2006:47).

4.1.1.3 Socioekonomická segmentace

Dle Vystoupila a kol. (2006:48) se v této segmentaci jedná především o příjmy, povolání, vzdělání, společenský status, zázemí atp., ale může být propojeno i s demografickou či psychografickou segmentací. Dle nich mají většinou v každé zemi jiná pravidla či způsoby, jak socioekonomickou segmentaci provést.

4.1.1.4 Psychografická segmentace

Server BussinesInfo.cz (2006) i Vystoupil a kol. (2006:51) se shodují, že se psychografická segmentace zabývá životním stylem spotřebitelů odrážejícím jejich osobnost.

Vystoupil a kol. (2006:51) dále uvádějí, že jde především o postoje, názory, zájmy a způsob trávení volného času konkrétních jedinců, kteří jsou na tomto základě slučováni do jednotlivých skupin, přičemž se od ostatních zmíněných segmentací vyznačuje nejednoznačností používaných kritérií v závislosti na konkrétních příkladech výzkumníka.

Životní styly se liší v závislosti na zemích původu účastníků cestovního ruchu (z pohledu marketingu zákazníků) a preference ve výběru nejen destinací, ale i různých produktů často závisí na hodnotových postojích, hodnotových orientacích a spotřebních vzorech, kterými člověk může dokazovat náklonnost k určitým skupinám (Vystoupil a kol., 2006:54).

4.1.2 Psychologie osobnosti

Pro hlubší pochopení Psychografické segmentace a vlivů působících při formování osobnosti cestovatele je nutná alespoň základní znalost psychologie osobnosti a vývojové psychologie. Dle Smékala (2002:13) bylo v psychologii napsáno mnoho knih o psychologii osobnosti a existuje mnoho jejích definic, kde je jednodušeji či složitěji popisováno, jak se osobnost formuje, jak se projevuje a stejně se tato disciplína neustále rozšiřuje o nové informace a nové pohledy.

V Psychologickém slovníku lze dohledat obecné shrnutí osobnosti jako *„integrováný, jedinečný a neopakovatelný, primárně spontánně aktivní, strukturovaný dynamický celek somatických psychických a sociálních faktorů (kvalit) individua konstituujících jeho identitu se sebou samým a odlišnost od ostatních“* (Geist, 2000:170).

Každý účastník cestovního ruchu je osobnost. Z tohoto shrnutí vyplývá, že veškeré uskutečněné cesty jsou závěrem rozhodnutí člověka s jedinečnými osobnostními rysy a odlišnými pohnutky k učinění této cesty. Osobnost se vyvíjí a mění celý život v důsledku přejatých okolních vlivů, ale i v důsledku vývoje vnitřních procesů. Na to, co přesně je rozhodující na úplném počátku, je mnoho odlišných názorů. Je však několik určujících faktorů, kterými jsou především první kontakty s rodinou, první vzory chování, socio-kulturní a ekonomické zázemí apod., které mají veliký vliv na to, kudy se jedinečná cesta daného člověka bude ubírat dál.

4.1.2.1 Vývojová psychologie

Dle Smékala (2002:19) je otázkou, zda se lidé rodí opravdu s čistým štítem, tzv. „tabula rasa“, kam je vše vpisováno až po jejich narození, což je názor, který zastávají environmentalisté, nebo zda je drtivá většina osobnosti o dědičnosti a genech, tzv. „noble savage“, aneb názor, jenž zastávají nativisté. Dle něj se na tomto odborníci nemohou shodnout a v případě projevu mimořádných jevů ve vývoji (talent, kreativita, kriminalita, psychické poruchy) se kloní k jednomu či druhému extrému.

Jako jedno z možných vysvětlení se dle Smékala (2002:20) nabízí kompromis mezi obojím, kdy předpoklady pro výstavbu osobnosti (aby vše fungovalo tak, jak má – temperamentové dispozice, kapacita intelektu, funkční dispozice psychických procesů, správný vývoj nervové soustavy) se odvíjí především z genetické a biologické výbavy, zatímco obsah a charakteristiky osobnosti (vědomosti, dovednosti, charakterové rysy) mají na starosti především environmentální, socializační a individuální procesy a faktory.

Dle Geista (2000:197) přišel se zajímavým pojetím Lorenz (1935 in Geist, 2000), který u některých druhů zvířat vyzoroval tzv. „imprinting“ (do češtiny volně přeloženo jako „období vtisku“). Jedná se o bezprostřední proces učení ihned po vylíhnutí (tento proces byl zjištěn u ptáků, dále i u hmyzu a ryb), ne kumulovaně, jak je znám u ostatních druhů, ale v podstatě instinktivně. I přesto, že není jisté, zda se vyskytuje i u savců (lidí) se Lorenz (1935 in Geist, 2000) domnívá, že „... podobně jako u ptáků se vyskytuje fixace na určité chování také u lidí jako spontánní, bezděčný a zcela přirozený proces učení. Touto fixací se váží na určité vzory chování.“ (Geist, 2000:197).

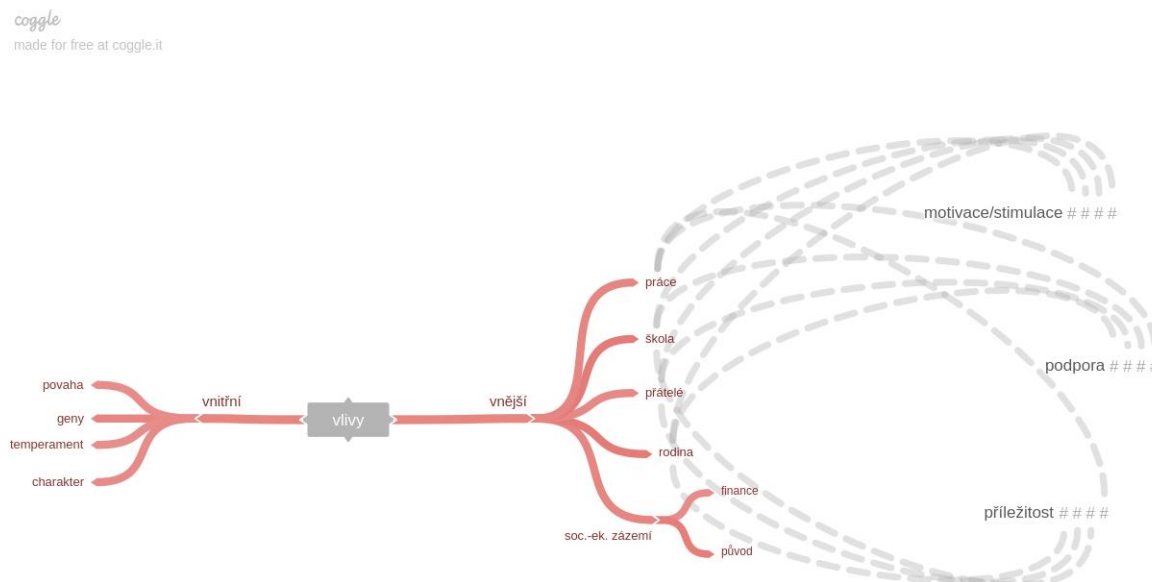
Z hlediska cestování může tak někomu přijít na mysl, zda „imprinting“ nemůže být spojen i s chutí po cestování, pakliže dítě po narození a v raném stádiu vývoje, cca do 4 let věku, přichází pravidelně do bezprostředního kontaktu se stimuly, které by mohly jeho touhu po cestování ovlivnit (kontakt s přírodou, cestování do jiných zemí, dobrodružné aktivity apod.).

Co přesně jedince vede k touze poznávat a cestovat nelze jednoznačně určit. U někoho to mohou být genové dispozice dědicí se po generace, pro někoho může impuls přijít zvenčí například právě v raném dětství, který si dotýčný v dospělosti ani neuvědomuje. Neboť geny jsou biologickou otázkou a není tudíž možné je bez hluboké znalosti této vědecké disciplíny zkoumat, z hlediska vývoje vztahu jedince k cestování se lze v rámci humanitních věd zaměřit na to, jaké vnější faktory ovlivňují formování osobnosti účastníka cestovního ruchu v průběhu jeho života.

4.1.2.1.1 Vlivy

Vlivů utvářejících osobnost je mnoho a umět přesně rozlišit, jaké faktory mají pozitivní nebo negativní vlivy není snadné. Dle Smékala (2002:21) jde primárně o to dokázat rozlišit ohrožující či podpůrné funkce ve vývoji konkrétního dítěte. Dle něj jde z psychologického hlediska o mnoho vnitřních procesů, které jsou velmi složité. Pro účely této práce je zmíněno pouze několik z nich, především vnější faktory, vnitřními faktory se tato práce dále příliš nezabývá. Je však třeba brát jejich existenci a působení na zřetel, jelikož jsou s vnějšími faktory provázané.

Na Obrázku 2 jsou zobrazeny především vnější vlivy ve vztahu k podpoře při cestování, motivaci / stimulaci k cestování a vznikajících příležitostech k cestování (resp. obecně k jakékoli zájmové činnosti).



Obrázek 2: Myšlenková mapa vlivů působících na formátování osobnosti
Zdroj: vlastní zpracování s využitím aplikace coggle.com

4.1.2.1.1.1 Rodina a výchova

Jedním z hlavních vnějších faktorů při utváření osobnosti je výchova, kterou zastává primárně nejbližší rodina, a která je, dle Nakonečného (2009a:62), první socializační skupinou. Smékal (2002) i Nakonečný (2009a) se shodují, že rodina je rozhodujícím formativním vlivem z hlediska obsahu osobnosti, tzn. rysy a vzorce chování,

„vztahy dítěte k sobě, k druhým, ke světu a k hodnotám a dále ty vědomosti a dovednosti, které vznikají díky observačnímu a obligatornímu učení“ (Smékal, 2002:20).

Nakonečný (2009a:62,63) specifikuje důležitost projevovaných citových vztahů zejména ve vztahu matka – dítě, a to v období tzv. raného dětství do 3-4 let. Dále vyzdvihuje výchovu rodičů jako zprostředkovávání kulturních vzorců (normy chování, myšlení, cítění, tradice, zvyklosti, módy, mravy, zákony i tabu), které se dítě učí a následně přejímá.

Stejně tak, jako by výchova a rodina měla mít pozitivní vliv, může však mít i vlivy negativní. Pakliže je dítě nějakým způsobem zanedbáváno, dle Smékala (2002:21) může docházet i k určité formě deprivace, která brzdí nebo deformuje vývoj osobnosti dítěte z více hledisek. Dle něj to mohou být vlivy od potravy přes hygienu až po chování ostatních lidí k dítěti, třeba nedostatečná stimulace intelektu či nedostatečně rozvíjené, až zanedbávané, právě již zmiňované vztahy dítěte ke světu a hodnotám. Nakonečný (2009a:62,63) také zmiňuje, že nedostatečným projevováním emocí a citů v období (nejen) raného dětství může nenávratně docházet k určitým deprivacím dítěte, které se pak mohou projevovat i jako osobnostní rysy.

Dle Smékala (2002:21) na dítě může naopak působit i přemíra vlivů, tzv. supersaturace (podnětové přesycování), což se časem může projevovat právě jako jedna z forem deprivací, kdy se jedná především o enormní přetěžování dítěte učivem. Dle něj se ale může vyskytnout i u přehnaně ambiciózních rodičů, které vyvíjí na dítě velký tlak, aby jejich dítě bylo „dostatečně reprezentativní“ – sportem, kroužky, jazyky, učivem apod. (Smékal, 2002:21).

Výchovu lze vnímat jako jeden z rozhodujících faktorů působících na osobnost účastníka cestovního ruchu (cestovatele). Pravděpodobně je velmi důležité, zda rodiče vedou svého potomka k cestování a poznávání, případně od jakého věku a jakým způsobem. Nejde jen o bezprostřední cesty z nutnosti, ale právě o ty, kterým se cestovní ruch v dnešní době vyznačuje, tedy cestování ve volném čase, kontakt s přírodou, kulturou apod. Ať už jde o výlety po okolí či čas strávený v zahraničí, i tohle je definitivně jeden z faktorů, kterým si jedinec k cestování vytváří vztah, ať už pozitivní či negativní.

Zajímavým podnětem pro další výzkum by pak mohla být i otázka, jaký je vztah dětí rodičů, kteří sami cestují, k cestování – zda si děti cestování váží, těší se na cesty, zda děti cestování berou jako naprostou samozřejmost nebo zda považují cestování za spíše

obtěžující či nudné a cestují především z donucení rodičů, či zda v dospělosti cestují více než děti těch rodičů, kteří sami necestují. To samé by se dalo zkoumat v opačné situaci z hlediska dětí, jejichž rodiče necestují.

4.1.2.1.1.2 Socializace a identita

Samotným procesům socializace a interakcí mezi jednotlivci se věnuje např. sociální psychologie, jejíž shrnutí je dle Nakonečného (2009b) také velmi komplikované. I přes několik pohledů na sociální psychologii nakonec uvádí, že „*předmětem sociální psychologie je studium aspektů lidských sociálních interakcí (...) jde o popis, třídění a vysvětlování těchto interakcí*“ (Nakonečný, 2009b:11).

Nakonečný (2009b) i Smékal (2002) se shodují, že proces socializace je v podstatě proces učení, kdy jde o napodobování, přejímání norem, rolí i způsobu vyjadřování. Nakonečný (2009b:102) vysvětluje, že jde o velmi komplexní proces přeměn začínající v raném dětství v rodině, pokračující přes školní věk, až po dospělost a zaměstnání, ovlivňovaný např. masmédií, ale i dalšími sociálními skupinami – zájmové, pracovní atp.

S tím souvisí i proces individuace (kdy se člověk stává sám sebou), zmiňovanou Smékalem (2002:20) a Říčanem (2010:175), který tvrdí, že individuace je cestou k porozumění druhých lidí, avšak dodává, že k jejímu úplnému pochopení je potřeba osvojení si „jungovské teorie vývoje osobnosti“.

Smékal (2002:20) dále zmiňuje, že Vygotskij (1976 in Smékal, 2002) přišel ve 30. letech 20. století na proces, kdy dítě sleduje interakce mezi dvěma dospělými nebo sebou a dospělým, což se pro něj stává klíčové, neboť se z interpsychických procesů stávají procesy intrapsychické a ono poté přejímá vzorce těchto chování. On sám tvrdí, že jde o proces interiorizace („zvnitřňování“), kde důležitou roli zde hraje i vlastní identita, která se postupně formuje hlavně během adolescence a dovršena je až v úplné dospělosti.

Z hlediska cestování a prostoru zmiňuje identitu i Šípek (2001:72), který tvrdí, že pro tvorbu identity, která je utvářena mikrosvětlem (rodina, příbuzní, blízké společenské okolí) a makrosvětlem (ostatní vlivy), je velmi důležité okolí, jakožto „životní prostor“.

Socializace je taktéž stěžejní součástí v procesu formování osobnosti účastníka cestovního ruchu. Kromě výše uvedeného významu a důležitosti rodiny, která je zároveň první socializační skupinou z hlediska vývoje dítěte, zde přicházejí na řadu kamarádi a spolužáci ve školním věku (od základní školy až po univerzitu) a přátelé a kolegové ve

věku dospělém (tzv. „sekundární socializace“), jakožto velký zdroj inspirace či příležitostí cestu podniknout, aneb čím širší okruh bude, tím víc příležitostí k cestě se danému jedinci může dostat.

Pro mladší generace je dnes o dost jednodušší do zahraničí vycestovat, než pravděpodobně bylo pro jejich rodiče a prarodiče. Je tomu tak z důvodu většího propojování škol a univerzit, lepší jazykové vybavenosti či globalizaci světa obecně. To s sebou dozajista nese i své nevýhody, které jsou dále rozebrány v úvodu kapitoly 4.1.3 nebo ve spojitosti s „environmentální bublinou“, představenou v kapitole 4.1.2.2.

V prostředí vysokých škol jsou například běžné studijní pobyty typu Erasmus (zahraniční studijní pobyty). Dostupnější cestování je také díky ubytovacím službám a aplikacím typu Airbnb, Couchsurfing, Booking či sdílení jízdného formou car-sharingu apod. Běžné mohou být i cesty typu „road-trip“, kdy skupina lidí vyrazí na delší okružní cestu autem, která může trvat v řádu dní, ale i měsíců. To všechno může mít vliv na proces formování osobnosti účastníka cestovního ruchu.

4.1.2.1.1.3 Socio-ekonomické a kulturní zázemí

Kultura je jedním z přejímaného souboru hodnot předkládaných dětem od raného věku, které ovlivňují jejich způsob smýšlení o světě. Socioekonomické zázemí má také formující vliv na vývoj osobnosti a může z hlediska množství prostředků využitelných pro potenciální rozvoj dítěte ovlivnit i jeho další příležitosti do budoucna, především ve vztahu peněz a vzdělání, kroužků, cestování, kulturního přehledu a mnoha dalšího.

Šafářová (2002:197 in Smékal, 2002) navazuje na socioekonomickou situaci v rodině jako na jeden z faktorů, který může vést k rizikovému chování hlavně během dospívání, kde tedy zmiňuje především ty negativní, kterými jsou nezaměstnanost jednoho či obou rodičů, chudoba, bydlení v periferiích v naprosto nevyhovujících prostorových či hygienických podmínkách, což zatěžuje život rodiny a čímž negativně ovlivňuje vývoj osobnosti dítěte, neboť je mu vštěpován, vědomě či nevědomě, od malička strach z budoucnosti. Pakliže dle ní nejsou uspokojovány psychické potřeby dítěte, může docházet k delikventnímu jednání za účelem dosažení pozornosti, moci, pomsty či rezignace, což se nazývá bezprostředními cíli chování.

Takovými to projevy by mohl být například i útěk z domova, kdy se dítě za každou cenu snaží opustit problematické místo a samotná cesta a změna prostředí pro něj pak může být cílem.

Vlivy kultury a socio-ekonomického zázemí jsou také jedním z hlavních faktorů ovlivňujících již zmíněnou „environmentální bublinu“, blíže popsanou v kapitole 4.1.2.2.

4.1.2.1.1.4 Sociální sítě

Sociální sítě jsou v dnešní době téměř nedílnou součástí běžného života některých lidí. Existuje mnoho názorů na to, zda mají internet a sociální sítě pozitivní či negativní vliv na člověka, především pak na děti a dospívající. Nesporným faktem však zůstává, že mají podobný vliv jako veškerý okolní svět, neboť s internetem a sociálními sítěmi dnes děti přicházejí do kontaktu od nejútlejšího věku.

Nováková (2017) kromě pozitivních vlivů, kterými mohou být dostupnost informací, rozvoj myšlení či osvojování si nových znalostí, uvádí i vlivy negativní, kterými jsou například zhoršení komunikačních dovedností při osobním kontaktu. Dále dodává, že velký vliv může mít internet i na tvorbu identity jedince, kdy se děti realizují spíše virtuálně a může se stát, že budou vnímat minimální hranice mezi světem virtuálním a reálným, což se může odrazit v reálném odhadu svých schopností, dovedností či chování ostatních lidí. Také dle ní vzhledem k pohodlné a pasivní formě užívání klesá i jejich aktivní forma zábavy.

V kontextu cestovního ruchu se ze sociálních sítí dá čerpat velká dávka inspirace, což souvisí s budováním popularity určitých uživatelů, kterým se říká „influencer“ („ovlivnitel“), neboť ovlivňuje uživatele, kteří ho sledují na sítích jako je instagram, youtube, twitter, facebook apod.

Byť by se na první pohled mohlo zdát nereálné, že „influenceri“ mohou mít velký vliv i na cestovní ruch, opak je pravdou a příkladem může být konkrétní situace, kdy lidé zavalili pitoreskní destinaci ve Švýcarsku. Dav lidí se zde ani trochu neseťkal s ohlasem místních obyvatel, neboť návštěvníci z místa v podstatě udělali odpadště (Davies, 2017). V tomto kontextu si lze všimnout významu odpovědnosti účastníků cestovního ruchu a jejich dopadu na konkrétní destinace, důležitého v rovině jeho udržitelnosti.

Kromě negativního dopadu mohou „influenceri“ pomoci ke zlepšení marketingu různých destinací, čehož využívá např. i česká centrála cestovního ruchu CzechTourism, která několik těchto „influencerů“ platí, aby návštěvníky motivovali k cestám i do mimopražských lokalit a tím propagovali i další zajímavá místa ČR.

4.1.2.2 *Environmentální bublina*

S ohledem na vlivy prostředí, ze kterého člověk pochází, je důležité zmínit, že si s sebou při cestování nese zbytky vlastní kultury a tím si kolem sebe vytváří tzv. „environmentální bublinu“, kterou jako první definoval Cohen (1972:166). Dle něj jde v podstatě o to, že člověk má při svých cestách alespoň v minimální míře potřebu obklopovat se věcmi, které by mu mohly, byť jen zdánlivě, připomínat domov.

Jedná se o vnímání vnějšího prostředí hlavně při kontaktu s prostředím odlišným a schopnost či ochotu onu cizí kulturu přijmout a pochopit. Environmentální bublina každého účastníka cestovního ruchu se mění v závislosti na čase a prostoru, ve kterém se právě pohybuje. Čím větší environmentální bublinu člověk má, tím méně se do dané cizí kultury snaží proniknout, a tím větší problém má některé její projevy akceptovat.

Pásková (2014:80-81) zmiňuje environmentální bublinu v kontextu negativních dopadů cestovního ruchu, neboť při rozvoji turistických destinací jde často o globalizaci a standardizaci prostředí a služeb pro potenciální návštěvníky takovým způsobem, že se stírá kultura místních a autenticita místa jen proto, aby návštěvníci trpěli co nejméně pro ně nedostatečně „turistifikovaným“ prostředím destinace.

Koncept environmentální bubliny lze aplikovat v rámci typologie osobností účastníků cestovního ruchu rozvedené v kapitole 4.1.4.

4.1.2.3 *Motivace versus stimulace*

Různými školami jsou na základě psychologických a sociologických teorií motiv a stimul (motivace a stimulace) chápány rozdílně. Dle Geista (2000:152) v tomto ohledu neexistuje obecně platný výklad.

Motiv se tak často stává synonymem stimulu, především z hlediska motivačního procesu: „(...) *Motivační proces je jako rozhodovací proces vždy procesem výběru z daných alternativ – motivů (stimulů). Osobnost vždy vybírá; musí, protože se rozhodla a tím je zodpovědná. Stejně podněty (motivy) mají v jiných souvztažnostech motivačního procesu jiné důsledky; stejné motivy nemusí vést (a velmi často také nevedou) ke stejným důsledkům (jednáním) a naopak, za stejnými výsledky (jednáním) nestojí vždy stejné motivy (stimuly).*“ (Geist, 2000:153).

Práce se zabývá především vnějšími faktory, proto pro účel této práce lze chápat stimul jako impuls zvenčí (okolní vlivy) a motiv jako výslednici vybraných intrapsychických procesů.

4.1.3 Geopsychologie

Pravděpodobně většina lidí si uvědomuje zrychlené tempo dnešní doby, ale málokdo tomu přikládá větší význam či se snaží opravdu se zamyslet nad smyslem a rychlostí tohoto koloběhu. Lidé jsou zahlceni stimuly, mezi kterými si snaží se co nejrychleji a co nejlépe rozhodnout. Nelze však vyvrátit fakt, že stále více lidí se stále častěji, alespoň na chvíli, snaží uniknout od reality a všech běžných okolních vlivů. I to může být jeden z motivů pro cestování.

Geopsychologie (Štyrský a Šípek, 2001) je transoborový koncept, který má shrnovat podstatu vztahu psychiky jedince, fyzikálního a přírodního prostředí, jeho okolí a současně sleduje a dává do souvislostí vlivy, vjemy a jejich působení v rámci cestování a změny prostředí/prostoru. Dle popisu Venclové a kol. (2015:18): *„Geopsychologie představuje svět jako prostor, jehož počáteční determinantou je neživá příroda a koncovým zpracovatelem je lidská mysl. (...) Geopsychologická krajina přitom nezahrnuje jen prostředí přímo viditelné v jednom okamžiku, ale celkovou představu o (časo)prostoru, kterou jedinec v daném momentně obsáhne.“* Zjednodušeně se v podstatě jedná o působení krajiny a prostředí na lidské nitro.

Dle Šípka (2001:14) se sami autoři nechtějí originálně vymezovat oproti původnímu pojmu psychogeografie (Saarinen 1984 in Šípek, 2001, Schrand 1978 in Šípek, 2001), i přesto, že se jedná o velmi podobné téma a zkoumanou oblast, nýbrž vychází z opačného konce kontinua – čili z psychologie, rozšířenou o geografický pohled, nikoli z geografie rozšířenou o psychologický rozměr.

Šípek (2001:20) zohledňuje aspekty „nátlaku“ společnosti a jejího zvyšujícího se tempa, ve kterých navazuje na Tofflerovu (1992 in Šípek, 2001) myšlenku – pakliže *„zrychlení je novou společenskou silou, pak pomíjivost je jejím psychologickým protějškem“*. Dle něj jsou lidé roztěkaní a cestování se stalo jejich drogou, neboť často neví, kam a proč, ale je to jejich jakýsi obranný mechanismus – nelpět na věcech ani lidech a vztazích ve dnešní době rychle přicházejících změn. Šípek (2001:21) doslova cituje Tofflera (1992 in Šípek, 2001): *„Dál se šíří kultura věcí na jedno použití, přibývá přechodných staveb a modularismus je na postupu. To vše směřuje člověka ke stejnému psychologickému důsledku:*

vztahy člověka k věcem, které ho obklopují, jsou stále pomíjivější“, nicméně vzápětí dodává, že lidé, kteří necestují, nemusí být nutně šťastnější či stabilnější. Dále zmiňuje, že lidé mohou ztrácet kontinuitu v prožívání neboli prožívají vše velmi rychle, jsou zahlceni zážitky, což může vést k jejich rychlému zevšednění. V kontextu dnešní doby i dále navazuje na Tofflera (1992 in Šípek, 2001) a uvádí několik variant, jak se takovému způsobu života snažit vyvarovat, mezi které, mimo jiné, patří například vyvarování se „kultury věcí na jedno použití“ nebo udržování si kulturních rituálů, které by člověka ukotvily v čase i prostoru.

4.1.4 Typologie účastníků cestovního ruchu

Typologie účastníků cestovního ruchu se odráží od všech výše zmíněných poznatků. V typologiích vybraných autorů se jedná především o psychografickou segmentaci, tedy zaměřenou na kritéria výběrů destinací na základě jejich životních stylů, postojů a hodnot souvisejících s psychologickým vývojem daného jedince, jeho percepcí krajiny a s vnějšími vlivy a lidmi, kteří jej v průběhu života ovlivnili. Stejně jako se člověk vyvíjí, vyvíjí se i destinace, která posléze přitahuje právě různé typy účastníků cestovního ruchu.

Pásková (2014) uvádí, že jedním z prvních, kdo se dotkl konceptu sociologie v cestovního ruchu, byl Cohen (1972), následoval Plog (1974), Mayo (1975) a Doxey (1975), který zavedl koncept tzv. „iritačního indexu“ popisující vztah místních obyvatel k turistům v závislosti na fázích životního cyklu destinace. Dle ní s první ucelenou teorií o vývoji životního cyklu destinace shrnující a propojující myšlenky všech předchozích autorů však přišel Butler (1980 in Pásková, 2014), čímž významně přispěl k vytvoření teoretických základů udržitelnosti cestovního ruchu (viz kapitola 4.1.5).

4.1.4.1 Cohenova typologie

Antropolog Cohen (1972) se začátkem 70. let rozhodl zaměřit na mezinárodní cestovní ruch, kam spadá typologie turistů¹ v kontextu obchodních cest a navštíveného státu. Cohen (1972:165-166) komentuje cestovní ruch jako masový kulturní fenomén, kdy pro člověka neznámé prostředí není nebezpečím, ale naopak ho přitahuje právě svou odlišností od jeho vlastní kultury. Dle něj zvýšené povědomí o okolním světě láká lidi k jeho dočasnému zkoumání, nebo rovnou k přestěhování, ale ani moderní člověk není úplně beze strachu, a proto když se mu něco nelíbí, nebo je to pro něj příliš „jiné“, může se

¹ pojem „turista“ je na základě originálních textů Cohena, Ploga, Maya i Shiha překládán z anglického „tourist“ a nemusí tak nutně odpovídat přesné definici UNWTO – viz kapitola 4.1.6 Srovnání typologií

chtít vrátit zpátky do své domoviny, což může být způsobeno hlavně delší dobou pobytu v neznámé destinaci. Cohen (1972:166) usuzuje, že se zdá, že většina lidí ke své spokojenosti v cizím prostředí potřebuje něco alespoň zdánlivě připomínající jim jejich domov, a proto okolo sebe vytváří tzv. „environmentální bublinu“, ve které mohou alespoň částečně fungovat jako ve svém běžném prostředí (viz kapitola 4.1.2.2).

Na základě kombinace dvou proměnných, které Cohen (1972:167) označuje jako „nové prostředí“ a „známé prostředí“, vytvořil základní typologii sestávající ze 4 odlišných profilů, respektive typů turistů, které jsou následující: 1. „The organized mass tourist“, 2. „The individual mass tourist“, 3. „The explorer“, 4. „The drifter“.

4.1.4.1.1 „The organized mass tourist“ (Organizovaný masový turista)

Dle Cohena (1972:167) je tento typ turisty ze všech nejméně dobrodružný, a proto většinou po dobu cesty setrvává ve své „environmentální bublině“. Dle něj je to člověk, který si vybírá výlety/dovolené s průvodcem, klimatizované autobusy a vysokorychlostní dopravu. Dále uvádí, že tito lidé si kupují rovnou celý balíček služeb (zájezd), kde mají předem přesně stanovený itinerář a nedělají v podstatě žádná vlastní rozhodnutí. Celou dobu tak zůstávají ve svém mikrosvětě, kde je nových věcí minimum a známých maximum.

4.1.4.1.2 „The individual mass tourist“ (Individuální masový turista)

Dle Cohena (1972:167) je tento turista velmi podobný předešlému typu, avšak jeho výlet nebo dovolená není zcela organizovaná – turista zde rozhoduje o svém volném čase a není vázán na skupinu, přesto však většinu jeho rezervací má na starosti cestovní kancelář. Připouští, že exkurze tento typ turisty nepřivedou k většímu poznání než výše popsaná masově organizovaná akce a stejně jako předchozí typ, i tento turista zůstává většinu času ve své environmentální bublině. Jeho poznání je dle Cohena (1972:167) přece jen poněkud větší než u přechodného typu „organizovaného masového turisty“. I tak u něj ale dominují jemu známé věci a rutiny.

4.1.4.1.3 The explorer (Objevitel)

Cohen (1972:168) zde uvádí, že tento typ turisty si výlet nebo dovolenou organizuje sám, snaží se hledat svá vlastní nepoznaná místa, ale vyhledává spolehlivé ubytování a dopravu. Tento typ turisty se podle něj snaží komunikovat s místními

obyvateli a používat jejich jazyk, neboť sice dokáže opustit svou environmentální bublinu, ale dává si pozor, aby se v případě nouze či potenciálního nebezpečí mohl do své bubliny vrátit. I přesto, že nové prostředí dominuje nad prostředí jemu známým, neponoří se úplně do kultury navštívené destinace, ale nechává si alespoň nějaké svoje rutiny ze svého stylu života, které jsou pro něj přirozené (Cohen, 1972:168).

4.1.4.1.4 The drifter (Tulák)

„Drifter“ se dle Cohena (1972:168) vydává nejdále od všeho již doposud poznaného a vyhýbá se veškerým organizovaným akcím, nevyhledává žádná turistická zázemí, má sklony si vše zařizovat sám podle sebe, což dokonce znamená žít s místními obyvateli či vykonávat drobné práce, které mu pomohou s příjmem během doby, po kterou je na cestě. Dále uvádí, že tento typ turisty se zříká svých běžných zvyků (čili se v podstatě zříká své environmentální bubliny) a s lidmi dané kultury žije, jí, spí a sdílí jejich zvyky. Cohen (1972:168) dále popisuje, že nemá jasně stanovený itinerář, ani jasně stanovené cíle cesty a v podstatě splývá s kulturou, kterou navštěvuje, kdy nové prostředí je zde ve svém maximu a jemu známé věci mizí téměř úplně.

4.1.4.2 Plogova psychografická segmentace

Po Cohenovi (1972) byl Plog (1974) se svým odborným článkem „Proč roste a klesá popularita destinací“ jedním z prvních, kdo se opravdu do hloubky zabýval psychografickou segmentací účastníků cestovního ruchu. Plog (1974:55) tvrdí, že jakýkoli přístup, který se zabývá tím, proč roste a klesá popularita destinací, musí zahrnout i porozumění psychologii lidí, kteří cestují.

Plogův (1974) výzkum začal v 60. letech jako výzkum, který se zabýval lidmi, kteří nebyli ochotni cestovat leteckou dopravou a v roce 1967 Plog a jeho tým provedli první velkou studii psychologie cestování pro 16 velkých sponzorů v leteckém odvětví (1974:55). Cílem studie podle něj bylo určit:

- 1.) Kdo nelétá
- 2.) Proč tito lidé nelétají
- 3.) Čím létání ztraktivnit natolik, aby lidé, kteří nelétají, létat začali

Plog (1974:55) zde uvádí, že s cílem porozumět motivaci lidí dopravu vyhledávajících i odmítajících, byli všichni podrobni intenzivní pilotní fázi výzkumu, kde se jednalo

o velmi důkladné shrnutí literatury, hloubkové psychologické rozhovory s „létajícími“ i „nelétajícími“ ve 3 amerických městech a monitorování 1200 uskutečněných hovorů na aerolinie.

Jako výsledek tohoto průzkumu Plog (1974:55) a jeho tým vyvinuli několik hypotéz, které chtěli ověřit:

1. „Nelétající“ jsou bojácní nebo úzkostliví jedinci, kteří se bojí mnoha věcí v jejich životě, nejen létání
2. Lidé, kteří nelétají, necestují příliš ani ostatními dopravními prostředky
3. „Nelétající“ necestovali tolik jako „létající“, když byli děti
4. „Nelétající“ se obecně cítí neefektivní v konfrontaci s mnoha oblastmi jejich života

Dle Ploga (1974:55) tyto a ostatní hypotézy o „nelétajících“ byly testovány a ukázaly se ve výzkumu jako pravdivé, navíc bylo zjištěno, že byly navzájem propojeny a on na tomto základě definoval několik typů účastníků CR.

4.1.4.2.1 Psychocentrik

Plog (1974:55) jako první typ uvádí tzv. psychocentrika, z „psyche“ znamenající v řečtině „já“ nebo „duše“ a „centrik“, znamenající centrující se do myšlenky nebo obavy v malé oblasti života, zaměření jeho zájmu na určité aktivity. Dle něj lze podstatě říct, že to je sám žijící, nervózní a nedobrodružný člověk. Dále uvádí, že v tomto případě to tedy byli „nelétající“, kteří spíše prožívali mnoho stejných problémů, které často vyústily ve velmi omezený, přehnaně opatrný životní styl. Pozdější výzkum se také zabýval vzorci chování vůči médiím a zvyklosti ohledně nákupů, kdy bylo zjištěno, že psychocentrik velmi rád sleduje TV a velmi málo se zajímá o většinu časopisů (Plog, 1974:55).

4.1.4.2.2 Alocentrik

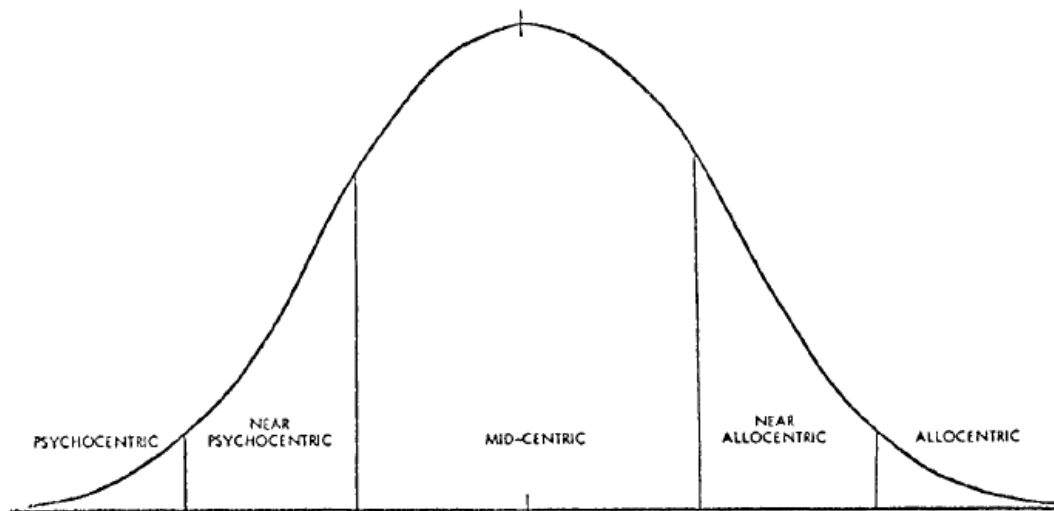
Dalším typem, který Plog (1974:56) popsal, je tzv. alocentrik. Kořen slova „allo“ znamená „nějak se odlišovat“. Dle něj tento typ člověka zvažuje svou cestu, nejen za účelem obchodu a podnikání, ale také za účelem potěšení kdykoli to čas a peníze dovolí a je charakterizován určitým stupněm dobrodružnosti, sebevědomím a minimem generalizovaných úzkostí (vyskytujících se u psychocentriků), vůlí k přesahu a sebepřesahu a chutí v životě experimentovat. Plog (1974:56) dále zmiňuje, že cestování je pro alocentriky způsob, jak vyjádřit svou zvědavost a všetečnost, a že tento člověk chce

vidět a zkusit nové věci, objevovat svět okolo sebe. Dle něj se alocentrik více orientuje na tištěná média a méně sleduje televizi.

V jedné velmi detailní studii pro hlavního výrobce amerických automobilů byla objevena další důležitá a pozitivní vlastnost alocentriků, kde Plog (1974:56) tvrdí, že jsou velice pragmatičtí a praktičtí. Dle něj i přesto, že jsou charakterizováni jako ti, kteří rádi zkouší nové produkty a služby, nový nebo neobvyklý produkt, který nemá hlubší podstatu, vlastní hodnotu, nebo důležitou výhodu nad již existujícím produktem, pro ně není atraktivní.

4.1.4.2.3 Midcentrik

Hlubší porozumění rozdílům mezi alocentriky a psychocentriky přinesly výsledky několika dalších studií, kdy na vzorku 4 000 respondentů různých příjmových kategorií bylo zjištěno, že při jejich rozdělení lidí na alocentriky a psychocentriky jich většina spadá někam mezi, tedy do skupiny označované jako midcentrik (Plog, 1974:57), viz Obr. 3. Nakonec se došlo k závěru, že tento psychografický rozměr má funkci popisovat, předpovídat nebo vysvětlovat pouze chování, které není spojeno s příjmy (Plog, 1974:57).



Obrázek 3: Plogův model populační křivky psychografických skupin
Zdroj: Plog (1974)

4.1.4.2.4 Litvin

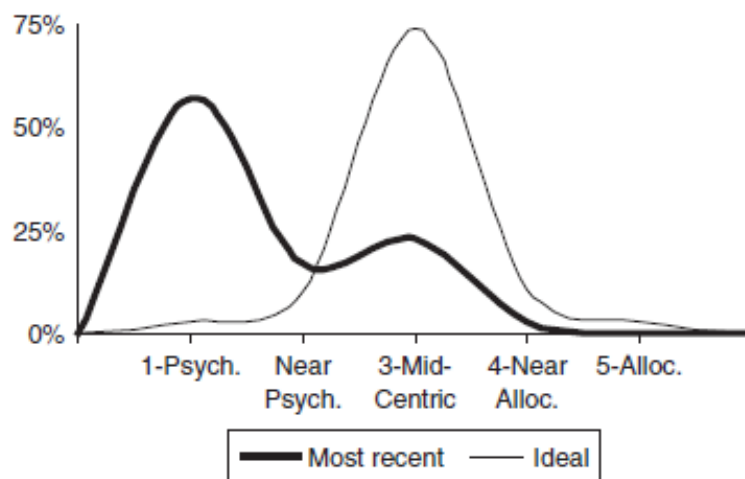
I přesto, že Plogův (1974) psychografický model byl dle Litvina (2006:246) široce citován v literatuře cestovního ruchu, v té samé době byl článek rozebírán i mnoha kritiky, kteří odkazovali na aspekt aplikace a reálného užití. Několik takových kritik Plogovy (1974) teorie od různých autorů shrnuje Litvin (2006:246) ve svém článku takto:

- 1) „Zatímco tato teorie je působivá, tento koncept byl předmětem mála nezávislých empirických ověření.“
- 2) „Tento koncept selhává v úvaze ohledně faktu, že turisté cestují s odlišnými motivacemi při odlišných příležitostech. Například, rekreant si může užít zimní dovolenou na lyžích v alocentrické oblasti, která je v létě následována hlavní dovolenou v psychografické oblasti.“
- 3) „Zatímco cestovatelé mohou být přirozeně alocentrickové, finanční nebo jiné faktory mohou způsobit midcentrické vzorce, či vzorce podobné kvazi psychocentrikovi.“
- 4) „Lidé jsou komplikovaní a nemusí být dost dobře možné umístit cestovatele pouze do jedné jediné kategorie.“
- 5) „Tato teorie byla vytvořena na základě amerických cestovatelů a nefunguje dobře pro cestovatele z ostatních zemí.“
- 6) „Zatímco Plog poznamenal, že se zkušenostmi z cestování mají lidé tendence stávat se více alocentricky, tito lidé čelí spíše opačnému problému, protože lidé cestující do neznámých oblastí, mají větší tendence stahovat se zpět do svých „ulit“.“
- 7) „Nakonec, i přesto, že model přináší zajímavý koncept, ani nepředpovídá ani nevysvětluje chování většiny cestovatelů, čímž se tento model stává nepraktickým pro marketéry.“

Další zajímavá diskuze byla iniciována Smithem (1990 in Litvin, 2006:246), který na základě svého testování Plogova (1974) modelu došel k závěru, že „Alocentrický-psychocentrický model“ selhal v podpoře hypotetického spojení mezi typy cestovatelských osobností a preferencí jednotlivých typů destinací. Nakonec ale i přes převážně negativní kritiku doplnil svou recenzi o komentář, ve kterém shrnul, že je důležité, aby další výzkumníci byli ochotni formulovat a testovat modely a nespoléhat jen na původní modely nebo neotestované hypotézy jako výklad toho, jak cestovní ruch funguje.

Čili i na Plogovu (1974) psychografickou segmentaci bylo pohlíženo poněkud skepticky a Litvin (2006:247) sám se snažil dokázat opak během svého působení jako učitel v Singapore, kdy svým žákům položil dvě jednoduché otázky:

- 1) „Jakou destinaci jste navštívili během Vaší poslední dovolené?“
- 2) „Kdybyste mohli navštívit jakoukoli destinaci na světě, včetně míst, která jste již navštívili, kam byste jeli?“



Note: Psych. = psychocentric; Alloc. = allocentric.

Obrázek 4: Poslední uskutečněná versus ideální letní dovolená
Zdroj: Litvin (2006)

Litvin (2006:247) rozeslal dotazník mezi 350 studentů univerzity s požadavkem, zda by jej předali jednomu ze svých rodičů k vyplnění a získáno bylo 83% odpovědí, což činilo vzorek 290 lidí. Jedno z omezení tohoto výzkumu bylo v tomto případě, jak i sám Litvin (2006:252) uvádí, malý vzorek respondentů. Litvin (2006:247) se v tomto výzkumu snažil vysvětlit, že zatímco Plog (1974) poskytl příklady destinací různých kategorií, tyto příklady byly jednoznačně vybrány z pohledu Severní Ameriky – Plog (1974) například uvádí Japonsko jako alocentrickou destinaci a rovněž jeho klasifikace z roku 2001 uvádí Jihovýchodní Asii jako vhodnou kvazi-alocentrickou destinaci vhodnou pro rekreanty ze Severní Ameriky, což je však špatný konec kontinua pro dotazovaný vzorek obyvatel Singapore, stejně tak je nesmyslná pro Asiaty klasifikace destinace Myrtle Beach v Jižní Karolíně jako psychografické destinace.

Litvin (2006:248) dále uvádí, že když se odpovědi s kódy destinací převedly a zanalyzovaly, objevil se velmi zajímavý vzorec – zatímco cesty hodnoceného vzorku

respondentů byly v podstatě konzervativní, jejich vysněné destinace byly o dost více dobrodružné.

Obrázek 4 ukazuje, že velká většina účastníků si při cestování vybrala blízkou, neexotickou, psychocentrickou destinaci spíše než destinaci midcentrickou, jak předpovídá Plogova (1974) teorie, avšak když byla otázka změněna na ideální neboli vysněnou destinaci, tito samí lidé v podstatě přesně vystihli křivku v Plogově modelu (Litvin, 2006:248).

Z tohoto důvodu měl dle Litvina (2006:250) Smith (1990 in Litvin, 2006) pravdu ohledně Plogova (1974) modelu jako o slabším modelu z hlediska předvídání chování turistů, protože model nedokáže určit, kam se turisté při další cestě pravděpodobně vydají. Nicméně kdyby se dle něj v Plogově (1974) modelu vycházelo z přístupu k cestování daných jedinců, jak je zobrazeno na výběru jejich vysněné destinace, pak by Plogův (1974) model obstál velmi uspokojivě. Různým přístupem turistů se zabýval např. i Shih (1986), který ve svém výzkumu VALS hodnotil kritéria výběru destinace, kdy respondenty rozřadil do několika kategorií na základě několika aspektů. Bližší popis VALS metody viz kapitola 4.1.4.4.

Litvin (2006:250) na konci své studie došel k závěru, že cestování je často i kompromisem mezi ideální destinací a praktickou stránkou, což znamená kompromisem z hlediska času, peněz, vzdálenosti atp., jenž směřuje spíše k psychografickému vzorci chování, alocentrický vzorec chování je tudíž poměrně ojedinělý.

4.1.4.3 Mayo

Dalším, kdo se snažil popsat chování a přístupy turistů pomocí užití dvou metod, multidimenzionální škály a psychografické segmentace, byl Mayo (1975), který provedl výzkum s turisty jedoucími na svou dovolenou do národního parku automobilem.

Dle Maya (1975:14) byl z metodologického hlediska nejdříve rozdán dotazník, který lidé jedoucí na svou letní dovolenou automobilem sami vyplnili. Dle něj bylo rozdáno 670 dotazníků s návratností asi 28%, kde vyplnili své demografické údaje a údaje o svém výletu a také své znalosti o destinaci, kam se vydali, a nakonec tito respondenti reagovali na 85 psychografických tvrzení s různými aspekty jejich běžného denního života, jejich přístupu k cestování a dalších prázdninových aktivit.

Výsledky jejich odpovědí byly dle Maya (1975:14) zajímavé, jelikož méně než 1 z 5 dotázaných uvedli, že ví dost informací o destinaci, kam se chystali, ve skutečnosti ale 52%

dotázaných uvedlo, že v podstatě nevěděli nic o místě, kam se chystali, což je zarážející z pohledu, co je přivádí do destinace o které neví vůbec nic. Dle něj však turisté obecně nemají mnoho informací o destinacích, které předtím již alespoň jednou nenavštívili. Mayo (1975:14-15) zde uvádí, stejně jako následně uváděl Litvin (2006:250), že se jedná o kompromis mezi jejich ideálním místem pobytu a toho, co si mohou dovolit. V odpovědích Mayo (1975:15) výzkumu se nejčastěji opakovali 3 důležité vlastnosti destinace pro turisty, cestující na letní dovolenou autem, a to:

- 1) Krásná scenerie
- 2) Místo málo vytížené lidmi a industriálními zónami
- 3) Příjemné klima

Na základě těchto tří aspektů hodnotí turisté destinace, na jejichž základě si poté vyberou tu, která je nejbližší jejich ideálu (Mayo, 1975:15).

Výchozí pro tuto studii bylo hodnocení národních parků, regionů a rezervací napříč USA v souvislosti se 3 výše zmíněnými aspekty (pro více informací viz Mayo 1975). Pro účely této práce byla však zajímavější druhá část výzkumu, a to ta, kde byla hodnocena psychografická segmentace v souvislosti s atraktivitou právě národních parků.

Dle Mayo (1975:16) výsledky hodnocení ukázaly pouze dva demografické faktory turistů související s atraktivitou národních parků, a to vyšší vzdělání a vyšší příjmy. Dle něj atraktivita národních parků nesouvisela s žádnými dalšími demografickými faktory, kterými jsou pohlaví, věk, místo bydliště, zaměstnání či velikost rodiny. (Zajímavostí pak může být právě informace týkající se výše příjmů v závislosti na atraktivitě k určité destinaci, neboť právě vyšší příjmy Plog [viz 4.1.4.2.3 Midcentrik] vyvrací jako faktor zohledňující typ účastníka cestovního ruchu.) Právě kvůli pokusu blíže specifikovat atraktivitu národních parků u respondentů bylo rozdán dotazník s 85 psychografickými výroky, které zahrnovaly respondentovy běžné denní aktivity, zájmy, názory a jeho postoje a přístupy vůči dalším aspektům dovolené, typům destinací či obecné chování v rámci spotřeby (Mayo, 1975:16). Na tomto základě byla dle něj stanovena hypotéza, která v podstatě tvrdila, že vzhled do osobnosti turistů a jeho postoje, přístupy a motivace by mohly být získány na základě nejen otázek ohledně dovolené a destinace, ale i otázek z jiných aspektů jeho života.

Z 85 těchto výroků se 18 z nich týkalo z velké části hodnocení atraktivity přidělené národním parkům a těchto 18 vlastností bylo rozřazeno do 7 základních životních stylů či

typů osobností, které nejvíce vystihují jedince, kteří jsou přitahováni národními parky v USA (Mayo, 1975:16).

4.1.4.3.1 Typ: The Adventurer (Dobrodružný typ)

Tento typ osobnosti je popsán jako dobrodružný člověk, který se rád rozhoduje pro nebezpečí a adrenalin, rád cestuje do neznámých oblastí, možná až do zvláštního prostředí a nevidilo by mu vlastnit a létat svým vlastním letadlem (Mayo, 1975:16).

Turisté, kteří si užívají dobrodružství a „neznámo“ jsou dle něj přitahováni národními parky a Mayo (1975:16) také spekuluje, že je nepravděpodobné, že se tito lidé vrací zpět na místa, která již jednou navštívili.

4.1.4.3.2 „The Nonplanner“ (Neplánovací typ)

Dle Mayo (1975:17) je tento typ národními parky přitahován více. Dle něj jsou turisté přitahováni národními parky dobrodružnější a dovolenou spíše neplánují, což jim díky automobilu umožňuje lépe a rychleji uniknout od všedního života a denní rutiny, a také, uvádí, že neplánovaná cesta je daleko větší dobrodružství než cesta plánovaná.

4.1.4.3.3 „The Impulsive decision maker“ (Impulsivní typ)

Mayo (1975:17) zde naznačuje, že turisté, pro které je národní park atraktivní, jsou impulsivní v rozhodování – spontánní v nakupování a lidé, kteří podléhají „kouzlu okamžiku“. Dle něj je tento typ podobný dvěma diskutovanými předtím a spontánní rozhodování činí dovolenou pro tento typ člověka více dobrodružné a zábavnější.

4.1.4.3.4 „The Action oriented person“ (Akční typ)

Mayo (1975:17) zde odhaduje, že tento typ člověka je spíše akční, tudíž je pro něj důležité udržovat fyzickou aktivitu, zatímco jízda autem ho příliš nebaví. Dle něj se znovu jedná o popis související i s předchozími již popsanými typy, kdy tento člověk je také impulsivní, dobrodružný, a hlavně se nerad nudí.

4.1.4.3.5 „The Outdoorsman“ (Venkovní typ)

Zde Mayo (1975:17) dochází k závěru, že tento člověk je přitahován národními parky, neboť rád tráví čas v přírodě a její blízkosti, například kempováním.

4.1.4.3.6 „The Escapist“ (Prchající typ)

V tomto případě tito lidé vykazovali silnou potřebu v pravidelných časových intervalech uniknout od lidí a davů a občas strávit čas o samotě (Mayo, 1975:17). Změna režimu a prostředí je, dle něj, společně s přírodou, pro tyto turisty důležitá, stejně tak jako pro již zmíněný impulsivní typ.

4.1.4.3.7 „The Self-Designated Opinion Leader“ (Radící typ)

Tito lidé byli Mayem (1975:17) popsáni jako ti, kteří mají dobré přesvědčovací schopnosti a jejich vrstevníci či kolegové by si k těmto lidem mohli přijít pro radu, neboť vstupují jako dobrodružné typy s mnoha zkušenostmi z nových, či neobvyklých situací.

Závěrem Mayo (1975:17) shrnuje všechny podstatné rysy lidí, pro které jsou národní parky atraktivní. Jsou jím popsáni jako dobrodružní, impulsivní a akční jedinci se zájmem o přírodu. Dle něj tito lidé pravidelně potřebují opustit přeplněná místa a davy, své dovolené neplánují do přílišných detailů a sami sebe berou jako člověka, který nejen umí přesvědčovat ostatní, ale za kterým si i lze přijít pro radu.

4.1.4.4 Shih

Shih (1986) přišel s nápadem využít VALS analýzu, která do té doby byla využívána především k účelům marketingu v oblasti cestovního ruchu. Tato studie dle něj běžela v rámci reklamní kampaně pořádanou obchodním oddělením pensylvánského Výboru pro vývoj reklamy a cestovního ruchu (z angl. „Department of Commerce, Bureau of Travel Development“) k měření efektivity programu kampaně a vytváří základní databázi pro budoucí marketingová a investiční rozhodnutí. Shih (1986) také tvrdí, že tato metoda byla využita z důvodu generování přesnějších dat využitelných pro strategické plánování rozvoje cestovního ruchu.

4.1.4.4.1 VALS analýza

Shih (1986:2) zmiňuje, že zatímco demografické proměnné jsou stále důležité, další informace o skupinách spotřebitelů jsou nezbytně nutné. V rámci rozvoje byl Výborem pro cestovní rozvoj proveden výzkum, který byl rozšířen tak, aby zahrnoval i

posouzení hodnot a životního stylu spotřebitelů (přeloženo z ang. Values and Lifestyle) čili VALS metodologii k vyhodnocení pravidelné stopovací studie (Shih, 1986:2).

Shih (1986) ve svém článku shrnul koncept VALS a některá z klíčových zjištění, která se k VALS vztahují, a nakonec se soustředil především na 3 hlavní oblasti: profil návštěvníka, kritéria pro výběr destinace a dojem Pensylvánie na spotřebitele. Pro potřeby této práce byly vybrány 2 klíčové oblasti, a to profil návštěvníka a kritéria pro výběr destinace.

4.1.4.4.2 VALS typologie

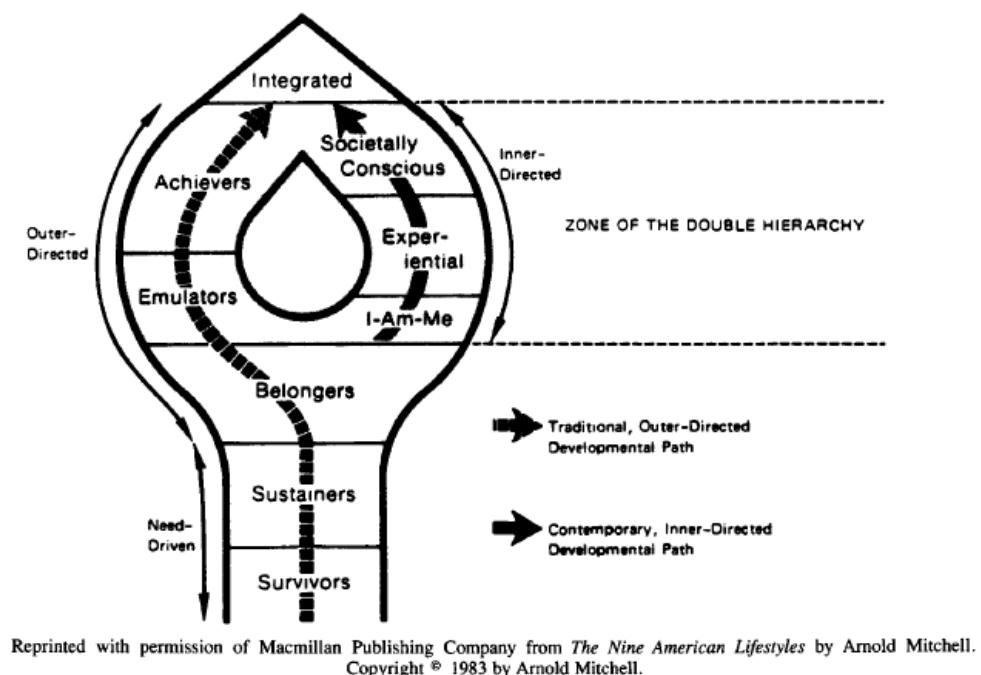
Shih (1986:2) hned ze začátku článku cituje Mitchella (1983 in Shih, 1986:2), který zastává názor, že VALS je v podstatě způsob, kterým se lze dívat na lidi skrz jejich přístup, potřeby, touhy a víry, stejně tak jako skrz demografické údaje, a že systém byl vytvořen ve snaze upevnit ho do mysli nás, kteří jsme se snažili porozumět trendům naší doby na trhu, ekonomicky, politicky, sociologicky i lidsky.

Základem Values and Lifestyles programu je VALS typologie, díky ní Shih (1986) rozděluje Američany do 7 základních životních stylů nebo typů, které jsou rozřazeny do 4 kategorií založených na obrazu jich samotných, jejich touhách, jejich hodnotách a vírách a produktech, které užívají. 4 kategorie a 9 životních stylů jsou následující (Shih, 1986:2):

1. „Need-driven groups“ („need-driven“ – z angl. „řídící se potřebou“)
 1. „Survivor lifestyle“ („survive“ – z angl. „přežít“)
 2. „Sustainer lifestyle“ („sustain“ – z angl. „udržet“, „udržovat“)
2. „Outer-directed groups“ („outer-directed“ – z angl. „směřované ven“)
 1. „Belonger lifestyle“ („belong“ – z angl. „náležet“, „patřit“)
 2. „Emulator lifestyle“ („emulator“ – z angl. „schopnost napodobit“)
 3. „Achiever lifestyle“ („achieve“ – z angl. „dosáhnout“, „docílit“)
3. „Inner-directed groups“ („inner-directed“ – z angl. „směřované dovnitř“)
 1. „I-am-me lifestyle“ („I am me“ – z angl. „já jsem já“)
 2. „Experiential lifestyle“ (experience – z angl. „zkušenost“, „zážitek“)
 3. „Societally conscious lifestyle“ („societally conscious“ – z angl. „společensky uvědomělí“, „společensky odpovědní“)
4. „Combined outer- and inner-directed group“ („combined outer- and inner-directed“ – z angl. „kombinace směřovaných ven a dovnitř“)
 1. „Integrated lifestyle“

Dle Shiha (1986:2) tyto životní styly nejsou fixní a neměnné a mnoho lidí roste z jedné úrovně do druhé jako děti, dospívající a dospělí. Způsob, jakým se dle něj orientují skupiny vně a dovnitř jsou graficky znázorněny na obrázku 5.

Shih (1986:2-3) uvádí, že klasifikovat člověka podle devíti typů VALS je těžký úkol, protože jedinec může svými vlastnostmi zasahovat do více kategorií. Dle něj může mít jeden člověk tendence náležící k „Belonger lifestyle“ v obchodě s jídlem a ten samý člověk může vykazovat tendence „Achiever lifestyle“ v obchodě s auty, což je jedno z omezení VALS typologie.



Obrázek 5: 9 amerických životních stylů
Zdroj: Shih (1986)

4.1.4.4.2.1 „Need-driven groups“

Dle Shiha (1986:3) se lidé skupinách řídící se potřebou pochází z chudých poměrů, jejich životy jsou řízeny na základě potřeby, a ne na základě volby, což znamená, že jsou méně schopni vyjádřit své hodnoty a postoje. V době výzkumu to bylo asi 17 milionů Američanů (11% tehdejší americké populace) spadající do této skupiny (Shih, 1986:3).

1. „Survivors“

Dle něj je toto nejvíce znevýhodněná skupina, „survivors“ jsou jedinci, kteří jsou sklíčení a uzavření a mají jen velmi malou šanci na zlepšení kvůli extrémní chudobě, nedostatku vzdělání, vysokého věku a za další mají malý přístup ke způsobům, které by

jim pomohly zlepšit jejich životní podmínky. Jejich aktivity jsou omezené a jejich spotřeba zrcadlí jejich důraz na uspokojení jejich základních a okamžitých potřeb (Shih, 1986:3).

2. „Sustainers“

Členové této skupiny se dle Shiha (1986:3) potácí na hranici chudoby, nicméně nadějně. Jsou o trochu bohatší a mladší než skupina „survivors“, ale stále nejsou součástí normální společenské většiny a ze všech skupin jsou nejvíce nespokojeni se svou finanční situací, jsou nejvíce dychtiví po změně svého ekonomického statusu k lepšímu (Shih, 1986:3).

4.1.4.4.2 Skupiny orientované navenek (Outer-directed groups)

Dle Shiha (1986:3) v době výzkumu tato skupina utvářela (a stále ještě pravděpodobně utváří) střední třídu Ameriky, byla to 2/3 populace Ameriky, což činilo něco přes 100 milionů obyvatel. Příslušníci této skupiny jsou dle něj velmi znepokojeni tím, co si o nich myslí ostatní a přizpůsobují svůj život tomu, jak je ostatní i vnímají.

1. „Belongers“

„Belongers“ jsou největší skupinou v této typologii obsahující velkou, zpohodlněnou, střední vrstvu, vedou nekomplikovaný, konzervativní, konvenční a pohodlný život zaměřený na rodinu a domov, jsou vysoce přizpůsobiví a velmi patriotičtí (Shih, 1986:3).

2. „Emulators“

Naopak od spokojených „belongers“, „emulators“ se dle Shiha (1986:3) snaží „něčeho dosáhnout“ (z angl. „make it big“) a stát se „achievers“ tradiční a přirozenou cestou; jsou soutěživí, hrdí na svou mužnost (z angl. macho) a vědomi si svého statutu. Také jsou dle něj charakterizováni nízkým věkem, velkým počtem menšin a vysokým počtem zaměstnanců na hlavní pracovní poměr.

3. „Achievers“

„Achievers“ jsou dle Shiha (1986:3) druhou největší skupinou, jsou šťastní, úspěšní, tvrdě pracující, spoléhají sami na sebe a jsou na tom finančně dobře. Jsou dle něj více nakloněni mužům, dobře vzdělaní a s velkou koncentrací v manažerských a

profesionálních pozicích. Když cestují, většinou cestují letadly, zůstávají v hotelech nebo motelech, využívají aut z půjčoven a pro cestování za byznysem využívají cestovních agentů (Shih, 1986:3).

4.1.4.4.2.3 Skupiny orientované dovnitř (Inner-directed groups)

Shih (1986:3) uvádí, že asi jedna pětina populace řídí svůj život na základě vlastních rozhodnutí, než aby si od ostatních nechali radit, jak mají žít. Dle něj jsou jejich hlavní odměny především vnitřní a emocionální, více než vnější a materialistické, jako tomu je u skupiny „orientované navenek“.

1. „I-am-me“

Členové „I-am-me“ skupiny charakterizuje Shih (1986:3) jako převážně mladé, plné zmatků a jen málo vyznávající se v emocích. Dle něj velmi dramaticky předvádí jejich dravý individualismus, často skrze bizarní chování. Tato skupina je také dle Shiha (1986:3) více definována muži a skoro všichni zde jsou nezadaní.

2. „Experimentals“

„Experimentals“ jsou dle tvrzení Shiha (1986:4) ze všech VALS skupin skupinou, která se nejvíce „orientuje dovnitř“. Tyto lidi dle něj zajímá proces života, hledají přímé zážitky, skutečnou účast a pocit vlastního vnitřního růstu a jsou mladí, dobře vzdělaní, umělečtí a zajímá je vše exotické, zvláštní a přírodní, jako třeba organické pěstování.

3. „Societally conscious“

Další VALS skupina se životním stylem sociálního uvědomění je v mnoha ohledech dle Shiha (1986:4) zrcadlem skupiny „achievers“. Dle něj se zaměřují však spíše na materiální dostatek než na přímo materialismus, obecně vzato je tato skupina orientována na poslání a příčinu a mají smysl pro sociální odpovědnost. Ukazuje se, že jejich oblíbenými tématy jsou ochrana přírody, jednoduchost, šetrnost a znepokojení environmentální situací (Shih, 1986:4).

4.1.4.4.2.4 „Combined outer- and inner-directed group“

1. „Integrated lifestyle“

Jako poslední, na vrcholku typologie VALS, uvádí Shih (1986:6) vzácnou skupinu lidí, kteří kombinují všechno dohromady a zkombinovali sílu z jedné skupiny orientované navenek s citlivostí skupiny orientované dovnitř.

Dle jeho slov jsou velmi vyspělí v psychologickém slova smyslu, jsou schopni vidět problém z mnoha úhlů pohledu, pokud je to nezbytné, jsou schopni vést a jsou schopni zvládnout vedlejší roli, pokud to situace vyžaduje. Tito lidé jsou dle něj většinou sebejistí, seberealizovaní, vyjadřují sama sebe, jsou si vědomi problémů a jiných názorů a často dychtí po světovém rozhledu.

Díky prchavosti integrovaného životního stylu a malého populačního vzorku je velmi obtížné identifikovat její demografické vlastnosti včetně přístupů a chování skupiny, jak tomu bylo u předešlých osmi identifikovaných skupin (Shih, 1986:6).

4.1.5 Udržitelnost cestovního ruchu

Svět se stále více propojuje a některé mýty se pomalu boří. Nicméně přes nepopíratelné přínosy cestovního ruchu je nutné uvědomit si i rizika, které s sebou přináší, a aby namísto pozitivního dopadu, neměl spíše dopad negativní. Aneb jak praví jedno obecné přísloví: “Oheň je dobrý sluha, ale špatný pán”. Totéž by totiž mohlo být uplatněno právě i v kontextu cestovního ruchu.

Na destinaci lze pohlížet také jako na produkt cestovního ruchu, na který, stejně jako v marketingu, lze aplikovat různé analýzy, modely a koncepce, čemuž se věnuje management udržitelnosti cestovního ruchu (např. green management, responsibility management apod.).

Úzce s tím souvisí i životní cyklus produktů, který znázorňuje vývoj produktu v časové křivce od zavedení produktu na trh, přes růst, zralost až po úpadek (Jakubíková 2013:109). Dle Páskové (2014:93-95) byl tento model životního cyklu produktu zaveden do ekonomie Vernonem (1966 in Pásková, 2014) a dále rozvíjen Pollim a Cookem (1969 in Pásková, 2014), přičemž až poté byl převzat do marketingu a v teorii cestovního ruchu začal být model životnosti užíván až v 80. letech 20. století právě s ohledem na vývoj destinace.

4.1.5.1 Model životního cyklu destinace

Dle Páskové (2014) z hlediska vývoje konceptu, Butler (1980 in Pásková, 2014), jehož koncept se dnes využívá nejvíce, nebyl prvním, kdo přišel s modelem životního cyklu destinace. Dle ní začal koncept prvně pomalu krystalizovat díky Christallerovi (1963 in Pásková, 2014) a jeho předvídavosti vývoje destinace na základě jednotlivých fází vývoje, který taktéž jako jeden z prvních provedl segmentaci návštěvníků cestovního ruchu a s další segmentací přišel 1972 Cohen, který se jako první dotkl sociologie v cestovním ruchu a segmentace účastníků rozlišující dobu návštěvy v závislosti na konkrétním stupni vývoje dané destinace, a na kterou poté navázal Plog (1974).

Pásková (2014) dále zmiňuje přínosný koncept, kterým se stal Doxeyho (1975 in Pásková, 2014) „iritační index“, ten se sice nezabýval samotným rozdělením cyklu destinace, ale vztahem místních obyvatel k přicházejícím turistům v závislosti na fázi životního cyklu, ve které se destinace nachází.

Dalším, kdo začal rozvíjet samotný koncept životního cyklu destinace, byl, dle Páskové (2014) Noronha (1979 in Pásková, 2014), který cyklus rozdělil do 3 fází:

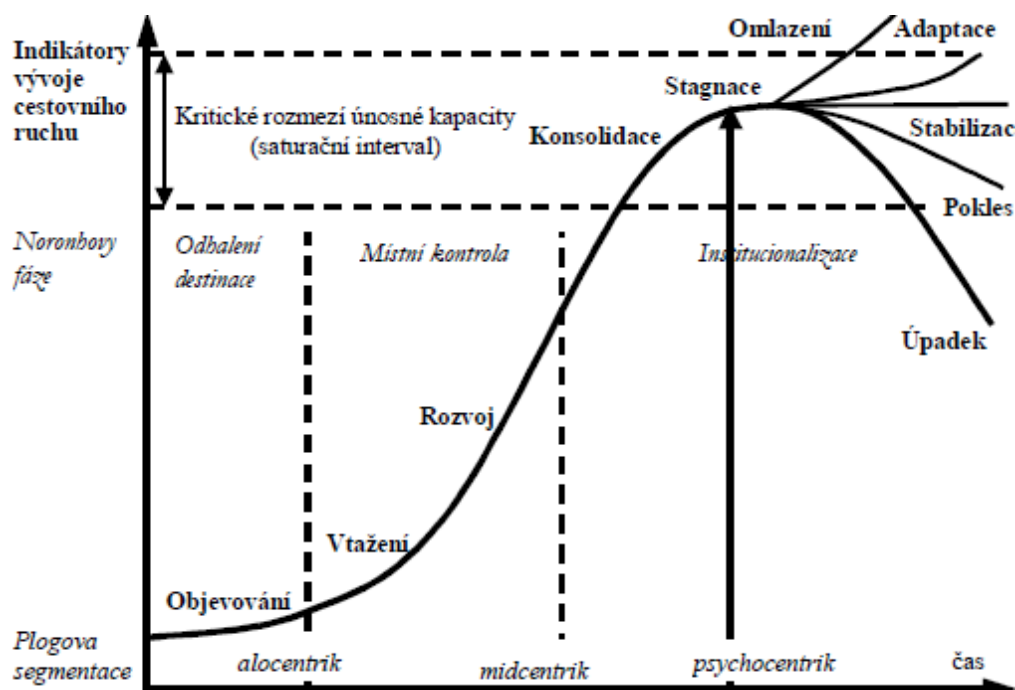
1. odhalení destinace
2. místní kontrola
3. institucionalizace.

Dle Páskové (2014:111) se však Butlerův (1980 in Pásková, 2014) koncept životního cyklu destinace cestovního ruchu z roku 1980 stal prvním teoreticky uceleným výkladem destinačního vývoje a „Butler (1980) byl vůbec prvním, kdo úspěšně transformoval Christallerovy (1963), Cohenovy (1972), Plogovy (1973) Doxeyho (1975), Noronhovy (1976), Mioseccovy (1976) a Stansfieldovy (1978) myšlenky destinačního vývoje do konzistentního teoretického rámce, založeného na konceptu životního cyklu produktu, resp. teorie výrobního cyklu.“

Butlerův (1980 in Pásková, 2014) model vykresluje 6 základních fází vývoje destinace CR, které jsou zobrazeny na Obrázku 6 Dle Páskové (2014) jsou fáze následující:

1. Fáze objevení
2. Fáze vtažení
3. Fáze rozvoje
4. Fáze konsolidace

5. Fáze Stagnace
6. Fáze Poststagnace
 - a. Úpadek
 - b. Pokles
 - c. Stabilizace
 - d. Adaptace
 - e. Omlazení



Obrázek 6: Životní cyklus destinace – rozšíření
Zdroj: Pásková (2014)

Zatímco Butler (1980 in Pásková, 2014:94) ve svém schématu znázornil čistě fáze vývoje, Pásková (2014:94) rozšířila schéma i o fáze Butlerova (1980 in Pásková, 2014) přechůdce Noronha (1976 in Pásková, 2014) a začlenila do schématu i Plogovu (1974) segmentaci účastníků cestovního ruchu, viz Obrázek 6.

4.1.5.1.1 Plogova segmentace v kontextu životního cyklu destinace

Ve studiích rozvíjejících se programů v závislosti na několika velkých vzorků lidí s odlišnou národností pro odlišné letecké společnosti byli Plog (1974) a jeho tým schopni nalézt a použít koncept alocentriků a psychocentriků pro širší trh. Z tohoto výzkumu

shrnuje Plog (1974) některé z těch více důležitějších cestovatelských charakteristik alocentriků a psychocentriků a zdůvodnění, proč to vede k jinému úhlu pohledu na rostoucí a klesající popularitu destinací.

Na základě rozdělení do fází vývoje životního cyklu destinace, nyní přepracováno a znázorněného Páskovou (2014) na předchozím Obrázku 6, lze vyzdvihnout, co se běžně stává turistickým destinacím. Postupně se posouvají v kontinuu, kdy nejdříve přitahují alocentriky a nakonec psychocentriky, a kdy z hlediska životního cyklu destinace jsou psychocentriky přitahováni až v momentě, kdy destinace v samotném vývoji stagnuje a následuje několik variant k řešení hranice únosné kapacity destinace, kterými jsou omlazení, adaptace, stabilizace, anebo pokles a úpadek.

Dle Ploga (1974:58) první lidé, kteří objevují novou oblast jsou alocentrici, kteří si užívají smysl objevování a rádi se ponoří do aktivit, které jsou v oblasti stále ještě přirozené. Podle něj, když se alocentrici začnou zmiňovat o těchto destinacích svým známým, se toto místo může stát populárním, což vede ke vzniku trhu cestovního ruchu a destinaci začnou navštěvovat tzv. kvazi alocentrici (překlad Pásková, 2014:112). Kvazi-alocentrici nejsou objevitelé, nýbrž jsou blízko za objevením, a právě zvyšující se číslo účastníků cestovního ruchu poté láká další návštěvníky, což dává za vznik turistickým resortům, hotelům, restauracím a plně běžného, komfortního vybavení, tím pádem se resorty posouvají dál kontinuem na psychografické škále v závislosti na tom, jaký typ cestovatelů přitahují (Plog, 1974:58).

Čím více se destinace stává populární, tím spíše si ji vybírají midcentrikové, což značí další růst účastníků cestovního ruchu opět vede ke vzniku dalších resortů – hotelů, turistických obchodů, organizovaným aktivitám pro turisty a běžným službám, které jsou k dispozici ve „vyspělých“ resortech (Plog, 1974:58). Dle něj se už v této fázi alocentrikové o tuto oblast nezajímají, neboť ztratila kouzlo své přirozenosti. Doted' příchod každé nové skupiny účastníků cestovního ruchu znamenala větší potenciál přitažlivosti destinace pro další skupiny, avšak další rozvoj turisticky atraktivních oblastí s sebou nese hrozbu hlubokého zasažení do této oblasti, kterou může způsobit právě životaschopný turistický resort (Plog, 1974:58).

V následujícím bodě destinace dosáhla maxima svého potenciálu, protože nyní přitahuje nejširší možnou veřejnost. Když destinace přesáhne středního bodu křivky dle

typu příchozích návštěvníků, dle Ploga (1974:58) může nastat několik závažných věcí – destinace nadále přitahuje typ lidí, skládající se převážně z midcentriků a kvazi-psychocentriků. Od tohoto bodu dále destinace přitahuje především psychocentrickou složku občanů, a to ve smyslu, jak moc tato destinace roste či klesá na popularitě, začne přitahovat menší počet návštěvníků (křivka Plogova (1974) modelu (viz Obrázek 3) začíná postupně klesat). Dle Ploga (1974:58) je však důležitější fakt, že tito účastníci cestovního ruchu mají svá specifika, díky kterým je obtížné je zaujmout, a do destinací pak cestují pouze proto, že se staly velmi populární, a právě svou popularitou je tato destinace přesvědčí, že stojí za navštívení.

Dle Plogových (1974:58) slov si tím pádem lze představit destinaci posouvající se napříč tímto spektrem, postupně nebo pomalu, ale příliš často neúprosně vpřed potenciálu vlastní záhuby. Dle něj si destinace s sebou nesou potenciální zárodky k sebedestrukci a s větší komercializací ztrácí právě tu kvalitu přirozenosti, která ze začátku turisty nejvíce přitahovala.

4.1.6 Srovnání typologií

Následující tabulku (viz Obrázek 7) lze pomyslně dle aktivního poznání rozdělit do 2 částí – levou a pravou. V levé části se nachází „the organized mass tourist“ a „the individual mass tourist“ dle Cohenovy (1972) typologie a psychocentrik, příp. kvazi-psychocentrik, dle Plogovy (1974) segmentace. Pro zjednodušení lze levou část tabulky zobecnit dle Plogovy (1974) terminologie na „psychocentrickou část“.

V pravé části tabulky 1 pak lze nalézt dle definice Cohena (1972) „the explorer“ a „the drifter“, dle Plogovy segmentace (1974) alocentrika kvazi-alocentrika a dle Maya (1975) všechny zmíněné typy jeho segmentace: „the adventurer“, „the non-planner“, „the impulsive decision maker“, „the self-designated opinion leader“, „the action oriented person“, „the outdoorsman“ i „the escapist“. Pro zjednodušení lze pravou část tabulky opět zobecnit dle Plogovy (1974) terminologie na více „alocentrickou část“.

U popisu jednotlivých typů si lze všimnout, že velkou roli v typologiích všech autorů hraje aktivní poznání a schopnost vystoupit ze své environmentální bubliny. Zatímco u psychocentrické části tabulky lze nalézt typy turistů zaměřených spíše na masový cestovní ruch a psychocentrické destinace, u alocentrické části tabulky si lze všimnout deskripce jako „hledá nepoznaná místa“, „neturistické, nenavštívené destinace“,

„volí neznámé destinace“, „aktivní člověk“, „dobrodružný člověk“ apod., které dokazují pravý opak zmíněných typů cestovatelů.

Z důvodu komplikovanosti typologie VALS (Shih, 1986), která se více zabývá jednotlivými styly života jedinců, nelze jednoznačně určit, do jaké části tabulky jednotlivé popisy spadají, neboť mnohé z nich se netýkají ani cestování, vnímání prostoru, nebo environmentální bubliny, ale obecného přístupu k životu, který může zasahovat do obou částí, psychocentrické i alocentrické. V praktickém užití by proto mohlo být zajímavé tato dvě odlišná pojetí kombinovat, ne je však zahrnout do jedné obecné syntézy. I z toho důvodu, včetně složitějšího grafického znázornění, je typologie VALS vynechána z kombinací zobecněných psychocentrických i alocentrických definic.

U výše zmíněné typologie levé (psychocentrické) a pravé (alocentrické) části byla záměrně použita terminologie „turista“ vs. „cestovatel“, neboť na základě dohledaných informací lze pro účely této bakalářské práce definovat nové chápání těchto dvou pojmů. Turista v obecném znění Výkladového slovníku cestovního ruchu (Zelenka a Pásková, 2014:578): *„statistické vymezení UNWTO: cestující, který se zdrží v navštíveném místě alespoň 24 hodin za účelem využití volného času a v tomto místě též přespí v hromadném nebo soukromém ubytovacím zařízení (přespání je klíčové z hlediska rozlišení v mezinárodních statistikách). Podle vztahu k zemi pobytu a mezinárodním statistikám se rozlišují domácí turista, mezinárodní turista a zahraniční turista. V České republice a Slovenské republice je všeobecně přijímáno pojetí UNWTO.“*

Cestovatel je pak ve slovníku definován jako *„účastník CR, který cestuje se silnou motivací objevovat, poznávat, procítit, prožít. ...“* (Zelenka a Pásková, 2014:81).

Turista v pojetí této práce je člověk, který vyhledává většinu času vyšší komfort a pohodlí, kde netrpí jeho environmentální bublina (známé prostředí, minimum poznání navštívené kultury, pasivní vnímání okolního prostředí a prostoru, většinou jasně stanovený itinerář, méně dobrodružný člověk, nevyhledává adrenalin z důvodu možného nastání nepředpokládané situace), většinou jezdí na dovolenou v rámci nabídky cestovních kanceláří a agentur, které mu poskytnou pomoc a zázemí, když nastanou právě nepředpokládané situace. Turista většinou setrvává celou dobu pobytu na jednom místě a nemá potřebu poznávat další okolní nebo i jiná místa.

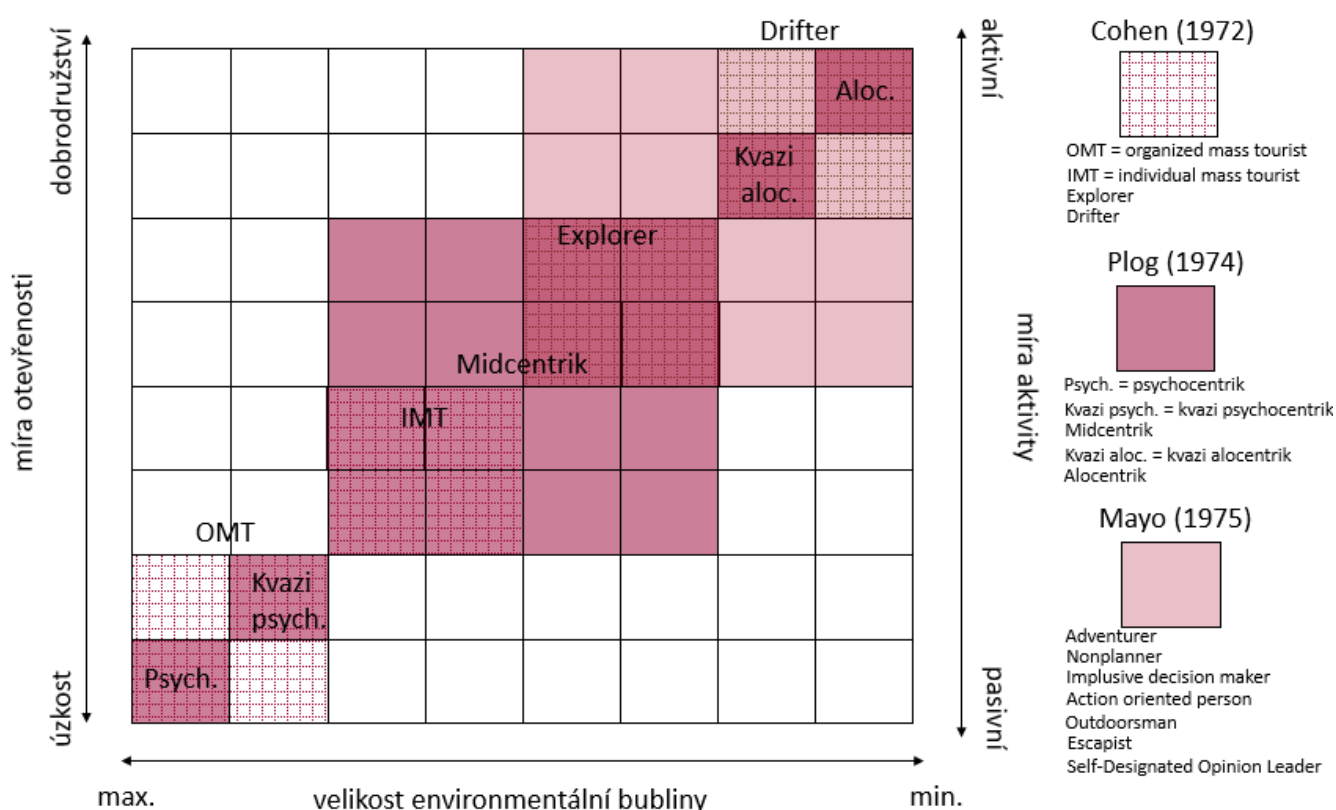
Naopak cestovatel je v pojetí této práce chápán jako člověk, kterému nevadí diskomfort (i když může být jen dočasný), má malou nebo žádnou environmentální bublinu (rád objevuje nové prostředí, snaží se poznat danou kulturu, aktivně poznává okolní prostředí a prostor většinou díky vlastnímu aktivnímu fyzickému úsilí, může mít stanovený vlastní itinerář tak, aby toho co nejvíce poznal nebo si nechává dostatečný prostor pro vlastní spontánní rozhodnutí, je to dobrodružný člověk se zájmem o přírodu), organizovaným zájezdům se vyhýbá a většinou nesetrvává pouze na jednom místě, nýbrž objevuje.

Ve výše zmíněných definicích by se dal zohlednit i čas strávený na cestě, četnost cest za určité období, nebo doba strávená v určité destinaci (destinacích). K těmto závěrům však definice výše zmiňovaných autorů [Cohen (1972), Plog (1974), Mayo (1975)] neposkytuje dostatečné informace, tudíž nelze dojít k předběžným závěrům a pouze se dá odrazit od ustálených definic, např. právě z již zmíněného Výkladového slovníku cestovního ruchu Zelenka – Pásková (2014).

Cohen			
"the organized mass tourist"	"the individual mass tourist"	"the explorer"	"the drifter"
nejméně dobrodružný, největší environmentální bublina, volí vysoký komfort (balíčky), předeem stanovený itinerář, minimum nebo žádná vlastní rozhodnutí	podobný typu "the organized mass tourist", ale rozhoduje o svém volném čase, také volí balíčky, ale má trochu větší míru poznání	dovolenou si organizuje sám, hledá nepoznaná místa, ale zároveň jisté ubytování, snaží se používat jazyk místních, má menší environmentální bublinu	organizuje sám, všemu organizovanému jinými se vyvaruje, občas pracuje pro místní nebo s nimi bydlí, otevírá se naprosto kultuře cizí, v podstatě nemá žádnou environmentální bublinu
Plog			
psychocentrik		alocentrik	
při cestování preferuje známé prostředí a destinace, do kterých může řídit, má rád všední aktivity i na dovolené, preferuje pláže, písek a relaxaci (nízká míra pohybu), preferuje turistické ubytování (hotelové vybavení, restaurace, turistické obchody), má rád známou stravu, známou zábavu, absenci cizí atmosféry a prostředí (velká environmentální bublina), preferuje "balíčky" s jasně stanoveným itinerářem tak, aby se nemusel o nic starat			preferuje neturistické destinace, nenaštvívené a jiné, do kterých může letět (vzdálenější), rád objevuje nová a odlišná místa, libuje si v nových zážitcích (vysoká míra pohybu), ubytování by mělo být adekvátní destinaci, ne nezbytně moderní, užívá si kontakt s novými lidmi z odlišných kultur, poznávání (minimální nebo žádná environmentální bublina), většinou plánuje pouze dopravu a ubytování, zanechává si volnost a flexibilitu
Mayo			
"adventurer"	"non-planner"	"impulsive"	"opinion leader"
dobrodružný člověk, zájem o nebezpečí a adrenalin, volí neznámé destinace	dovolenou neplánuje, dobrodružný člověk, rád uniká od všedního života, rád řídí auto	impulsivní v rozhodování, spontánní a dobrodružný člověk	vystupuje jako dobrodružný člověk plný zkušeností, s tendencemi radit ostatním
"action"	"outdoorsman"	"escapist"	
akční, fyzicky a aktivní, dobrodružný člověk, který se nerad nudí (např. nerad dlouho řídí auto)	rád tráví čas v přírodě, např. kempováním	důležitá je pro něj změna prostředí, kdy se vyhne davům a vyhledává klid a přírodu	

Obrázek 7: Souhrn a porovnání segmentací psychografických skupin
Zdroj: vlastní zpracování podle Cohen (1972), Plog (1974), Mayo (1975)

Na základě Obrázku 7 bylo sestaveno schéma (viz Obrázek 8), které bylo rozděleno do čtyř velkých kvadrantů, a které se dále dělí do kvadrantů menších. To zohledňuje několik faktorů, a to: velikost environmentální bubliny (malá vs. velká), míra otevřenosti vůči okolí (míra úzkosti vs. dobrodružství), míra aktivity (aktivní vs. pasivní), do kterého byly zasazeny typologie jednotlivých autorů.



Obrázek 8: Souhrn a porovnání segmentací psychografických skupin II
Zdroj: vlastní zpracování podle Cohen (1972), Plog (1974), Mayo (1975)

5 Empirická část

5.1 Interpretační fenomenologická analýza (IPA)

„IPA je považována za přístup, který poskytuje více prostoru pro kreativitu a svobodu výzkumného procesu než jiné kvalitativní přístupy. (...) Svoji teoretickou pozici IPA zakotvuje ve třech zdrojích – fenomenologii, hermeneutice a idiografickém přístupu.“ (Čermák a kol., 2013:9)

Čermák a kol. (2013:10) také uvádějí, že zatímco se fenomenologie snaží zachycenou zkušenost více popisovat bez jakýchkoli ovlivňování zkušenostmi interpretujícího, hermeneutika podporuje význam zkušenosti jako soubor jevů v širším kontextu vlivů zkoumaného jedince, ve kterém hraje největší roli životní perspektiva daného člověka.

Idiografický přístup pak vychází z podobných jevů jako hermeneutika, kdy zastává názor, že každý jedinec zažívá velmi specifickou životní situaci, zkušenost či událost schopnou interpretaci pouze z perspektivy interpretujícího (Čermák a kol., 2013:11).

Jelikož se jedná o navázání na kognitivní teoretickou část byla IPA vybrána kvůli možnosti detailní analýzy odpovědí jednotlivých respondentů a zohlednění vlivů na jejich způsob cestování stejně tak jako zohlednění jejich přístupu k těmto vlivům a pohled na vlastní žitou zkušenost, což je samotné činí výjimečnými. Během IPA také výzkumník přichází do přímého kontaktu s respondenty a může okamžitě reagovat na podněty během rozhovorů, které mohou mít přínos pro další vývoj výzkumu.

5.2 Přístupy – nomotetický a ideografický

V psychologii se užívají dvě metody výzkumu osobnosti, a to idiografický (taktéž idiosynkratický) a nomotetický, kdy idiografický přístup se zabývá jedinečností každé osobnosti (z řeckého slova *ιδιος*, znamenající vlastní nebo osobní) a nomotetický přístup se zabývá větším počtem osob, kdy hledá normy a zákonitosti (z řeckého slova *νομοθετικός*, znamenající normu či význam) (Çakirpaloglu, 2013).

Většina výzkumných prací v oblasti cestovního ruchu se zabývá obecnými charakteristikami segmentů účastníků výzkumu a snaží se udat nějakou normu, využitelnou pro potřeby dalšího vývoje CR (stejně jako typologie zmíněných autorů). Pro zkoumání jednotlivých příčin rozhodnutí daného jedince často není dostatečný prostor a

mnohdy ani velká poptávka, většinou se tedy jedná o nomotetické přístupy s kvantitativními metodami výzkumu.

Jak sám Cakirpaloglu (2013) tvrdí: „*Psychologická praxe neustále potvrzuje, že k vědeckému zkoumání osobnosti je třeba, aby se nomotetický a idiografický přístup vzájemně doplňovaly*“. Ve zmíněném kontextu se dle něj jednalo o psychologický vývoj jedince a poznání osobnosti jako takové, nicméně tento přístup stojí za to užít i mimo čistě psychologickou praxi.

Tato práce se v teoretické části tedy odráží především od výsledků kvantitativních výzkumů zmíněných autorů a jejich nomotetického přístupu, v empirické části se pak zabývá kvalitativní metodou, a to polostrukturovanými rozhovory s idiografickým přístupem analýzy.

5.3 Výzkumný vzorek a tvorba dat

IPA se zabývá výzkumnou otázkou, jak respondenti hodnotí určitou situaci, kterou si prošli a jaký má pro ně význam, obvykle nevychází z přechozího studia sekundárních dat, neboť v IPA se otázky pokládají otevřené a IPA se zabývá zkušeností a porozuměním danému jedinci (Čermák a kol., 2013:12).

Čermák a kol. (2013:13-14) doporučují jako velikost výzkumného vzorku IPA volit menší počet respondentů, pro potřeby studentských prací obvykle 3-6. Dle nich tento počet umožňuje detailní analýzu jednotlivých rozhovorů a zároveň jejich následné porovnání, kdy je však důležité, aby respondenti vhodně reprezentovali požadovaný zkoumaný fenomén (téma).

Tvorba dat poté nejčastěji probíhá formou polostrukturovaného rozhovoru, jak je tomu i v tomto případě, který dává dostatečnou možnost pro flexibilitu rozhovoru ze strany výzkumníka, i dostatečný prostor pro respondenta volně odpovídat na dané otázky (Čermák a kol., 2013:15).

Čtenář by na každý pád měl mít možnost sledovat „dějovou linii“ výzkumníka ukotvenou v textu citacemi respondentů a zároveň mít šanci vytvořit si na výsledek zkoumání, v tomto případě bakalářské práce, vlastní názor.

5.4 Charakteristika výběru vzorku respondentů

Jak je zmíněno na začátku teoretické části, tato práce se zabývá především psychografickým segmentem, čili se zaměřuje na postoje a životní styl jedinců týkající se cestování a jeho určitým upřednostňováním. Z tohoto důvodu byly vytipovány osoby spadající do pravého horního kvadrantu (viz Obrázek 8), což znamená spíše alocentrické osoby inklinující k aktivní formě cestování a poznávání, dobrodružné povahy, přitahované přírodou a ochotné vystoupit ze své environmentální bubliny.

Jedno z kritérií výběru respondentů byl věk – aby byl respondent schopen zhodnotit různé aspekty a fáze života, musel si jimi projít, proto je práce primárně zaměřená na osoby středního věku 40+ a při rozhovorech nebyli oslovováni mladí lidé do 30 let věku, pouze s jednou výjimkou a tou byl Jiří Mašek (*1994) – detailní zdůvodnění viz kapitola 5.3.4.

Dalším kritériem bylo i pohlaví z důvodu jiného pohledu na život (především rodinu a děti – u žen mateřské pudy). Ženu cestovatelku splňující kritéria alocentrického psychografického segmentu a věku, ochotnou podrobit se rozhovoru, se však podařilo sehnat pouze jednu – viz kapitola 5.3.1.

Hlavním aspektem výběru byl pak samotný postoj k cestování a jeho priorizace. Mezi jedinci lze nalézt respondenty, které cestování do alocentrických oblastí, alespoň z části, živí (viz respondenti č. 1, 2, 6 a 7), ale i respondenty, kteří cestování nemají jako zdroj obživy (viz respondenti 3, 4, 5), nýbrž cestují stylem, kterým je lze zařadit mezi kvazi-alocentrickou až alocentrickou složku účastníků cestovního ruchu, spadající právě do již výše zmíněného pravého horního kvadrantu Obrázku 8.

Formou polostrukturovaných rozhovorů byla provedena analýza odpovědí reflektující vnější faktory ovlivňující způsob jejich cestování a volby navštívených destinací v průběhu různých etap života, včetně otázek na odpovědnost při cestování do rozličných destinací, a to vůči místním obyvatelům, kultuře a přírodě, do kterých cestují.

5.4.1 Respondent č. 1 - Ludmila Puldová

Ludmila Puldová (*1967) je nejen cestovatelkou, ale i matkou. Za sebou má nespočet cest po Asii, Jižní Americe i Africe, kam se vydala nejen sama, ale několikrát především jako průvodce cestovní kanceláře Livingstone, pro kterou pracuje dodnes. Jako průvodkyně působí už cca 15 let, od narození dcery ale dává přednost trávení času s ní. Její srdcovou záležitostí však zůstává Himaláj a Nepál.

Rozhovor se uskutečnil v lednu na festivalu Go Kamera 2017 při příležitosti veletrhu cestovního ruchu GO v Brně. Lída byla oslovena na doporučení a oslovena přímo během veletrhu. Jelikož se jednalo o rozhovor první, dalo by se říct, že byl zároveň i testovací ze strany výzkumníka, jak otázky správně formulovat, jak reagovat na odpovědi, na co přesně se zaměřit apod. Prostředí rozhovoru bylo poněkud rušnější, formulace jejích odpovědí tak mohla být způsobena i náročnějším průběhem veletrhu, protože se jednalo o jeho několikátý den. Rozhovor trval cca 35 minut.

5.4.1.1 Identifikace témat z rozhovoru s respondentem č. 1

Ve vztahu Lídy k cestování je od mládí viditelná touha po změně, touha po pohybu, zážitcích a dobrodružství. Zdá se, že její počátky v cestování nebyly ani tak motivovány samotným poznáním konkrétních destinací, spíše jako pocitem nutnosti změny prostředí. Obecně by se toto dalo označit za touhu po neznámu, která ovlivnila její první cesty – jakmile se jí naskytla příležitost odjet, jela a v podstatě jí bylo jedno kam. I přesto, že v otázkách rozhovoru ze strany výzkumníka často zaznívala slova neznámo a poznání v motivech pro uskutečněnou cestu téměř jako synonyma, v analýze lze zpozorovat mírný rozdíl – kdy touha po neznámu a dobrodružství může být o stupínek výš před poznáním či naopak. Touha po poznání může totiž pramenit z přechozího dlouhodobého povědomí o konkrétní destinaci a touhy po jejím hlubším poznání na základě předem nasbíraných informací, zatímco touha po neznámu se může odlišovat tím, že o konkrétních plánovaných destinacích respondent nesnil dlouhodobě, nýbrž spíše obecně a impulsivně začal vyhledávat informace o destinaci až poté, co se víceméně náhodou rozhodl pak už konkrétní destinaci navštívit.

Toto se samozřejmě může vyvíjet s věkem. V případě Lídy, kdy na otázku proč se poprvé rozhodla vyrazit stopem právě do Nepálu a Indie, kdy jí bylo asi 23 let, odpověděla: „*Hory, asi hory. Tam prostě... osmitisícovky, tam se prostě psaly nějaký ty expedice, bylo to království do, já nevím, 50. let uzavřeno pro turisty... Tak ten Nepál nás nějak napadl...*“

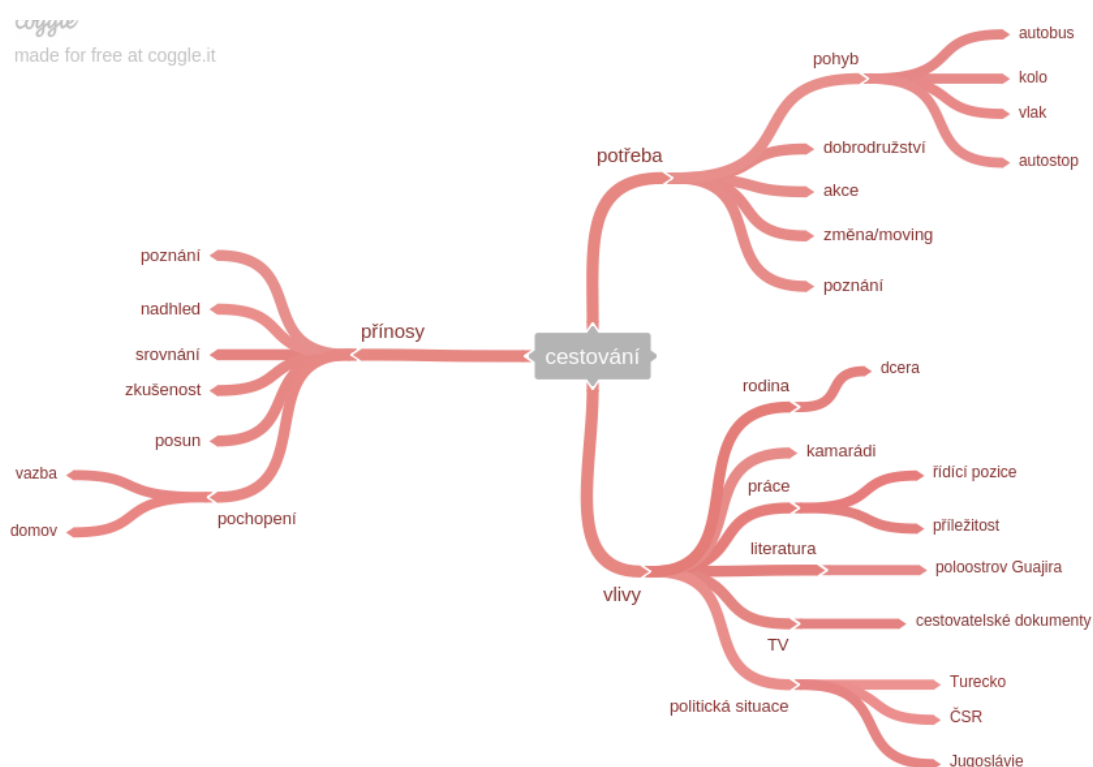
Slovem „asi“ naznačila, jakoby si nebyla úplně jistá přesným motivem, táhlo jí pravděpodobně spíše „neznámo“, hory, dálka, výzva, dobrodružství, pohyb, možnost jet, než konkrétní destinace Nepál a Indie, o kterých si více začala zjišťovat informace až když se pro cestu rozhodla. Její další návštěvy však mohly být motivovány právě touhou po hlubším poznání na základě již nasbíraných informací, které o zemi získala. Na každý pád se pak do Nepálu vrátila ještě daleko víckrát: *„Byť jsem v Nepálu byla dvacetkrát ...“* jela by klidně znovu, nyní však už nikoli kvůli většímu poznání země, nýbrž kvůli vazbě, kterou si za dobu těchto návštěv k místu i tamějším lidem mezi sebou navzájem vytvořili. Stejně reagovala na destinaci volného výběru, kam by se ještě ráda podívala, kdyby měla už jen jednu možnost vycestovat. Lze zde pozorovat její cestovatelský vývoj, kdy se ráda vrací na místa, ke kterým tu vazbu právě už má: *„Třeba bych klidně jela i znovu do toho Nepálu, jenom z toho důvodu, že je tam někdo mě blízký, mně už není příjemný být úplně všude cizincem. Takže někde, kde mám aspoň trošinku vazbu.“*

Vývoj jakožto osobnosti cestovatele lze zpozorovat i na faktu, kdy se pozice konkrétního „poznání“ dostala mírně před motivaci „neznámem“, neboť na otázku destinace volného výběru, kde ještě nebyla a kam by se ráda podívala reagovala výčtem konkrétních míst, o kterých ví, že by se určitě ještě ráda podívala a má to v plánu, na což dala důraz slovním spojením *„strašně bych chtěla“*, čímž je jasné, že už má představu o těchto konkrétních místech a ví, proč tam chce: *„... strašně bych chtěla do Tadžikistánu se podívat, do Gruzie, do Svanety ...“*, sama pak identifikuje nový rozměr jejích cest, kterým je „pochopení“ a i ona sama tvrdí, že se v cestování posunula. Už ji nejde jen o neznámo a poznání ve smyslu pouze vidět, ale hlavně pochopit: *„Mě by teď to cestování zajímalo asi z trošinku jiný dimenze, už ne tak, jakože jedu vlakem, autobusem na nějakou památku, to by mě asi nudilo. (...) Mě by spíš zajímal ponor do života těch lidí, (...) abych zase poznala život těch místních. Tu mentalitu, jak ty lidi žijou. Jestli uvidím nějakou další památku, další z mnoha z aztéckých pyramid, pro mě už to teda není úplně prioritou. Spíš ty lidi mě zajímají. Ty etnika nebo způsob života, názory. Jiný styl života. Trošku jsem se posunula v tom cestování.“*

Obecně si Lída na základě svých cest a poznání jiných zemí uvědomila, že nejlépe je jí doma, ač si v mládí přála narodit se *„někde v džungli“*. Pravděpodobně se může jednat znovu o již zmíněnou vazbu na známé prostředí a rodinu. Oproti různým podmínkám ve světě je Česká republika zemí velice příznivou pro poměrně nenáročný život, jen si to mnohdy lidé příliš neuvědomují, neboť nemají možnost srovnání s ostatními zeměmi:

„Dalo mi to nadhled, zkušenost, je to fajn, že člověk má možnost ten svět takhle poznat, že se jinde žije jinak, dalo mi to tu zkušenost, že my si tady žijeme nádherně. Nádherně! (...) Dalo mi to to, že (...) svým způsobem jsme se tady ve střední Evropě narodili geniálně (...) Dalo mi to to, že tohle je vlastně můj domov. Kuriózně ty cesty mě vrátily na začátek, že vlastně tady doma je mi dobře.“

Při rozhovoru vyvstalo na povrch několik témat, které jsou schematizovány do myšlenkové mapy.



Obrázek 9: Myšlenková mapa Ludmila Puldová
Zdroj: vlastní zpracování s využitím aplikace coggle.com

5.4.1.2 Vlivy u respondenta č. 1

Lída se narodila v Brně jako jedináček. Vyrůstala na sídlišti v paneláku, kde žila s rodiči a babičkou. Z provedeného rozhovoru vyplývá, že rodina, ani blízké okolí na Lídino cestování neměla, ani dle jejích slov, vůbec vliv, údajně se s cestovatelským apetitem narodila, což se respondentka snažila doložit hned několikrát. Vnější faktory na ni mohly mít vliv v období raného dětství, což si buď neuvědomuje, nebo si je nepamatuje. Odmalinka však měla pozitivní vztah k přírodě a pohybu, kdy: „(...) nejradši jezdila na kole

a s dětma jsme si hráli na četníky na zloděje (...)“ a také s rodiči absolvovala cesty do přírody: *„(...) jezdili jsme někam do kempu na Máchovo jezero (...)*“ či na rodinné dovolené do Jugoslávie ještě předtím, než začala cestovat sama. Ze začátku rozhovoru však sama uvedla, že největší vliv na ní měla pravděpodobně čtená literatura a představivost, ke které se během rozhovoru často vracela a dokládala konkrétní autory a knihy, kteří na ni měli největší vliv, nikoli rodina ani zázemí: *„(...) nic mě k tý cestovatelský dráze nepředurčovalo, jezdili jsme někam do kempu na Máchovo jezero, ale mě teda vždycky zajímaly cestopisy, jako cestování, dobrodružství, já jsem čítávala Richarda Halliburtona, Kouzelná cesta za dobrodružstvím, prostě takový cestovatelský, objevitelský cesty ...“*

Na několik otázek ohledně vlivů z doby dětství reagovala v jakékoli formě vždy negativně, i přes občasné cesty jejího otce do zahraničí a společných rodinných dovolených v Jugoslávii: *„(...) faktem je, že táta cestoval, on byl ředitelem školy a jednou, občas, za tu jeho kariéru mu nabídli poznávací zájezd Francie, Rakousko, což tenkrát, za hlubokýho socialismu, byl zájezd non-plus ultra, ale to šlo úplně mimo mě (...)*“ a opět inklinovala spíše k důkazům o vlivu literatury a její představivosti, co se cestování týkalo: *„(...) prostě já jsem měla v hlavě jenom a jenom to cestování, takže to prostě bylo ve mně už! Nic z toho okolí (...) nic mi nedalo ten signál. Já jsem byla ten dobrodruh, že už jsem tak ale byla narozená.“; „(...) ale že by mi třeba babička vyprávěla a vzbuzovala ve mně nějaký touhy o tom cestování, ne. Ne.“; „(...) Nebylo tam nic z okolí, opravdu! Nic. Žádněj... Ta literatura, ty knihy, já jsem opravdu byla velké čtenář.“*

Navzdory své vášni vůči cestování Lída připouští, že díky časté změně prostředí je výrazně těžší udržovat bližší kontakty s okolím, což může vést k problémům v osobní rovině, především z hlediska rodiny sekundární (partner/partnerka, manžel/manželka). Při otázce, jak to respondentka měla s vlastními vztahy, odpovídá zcela upřímně: *„Mizerně. Mizerně. Ty vztahy byly špatný. Jednoznačně jsem upřednostňovala ty cesty. (...) Ty vztahy mý trpěly, prostě jasně, cestování, pojedu na tři týdny, já jsem teda byla takovej sobec, že jsem se neohlížela na ty ostatní, já chtěla jet a já jsem jela, a jestli Ty zůstáváš doma, to je hold Tvůj problém. Asi jsem třeba příliš sebestředná, nebo nevím, neuvažovala jsem, že těm ostatním třeba budu chybět. Vůbec mě to nenapadlo.“*, šla si však za svou vášní a v cestovatelském prostředí není zdaleka sama, kdo mu obětoval velkou část svého života: *„(...) obecně si myslím, že ti průvodci, kteří se tomu věnují víc, že jim to bere osobní život nebo rodinu (...)*“. Především pro ženy pak cestování od určitého věku může být, z hlediska mateřských pudů, obtížné. Sama rodinu dlouhou dobu neřešila, ale nakonec touha stát se

matkou stejně zvítězila: „... nějak do třiceti let mě děti snad ani nenapadly, já jsem měla v hlavě jenom a jenom to cestování (...)“ a v době rozhovoru bylo dceři už 10 let. Na Lídino cestování má teď dcera samozřejmě největší vliv, protože jí věnuje nejvíc času, ale až povyroste, ráda by se k cestování opět vrátila v trochu větší míře: „(...) já mám teďka bariéry toho dítěte. Ale až ona, třeba v těch patnácti, by se dostala na nějaký výměnný program od Erasmu nebo jak děti jezdí do amerických rodin na rok studovat, tak kdyby se takhle někam dostala, tak toho bych já využila.“

Impuls k cestování však nevzešel ani od spolužáků, ani od kamarádů, ani od výše zmíněné rodiny, naopak Lída byla ta, která k cestám podněcovala ostatní. Okolo sebe často neměla nikoho, kdo by se s ní odvážil na delší cestu, v praxi to proto vyřešila podáním inzerátu, na jehož základě nacházela zájemce o společné cestování a se skupinkou cestovatelů pak trávila i svůj volný čas, které pak samozřejmě ovlivnili její další cesty. Spolužákům na střední i vysoké škole byla naopak vzdálenější, protože studovala technický obor Vysokého učení technického v Brně (elektroinženýr) a se svými vrstevníky měla často velmi odlišné zájmy: „(...) z mého hlediska to byla nuda, protože nechtěli cestovat, žádný dobrodružství, nějak mě neoslovovali (...)“, scházela se proto s menším okruhem jiných lidí, cestovatelů, se kterými mohla spřádat své budoucí cesty: „(...) my jsme šli s mapou, s atlasem, furt jsme plánovali, kam pojedeme, tenkrát nebyli takový ty průvodci, teďka jsou Lonely Planet, Love Guide. Vy si koupíte průvodce, a tam je to jako kuchařka napsaný. To tenkrát vůbec nebylo, takže my jsme louskali cestopisy z knihoven, dělali jsme si výpisky a navzájem jsme si dávali ty tipy a říkali jsme si: ‚Tak příští rok bychom mohli zase někam, já nevím... do Indonésie‘, takže spíš jsem držela s tou mojí, pokrevní skupinou, takových těch cestovatelů.“

Jedním z hlavních vlivů byla pro Lídu samozřejmě politická situace a komunistický režim Československa do roku 1989. I přesto toužila po neznámu i poznání okolních států a nebála se ani za okupace odjet ani na zájezd s cestovní kanceláří do Jugoslávie, kam se rozhodla jet sama a na který si vydělávala pomocí brigád: „(...) jsem chodila na nějaký brigády, to teda bylo za socialismu, že jo, tak jsem si platila s cestovní kanceláří ty zájezdy na 14 dní, a jinak, já jsem tam jela úplně sama a mně to nevadilo, protože v tom autobuse se člověk seznámí (...)“, jakmile se ale otevřely hranice, vycestovala sama s kamarádem, kterého našla přes inzerát, až do Nepálu. V té době jí bylo zhruba 23 let.

Média obecně nevnímá vyloženě pozitivně či negativně, zdá se, že k nim zastává neutrální přístup. Jako negativní hodnotí spíše styl, jakým dnešní masmédia vyobrazují vzdálenější destinace, neboť ihned po skončení okupace, když se v televizi začaly vysílat cestovatelské pořady, byly údajně destinace vyobrazeny věrně: „... jak po revoluci začaly i cestovatelský filmy, začala nějaká ta Cestománie, což jsem já hltala, já jsem to měla v programu zatržený, já nevím, třeba každý čtvrtek Cestománie na dvojce ... to byl věrný obraz. Ty masmédia to zprostředkovávaly z mého hlediska dobře, ovšem teď, když teď skočíme do současné doby, tak si myslím, že ty masmédia ty země prezentují špatně. Prezentují je jako Vietnam. Jako etnickou zemi, kde ti lidé chodí ještě krojovaní a okopávají ty rýžový políčka, že lidi uvidí v národním parku tygry, a že tam budou tukani. To vůbec není pravda, všechny země se dynamicky rozvíjí a ti mí klienti jsou mnohdy zklamaní na tom zájezdu, protože oni si tu zemi představují takhle rozvojovou a ke svému úžasu zjistí, že tam jsou betonové domy, že tam jsou sídliště, že tam jsou asfaltové silnice, fungující auta, že tam jezdí bagry na silnicích, že ty země jsou prezentovány jako rozvojové, ale oni už nejsou rozvojové, jsou rozvinuté. Je to proto, že chtějí ty turisty nalákat, že jo, samý obrázky, že takhle vypadá Tibet a takhle vůbec nevypadá. Tam přijdete, lidi chodí v džínách, mají běžný péřový bundy Northface, ale prezentuje se to tak, aby lidi jezdili, je to turistický průmysl.“

5.4.1.3 Cestovatelská odpovědnost

Na Lídu nebyl ohledně cestovatelské odpovědnosti vznesen dotaz, neboť aplikační rovina výzkumu vyplynula na povrch právě až po provedení prvního rozhovoru. Otázka cestovatelské odpovědnosti se tedy řešila až v dalších rozhovorech.

Z hlediska její práce průvodkyně se nicméně dá předpokládat, že má povědomí o cestovatelské odpovědnosti, otázkou však zůstává, na kolik ji bere v potaz a na kolik ji řeší.

5.4.2 Respondent č. 2 – Karel Wolf

Karel Wolf (*1976) je cestovatel, fotograf a organizátor festivalu Kolem světa, který započal v roce 2002 a z důvodu velkého úspěchu se koná v Plzni, Brně a Praze, přičemž v Praze se koná dvakrát do roka, na jaře a na podzim. Procestoval všechny kontinenty světa včetně Antarktidy, kvůli které absolvoval dvouměsíční cestu na lodi. Karel Wolf je dobrodruh s obdivem k přírodě a horám, na prvním místě je ale otec a manžel.

Karel byl vytipován na základě jedné z jeho proběhlých přednášek přímo na hradecké univerzitě a poté na základě jeho organizace festivalu Kolem světa. Byl

kontaktován emailem s prosbou o rozhovor, které vyhověl. Rozhovor pak proběhl v říjnu v Centru Černý Most v Praze po skončení jedné z cyklu cestovatelských přednášek, které sám uvádí, přímo v cukrárně nákupního centra, trval cca 35 minut.

5.4.2.1 Identifikace témat z rozhovoru s respondentem č. 2

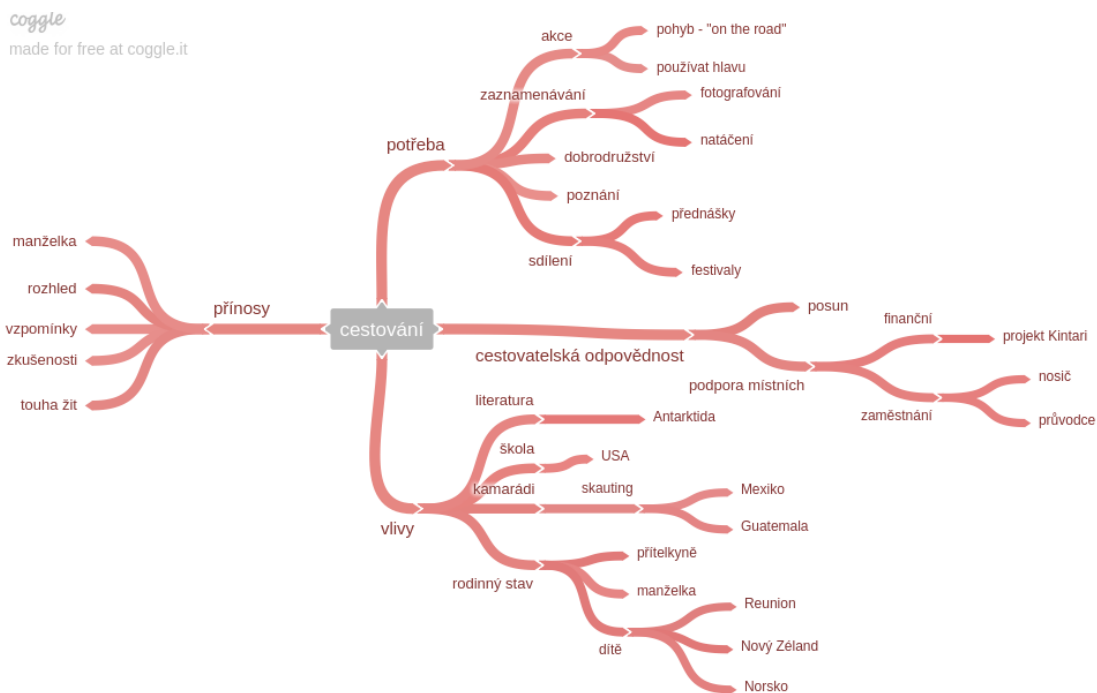
V cestování Karla se velmi odráží sdílení. Nejde jen o bezprostřední sdílení během cest samotných, které je pro něj také důležité, ale především jde o jejich sdílení i po návratu do domoviny. Svou úplně první cestu za oceán podnikl na střední škole v rámci výměnného studijního programu do amerického Colorada, nicméně tuto cestu nepovažuje za „ten“ první impuls k počátku jeho cestovatelské kariéry. Z celkového rozhovoru vyplývá, že je velmi společenský člověk [sám o sobě toto potvrzuje: „(...) *já jsem teda společenskéj typ (...)*“]. To mělo pravděpodobně vliv i na jeho první cestu, kde byl sám, což mohlo být důvodem, proč si ji ještě tolik neužil, jako následující cestu do Mexika: „(...) *a byl jsem tam sám, takže mě to zas tak moc nebavilo (...)*“. Dalším důvodem bylo, že při první samostatné cestě v podstatě neměl s cestováním žádné zkušenosti, jak sám potvrdil: „(...) *takže mi nikdo neukázal, jakým stylem se může cestovat.*“

Za zcela stěžejní bod považuje respondent až cestu do Mexika a Guatemaly o pár let později, v roce 2000, kde ho uhranula horská etnika střední Ameriky: „(...) *ten jejich styl, ta jejich záhadnost, ta jejich odlišnost mě tak fascinovala, že jsem prostě přijel úplně nabitéj energií a každému jsem musel ukazovat fotografie, abych jim ukázal, jak to tam funguje (...)*“. Po návratu se rozhodl svoje nadšení šířit nejen mezi rodinu a kamarády, ale i dál mezi ostatní po čajovnách a menších kulturních prostorech, což vyústilo v životní styl „cestovat a sdílet“: „(...) *vlastně jsem zjistil, že mě to děsně baví, někam odjet, ty všechny příběhy, to dobrodružství, všechno zaznamenat na film, nebo kameru a potom to zpracovat do pořadu, kterej je částečně vtipnej, zábavnej, částečně naučnej a najednou to začalo fungovat a pak z toho vznikly pásma cestovatelskejch přednášek a vlastně i festivaly, takže od té doby jsem vlastně v jednom kole (...)*“ a vydrželo mu to dodnes, kdy má za sebou návštěvu všech kontinentů, včetně dvouměsíční plavby na trojstěžníku z Ohňové země na Antarktidu zakončenou v Jižní Africe .

Cestování vůbec nebere jako rovinu, kde není prostor pro osobní život. Nejdřív cestoval sám, pak s přítelkyní, s manželkou, a teď dokonce i malou dcerou. Přiznává, že udržování osobních vztahů a partnerství je, i v cestování, o kompromisech, se kterými neměl problém, neboť přednější pro něj bylo: „(...) *cestovat prostě s tím nejbližším, koho*

jsem měl vedle sebe, takže vždycky jsem spíš pokládal otázku: ‚Kam si chtěla letos, nebo příští rok jet? Něco vymyslíme.‘, no a když tam bylo nějaký to přání, tak jsme ho pak rozvíjeli společně, aby nás to bavilo společně, protože si myslím, že cestování je vždycky příjemnější ve dvou nebo ve více lidech než o samotě. Já jsem teda společenskej typ, takže vždycky pro mě bylo přednější cestovat s tím druhým než cestovat do nějakých konkrétních destinací, kam chci prostě jenom já.“ Ani v cestování s dětmi nevidí žádný problém, a to i přes jejich nízký věk, s dcerkou manželé podstoupili první cestu v jejím roce a čtvrt na Kanárské ostrovy a následně v necelých dvou letech ji vzali až na Nový Zéland: „(...) to dítě, když umí chodit, tak když ho člověk nějak zabaví v letadle, tak část prospí, část si člověk pohraje, část zase běhá v uličce a tomu dítěti je jedno, jestli jste na Novém Zélandu nebo v Českém ráji, nebo na Slovensku v Tatrách. To dítě chce bejt s váma jako s rodičema, a potom už závisí jenom na touze rodičů, kde chtěj trávit rodinnou dovolenou, jestli v Indonésii nebo na Novym Zélandu, v Tatrách, anebo v Praze.“

Cestování bere jako školu života a zastává názor, že: „(...) peníze investovaný do cestování, jsou velice správně investovaný peníze. (...)“ a člověk by za něj měl, po zajištění bydlení, utrácet daleko spíš než za materiální statky, které ihned po koupi ztrácí hodnotu původní ceny, zatímco zážitky vydrží člověku na celý život. Na otázku, co cestování respondentovi dalo nejvíc, odpovídá: „Manželku (smích). Zkušenosti, rozhled, touhu žít, pro mě je cestování vším, na prvním místě rodina a potom cestování. A to mi stačí k životu.“



Obrázek 10: Myšlenková mapa Karel Wolf
Zdroj: vlastní zpracování s využitím aplikace coggle.com

5.4.2.2 Vlivy u respondenta č. 2

Jednoznačným vlivem, který sám Karel považuje za největší impuls k opravdovým počátkům jeho cest, byl jeho blízký kamarád ze skautu Štěpán. Štěpán podnítl jeho zájem nabídkou o absolvování mezinárodního skautského srazu, na který se oba rok a půl pečlivě připravovali, včetně absolvování kurzu španělštiny a šetření peněz: „(...) a pak mi to řekl můj velice blízký kámoš Štěpán a říkal mi, že to bude fantastický, že tam musím jet, protože to setkání bylo jen do 24 let a nám se blížila 23, 24 a je jenom jednou za 4 roky, tak jsme věděli, že to bude prostě poslední příležitost. (...)“ Cestu absolvovali oba i s celým skautským týmem, kde se po skončení mezinárodního setkání všichni po skupinkách vydali objevovat Střední Ameriku. Dle Karla na něj kamarádi, z hlediska cestování, měli největší vliv, daleko větší než rodina a rodiče. Jeho má velice kladný vztah ke sportu a většinu svých aktivit tedy orientuje tímto směrem. I přesto, že oba synové byli vychováni za stejných podmínek, bratr Karla není tak vášnivý cestovatel, ale spíše sportovec: „My jsme úplně rozlišný, máme se rádi, máme velice dobré vztahy, ale on je víc do sportovna, já jsem spíš do cestování, do fotografie, každéj máme jiný plusy, mínusy, kvality, zájmy, jiný kamarády, takže já si myslím, že to cestování je u člověka způsobeno těma blížkýma lidma kolem Tebe, prostě buď máš ty kamarády, který chtěj cestovat a sednete si, tak cestuješ, nebo když máš hodně dobrejch kamarádů ve sportu, tak člověk dělá sport, takže

určitě kamarádství tady v tom hraje velkou roli, kam Tvé zájmy povedou.“ I přesto, že Karlovi rodiče nejsou tolik zmítáni touhou po objevování světa a dovolenou tráví poklidně: „(...) rodiče jsou typu jednou ročně dovolená v Chorvatsku, nebo dřív v Jugoslávii, a to je všechno (...)“, svého syna v jeho cestách podporovali.

Dále z důvodu vlivu kamarádů nikdy ani neuvažoval o tom, že by něco nezvládl: *„Ne, to jsem si nikdy nemyslel že něco nezvládnou. A tam to bylo i tom, že ten můj kamarád mi říkal, že byl před rokem v Chile, a že to tam bylo bezvadný. A když mi kámoš stejně fyzicky zdatnej jako já, stejně starej jako já, když mi řekne, že to zvládne, a že to zvládnou já, tak já opravdu ztratím veškerý zábrany toho, že bych se něčeho bál.“* Na této cestě zjistil, jak se dá cestovat a co všechno se dá stihnout, neboť si s kamarády připravili „perfektní itinerář“ se společným cílem zažít a poznat co nejvíc: *„My jsme si už dopředu naplánovali cestu, kudy pojedeme, co uvidíme, takže jsme si naplánovali itinerář, abychom se třeba někde nezasekli, protože pak už bychom se třeba nedostali do Guatemaly a tak dále, takže jsme se drželi itineráře a právě to souvisí s tím, že jsme se na tu cestu dlouho připravovali, udělali jsme si perfektní itinerář a všichni jsme ho chtěli dodržet, protože ten itinerář měl smysl. Prostě každé den, každé druhé den tam bylo jiné místo, nové zážitky, nový poznání, takže jsme se ho drželi a ta parta, když to připravuje dohromady tu cestu, tak všichni chtějí za tím cílem.“*

Vzhledem k tomu, že Karel v době Sametové revoluce navštěvoval gymnázium a bylo mu 13 let, otevření hranic příliš nevnímal a v té době cestování ještě neřešil. Ani masmédia na něj nemají příliš vliv z hlediska výběru destinace. Je si vědom jejich velkého dopadu, ale výrazně jimi ovlivňován není a negativními zprávami se při cestování nenechá odradit: *„(...) já vím, že ty masmédia mají obrovskou sílu a jsem přesvědčen, že na světě je tak velký množství lidí, tak velký množství míst, vždycky to bouchne v jinou dobu, na jiným místě, že to je prostě miliontina promile, aby to mělo zasáhnout mě. (...)“* Jiné vlivy, které by mu cestování usnadnily či ztížily, si respondent nevybavuje.

Zajímavým faktorem z hlediska vlivu však pravděpodobně byla i literatura jeho dědy, jehož knížky mu odmala bral. Dále přiznává, že další „záblesk“ byla kniha Pod plachtami kolem světa, kterou velmi rád četl. Oba vlivy mohou dokládat, že touhu po dobrodružství vyhledával od dětství a v dospělosti si poté splnil sen o cestě právě na Antarktidu, podobně jako James Cook, o kterém kdysi četl: *„Tak všichni jsme měli asi vzor Hanzelku a Zikmunda, který publikovali neuvěřitelné zprávy ze svých cest, všechny tyhlety*

knížky jsem bral svému dědovi z vitríny z knihovny, a je pravda, že druhej záblesk tam byl ten, že jsme měli doma knihu, která se jmenovala Pod plachtami kolem světa a napsal ji nějaký ruskej spisovatel, tehdy to bylo hodně v kurzu a je fakt, že tuhle knihu jsem hrozně rád četl, byl tam i James Cook. A je to zvláštní, že po nějakých třiceti letech ta kniha ke mně doputovala oklikou z druhé strany a já jsem opravdu mohl prožít ten život tak, jak ho prožívali ty kapitáni, kormidelníci, protože jsem se plavil na podobným trojstěžníku jako James Cook z Ohňový země na Antarktidu. Takže jakási touha po dobrodružství v tom mládí ve mně byla, ale ta samotná realizace přišla až po 20 letech.“

5.4.2.3 Cestovatelská odpovědnost

Své cestovatelské odpovědnosti si Karel vědom je. Dřív se například snažil pomoci místních obyvatel příliš nevyužívat z hlediska úspory financí, když byl ještě student, dnes na to má jiný pohled. Finančně se snaží podpořit místní obyvatele výměnou za jejich službu, která je mu ku prospěchu: *„V podstatě dřív jsem se snažil jako všechno dělat extrémně lowcost, nepotřebuju průvodce, nepotřebuju nosiče, nepotřebuju vaše služby, ... ale pokud je člověk třeba v nějaký rozvinutější zemi, ať je to třeba Indonésie, ať je to Nepál, ať to je celej himalájskej hřeben, tak všechny tyhle oblasti, to jsou místa, kde žijou obyčejní vesničané, horalové prostě z hor, jejich život je prostě extrémně těžkej, a tak třeba tady v těch místech já třeba už nesmlouvám, já prostě přijmu tu jejich cenu, pokud je teda zase v nějaký rozumný míře, pokud mi nabídnou nosiče, tak já ze sebe prostě nebudu dělat tvrdáka, že si ten batoh odnesu sám, nebo že nepotřebuju tu jejich službu, ale prostě jim dám těch 10 dolarů na den nebo kolik si to oni požaduju, protože vím, že ten můj příspěvek není jenom o tom, že já nebudu mít bolavý záda, ale příspěvek i tom, že těm lidem dám práci. (...)*“

Společně se ženou, která má zásluhu na projektu Kintari, pak podporují komunitu na jednom z indonéských ostrovů Lomboku, kde vytěžené peníze z prodaných výrobků tamějších obyvatel investují především do vzdělání dětí – škola, učebnice, školní pomůcky apod. Jedním z rysů cestovatelské odpovědnosti by mohla být i osvěta, kterou o zemích šíří právě z hlediska cestovatelských přednášek a cestovatelských festivalů, na který je právoplatně hrdý, a které začal jako jeden z prvních v České republice před více než 15 lety.

5.4.3 Respondent č. 3 – Petr Mašek

Petr Mašek pracuje pro Národní muzeum jako vedoucí oddělení zámeckých knihoven, zaměřuje se především na šlechtické rody. Ve volném čase však rád „vandruje“ a tímto způsobem cestuje nejčastěji do zemí Balkánu (Rumunsko, Makedonie, Černá Hora, Albánie, Bulharsko, Podkarpatská Ukrajina či dokonce Kyrgystán). Hlavní motivací jsou pro něj hory a turismem nepoznamenané prostředí. K tomuto způsobu cestování vychoval i syna (*1994), který má dnes procestováno víc než on (Jižní Amerika, Indonésie) a rozhovor s ním je analyzován v další kapitole 5.3.4.

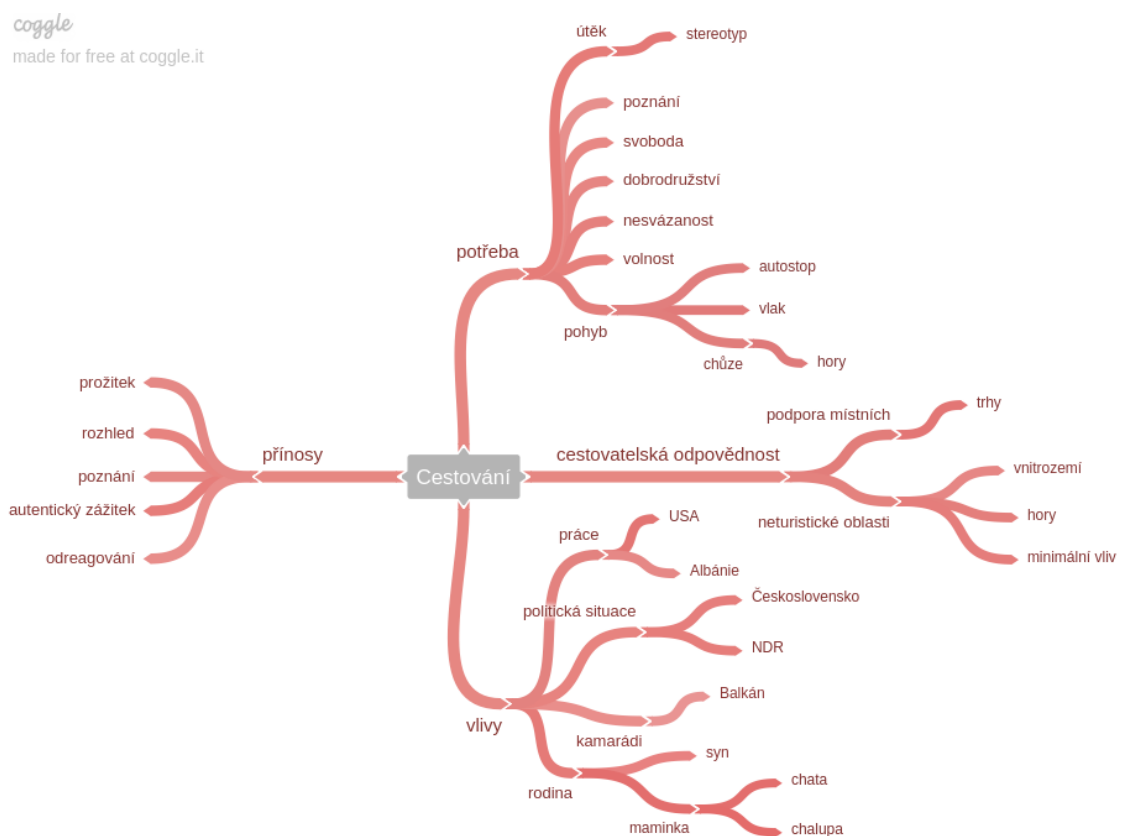
Petr byl kontaktován na doporučení. I přesto, že cestováním se nijak neživí a cestuje především ve volném čase (cesty po ČR i mimo ČR pak absolvuje i v rámci své práce, nikoli však za poznáním a přírodou), způsobem cestování zapadá do kvazi-alocentrického či alocentrického segmentu obyvatel. Rozhovor proběhl v říjnu v restauračním zařízení v pražské Hostivaři o délce cca 20 minut. Dle průběhu rozhovoru se zdá, že ho bral spíše s nadsázkou a humorem, na otázky někdy odpovídal poněkud stroze.

5.4.3.1 Identifikace témat z rozhovoru s respondentem číslo 3

Pro Petra je symbolem cestování chození a „vandrování“. Začínal vandrovat zhruba v 15 letech, kdy pro něj chození po Československu představovalo volnost a svobodu během dřívějšího režimu: „(...) tak se mi to hrozně líbilo, byla v tom jakási volnost, svoboda, nečekat na vlak, nečekat na hotel, prostě najednou se rozhodlo, že půjdeme támhle, tak jsme tam šli, nebo jeli stopem, jo, to mě na tom baví a vždycky bavilo nejvíc.“ Chodí, protože může a doposud má s batohem na zádech prochozený Balkán a chystá se chodit dál. V souvislosti se zážitky zmiňuje i zkušenosti z místních trhů „(...) s tou obrovskou spoustou zeleniny a ovoce a těch domácích produktů (...)“, které má, zdá se, velmi rád. Cestuje hlavně kvůli poznání a je fascinován horami: „ty hory jsou úžasný, jsou úžasný. Žádná fotka, když to potom promítám kamarádům, tak nenahradí ten autentický zážitek, někam se vyškrábat a vidět to na vlastní oči.“, cestuje ale i aby unikl stereotypu všedního života a směje se, když tvrdí, že jinak žije vesměs v 16.-18. století, respondent totiž pracuje pro Národní muzeum a zabývá se rodokmeny šlechtických rodů. Nejradši cestuje do oblastí, které ještě vůbec nejsou postižené turismem, kam zatím cestuje, protože mu zdraví slouží a až nebude, chystá se objevovat místa, která jsou poměrně lehce dostupná: „(...) je v tom pochopitelně i taková logická úvaha, že zatím na to mám, až na to mít nebudu, tak se pak podívám do

Benátek, kde jsem nikdy nebyl a taky bych je hrozně rád viděl, ale tam můžu chodit o holích (...)“ Vždy byl však zaujat Balkánem, hlavně kvůli horám a také: „(...) *chtěl jsem poznat jednu po druhý, v podstatě každou tu zemi (...)*“

Petr tímto způsobem cestuje pouze několikrát do roka a pouze ve volném čase, cestování ho nijak neživí, proto přiznává, že jedním z bariér při cestování jsou pro něj finance a čas: „*Jak už jsem zmínil, vždycky to jsou do jisté míry finance a pochopitelně čas. A když má člověk rodinu s malejma dětma, tak toho času je málo. To jsou základní limity.*“ Ke stejnému způsobu cestování vychovával odmala i syna, který má dnes nacestováno více než on. Předpokládá, že vliv na syna v tomto ohledu měl zcela zásadní, neboť ho už na 1. stupni základní školy poprvé vzal do rumunského Banátu: „(...) *Když jsem ho v nějakých jeho sedmi, nebo devíti letech, vzal poprvé do rumunského Banátu, tak po letech se mi přiznal s tím, že to byl pro něj šok, že kluk z města se najednou ocitnul v 19. století (...)*“



Obrázek 11: Myšlenková mapa Petr Mašek
Zdroj: vlastní zpracování s využitím aplikace coggle.com

5.4.3.2 Vlivy

Pravděpodobně největší vliv měl právě komunistický režim a určitá tendence se vůči nesvobodě trochu vymezit i přesto, že se Petr mohl volně potulovat pouze po Československu: „(...) v té době to byl pochopitelně i jakýsi motiv vzdoru. Protože to vandrování, jak už jsem se zmínil, byla v uvozovkách jakási svobodná činnost, jinak v tom naprosto nesvobodným světě, který bych nazval ještě hodně vulgárně, ale nebudu to teda používat, takže jo, byl to takový útěk, vlastně to bylo něco podobného jako když lidé si budovali svoje chaloupky, tak to byla taky jakási seberealizace, my jsme se svobodně potulovali, v uvozovkách svobodně, že jo...“ Když se však hranice otevřely, bylo mu cca 30, měl v té době rodinu s malýma dětma a řešil ekonomickou situaci rodiny čili začal opětovně cestovat až se synem, kterého k tomu právě přivedl.

Jeho samotného nejvíce ovlivnil kamarád, který ho v cca 15 letech pozval na první vandr a od té doby cestoval s kamarády: „Tak v těch 15 vím, že mě vytáhl nějaký spolužák na gymplu a jeli jsme někam do brdských lesů, no a pak se utvořila, jak na tý škole, tak z takového širšího okruhu kamarádů taková skupina no a každé rok jsme vandrovali, tehdy teda většinou jenom po Čechách, respektive po Československu.“ Cestování ve skupince s kamarády mu vydrželo až dodnes, kdy vždy cestují ve skupině od 3, někdy až do 10 lidí. Stabilní skupinku se kterou vždy vyrazí nemá, ale má širší okruh lidí, ze kterých se rekrutují jednotliví zájemci zrovna pro každý rok.

Z rodinného zázemí ho nikdo příliš neinspiroval, o otce bohužel přišel, když mu bylo 9 let a s matkou jezdili převážně na chatu a chalupu, někdy hory, kladný vztah k přírodě měl tedy odmalička. Do zahraničí však jezdil také, do NDR, a to kvůli zdokonalení německého jazyka: „(...) s maminkou jsme jezdili na chatu, na chalupu a na takové ty běžné akce 70. let., NDR. Já jsem od mládí jezdil do NDR, abych se naučil německy.“ Z pohledu sekundární rodiny ho však při cestování partnerky neovlivňovaly: „Partnerky ne, to jsem se snažil ovlivnit já, ale nemělo to dlouhého trvání, teda to ovlivnění, takže to taky nic (...)“ Připouští, že cestuje i pracovně, několikrát byl i v Americe či: „(...) například, když jsem před několika lety chystal výstavu v Náprstkově muzeu Po stopě Karla Maye, tak záměrně proto jsme jeli do Albánie, abychom navštívili zemi Škipetarů.“

Masmédia ho v rozhodovaní o voľbe ďalších destinácií nijak výrazne neovlivňujú, internetové mapy mu ale pomáhajú pri plánovaní ďalších cest do zahraničí: *„V tom rozhodovaní asi ne, je snazší poďívať sa na mapu na internetu a okouknout, jestli by to šlo alebo nešlo, ale jinak rozhodně, jako to, že se ve zprávách objeví úžasná informace, kde je krásná pláž, no to mě neovlivní.“* Literatúru však považuje za jednu z inšpirácií a priznáva, že odmala vyhľadával dobrodružnú literatúru, ktorá v dobe nesvobody také mohla urobiť svie: *„Tak jistě v dětství jsem měl nějaké ty sny o jihoamerických pralesích, když jsem četl Otakara Batličku a Fryče a podobně, ale to bylo zcela nesplnitelné, a pak například samozřejmě Karla Maye (...)“* Z doby detstva pak môže pochádzať i jeho sen, ktorý by si do budúcnosti rád splnil a tým je navštívenie deštného pralesa: *„(...) opravdu si chtěl zavandrovat v deštnym pralese, celkem mi je jedno kde, jestli v Indonésii nebo v Amazonii, ale deštnej prales bych chtěl ještě ochutnat.“*

5.4.3.3 Cestovateľská zodpovednosť

Co se cestovateľskej zodpovednosti týče, Petr tvrdí, že: *„Tuhle otázku jsem si asi nikdy nepoložil...“*, nicméně pak dodáva *„(...) Pochopitelně to, že se někam valí turisté, to místní obyvatelstvo podstatně mění, to je samozřejmé, na jednu stranu jim do dává obživu, na druhou stranu jim to vlastně likviduje jejich původní způsob života, ale oni to tak nejspíš chtějí (...)“* Respondent sa však so svojou skupinou väčšinou pohybuje v oblastiach, ktoré nie sú turisticky vytížené, a tudíž je ich vplyv na miestnych obyvateľov minimálny. *„(...) To, že když jsme prošli horama v Kyrgyzstánu, tak jsme byli po x letech možná jediný, kdo se tam jako objevil jo. V tý Albánii totěž jo. V tý Albánii, co pobřeží má už totálně zničený hotelama a vnitrozemí je naprosto nedotčený, ty lidé vlastně vůbec nechápali, co tam chceme (...)“*

5.4.4 Respondent č. 4. – Jiří Mašek

Jiří Mašek (*1994) je syn Petra Maška, respondenta č. 3, což byl důvod, proč byl k rozhovoru osloven i přes nesplnění vekového kritéria, neboť v rozhovoru číslo 3 popisuje otec vplyv na syna a v rozhovore číslo 4 popisuje syn vplyv otca. Jiří studuje Prírodovedeckú fakultu UK, odbor Fyzická geografia a jeho veľkou vášňou je od malička príroda. V 9 rokoch poprvé vycestoval s otcom do Rumunska, od tej doby navštívil mnoho zemí predovšetkým na Balkáne, ale vycestoval i do Indonézie a Južnej Ameriky, kde doposiaľ navštívil štáty Bolívia, Čile a Peru. Cestovateľských cieľov má však ďaleko viac.

Jiří byl kontaktován na doporučení vlastního otce krátce po dokončení rozhovoru s ním pomocí emailu. Vzhledem k tomu, že je Jiří stále ještě student, nebyl problém si s ním sjednat schůzku. Ta proběhla v jednom restauračním zařízení nedaleko Přírodovědecké fakulty UK na Albertově. Rozhovor trval cca 20 minut.

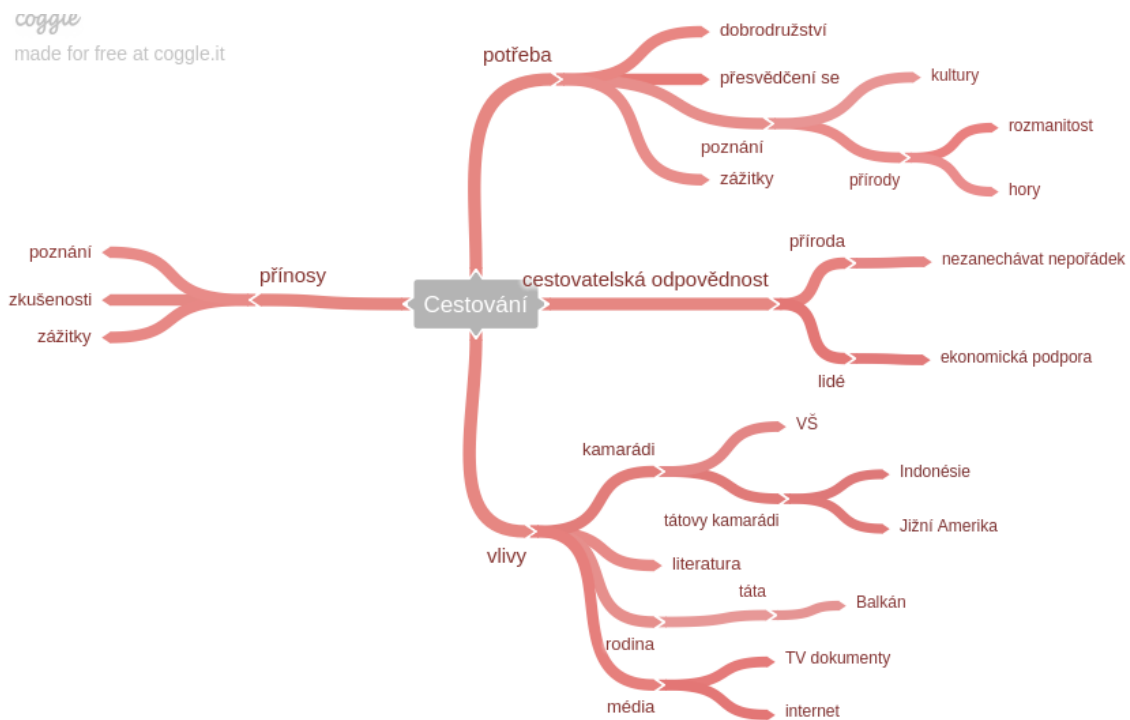
5.4.4.1 Identifikace témat z rozhovoru s respondentem číslo 4

Jiří se odmala zajímal o přírodu, což v předchozím rozhovoru dokládal i jeho otec tvrzením: „(...) on od nejtělejšího dětství, můžu říct ještě předškolního věku, vždycky projevoval obrovský zájem o přírodu, jak pocitově, tak i odborně (...)“ i dnes, dle vlastních slov, cestuje především kvůli přírodě, neboť ho opravdu láká poznání konkrétních míst a přírodních jevů: „Já cestuju hlavně kvůli přírodě, protože mě to všeobecně zajímá, v tuto chvíli to i studuju, takže já hlavně chci vidět všechny ty věci, o kterých se učím v podstatě.“ Nicméně během cestování mu nejde pouze o přírodu, ale se skupinou, se kterou cestuje, se snaží poznat komplexně celou zemi a chodí i po památkách: „(...) třeba 2 týdny z toho měsíce, kdy jsme na cestě, tak strávíme v nějakých dvou částech, někde v horách nebo někde u moře, třeba na korálových útesech a tak a zbylou část zase přejíždíme a koukáme po těch památkách a podobně.“

Vzhledem k tomu, že cestuje v podstatě pouze ve skupině, se všichni dohromady snaží vybírat destinace jako kompromis, kde z výpravy ještě nikdo nebyl, jsou tam hory a dá se do destinace jet během léta, kdy má volno, jelikož je studentem Přírodovědecké fakulty UK: „(...) hodně často jsou to horský destinace, protože v těch horách je to takový... prostě morfologicky zajímavější, je to tam hezčí a ... obecně z toho přírodního hlediska je to tam zajímavý (...)“ Přiznává, že zkoušel cestovat i sám, ale tolik ho to nebavilo, jako když cestuje s někým: „(...) já jsem si užil tu přírodu taky, stihnul jsem toho víc než se skupinkou, ale nebaví mě to tolik.“, neboť zastává názor, že sdílená radost je „asi vždycky lepší“. Cestováním se však nikdy nechtěl vůči něčemu nebo někomu vymezovat, ale nesouhlasí se způsobem cest, kdy člověk o místu nemá žádné informace: „(...) Někteří lidi, který jedou prostě někam s tím, že ,rodiče to vymysleli, zaplatili a já sednu do auta a jedu‘ a pak nejsou schopný ani ukázat na mapě, kde byli, tak to... mi nepřijde úplně správný, aby člověk vůbec netušil, kde vlastně je.“ Dá se předpokládat, že tímto tvrzením čerpá ze zkušenosti svého blízkého okolí.

Destinací, kam se chtěl podívat má mnoho, je ale vidět, že je přitahován opět spíše přírodou než kulturními památkami, a tak volí místo s velkou diverzitou: „(...) asi tropická Jižní Amerika. A důvody jsou, že to je hodně přírodně rozmanitý kraj. Je tam od pralesů až

po ty vysoký hory, takže jsou tam zastoupený všechny ty pásy vegetační, je tam teplý moře, takže koráli a podobný věci, navíc je to tam relativně nepoznamenaný člověkem, nebo aspoň nějaký části, takže člověk vidí to, jak by to mělo vypadat nepozměněný, takže kdybych to měl nějak konkretizovat, tak asi Venezuela, Kolumbie nebo Ekvádor.“



Obrázek 12: Myšlenková mapa Jiří Mašek
Zdroj: zpracování vlastní s využitím aplikace coggle.com

5.4.4.2 Vlivy

Naprosto zásadní vliv měl na Jiřího jeho otec, se kterým už od 9 let cestoval do východních zemí Evropy. Způsob a výchova se rozhodně odrazila i v jeho nynějším cestování, neboť cestuje stejně jako jeho otec, případně stále většinou s otcovými kamarády: „Já jsem byl ovlivněnej hlavně tatškou, protože když mi bylo asi tak 9, tak tatka přišel s tím, že máme šanci jet do Rumunska, na což, já jsem tehdy nevěděl ani, kde Rumunsko je, nicméně jsem na to kejvnul, protože bylo volno o prázdninách, takže jsme vyjeli do Banátu, kam jsme potom jezdili ještě asi další 3-4 roky poté a pak jsme i na tý mapě začali koukat někam jinam. Takže hlavní zásluhu měl tatka a potom další kamarádi, z jeho okolí teda, který jsou velký cestovatelé všeobecně a ty mě potom vzali do svojí společnosti.“ Vliv otce zmiňuje několikrát, i přes to, že matku ohledně cestování nijak nezmiňoval. Pravděpodobně jim ve výpravách ale nijak nezabraňovala, i když připouští, že jí jejich další expedice musejí „dávkovat postupně“ a ne všechny zážitky z cest jí vždy sděluje.

Faktor toho, že ho otec bral do oblastí prakticky nepostižených turismem, byl pravděpodobně jeden z největších vlivů, i podle samotného respondenta: *„Já myslím, že jsem měl to cestování hodně ulehčený právě skrz toho tatku, kterej byl ochotnej brát mě na místa, který nebyly úplně standartní pro turisty a následně jeho kamarády, který mě vzali potom i někam dál, takže tohle byl asi takovej zásadní faktor.“*

Vlastní vrstevníci ho příliš neovlivňovali, nicméně s nimi vždy vycházel dobře, neboť o cestování před nimi příliš nemluvil, a i přes nasbírané zážitky z cest se nad nimi nepovyšoval. Sám tvrdí, že nemá rád, když někomu cesty „stoupnou do hlavy“: *„My jsme si rozuměli. Já se vždycky snažim o tom cestování moc nemluvit... Mně přijde, že každej cestovatel, nebo hodně z nich, že jim to stoupne do hlavy a pak jsou hrozně namyšlený, že oni byli bůhvíkde, takže já se to snažim u sebe co nejvíc brzdit, a nemluvit o tom (...)“* Teprve před rokem, v podstatě poprvé, vycestoval s kamarády stejného věku: *„(...) teď na veřejce už mám i lidi, který konečně jezdí se mnou a jsou v mém věku, protože doted'ka jsem jezdil s tatkou a s lidma okolo 40 let téměř, a v zásadě až loni jsem vyjel se svejma vrstevníkama.“*

Přítelkyně ho na cestách také zatím nijak neovlivnila, spíš to bylo naopak, že on ovlivnil ji – na cestu, kterou si naplánoval s kamarádem, se k nim následně přidala: *„Já jsem tu destinaci domluvil s jedním kamarádem a ona se posléze přidala.“*

Politická situace komunistického Československa ho nijak neovlivnila, protože se oproti ostatním respondentům narodil po revoluci, v České republice. Jemu samotnému však vadí spíše situace v ostatních zemích, kam by se rád podíval: *„To stěžuje ta politická situace jinde, protože jsou státy, kam bych hrozně rád jel a je to o život skoro, takže... V současnou chvíli třeba Venezuela, já bych tam hrozně rád jel a zároveň jsem slyšel už hrozně moc příběhů, jak tam lidi okradli s nožem u krku, takže... to je pro mě komplikace.“*

Jiří přiznává, že ho masmédia ovlivňují, především však v pozitivním slova smyslu, neboť v nich hledá inspirace na další cesty. Negativní dopad na něj mají minimální. Z hlediska masmédií a internetu zohledňuje hlavně dokumentární pořady: *„Říkám to nerad, ale určitě jo. Já myslím, že jsem primárně ovlivněnej těma dokumentam, na který koukám docela často, takže tam člověk vidí spoustu zajímavých míst a záležitostí a podle toho si ty destinace určitě vybírám.“* Zároveň doplňuje, že jsou místa, kam by se kvůli

masmédiím nevydal, pro respondenta však mají primárně pozitivní přínos: „(...) jsou místa, na který bych díky masmédiím nejel, ale primárně zjišťuju, kam jet z těch dokumentů.“

K dobrodružství měl odmala také velmi blízko, kromě přírody ho bavila i literatura: „Já jsem úplně jako malej hrozně zbožňoval Foglara, kde bylo takový to dobrodružství a potom nastoupily knížky jako Karel May, Jules Verne a podobný, primárně dobrodružný záležitosti, takže to mě určitě hodně inspirovalo.“

5.4.4.3 Cestovatelská odpovědnost

Vzhledem k Jiřího vášni k přírodě řeší dopad hlavně na ni (neznečišťování) jiné druhy dopadu, např. na místní kulturu, ho příliš nenapadají či je neřeší, spíše si jich však doposud nebyl vědom: „Já, jak jsem hodně zaměřenej na tu přírodu, tak řeším spíš svůj dopad na tu přírodu než na lidi.“ Byť si možná vědomě své další cestovatelské odpovědnosti vědom nebyl, v podstatě se chová tak, aby se z destinací, kam měl možnost vycestovat, nestala místa postižená masovým turismem: „(...) Já třeba ty svoje cesty propaguju, ale třeba neříkám úplně všem, kde jsme byli, aby se tam právě, jak jsi zmiňovala, nehrnuly davy lidí, ale v praxi prostě nezanecháváme bordel tam, kam přijdeme.“

5.4.5 Respondent č. 5 – Aleš Hoffmann

Aleš Hoffmann (*1976) je studovaný biolog / botanik, nyní pracující pro agenturu Ochrany přírody a krajiny, konkrétně na oddělení Chráněných krajinných oblastí. S rodiči cestoval od dětství, byť z důvodu politické situace pouze po Československu. Na vysoké škole pak cestoval po Evropě, po dokončení studia se vydal i mimo Evropu. Oblíbenou má především Jižní Ameriku a Jihovýchodní Asii, kam cestuje primárně za přírodou a architekturou.

Respondent byl kontaktován na doporučení emailem s prosbou o rozhovor, které vyhověl. Vzhledem k tomu, že pracuje v Praze, nebyl problém se sejít. Setkání pak proběhlo přímo na pracovišti agentury Ochrany přírody a krajiny na pražském Chodově. Rozhovor trval cca 20 minut.

5.4.5.1 Identifikace témat z rozhovoru s respondentem číslo 5

Aleš je během svých cest nejvíce přitahován přírodou a architekturou, sám tvrdí, že mu jde především o poznání než zážitky jako takové, které jsou spíš nad rámec jeho

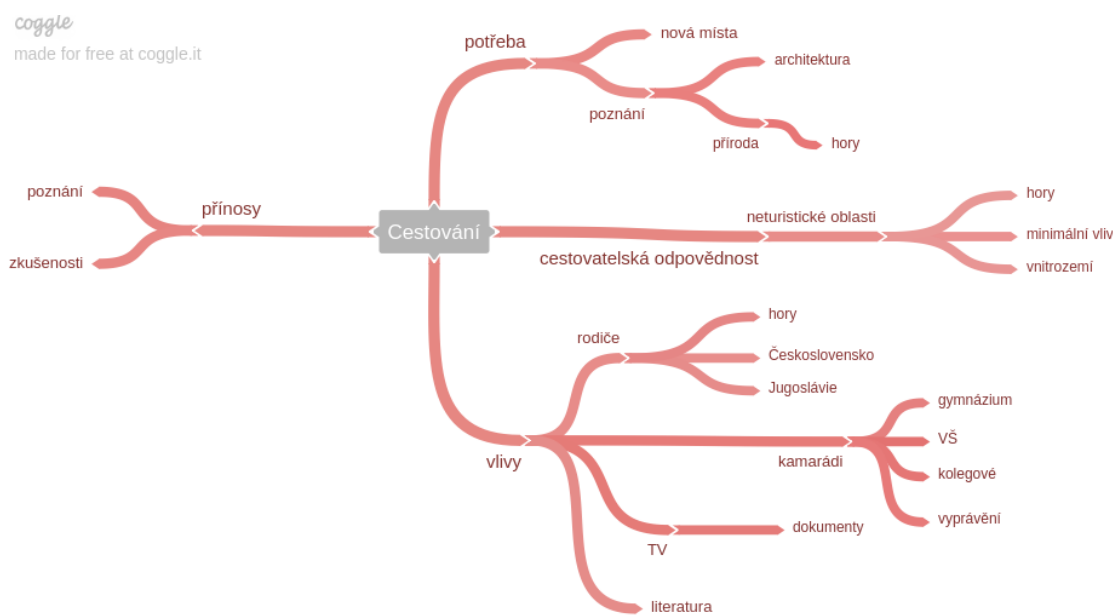
poznávacího záměru a k cestování patří. Mezi jeho hlavní cíle tedy nepatří spatřit a potkat se s původními obyvateli, spíše vidět přírodu a právě již zmíněnou architekturu.

Cestovat začal už během vysoké školy, v té době však pouze po Evropě. Mimo Evropu se dostal až po studiích při práci a dnes má jako destinace oblíbenou Jižní Ameriku, kde ve většině zemí již byl, nebo i Jihovýchodní Asii. Cestuje spíše spontánně a vše si zařizuje až na místě, z přírody jsou pro něj oblíbenou destinací hory. Nejraději cestuje s kamarády ve skupince, především kvůli sdílení radosti i případného rozhořčení. Na otázku, proč necestuje sám, reaguje doslovnou odpovědí: *„Já si myslím, že by mě to tolik nebavilo, asi. Jednak je člověk sám na to zařizování všechno, nemá si s kým zanádat, když ho rozčilujou domorodci a ani si vlastně povídat s někým o tom, když je to někde dobrý.“*

Je vystudovaný biolog, spíše jde teda o terénní biologii, což ho vede k tomu, že na své cesty pohlíží: *„(...) jinejma očima než běžnej turista, což mimochodem teda je často spíš ke škodě, protože běžný turisti se rozplývají, jak je to krásný, ale já vím, že je to zničený, a že to je přírodě vzdálený to území, takže z toho nemám ty požitky jako právě ten běžnej turista, kterej to neví (...)“*

V cestování se snaží decentně vymezovat proti masovému turismu a lidem, kteří o navštívené destinaci neví příliš mnoho informací a nejeví o ni větší zájem, i když ne tak příliš silně, jako třeba jeho kamarádi: *„(...) z části to vyhrazení proti tomu masovému turismu tam určitě je, člověku vlastně vadí, že tam na ty místa přijíždějí ty autobusy, s obrovským množstvím těch lidí, který o tom území vlastně nic nevědí a poměrně za krátkou dobu tam něco proběhnou a pak zase odjíždějí někam dál. (...)“*

Kdyby měl možnost navštívit už jen jednu destinaci, určitě by zvolil nějakou, kde ještě nebyl. Českou republiku má procestovanou a dle jeho slov *„všechny pěkný místa u nás už viděl“*, načež navazuje s informací, že: *„(...) v Čechách je asi 650 míst, kde stál hrad, já jsem byl asi na 550, přičemž z ty zbylý stovky je ještě, tam jsou asi desítky těch, který byly třeba odtěžený lomem, anebo se ani neví, kde ten hrad byl a jenom je doloženej někde v nějaký zprávě, takže já jsem byl skutečně prakticky všude u nás (...)“* Do nové destinace by se vydal radši, a to hned ze dvou důvodů, kterými jsou poznání. Touha po poznání z nového místa a strach z toho, že by se mu na daném místě nelíbilo tolik, jak si ho zachovává ve svých vzpomínkách, z čehož by byl spíše zklamán. I přes seznam asi 10 míst, kam by se ještě určitě rád podíval volí nakonec Galapágy: *„Tak určitě jsou to Galapágy, protože ty jsou přírodovědně hodně zajímavý.“*



Obrázek 13: Myšlenková mapa Aleš Hoffmann
Zdroj: zpracování vlastní s využitím aplikace coggle.com

5.4.5.2 Vlivy

Hned na začátku rozhovoru zmiňuje vliv rodičů, kteří cestují rádi, byť spíše s cestovními kanceláři: „(...) rodiče cestují poměrně hodně, i když teda úplně jinak, že jo. Oni jsou takoví ti usedlí cestovatelé, takže teď už jezdí vůbec jenom s cestovkou, ale s náma, jako vlastně v dětství, jsme jezdili bez cestovky.“ Důvod je však ten, že rodiče nejsou jazykově příliš vybaveni a mají určitý strach z komunikace ve vzdálenějších destinacích kvůli jazykové bariéře. Sám Aleš si však myslí, že kdyby jeho rodiče nepostihla okupace komunisty, pravděpodobně by daleko víc cestovali i mimo Československo a Jugoslávii: „(...) když by to bylo jako dneska, že by to bylo tak běžný, tak by asi cestovali i někam dál. Myslím si, že by asi cestovali míň náročně, než cestuju já, ale zase na druhou stranu, když by tam ten totáč vůbec nebyl, tak by to zvládali i jazykově. Oni třeba necestují bez cestovek kvůli tomu, že se nikde nedomluvěj. (...)“

I přes to, že si není vědom konkrétního impulsu, který by podnítil jeho chuť k cestování, myslí si, že způsob, jakým trávil dětství ho určitě velmi ovlivnilo: „(...) Já si myslím, že to asi vůbec musí bejt hodně z toho dětství, když jsme s těma rodičema jeli třeba jenom na Slovensko a podobně, tak jsme taky chodili po nějakých těch kopcích a podobně, protože brácha třeba je taky hrozně zaměřenej na to cestování, i když teda jak má tu rodinu, tak je to takový náročnější a jiným stylem, než jezdím já, ale vlastně ty sklony k tomu má taky.“

Dle rozhovoru začínal Aleš cestovat už na střední škole se spolužáky, ale i přesto, že to bylo období po Sametové revoluci, cestovali společně pouze po Československu. Až na vysoké škole začal cestovat mimo republiku: *„Já jsem hodně s nějakou partou jezdil vlastně po Československu, to bylo na střední a vlastně až na vejšce jsem začal jezdit někam po Evropě, ono taky člověk na to nemá peníze, takže na vejšce jsem jezdil ještě po Evropě a vlastně až po vejšce jsem začal jezdit mimo Evropu.“* V tomto ho údajně hodně ovlivnilo jeho povolání, jelikož se jako terénní biolog stýkal s lidmi s podobnými zájmy, a neměl proto o spolucestovatele nouzi: *„(...) potom jsem studoval biologii a myslím si, že to mě ovlivnilo poměrně hodně, na to cestování, že vlastně mám ty přírodovědné cíle, (...) ale rozhodně je tam ten vliv, že já jsem teda studoval přímo botaniku, takže to je ta terénní biologie, ne ta laboratorní, takže k tomu vlastně sklony máme jako biologové a má to velký vliv i v tom, že mám dost těch spolužáků, kamarádů z univerzity, který taky takhle cestujou, protože jinak narážím třeba v práci nebo jinde, že jiní lidi mají problém, že nemají vlastně s kým tímhle způsobem cestovat, protože když studovali práva, tak žádný takovýhle lidi vlastně neznaj (...)“* I dodnes cestuje ve skupinkách, cestovat samotného ho nebaví, opět zde hovoří o možnosti sdílet různé vjemy s ostatními: *„Ne, vždycky jezdím akorát s nějakýma kamaráda, sám jsem vlastně nikde nebyl, když nepočítám nějaký u nás třeba vejletky, ale to je 2 dny nebo tak.“* Partnerku, která by ho ovlivňovala, nemá, tvrdí o sobě, že je dlouhodobě „single“.

Politická situace pravděpodobně omezovala pouze jeho cestování s rodiči, neboť dle vlastních slov ho jinak komunistický režim příliš neovlivnil. V době, kdy na střední škole sám s kamarády začal cestovat, už bylo po revoluci: *„Mně bylo 13 když byla revoluce. Takže já vlastně jsem, za toho totáče jsem byl vlastě ještě vyloženě v dětství na základce, takže si myslím, že mě to tolik neovlivnilo.“*

Kvůli ekonomické situaci během studia na vysoké škole cestoval pouze po Evropě, dával spíše přednost levnějším destinacím před destinacemi exotickými, do vzdálenějších míst začal cestovat až při práci: *„Vlastně v tom mladším věku šlo jenom o to, že člověk nemá peníze na nějaký třeba velký cesty a mně vždycky přišlo příjemnější než strávit někde 2 měsíce na brigádě, abych mohl pak jet někam dál, jet radši někam blízko, já nevím, do Rumunska, do hor, což skoro nic nestojí, tam člověk zaplatí jenom dopravu a skoro nic jinýho vlastně a mít to volno dlouhý než si na to vydělávat takhle o tom volnu.“*

Masmédia a sociální sítě Aleše neovlivňují prakticky vůbec, neboť jim absolutně nevěnuje pozornost. V televizi sleduje pouze vybrané dokumenty, ze kterých čerpá inspiraci k návštěvě dalších míst: „*To si myslím, že prakticky ne, protože já to vlastně ani nesleduju. Jak jsem třeba říkal ty dokumenty, tak ty teda sleduju často z televize, ale je to že mám vybranej jeden dokument, ktorej mě zajímá, tak se na něj podívám jako že bych třeba sledoval nějaký zprávy a at' už teda v televizi, na internetu, nebo četl noviny, tak to já nedělám.*“

I přesto, že si není vědom přímého impulsu, který by probudil jeho cestovatelský potenciál, inspiraci k výběru místa čerpá z několika zdrojů – literárních, vizuálních, na doporučení od kamarádů, z dokumentů, nebo jakýchkoli jiných: „*No, je to asi většinou, že buď jsem o tom četl, a nebo tam někdo byl, z nějakých mejch kamarádů, případně to může bejt i tak, že jsem to třeba jenom viděl v nějakym dokumentu BBC a líbilo se mi to, ale spíš jsou to takovýhle důvody, že jsem o tom slyšel nebo jsem o tom četl, nebo mi to navazuje na nějakou další cestu, takže už jsem byl v jedny oblasti, o který jsem si třeba četl právě kvůli architektuře a zajímá mě to pak ještě vlastně vedle, kde zase jsou jiný stavby, ale vlastně to na to nějak navazuje. Ale vlastně je to jenom nějakej zásobník věcí, který samozřejmě přerůstaj v to, kam bych chtěl jet určitě a takový ty věci, o kterých tak uvažuju, a potom konkrétně v tom roce spíš jde o to, s kym se domlouvám, že tam pojedu, tak co třeba ty jiný lidi by zajímalo, z toho, co já tam mám, že bych chtěl.*“ Přímý vzor však nikdy žádný neměl.

5.4.5.3 Cestovatelská odpovědnost

Aleš nad cestovatelskou odpovědností příliš nepřemýšlí. Sám na začátku rozhovoru zmínil, že cestuje především kvůli přírodě a architektuře, nikoli kvůli původním obyvatelům. Během rozhovoru se zdá, že vliv cestovního ruchu nebere jako hlavní faktor ke způsobu chování domorodců, nýbrž jako charakterový rys jejich povahy: „*No, já nad tím teda moc nepřemýšlím, ale myslím si, že ten vliv tam nebude moc vysokoj. Tim, že já necestuju, právě abych viděl ty lidi, tak já nejezdím do těch oblastí, kde se ty cizinci vyskytujú. Spousta lidí vlastně jezdí na ty kmeny, který vlastně nejsou na ty bělochy, a vůbec na tu civilizaci, ještě moc zvyklí, což já teda nedělám, takže já si myslím, že ten vliv není tak velkej, i když z části to, že ty domorodci jsou zkažený turistama možný je, ale já teda, ve většině případů, si myslím, že to tím není, že se to tak běžně vykládá, ale že to je v povaze toho národa. To, že dneska tam přijedeme a ty lidi jsou všichni totálně nepoctiví a jenom se*

snaží, jak z těch turistů ty peníze dostat, tak i třeba na základě toho, co jsem četl nějaký knížky z období, kdy se tady do těch oblastí ještě vůbec nejezdilo, tak mě to přijde, že ty lidi byli stejně nepoctiví vždycky, že to není, že by se zkazili tím turismem. Jako ten vliv tam být může, ale myslím si, že když nejde opravdu o ty kmeny, který ty kontakty opravdu skoro žádný neměly, tak že v té běžný civilizaci ten vliv prakticky není.“

5.4.6 Respondent č. 6 – Jiří Kolbaba

Jiří Kolbaba (*1957) patří mezi přední české cestovatele a fotografy, je viceprezidentem Českého klubu cestovatelů a ročně tráví až 9 měsíců v zahraničí, kdy cestuje po celém světě. O svých cestách pořádá přednášky a diashow po celé České republice. Jeho dosud nesplněnou touhou a výzvou je dostat se na jižní pól.

S Jiřím proběhlo první setkání na veletrhu GO v lednu roku 2017, kdy s rozhovorem pro účel práce souhlasil. Následovala domluva po emailech a nakonec rozhovor proběhl začátkem listopadu v pražských Čestlicích před jednou z Jiřího přednášek. Rozhovor trval asi 30 minut.

5.4.6.1 Identifikace témat z rozhovoru s respondentem číslo 6

Odmala měl rád výzvy, sport a cestování. Jeho touhou v mládí však nebylo stát se cestovatelem, tomu předcházelo několik životních milníků, které ho nakonec dovedly tam, kde je dnes. V roce 1994 po poznání fungování životních principů a společnosti na Bali došel k rozhodnutí, že chce dělat pouze to, co ho baví a přestat se honit za penězi a zvyšováním majetku. Baví ho cestování, fotografování, poznávání, neustálé učení se, rozšiřování poznatků, možnost vytváření si vlastního úsudku, pozitivní ovlivňování okolí a inspirace. Touha zdolávat výzvy, pravděpodobně ovlivněna i jeho sportovním duchem, se promítla i v jeho výsledcích a sám o sobě říká: *„(...) cítím se vnitřně čtvrt století šťastný a naplněný, dělám něco, co mě baví, dělám to tak, abych sám sebe obohatil a jiné inspiroval a ono se to zlepšuje den ze dne a mě to prostě hrozně baví. A to je ta důležitá informace, mě to strašně baví!“*

Vždy trochu tíhnul k širším informacím o světě a v dětství se zajímal o historii a historické objevy, proto si přál být archeologem nebo egyptologem. Hodně se zajímal i o literaturu s těmito disciplínami spojenou: *„(...) tyhle disciplíny mě hrozně moc bavily, já jsem svého času znal rozměry pyramid v Gize v Egyptě, znal jsem detaily z knížek, které pojednávaly o nějakých disciplínách, které zkoumaly minulost a také to byly informace, které*

objevovaly různé věci ve světě (...)“, povolání přímo spojené s cestováním v něm však nevzbuzovalo vyšší zájem.

Jiřího cesty byly od mládí ovlivňovány sportem, kterým se jako atlet dlouhou dobu živil. Jedním z bonusů tohoto koníčka byla možnost vycestovat do zahraničí i během nedemokratického režimu bez toho, aniž by byl člověk musel přímo podporovat komunistický režim, což podněcovalo jeho zájem zkoumat reálnou situaci navštívených zemí a nedbat informací publikovaných komunistickou propagandou. Když respondentovi bylo asi 20 let, navštívil svého otce na geologické expedici v Mongolsku, kde strávil asi měsíc, a kde se poprvé setkal s jinou kulturou. Tato cesta byla pravděpodobně jedním z impulsů, který podnítil jeho zájem o další informace: *„(...) Zaprvé jsem si uvědomil, že to, co píše ta oficiální propaganda, je lež, neboť v českých novinách a v českých knihách psali, jak je to rozvinutá země. Dopravní infrastruktura a asfaltová cesta končila za Ulánbátarem, takže to byla lež. A uvědomil jsem si, že ta propaganda ne vždy říká pravdu, a pro mě bylo potom zajímavé zkoumat, co se píše oficiálně a jak to potom v těch zemích vypadá. Proto jsem byl šťastný, když jsem mohl trávit hodně času, a často několikrát do roka, v Rakousku, Německu, nebo ve Švýcarsku v rámci těch mých sportovních aktivit, ještě jsme třeba jezdili do Polska na soustředění a podobně. Byly to jenom země okolo, ale byly tam tři kapitalistické, které jsem mohl navštěvovat, což bylo tenkrát naprosto úžasné. A to ve mně asi probudilo zájem leccos nového vidět, osahat, poznat, ale neřekl jsem, že budu cestovatel a neříkal jsem to ani předtím, když se mě na to ptali na základní škole (...)*“

S revolucí přišel zlom, kdy se svět otevřel i pro Československo. V té době pracoval Jiří v oblasti marketingu a reklamy, ve výtvarných disciplínách a marketingových komunikacích a začátkem 90. let absolvoval cestu za odpočinkem ne do Tater, jak byl zvyklý, ale do Mexika, následně i do Tuniska a nakonec na již zmíněné Bali, které se pro něj stalo novým odrazovým můstkem: *„ (...) já jsem v 94. poprvé navštívil Bali, Indonésii a najednou jsem viděl jinou kulturu, přátelskou, vstřícnou, úžasnou kulturu, která nezakládá štěstí a úspěch na tom, že se hromadí majetek a že se buduje kariéra, ale že se dá žít i v sepětí s přírodou a v ohleduplných mezilidských vztazích a podobně a mě to strašně oslovilo. Já jsem si najednou uvědomil, že se nechci hnát za většími auty, a za většími penězi, ale že chci mít úplně jiný život a řekl jsem si tenkrát větu, to si dobře pamatuju: ‚Já budu dělat jenom to, co mě baví‘ a já to důsledně, čtvrt století, dodržuji. (...)*“

Po návratu zmenšil svou firmu, začal propouštět lidi, což se projevovalo i na finanční stránce, ale najednou se ozvala média: *„Úplně náhodou jsem potkal nějakou*

redaktorku, která mi řekla: „A pojd'te nám o tom říct do rádia!“ A já jsem tam koktal, blekotal a moc mi to nešlo, posléze jsem se to mluvení chtěl naučit, protože nejsem školený v těchto disciplínách, ani v mluvení, ani v psaní, ani ve fotografování, ale bavily mě, celý život mě baví, výzvy, 20 let jsem sportoval... a tak tu sportovní touhu po vítězství jsem promítnul tady do té touhy cestovatelské, takže jsem začal víc a víc cestovat, víc a víc se bavit s těmi médii, to znamená, že jsem se učil psát, učil jsem se mluvit, učil jsem se fotit a učím se to všechno dodnes, stále ještě nejsem spokojený se svou úrovní, ale změnil se mi od základů život.“

Od té doby tedy cestuje, navštívil všechny kontinenty světa, ale ve způsobu cestování se nijak nevymezuje. Pro Jiřího je důležité cestovat a přál by si, aby si lidé v ČR uvědomili a ocenili, co všechno dnes také mohou. Spolupracuje s různými subjekty, mezi kterými jsou i cestovní kanceláře, nevyhýbá se ale ani cestám s batohem na zádech, naopak, baví ho mít možnost srovnání, poznání různých úhlů a získávání zkušeností z různých prostředí, aby mohl interpretovat relevantní informace ostatním a tím je inspiroval: „(...) jsem rád, že mohu nabídnout nějaké inspirace, ale nejenom já, ale mnoho lidí v té naší generaci, inspirace mladým lidem, kteří nás sledují a chtějí takhle aktivně žít. Ty já se snažím obohatit a doufám, že to ty lidi tak berou, že, ve vší skromnosti, nechci exhibovat v kolika zemích jsem byl, ale že chci naznačit, co my Češi už dneska všichni můžeme, to je pro mě důležitá pozice. Co všechno my, svobodní Češi, dneska už můžeme! Žijeme ve svobodné zemi, úspěšné zemi, ekonomicky a sociálně velmi propracované zemi a nebýt pár nemravností některých našich jednotlivých politiků, tak by ta země byla ještě daleko krásnější a rajská.“

Při otázce na jedno místo, které by rád navštívil, zmínil Jižní pól. A ten je koneckonců i jeho další výzvou, kterou se chystá pokořit.



Obrázek 14: Myšlenková mapa Jiří Kolbaba
Zdroj: zpracování vlastní s použitím aplikace coggle.com

5.4.6.2 Vlivy

Rodiče Jiřího odmala se dvěma sourozenci brali na různé cesty i do zahraničí, což mohlo být jedním z vlivů, které v něm zakořenily touhu poznávat: „(...) s jsme rodiči často vyjížděli, jezdili jsme po republice, měli jsme vždycky nějaké staré auto, táta nás naložil, mám 2 sourozence, takže v 5 lidech jsme odjeli na dovolenou, na Balaton do Maďarska, do Zakopané do Polska, lyžovat někam a podobně, takže jsme intenzivně sportovali a jezdili, cestovali, i když jsme si toho finančně nemohli dovolit mnoho, ale když jsme mohli, tak jsme vždycky vyjeli. (...)“

Jak je zmíněno výše, na Jiřího měla vliv pravděpodobně i cesta za otcem do Mongolska v jeho zhruba 20 letech, kde strávil cca měsíc, což bylo jeho první setkání s odlišnou kulturou a reálným obrazem země, která nevypadala jako dle interpretace propagandy v komunistickém Československu. Jeho rodiče předtím nijak více necestovali, z ekonomických a politických důvodů, Jiřího však v cestách podporovali a rodinné výlety během dětství mohou být jeden z faktorů, které ovlivnily jeho profilaci cestovatele.

Jiřího bývalá žena jeho cesty nijak neovlivňovala, vlastního syna k cestování ale trochu vedl, často ho brával do zahraničí kvůli své práci kondičního trenéra: „(...) já jsem měl staré auto, škodovku a jeli jsme do Rumunska a do Bulharska, jeli jsme do Švédska na

turnaj a do Německa a podobně, takže jsem ho občas někam brával a pomalu jsem v něm možná budoval i trošku zájem cestovat a pak jsem s ním i, až už byl dospělý a měl po studiích, několikrát někam vyrazil a vždycky to bylo příjemné, protože mi i pomáhá s těmi desítkami kilogramů fototechniky (smích). Leccos jsme spolu projeli v Africe, v Asii, na Havaji, v Americe, v Evropě a tak.“ Syn se ale i přes inspiraci otce k cestování věnuje vlastnímu zaměstnání, rodině a dětem.

Největšími impulsy k cestování se pro Jiřího, dle jeho slov, stali 3 lidé: „Musím říct, že na začátku mého cestování byli 3 lidé, kteří se asi zasloužili o to, že já jsem dneska cestovatel. To byla moje tehdejší přítelkyně, s tou jsem absolvoval první cestu kolem světa, na přelomu milénia – 1999/2000, může za to cestovní kancelář, která už dnes neexistuje, ale dávala mi zakázky v zahraničí a já jsem mohl pracovat v prostředí cestovního marketingu a nasávat ty informace, to bylo pro mě důležité a třetím člověkem byl kamarád, který měl takové nápady, že pojedeme 2,5 měsíce střední Amerikou a budeme stopovat. Nějak jsme to všechno nakonec zvládli, takže jsme jeli do západní Afriky a všude po světě jsme jezdili, velmi úsporně a zvládli jsme to, dokázali jsme to. Takže tito tři lidé. Taková 3 nesourodí lidé můžou za to, že já mám dneska takový krásný šťastný život a jsem možná tím cestovatelem.“

Jiří však přiznává, že velký vliv na něj měla literatura, kterou od dětství četl. Četl o sportovcích, četl o Indiánech, četl o dobrodružství, o divech světa i o prehistorii: „Jednoznačně se ve mně vzbuzovala touha po dobrodružství, četl jsem tehdy dobrodružné knihy, zejména „Mayovky“. Já jsem byl vždycky Indián a budu celý život Indiánem, já mám celoživotní vztah k severoamerickým indiánům, já za nimi i jezdím. Četl jsem všechny ty knihy o 7 divech světa, a hlavně mě strašně dostala egyptologie, archeologie, Däniken a podobně, takže já jsem vždycky asi trošku tíhnul k informacím tady z toho širokého světa (...).“ Kromě Karla Maye zmínil například i Štorcha, Foglara nebo Zamarovského.

Inspiraci k cestám pak čerpá literatury a zdrojů tištěných i internetových, v masmédiích hledá spíše informace pro sebe, o bezpečnosti ve světě a politice, především pak té domácí: „(...) já jsem člověk, který má o osud této země zájem a starost, protože jsem Čech, takový ten opravdu niterní Čech, tak pozoruji i co dělá naše politická reprezentace, a protože mám mediální prostor a mluvím k veřejnosti, tak je možné vyjádřit svůj názor a vyjádřit jakýsi postoj. Nesvede mě to nikdy k nějakým šovinistickým, nebo populistickým, a vůbec ne zlostným výlevům, ale snažím se hodnotit jednotlivce podle toho, jak se chová, co

říká, jestli dělá pro společnost užitečné věci nebo ne a snažím se to v nějaké rozumné odborné míře, ani jako politolog ani jako odborník, ale jako občan, glosovat. Mně vadí, když politik je zlý, řízený zlým srdcem, lže, nedodrжуje zákony a pravidla, rozděluje společnost a chce k tomu říct svůj postoj: „Tohle je špatný, takhle to být nemá!“ Já jezdím do zemí, kde politik je vážený, nepotřebuje ani ochranu, protože si ho lidé přirozeně váží a mít okolo sebe plno takovýchto zlostných a nepoctivých lidí se mi zdá zbytečné.“

Kromě bariér kvůli komunistickému režimu, zdravotních nebo ekonomických jiné nevnímá. Sám připouští, že kdysi ekonomické bariéry míval, ale to se momentálně zlepšuje a zdraví mu „slouží skvěle“. „Lidé si před sebe často kladou nějaké zbytečné bariéry, nějaké strachy a fobie, a to je špatně. Svět musíme poznávat a musíme si uvědomit, že svět není horší než Česká republika a Česká republika není o nic lepší než jiné země, je úspěšná, na dobré rovnoběžce, bezpečná, a to je vždycky skvělé, ale neznamená to, že my jsme ti dobří a oni jsou ti špatní. A kdo straší světem, což dělají někteří nezodpovědní čeští politici, tak to je nemravná činnost a mělo by se to okamžitě zglosovat, protože takhle to není. Tady jsou dobří lidé i špatní lidé a v každé jiné zemi světa jsou dobří lidé a špatní lidé a nemůžeme zevšeobecňovat. To je velmi špatné a je to cesta do pekel.“

5.4.6.3 Cestovatelská odpovědnost

Cestovatelské odpovědnosti si vědom je, ohledně životního prostředí dělá všechno pro to, aby přispěl k jeho zlepšení, nebo ho alespoň nezhoršoval. Když pak cestuje do zahraničí a setkává se s kulturami, kde produkty západního světa nejsou běžné, chová se s respektem k místu, kde se právě nachází: „(...) snažím se chovat tak, abych neurychlil devastaci původní kultury, tím, že když jsem u přírodního národu a nějaký jednotlivec pro mě něco udělá, nebo po mně něco loudí, chce něco na výměnu, nenechám tričko tam, kde ženy mají halenku z kozí kůže obšitou mušličkami, nenechám propisku tam, kde lidé teprve teď vylezli z džungle. Snažím se vždycky dávat takové věci, když už něco dávám nebo pomáhám, aby byly adekvátní a ohleduplné, takže snažím se být ohleduplný k lidem. Snažím se jim pomoci, když můžu, nechám jim dárek, takový ale, který odpovídá té kultuře, když bych dal někomu reklamní tričko a on se ještě neobléká, tak je to špatně. Když dám PET lahev v Africe, a Afričané po mně loudí PET lahve, a oni stále ještě místo lahve používají kalabaš zavěšený u pasu, tak urychlím devastaci té původní kultury, a to je špatně, tohle to si velmi hlídám. (...)“

5.4.7 Respondent č. 7 – Rudolf Švaříček

Rudolf Švaříček (*1962) je cestovatel, fotograf, horolezec, spisovatel, a hlavně celoživotní dobrodruh. Je majitelem úspěšné cestovní kanceláře Livingstone, kterou založil v roce 1995. Založil i festival GO Kamera pořádaný v Brně vždy ze začátku nového roku. Přednáší, moderuje a stojí za několika expedicemi po celém světě i velmi úspěšnými výstavami po celé ČR. Jeho doposud nejoblíbenější zemí se stal Bhútán.

Ruda byl přes email osloven s prosbou o rozhovor, jelikož se jedná o jednoho z předních českých cestovatelů a dobrodruhů věrně reprezentující skupinu alocentriků. Schůzka po dohodě proběhla začátkem listopadu v Brně a rozhovor trval cca 30 minut.

5.4.7.1 Identifikace témat z rozhovoru s respondentem číslo 7

Touhu po poznávání a objevování měl v sobě pravděpodobně od dětství, neboť ještě na základní škole, asi v 8. třídě, objeli s kamarády stopem celou republiku. Impuls ale nevezšel od kamarádů, nýbrž z jeho strany. Koneckonců, takhle to prý bylo většinu času a v podstatě se všemi expedicemi a možná i všemi cestami. Ruda je prostě odjakživa dobrodruh tělem i duší, ale nemyslí si, že ho okolí nějak ovlivnilo: „(...) ve mně je to cestování asi odmalička (...)“ Zastává názor, že: „(...) se všichni lišíme, byla by to nuda, kdybychom byli všichni v jedné lati (...)“ Cestování má pro něj mnoho přidaných hodnot: „Cestování obohacuje, vzdělává, poučuje, díváme se na odlišný kultury, můžeme srovnávat, můžeme si z toho brát hrozně moc příměrů, poučení, takže ta škála všech těch bonusů... Toho je hrozně moc. Uvědomujeme si více, kde žijeme, co nás tady doma vlastně uspokojuje, že jsme se dobře narodili, že jsme, nebo aspoň já teda, silnej patriot, silnej Čech, to srovnávání kultur je obrovský bonus.“

První velké cesty začal Ruda podnikat ještě před pádem komunistického režimu, jednou z nich byla expedice do Severní Korey a do dnešní doby navštívil nepočítaně všechny kontinenty, počty pro něj ale vůbec nejsou důležitým aspektem jeho cest: „(...) nepočítám, jako někteří, v kolika zemích jsem byl a kolikrát jsem objel svět, to opravdu u mě není podstatný, cestuju proto, abych poznával odlišný kultury a snažil se jim rozumět.“ Během cest dává největší přednost dobré společnosti zajímavých lidí, kamarádů a skupině, na kterou se může spolehnout a je s ní sranda: „(...) jsem tvor společenskéj, a že hrozně mě vyhovuje být někde s někým, s kým je sranda, s kým je pohoda (...)“ I přesto, že samota mu nevádí a několik cest strávil sám, jako například zpáteční cestu ze Severní

Korey nebo pár etap po Asii, dlouhá léta ani sám nikde nebyl, jelikož je v podstatě pořád v roli průvodce nebo organizátora.

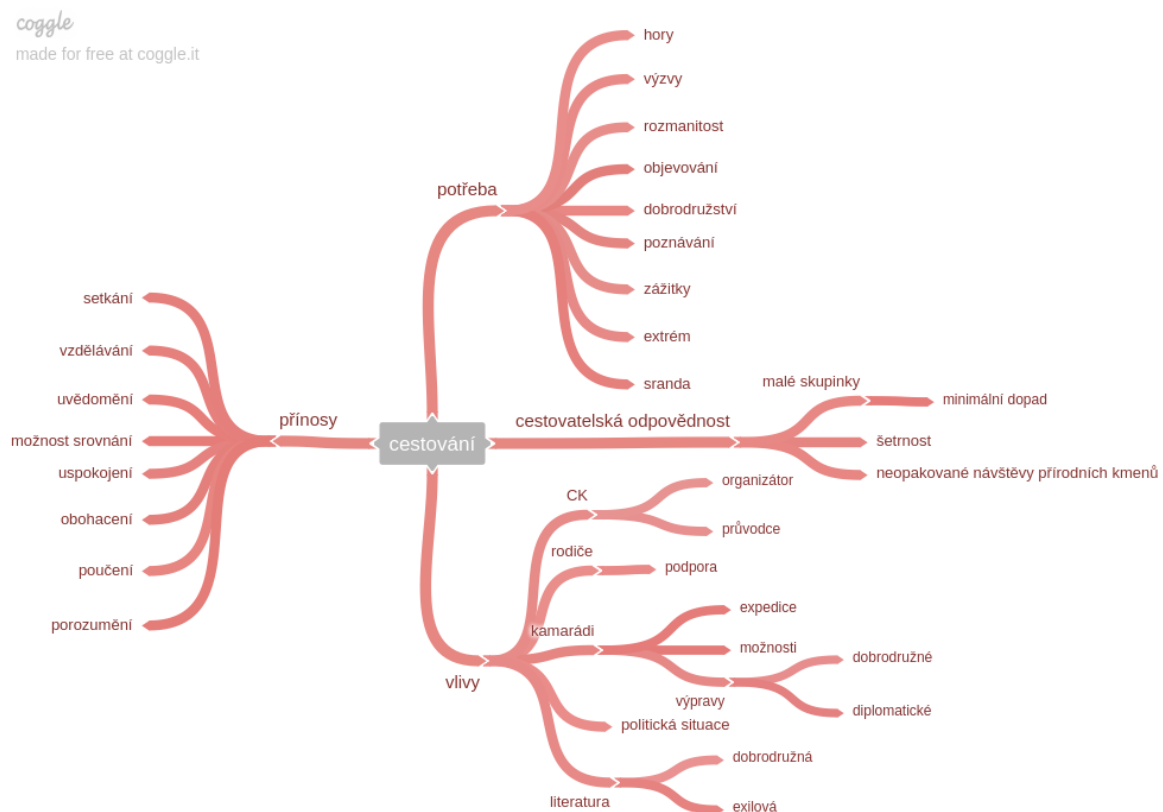
Samozřejmě po určitou dobu byl, jako všichni, velmi omezen režimem v Československu. Po otevření hranic ale mohl začít cestovat opravdu naplno a podnikat dlouhé, několikaměsíční expedice. V roce 1995 pak založil cestovní kancelář Livingstone, kde funguje především jako zmíněný organizátor a průvodce, která je na trhu úspěšně už více než 20 let a spolupracuje s několika subjekty po celé ČR.

Všechny cesty a expedice, které kdy podnikl, byly údajně každá úplně jiná, a to je to, co na tom Rudu baví nejvíc – rozmanitost, barevnost a pestrost jeho práce. Od jeho prvních cest se ale hodně změnilo. Kromě poznávání má za sebou i diplomatické výpravy do různých zemí, kam by se běžný člověk pravděpodobně dostával jen stěží: *„(...) třeba ty první expedice, to jsme jeli s kolegou etnologem, etnografem doktorem Mirkem Množinou a žili jsme extrémně skromně, spávali jsme v klášterech, spávali jsme převážně u lidí, které jsme potkali na trase, spávali jsme u známých, které jsme si vytvářeli, žili jsme strašně skromně, vystačilo nám třeba 100 dolarů na celý měsíc pro dva, to už dneska nejde a ani bych to nedokázal, samozřejmě když jedu na hory, šplháme teda po horách, tak žijeme taky zcela odlišným, skromným způsobem života, (...) byli jsme třeba s Karlem Schwarzenbergem v Saúdské Arábii, v Jemenu, v zemích, kam se nedá dostat normálně a byl jsem tam součástí nějaké diplomatické mise, byli jsme třeba u krále Bhútánu, kde jsem byl s velvyslancem, takže jsou trasy, který jsou navoněný, jinak zabalený a pak jsou zase ty náročný expedice a mě skutečně baví ta bohatost a odlišnost těch výprav, (...) letos jsem byl třeba v Afganistánu, to jsme byli ve dvou, kde to bylo hodně dobrodružný a vlastně jsme byli jenom dva, předchozí Afganistán, tam jsme byli taky jenom s kamarádem, přijeli jsme stopem z Uzbekistánu, i těch takovejch surovejch akcí je, teď jedeme do východní Afriky, ale pak jedeme do západní Afriky, kde to bude zase prostě taková dobrodružná část v malé sestavě, tak zase končím u toho, že se to nedá balit do jednoho balení, ale jsou to naprosto odlišné výpravy, odlišné expedice. V příštím roce plánuju jak těžkou akci v Bhútánu, kde má letět se mnou i Peter Hebel, což je největší legenda, Messner – Hebel, dvojice, která byla první na Everestu bez kyslíku, a potom třeba poletím do Japonska, takže jsou to vážně odlišný trasy.“*

Na svém životě, který naplnil cestováním, zážitky a poznáním, by nic nezměnil a za všechna svá rozhodnutí je šťastný: *„Já si myslím, že věci, který jsem zrealizoval v cestování, mě obrovsky naplňovaly a neměnil bych asi nic, nic... myslím si, že to byla skvělá volba a považuju sám sebe za abnormálně spokojenýho a šťastnýho člověka, to cestování mi k tomu*

dává křídla, to že můžu dělat profesi, která mě mimořádně naplňuje, uspokojuje, prostě něco úžasného, každý máme tu možnost volby, já jsem si zvolil cestování a podařilo se to, že dneska třeba vydávám rekordní knížky s rekordními čísly, naše výstavy, které jsme postavily, tak jsou v Česku s rekordní návštěvností, asi nejzásadnější a podstatná je i spokojenost těch lidí, co s náma jezdí s cestovkou a ty jejich reakce, reakce, jestliže bylo na výstavě přes půl milionu spokojených návštěvníků, kteří píšou do té návštěvní knihy ty parádní vzkazy a děkování, tak to je asi ta nejhezčí vizitka, že slýchám na cestách ta silná poděkování občas se slzou v oku dojetím, kdy někdo stojí na kopci a je dojatý z toho, že jsem ho tam vzal, no tak, v které jiné profesi se Ti stává, že Ti někdo takhle hezky poděkuje, já mám štěstí, že tadytou mojí profesí je to cestování a cestovka, takže velká spokojenost.“

I přesto, že jeho srdcovou záležitostí je Bhútán, další destinací, kam by se v dohledné době rád podíval, je Vanuatu.



Obrázek 15: Myšlenková mapa Rudolf Švaříček
Zdroj: zpracování vlastní s využitím aplikace coggle.com

5.4.7.2 Vlivy

Na základě výpovědi Rudy, rodiče na jeho cestovatelskou osobnost neměli velký vliv: *„Já si myslím, že mě brali na cesty, ale asi ne nějak zásadně více, než ostatní, že by to ovlivnění bylo ze strany rodičů, v tomto to asi není zásadní.“* Z cestovatelské rodiny sice nepochází, ale na cestách ho oba rodiče vždy podporovali, matka ho dokonce na úplně první expedici podpořila i finančně, čehož si velmi váží: *„Na první expedici, ještě před revolucí, tak mě máma opravdu tenkrát výrazně podpořila, ač ta částka nebyla astronomická, tak v té době to byla podpora a myslím si, že mě to nastartovalo, takže určitě bych měl poděkovat mámě za ten prvotní start, za tu prvotní expedici.“*

Ruda má vystudovanou vysokou školu v Brně, a i přes to, že prý jeden z jeho spolužáků je *„podobně postižený“* jako on, ani střední, ani vysoká škola, včetně spolužáků, na něj v podstatě neměla vliv: *„Jeden spolužák je podobně postižený jako já, ale to v tom nebylo zásadní, ne, ne, ne. Vejška ne, to bylo ve mně a já jsem si k sobě pak přibíral různá zajímavý lidi, ale vejška v tom nehrála roli zásadní. Ani škola předchází.“* Vyrůstal v Novém Městě na Moravě a byl vždy fyzicky aktivní – v letních i zimních sportech. Myslí si tedy, že lidé v jeho okolí, kamarádi, ho dále ovlivňovali, nebyli to však spolužáci: *„(...) tak určitě asi všichni směřování kamarády, okolím a tak, ale to zajímavý je, že škola v tom vlastně vůbec nehraje roli a okruh známých nás formuje, tak určitě, s kým se stýkáme, byl jsem v hrozně hezký partě, byl jsem novoměšťák z Novýho Města na Moravě, vlastně okolí Radka Jaroše a vždycky jsme lezli po horách, pak běžky, vodáctví, byli jsme limitováni tou dobou, takže se nedalo moc putovat do toho velkého západního světa, vlastně ani na východ, ten okruh aktivit byl omezen a vymezen, takže určitě jsme se trefovali tam, kam to cestování šlo, to znamená země východního bloku a až pak se otevřelo dál.“*

Kromě kamarádů odmala vyhledával i dobrodružnou literaturu, o které si myslí, že ho určitě musela směřovat: *„(...) už knížka Tajemný Mustang, když jsme všichni mysleli, že jde o nějakého koně Mustanga, ale pak je to vlastně království v Nepálu, já jsem byl vášnivej čtenář, četl jsem strašně moc, v dětství a v pubertě, hltal jsem knížky a samozřejmě mě to muselo směřovat.“* Kromě zmíněného Mustanga zmínil i další: *„Tak já myslím, že všechny Verneovky jsou vlastně tou výzvou k cestování, v nějakým tom věku, Procházka, Škvorecký, prostě taková ta exilová literatura, Kundera samozřejmě, tak i tyhle ty věci samozřejmě vedou k tomu cestování.“*

Jak již bylo naznačeno, Ruda samozřejmě velmi ovlivnil i komunistický režim, kdy po otevření hranic se všem konečně dostalo možností svobodně vycestovat. Jedním

z dílčích krůčků, díky kterým si postupně mohl plnit další sny a cesty, bylo založení cestovní kanceláře Livingstone: *„Tak já si myslím, že všechny cesty jsou na základě nějaké tužby, a protože dělám to, co dělám, tak se mi celý život daří ty sny realizovat a naplňovat. Je to o to příjemnější, že každá příští cesta je dalším snem, jinak bych tam asi nejezdil. Já to vnímám jako, to že jsem cestovka, jako povolání, ale mě to hrozně baví a pořád mě to uspokojuje, takže každá cesta je plnění dalšího snu, někdy většího, někdy menšího (...)“* Pro Rudu však bylo otevření hranic počátkem toho pro něj určujícího směru, který mu převrátil život a Sametová revoluce je pro něj jedním z nejzásadnějších okamžiků, který umožnil to, co dnes většina bere za samozřejmé – cestovat. Také mu umožnila setkání, která se pro něj stala jedněmi z nejsilnějších chvil v životě: *„(...) zažil jsem setkání s jeho Svatostí Dalajlámou, zažil jsem jich dokonce řadu a všechny pro mě byly nesmírně silný, nesmírně silný byl pro mě i trojúhelník, kde jsme seděli s Václavem Havlem a s Dalajlámou, privátně, tak to byly mimořádně silný okamžiky a jsem strašně rád, že na to došlo, to byl asi nejsilnější a nejpodstatnější zážitek v životě, Sametová revoluce, můžu vidět stokrát Viktoriiny vodopády třeba nebo Everest a stejně nejsilnější zůstane Sametová revoluce, která nám umožnila vlastně to cestování.“* A cestování je pro něj tou největší celoživotní vášní.

5.4.7.3 Cestovatelská odpovědnost

I přesto, že Ruda vlastní cestovní kancelář, způsob cestování s klienty má především dobrodružnou a poznávací formu a minimální dopad na okolí: *„(...) domnívám se, že vlastně v rámci toho našeho, řekněme dobrodružného, cestování šlo vždycky o vzájemný poznávání a o ty zajímavosti kolem, nemyslím si, že ať jsme byli v extrémních končinách, tak jsme za sebou zanechali nějakou nepatřičnou stopu.“*

Neboť podnikají cesty v malých skupinkách, snaží se nenarušovat přírodu, kulturu ani způsob života místních obyvatel a k okolnímu prostředí jsou velmi šetrní: *„(...) třeba Novou Guineu, která byla vždycky nejcitlivější, tak ani sem jsem nikdy nedělal nějaký masový akce, nebo velký skupinový akce, vždycky jenom malá partička, byly jsme 4, to znamená já plus 3 a později třeba já plus 7, do letadla malého, výchozího a to byly vždycky jenom výpravy, kde jsem si plnil ty svoje sny na ty nejtěžší místa, ani jsem se tam nevracel opakovaně, chtěl jsem poznávat stále nové a nové věci, takže jak jsem už řekl, myslím si, že ta stopa za náma zůstává čistá.“*

6 Shrnutí výsledků a doporučení

Cílem této práce bylo snažit se identifikovat vnější faktory, které mají vliv na vývoj profilu cestovatele a také zjistit, jakým způsobem je tyto faktory ovlivnily. Dalším cílem bylo odhalit, na kolik cestovatelé vnímají odpovědnost za vlastní dopad na kvalitu života a identitu místních obyvatel, na přírodu a krajinu, a to během svých cest, ale i před nimi a po nich. Cíle byly zformulovány do dvou výzkumných otázek, na které byly hledány odpovědi za pomoci analýzy rozhovorů s cestovatelskými osobnostmi. Během zmíněné analýzy bylo zjištěno několik společných fenoménů, které se objevovaly u všech respondentů – tyto společné jevy jsou rozpracovány v následující kapitole 6.1. Cílů práce bylo dosaženo a odpovědi na výzkumné otázky týkající se vlivů a cestovatelské odpovědnosti jsou sepsány v kapitole 6.2. Na tomto základě bylo také v kapitole 6.3 navrženo několik doporučení pro další využití výsledků této práce.

6.1 Srovnání fenoménů u cestovatelských osobností

U všech dotázaných respondentů se projeví 3 zásadní fenomény v kontextu jejich stylu cestování, které je doprovází a jsou jimi:

- 1) jasná touha po změně a poznání
- 2) potřeba aktivního fyzického úsilí
- 3) zájem o hory

Někteří z respondentů témata zmínili doslovně, u některých to vyplývá z jejich životního kontextu a z analýz rozhovorů – viz kapitola 5.

- 1) Touha po změně a poznání přichází spolu s adrenalinem z neočekávaných momentů a situací, které jsou jasným pojítkem dobrodružství. Po dobrodružství touží všichni z respondentů, proto spadají a charakterizují zmíněnou skupinu alocentriků, ty Plog (1974) definoval jako dobrodružné povahy.
- 2) U všech respondentů se projevil také kladný přístup k pohybu, a pravděpodobně i sportu, byť ne všichni sport výslovně zmínili. Fyzická aktivita se zrcadlí i v jejich zájmu o hory a přístupu k životu – aby mohli cestovat i do vzdálenějších oblastí, které mohou být hůře dosažitelné, musí se udržovat v dobré zdravotní kondici. Ta se může odrážet i v psychickém rozpoložení, neboť všichni respondenti působili velmi pozitivním přístupem k životu.

- 3) Zájem o hory pravděpodobně odráží výše zmíněné dobrodružství, výzvu i přesah. Z hlediska náročnosti při cestách do hor, vyčerpávající fyzická aktivita výstupu na vrchol může umocňovat výsledný prožitek a tím i působení prostoru na psychiku jedince, což ho může činit odolnějším i v jiných oblastech života.

Jedním z rozdílů mezi odpověďmi respondentů, které cestování, alespoň částečně, živí a těmi, co cestují pouze ve svém volném čase mimo zaměstnání, bylo smýšlení o bariérách ohledně cestování a jeho prioritizace. Pro ty, kteří se jím živí, je cestování opravdu na prvním místě a jsou odhodlaní si za ním jít, dalo by se říci neohledně na životní situaci. Cestování se pro ně stalo důležitou hodnou číslo jedna i přes jinou oblast jejich původního studia či předešlé práce.

U respondentů, kteří cestování berou jako koníček, cestování není vždy na prvním místě, byť způsobem cestování či sklony k poznávání mohou přivádět obě skupiny do podobných destinací.

U každého zmíněného respondenta jde však opravdu o kontext jejich jedinečných žitých zkušeností, které ovlivňovaly a ovlivňují jejich rozhodnutí, proto se v tom případě nedají jejich odpovědi příliš zobecňovat. I z toho vychází idiografický přístup a zvolená metoda ke zkoumání odpovědí pomocí IPA a je potřeba s touto informací pracovat v souvislosti celé práce.

I přesto, že IPA metoda má za cíl interpretovat skutečný smysl rozhodnutí rozklíčováním například volby slov během rozhovorů, u dotázaných respondentů provedené rozhovory nebyly natolik detailní, aby nasbírané informace stačily k analýze skutečného podnětu k cestám a jejich hlubšího smyslu, což by mohlo vést k mylné interpretaci skutečného významu. Z tohoto hlediska hlubší rozbor nakonec nebyl proveden a v kapitole 6.3.1 jsou sepsána doporučení k dalšímu výzkumu s ohledem na již získané zkušenosti výzkumníka.

6.2 Odpovědi na výzkumné otázky

1. *Které vnější faktory a jakým způsobem ovlivňují vývoj profilu cestovatele? (kognitivní rovina)*

Na začátku práce byla interpretována osobnost jako celek jedinečných a neopakovatelných kvalit, které člověka odlišují od ostatních. Každý z respondentů popisoval vlastní žitou zkušenost, kde byly převážně zmíněny vlivy popsané v kapitole 4.1.2.1.1.

Velmi významným faktorem na cestovatelskou osobnost jsou lidé a kamarádi z blízkého okolí respondentů, se kterými se stýkali, anebo stále stýkají. Velkým vlivem byla také, prakticky u všech dotázaných, literatura, kterou četli od dětství do dospělosti, a která podporovala a umocňovala jejich fantazii a touhy po cestování. Většinou se jednalo o literaturu dobrodružnou, různé cestopisy apod.

Další faktory – primární rodina, vzdělání a masmédia – se lišily u každého z respondentů. Nikdo z nich nepocházel z cestovatelské rodiny, nicméně všechny respondenty rodiče vedli k trávení času v přírodě či převážně sportovním volnočasovým aktivitám. I přesto, že většina z nich se narodila ve městě, u všech se objevil velký zájem o hory a aktivní fyzické úsilí, které je vedlo a vede ke zdolávání stanovených cestovatelských cílů.

Faktory byly shrnuty na základě analýzy rozhovorů do tabulky nejvýznamnějších identifikovaných vlivů jednotlivých respondentů, které je během jejich vývoje profilace cestovatele ovlivnily nejvíce, viz Obrázek 16: Srovnání vnějších vlivů na profilaci respondentů.

jméno / vlivy	primární rodina	sekundární rodina	spolužáci	kamarádi	literatura	masmédia
Puldová	rodinné dovolené v Jugoslávii - údajně nulový vliv, cesty s rodinou po Československu rodiče nijak zvláštní cestovatelé -běžné rodinné dovolené, ale v cestách ho podporovali s matkou cesty po Československu, budovala vztah k přírodě, o otce v mládí přišel	partneri v podstatě nulový vliv, s jedním podnikala cesty do Afriky, nyní nejvíce ovlivněna dcerou	spolužáci v podstatě nulový vliv, měli rozličné zájmy, stýkala se spíše s lidmi mimo školu	kamarádi především akční, cestovatelé, vliv spíše ona na ně	odmala ovlivněna nejvíce literaturou, dobrodružná literatura, cestopisy apod.	ovlivňována na ní, spíše nesouhlasí s jejich interpretací určitých zemí
Wolf	rodinné dovolené, ale v cestách ho podporovali s matkou cesty po Československu, budovala vztah k přírodě, o otce v mládí přišel	partnerky měly vždy velký vliv, nyní má velký vliv dcera	se spolužáky měli odlišné zájmy, spíše trávil čas s kamarády mimo školu	měli největší a zcela zásadní vliv, v mládí velmi ovlivňován kamarády ze skautu	měla velký vliv, zájem o dobrodružnou literaturu se promítl v jeho touze po plavbě na Antarktidu	je si vědom velkého vlivu na okolí, ale on jimi příliš ovlivňován není
Mašek st.	Československu, budovala vztah k přírodě, o otce v mládí přišel	partnerky neměly vliv žádný, syna začal v dětství brát na Balkán	spolužáci měli zcela zásadní vliv, první podnět k cestování vzešel od nich	i kamarádi měli zcela zásadní vliv, cestuje výhradně s nimi	literaturou byl od mládí ovlivňován, především dobrodružnou, snil o Indiánech a džungli	masmédia na něj nemají praktický žádný vliv
Mašek ml.	nejzásadnější vliv měl otec, od základní školy ho na cesty bral	přítekylně vliv nemá, děti nemá	spolužáci ze základní a střední školy vliv neměli, na vysoké už ano (stejně zájmy)	kamarádi mají, po otce, největší vliv, nejprve otce kamarádi, teď už i jeho	mládí ovlivňován, především dobrodružnou a přírodovědnou	masmédií je ovlivňován hodně, TV (dokumenty), internet apod.
Hoffmann	ovlivňován rodiči od dětství, především během rodinných cest na Slovensko, do přírody a do hor rodinné výlety v dětství	neměl a nemá	spolužáci zcela zásadní vliv, první cesta byla jejich impuls, další hlavně z vš	velmi zásadní vliv na jeho cestování, stejné zájmy, cestuje s nimi	literaturou je velmi ovlivňován od dětství, nyní z ní čerpá inspiraci	masmédií není ovlivňován vůbec, pouze dokumenty v TV
Kolbaba	pravděpodobně vliv měli, cestovali, sportovali apod.	jedna z bývalých přítelkyní měla zcela zásadní vliv, další ho také ovlivňovaly	spolužáci během rozhovoru zmíněni nebyli, z kontextu rozhovoru ale asi žádný vliv neměli	kamarádi měli a mají velký vliv, i když jako fotograf cestuje nejraději sám	literaturou byl ovlivňován a inspirován od dětství, např. divy světa	masmédií ovlivňován je, především z nich čerpá inspiraci k cestám
Švaříček	rodina pravděpodobně vliv neměla žádný	neměl a nemá	spolužáci vliv neměli, spíše ovlivňoval on je	kamarádi na něj měli velký vliv, cestuje s nimi, nicméně on byl vždy tím, kdo je spíše ovlivňoval	literaturou pravděpodobně ovlivněn byl	masmédia při rozhovoru zmíněna nebyla

Obrázek 16: Srovnání vnějších vlivů na profilaci respondentů
Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Na základě uvedených údajů byly určeny 3 nejvýznamnější projevené vlivy na cestovatelskou osobnost:

- 1) Kamarádi (lidé, kterými se obklopují)
- 2) Literatura (kterou četli převážně v dětství)
- 3) Primární rodina (rodiče a výchova)

Kamarádi byli pro většinu respondentů stimulem či jimi jejich cesty byly velmi ovlivněny, literatura u respondentů podněcovala zájem o dobrodružství od dětství, a i přesto, že respondenti nepocházejí z přímo cestovatelských rodin (kromě Maška ml. – toho otec vysloveně vedl k cestování od mládí), způsobem výchovy, podněcováním k pohybu, zájmem o přírodu a podporou v cestování pravděpodobně přispěli rodiče velkou částí na profilaci respondentů.

Téměř všichni se však shodli, že nejvíce jsou jejich životy i cestování ovlivňovány lidmi, které mají okolo sebe.

2. Jsou si cestovatelé vědomi vlastního dopadu na životní prostředí a kvalitu života obyvatel destinací, do kterých cestují? Usilují o prevenci negativních dopadů cestování či alespoň o jejich minimalizaci? (empirická rovina)

Respondenti, které cestování neživí, často otázka vlastního dopadu vůči destinacím, které navštívili, nikdy ani nenapadla, a když už je napadla, řešili spíše dopad na životní prostředí a přírodu než na místní obyvatele či kulturu. V tomto kontextu o prevenci negativních dopadů usilují.

Respondenti, kteří se cestováním i živí, projevili výrazně větší povědomí o cestovatelské odpovědnosti nejen ohledně přírody, ale především právě ohledně tamních obyvatel a tamější kultury. Každý respondent pak zvláště uváděl příklady, kterými se snaží ovlivnit 1) zlepšení ekonomické situace obyvatel již rozvíjejících se zemí (např. koupí tamějších produktů, najímáním tamních obyvatel k práci průvodce, nosiče apod.) nebo 2) zachování přirozené autenticity u kultur, kde lidé zatím neznají hodnotu peněz (např. nezanecháváním produktů západního světa u původních kmenů, neopakované návštěvy již navštívených kmenů, menší skupinky návštěvníků apod.). Tito lidé usilují o prevenci negativních dopadů ve všech ohledech.

6.3 Doporučení

Na základě poznatků shrnutých v předchozí kapitole byla sepsána doporučení využitelná k aplikaci v oblasti managementu udržitelnosti cestovního ruchu a zároveň byla formulována doporučení k dalšímu výzkumu.

6.3.1 Kognitivní a výzkumná doporučení

I. Prohloubení poznatků vnějších vlivů

V práci vyvstalo na povrch několik faktorů ovlivňující profilaci cestovatele. Ty byly předběžně popsány v teoretické části práce a následně interpretovány na základěžitých zkušeností jednotlivých respondentů.

Vzhledem k tomu, že se jednalo o první zkušenost s metodou IPA, po nasbíraných zkušenostech z této práce by bylo možné jít ještě daleko víc do detailů, s delšími a propracovanějšími rozhovory, a na základě nasbíraných informací provést jejich ještě detailnější analýzu.

K tomuto výzkumu by však bylo vhodné využít anonymních odpovědí respondentů, neboť konkrétní identitou jedince by mohla být potlačena jejich upřímnost, otevřenost a bezprostřednost při zodpovídání položených dotazů.

II. Výzkum vlivu cestování na změnu psychiky respondentů a jejich přístupu k životu, názory a hodnoty

Jedním z přínosů této práce nemusí nutně být pouze identifikované vlivy na vývoj profilace cestovatele, ale důležitější je uvědomění si, jakým způsobem díky cestování mohou lidé ovlivňovat svět okolo sebe, protože všichni zmínění respondenti byli ovlivněni právě především lidmi ve své blízkosti, a to nejen na cestě do zahraničí, ale i na cestě životem.

I přesto, že se tato práce zabývala spíše dopadem cestování na okolí než na zkoumaného jedince, z rozhovorů bylo zřejmé, že pro ně všechny podniknuté cesty znamenaly nový rozměr poznání nejen konkrétních míst, ale i větší a lepší poznání sama sebe a vlastních hodnot, potřeb, priorit a nespočet dalších faktorů ovlivňující jejich psychiku a způsob myšlení a uvažování.

Z tohoto důvodu hlavním doporučením vyplývajícím z výsledků této práce je další výzkum zabývající se právě dopady cestování nikoli na okolí, ale na psychiku jedince a změny ve způsobu myšlení a uvažování a dalších faktorech ovlivňující pozitivnější a naplněnější styl života.

6.3.2 Aplikační doporučení

Nasbírané výsledky jsou využitelné pro aplikaci v rámci udržitelnosti cestovního ruchu. Běžní účastníci cestovního ruchu se často nezabývají otázkou vlastní odpovědnosti na dopad jejich cest na konkrétní destinaci, jenomže cestování nemá vliv jen na člověka samotného. Cestování má vliv i na životní prostředí, kulturu, lidi a jejich postoje, smýšlení a uvažování, a to nejen v místech, kam lidé cestují, ale jejich cesty mohou mít vliv i na blízký okruh lidí, se kterými se stýkají. Cestovatelská odpovědnost tak není jen o konkrétní cílové destinaci, kde účastníci cestovního ruchu svůj čas stráví, a tím mohou pozitivně či negativně ovlivnit její okolí, cestovatelská odpovědnost se může projevit i dlouhou dobu po návratu z cest zpět do domoviny. Osvětou o destinacích, šířením všemožných zkušeností, šířením všemožných doporučení, podněcováním ostatních ke zvědavosti, aktivitám či vzbuzováním zájmu, tím vším lze k cestovatelské odpovědnosti přispět a pomoci k ní přimět i ostatní účastníky cestovního ruchu natolik, aby i oni napomáhali k udržitelnosti cestovního ruchu.

Pro účely prevence negativních dopadů by v rámci cestovatelských přednášek a festivalů mohly probíhat moderované besedy s cestovateli, kteří jsou si vědomi svého dopadu na okolní prostředí navštívených destinací. Mezi lidmi totiž může panovat názor, že cestovatelskou odpovědnost je třeba řešit pouze z hlediska ochrany životního prostředí a přírody, nenapadá je ale odpovědnost z pozice ochrany autenticity způsobu života tamějších obyvatel, udržování kultury, zvyků a tradic bez zbytečné „inscenizace“, což by bylo potřeba změnit.

Další variantou jsou besedy přímo na školách, pravděpodobně středních, což je období, kdy studenti začínají cestovat více nezávisle a povědomí o cestovatelské odpovědnosti je potřeba podchytit včas. Důležitá je však správná interpretace a porozumění cestovatelských potřeb a zájmů cílové skupiny posluchačů a přizpůsobení jim obsah sdělení tak, aby byl pro ně atraktivní a přínosný.

Místo besed by s ohledem na mladší generaci mohlo být jednoduše využíváno sociálních sítí a přímého přenosu přes elektronická zařízení bez nutnosti fyzické účasti na besedě.

7 Závěr

Původní myšlenka, která vedla k výběru tématu této práce, byla zjistit faktory, které ovlivňují vývoj cestovatelských osobností během jejich života. Dva ze sedmi respondentů zastávají názor, že s cestovatelskou touhou a vášní se prostě narodili. Zbýlých pět pak nejvíce ovlivnili právě lidé v jejich okolí, literatura a výchova rodičů nejen k cestování, ale především podpory k činnostem, které jejich děti baví, k fyzickým aktivitám a vztahu k přírodě. Za společné jmenovatele všech dotázaných respondentů lze jmenovat již zmíněnou touhu po poznání, aktivitu a velmi silný vztah k horám.

Zmíněný segment alocentriků – lidí cestujících do míst minimálně přizpůsobených požadavkům návštěvníků, a tedy minimálně pozměněných cestovním ruchem, jsou lidé nejvíce otevření novému poznání a odhodlání. Ty lze považovat za typ účastníka příznivého pro budoucnost udržitelného cestovního ruchu, neboť stylem cestování nevyžadují nadměrné až nepřírozené zásahy do kultury a stylu života místních obyvatel nebo přírody. Většinou se u nich jedná o aktivní poznávání daného místa s veškerou autenticitou, které místo nabízí, což je důležitým atributem při setkávání se s odlišnými kulturami a zachovávání jejich původních podob. Jejich přínosem může být i šíření získaných zkušeností mezi ostatní.

Za přidanou hodnotu této práce by se dala považovat nejen syntéza teorií různých autorů a její následná schematizace, nebo myšlenkové mapy shrnující vlivy na profilace cestovatelských osobností či doporučení využitelná ke zlepšení udržitelnosti cestovního ruchu, ale i poselství, že cestování přináší především radost, toleranci, pochopení a zážitky na celý život. Při cestování nemusí být nutně důležitá cílová destinace, ale právě cesta samotná, které by se lidé neměli bát. Stačí jen chtít a vyrazit.

„Cestování je život.“ (Hans Christian Andersen)

8 Seznam použité literatury

[1] BUSINESSINFO.CZ. *Segmentace mezinárodních trhů, výběr cílových trhů a positioning: Psychografická segmentace*. BussinesInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export [online]. 2006 [cit. 2017-07-20].

Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/segmentace-mezinarodnich-trhu-vyber-cil-7676.htm>

[2] CAKIRPALOGLU, P. (2013). *Vybrané kapitoly psychologie osobnosti*. Olomouc: Univerzita Palackého. ISBN: 978-80-244-3518-3.

[3] ČERMÁK, I., ŘIHÁČEK, T., HYTYCH, R. a kol. (2013). *Kvalitativní analýza textů: čtyři přístupy*. Interpretativní fenomenologická analýza. Brno: Masarykova Univerzita. ISBN: 978-80-210-6382-2

[4] DAVIES, G. *Picturesque Swiss village is overwhelmed with tourists after blogger's video of it goes viral as locals complain it's been turned into an open-air toilet and people run naked down the streets*. Mail Online: news [online]. [cit. 2017-10-17]. Dostupné z: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-4735368/Tourists-swamp-picturesque-Swiss-village-viral-video.html>

[5] GEIST, B. (2000). *Psychologický slovník*. 2. vydání. Praha: Vodnář. ISBN: 80-86266-07-7.

[6] JAKUBÍKOVÁ, D. (2008). *Strategický marketing*. Strategie a trendy. Praha: Grada. ISBN: 978-80-247-2690-8

[7] LITVIN, S. W. (2006). *Revisiting Plog's Model of Allocentricity and Psychocentricity ... One More Time*. Cornell Hotel Restaurant Administration Quarterly, 47(3), 245-253.

[8] MAYO, E. (1975). *Tourism and the national parks: A Psychographic and Attitudinal Study*. Journal of Travel Research, 14(1), 14-17.

- [9] NAKONEČNÝ, M. (2009a). *Psychologie osobnosti*. Vyd. 2., rozš. a přeprac. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-1680-5.
- [10] NAKONEČNÝ, M. (2009b). *Sociální psychologie*. Vyd. 2., rozš. a přeprac. Praha: Academia. ISBN 978-80-200-1679-9
- [11] NOVÁKOVÁ, M. *Jak internet ovlivňuje život dětí a dospívajících? Šance dětem: Pomáháme dětem, které neměly v životě štěstí* [online]. 2017 [cit. 2017-11-12]. Dostupné z: <http://www.sancedetem.cz/srv/www/content/pub/cs/clanky/jak-internet-ovlivnuje-zivot-deti-a-dospivajicich-145.html>
- [12] PLOG, S.C. (1974). *Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity*. Cornell Hotel Restaurant Administration Quarterly, 4, 55-58.
- [13] PÁSKOVÁ, M. (2014). *Udržitelnost cestovního ruchu*. 3. přepracované vydání. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN: 978-80-7435-329-1.
- [14] ŘÍČAN, P. (2010). *Psychologie osobnosti*. Obor v pohybu. 6. přepracované vydání. Praha: Grada. ISBN: 978-80-247-3133-9.
- [15] SHIH, D. (1986). *VALS as a Tool of Tourism Market Research: The Pennsylvania Experience*. Journal of Travel Research, 24(4), 2-11.
- [16] SMÉKAL, V. a MACEK, P. (2002). *Utváření a vývoj osobnosti: psychologické, sociální a pedagogické aspekty*. Brno: Barrister & Principal. ISBN 80-85947-83-8.
- [17] SMITH, S. L. J. (1990). *A Test of Plog's Allocentric/Psychocentric Model: Evidence from Seven Nations*. Journal of Travel Research, 28(4), 40-43.
- [18] ŠÍPEK, J. (2001). *Úvod do geopsychologie*. Svět a putování po něm v kontextu dnešní doby. Praha: ISV. ISBN: 80-85866-70-6.

[19] VENCLOVÁ, K., ŠTYRSKÝ, J., ŠÍPEK, J., BUŠEK, M., ROZBOŘILOVÁ, D. a ŠÍPKOVÁ, P. (2015). Geopsychologie a ekopsychologie v cestovním ruchu. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN: 978-80-7435-540-0.

[20] VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M., HOLEŠINSKÁ, A., a METELKOVÁ, P. [online]. (2006). Marketing cestovního ruchu. Distanční studijní opora. Brno: Masarykova Univerzita. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/1456/podzim2006/KRMACR_T/um/Marketing_cestovniho_ruchu_DSO.pdf

[21] ZELENKA, J. a PÁSKOVÁ, M. (2012). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha. ISBN 978-80-7201-880-2.

9 Seznam obrázků

Obrázek 1: Myšlenková mapa teoretických konceptů	5
Obrázek 2: Myšlenková mapa vlivů působících na formátování osobnosti.....	9
Obrázek 3: Plogův model populační křivky psychografických skupin	20
Obrázek 4: Poslední uskutečněná versus ideální letní dovolená.....	22
Obrázek 5: 9 amerických životních stylů	28
Obrázek 6: Životní cyklus destinace – rozšíření.....	33
Obrázek 7: Souhrn a porovnání segmentací psychografických skupin.....	38
Obrázek 8: Souhrn a porovnání segmentací psychografických skupin II.....	39
Obrázek 9: Myšlenková mapa Ludmila Puldová	45
Obrázek 10: Myšlenková mapa Karel Wolf	51
Obrázek 11: Myšlenková mapa Petr Mašek	55
Obrázek 12: Myšlenková mapa Jiří Mašek.....	59
Obrázek 13: Myšlenková mapa Aleš Hoffmann	63
Obrázek 14: Myšlenková mapa Jiří Kolbaba	69
Obrázek 15: Myšlenková mapa Rudolf Švaříček	74
Obrázek 16: Srovnání vnějších vlivů na profilaci respondentů.....	80

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

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

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Chotovinská Michaela	Pobřežní 380/2, Praha - Karlín	I14190

TÉMA ČESKY:

Psychografické přístupy k cestovnímu ruchu

TÉMA ANGLICKY:

Psychographics Approaches in Tourism

VEDOUcí PRÁCE:

Ing. Martina Pásková, Ph.D. - KRRCR

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Psychografická analýza segmentů cestovního ruchu:
Rozbor vnějších faktorů působících na osobnost účastníka cestovního ruchu a formu realizace jeho účasti na cestovním ruchu

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

- Mayo, E. (1975). Tourism and the national park: A psychographic and attitudinal study. *Journal of Travel Research*, 14(1), 14-17.
- Plog, S. C. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 4, 55-58.
- Litvin, S. W. (2006). Revisiting Plog's model of allocentricity and psychocentricity... one more time. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 47(3), 245-253.
- Smith, S. L. J. (1990). A test of Plog's allocentric/psychocentric model: evidence from seven nations. *Journal of Travel Research*, 28(4), 40-43.
- Shih, D. (1986). VALS as a tool of tourism market research: The Pennsylvania experience. *Journal of Travel Research*, 24(4), 2-11.
- Rousseau, G. G., and Kruger, J. (1990). Testing the value and life-style model (VALS) of psychographic market segmentation. *SA Journal of Industrial Psychology*, 16(1), 31-37.
- Wells, W. (1975). Psychographics: A critical review. *Journal of Marketing Research*, 12, 196-213.
- Winters, L. C. (1992). International psychographics. *Marketing Research*, 4, 48-51.

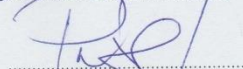
Podpis studenta:



Datum:

4.12.2015

Podpis vedoucího práce:



Datum:

4.12.2015

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Chotovinská Michaela	Pobřežní 380/2, Praha - Karlín	114190

TÉMA ČESKY:

Psychografické přístupy k cestovnímu ruchu

TÉMA ANGLICKY:

Psychographics Approaches in Tourism

VEDOUcí PRÁCE:

Ing. Martina Pásková, Ph.D. - KRCR

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

Cíl práce:

Psychografická analýza segmentů cestovního ruchu:

Rozbor vnějších faktorů působících na osobnost účastníka cestovního ruchu a formu realizace jeho účasti na cestovním ruchu

- 1 Úvod
- 2 Cíl práce
- 3 Metodika zpracování
- 4 Teoretická část
 - 4.1 Historie CR
 - 4.2 Životní cyklus destinace a udržitelnost CR
 - 4.3 Segmentace účastníků CR
 - 4.3.1 Geografická segmentace
 - 4.3.2 Demografická segmentace
 - 4.3.3 Psychologická segmentace
 - 4.3.4 Sociokulturní segmentace
 - 4.3.5 Psychografická segmentace
 - 4.3.5.1 Psychografická segmentace v marketingu
 - 4.3.5.2 Psychografická segmentace v CR
 - 4.4 Segmentace účastníků podle Ploga
 - 4.4.1 Alocentrik
 - 4.4.2 Mezocentrik
 - 4.4.3 Psychocentrik
 - 4.5 Motivace účastníka CR
 - 4.6 Výběr (volba) destinace účastníka CR
 - 4.7 Percepce cestování
 - 4.8 Faktory působící osobnost účastníka CR
 - 4.8.1 Vnitřní
 - 4.8.2 Vnější
 - 4.8.2.1 Výchova rodiče
 - 4.8.2.2 Vzdělání škola
 - 4.8.2.3 Sociokulturní zázemí a role
 - 4.8.2.4 Ekonomické zázemí
- 5V. Empirická část
 - 5.1 Základní výzkumné otázky
 - 5.2 Sběr informací a průběh šetření
 - 5.3 Výsledky šetření
 - 5.4 Shrnutí výsledků
- 6 Závěry a doporučení
- 7 Seznam použité literatury
- 8 Přílohy

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

- Mayo, E. (1975). Tourism and the national park: A psychographic and attitudinal study. *Journal of Travel Research*, 14(1), 14-17.
- Plog, S. C. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 4, 55-58.
- Litvin, S. W. (2006). Revisiting Plog's model of allocentricity and psychocentricity... one more time. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 47(3), 245-253.
- Smith, S. L. J. (1990). A test of Plog's allocentric/psychocentric model: evidence from seven nations. *Journal of Travel Research*, 28(4), 40-43.
- Shih, D. (1986). VALS as a tool of tourism market research: The Pennsylvania experience. *Journal of Travel Research*, 24(4), 2-11.
- Rousseau, G. G., and Kruger, J. (1990). Testing the value and life-style model (VALS) of psychographic market segmentation. *SA Journal of Industrial Psychology*, 16(1), 31-37.
- Wells, W. (1975). Psychographics: A critical review. *Journal of Marketing Research*, 12, 196-213.
- Winters, L. C. (1992). International psychographics. *Marketing Research*, 4, 48-51.

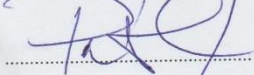
Podpis studenta:



Datum:

13.10.2016

Podpis vedoucího práce:



Datum:

13.10.2016