



Pedagogická  
fakulta  
Faculty  
of Education

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

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Pedagogická fakulta

Katedra výchovy ke zdraví

Bakalářská práce

Vysokohorská turistika, cesta  
posílení těla a ducha

Vypracovala: Dominika Ptáčnicková

Vedoucí práce: PhDr. Kornatovská Zuzana, Ph.D., DiS.

České Budějovice, 2022



Pedagogická  
fakulta  
Faculty  
of Education

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

University of South Bohemia in České Budějovice

Faculty of Education

Department of Health Education

## Bachelor Thesis

# Tourism in the Alpine region, way to strengthening of body and mind

Author: Dominika Ptáčnicková

Supervisor: PhDr. Kornatovská Zuzana, Ph.D., DiS.

České Budějovice, 2022

## **Bibliografická identifikace**

**Jméno a příjmení autora:** Dominika Ptáčnicková

**Název bakalářské práce:** Vysokohorská turistika, cesta posílení těla a ducha

**Pracoviště:** Katedra výchovy ke zdraví, Pedagogická fakulta, Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

**Vedoucí bakalářské práce:** PhDr. Zuzana Kornatovská, Ph.D., DiS

**Oponent:** Mgr. Pavlína Moučková

**Rok obhajoby bakalářské práce:** 2022

**Abstrakt:** Cíl bakalářské práce spočívá ve zmapování faktorů ovlivňující motivaci k vysokohorské turistice u mužů a žen ve věku 20-45 let. Předmětem šetření byl výzkumný vzorek čítající na 921 respondentů, jenž sestával z 614 žen a 307 mužů. V teoretické části práce jsem čerpala z české i zahraniční literatury a běžně dostupných zdrojů, jenž byly podrobeny obsahové analýze literárních děl. Práce se v této části zabývá v první řadě pojmem motiv, potřeby, motivace a motivace k vysokohorské turistice. Dále cílí na vymezení pojmu vysokohorská turistika a její podkategorie. Poslední kapitola teoretické části je věnována vývojovým specifikům jednotlivých úrovní dospělosti. Výzkumná část sestává z vyhodnocení výsledků anonymního dotazníku vlastní konstrukce, jež vyplnila část české populace, již spojuje láska a zkušenosti s vysokohorskou turistikou. Bylo nashromážděno a následně vyhodnoceno na 921 dotazníků, přičemž dosažené výsledky jsou v práci předloženy formou tabulek a grafů doplněných o stručný komentář. Z výsledků šetření vyplývá, že muži v procentuálním zastoupení 33,4 % představovali minoritní skupinu dotazovaných osob, a to i v případě srovnání jednotlivých věkových kategorií. Dalším významným zjištěním bylo, že lidé s dosaženým terciálním vzděláním tvoří, se skóre 59,5 %, podstatnou část vysokohorské populace. V otázce motivace bylo odhaleno, že nejvýznamnější motivaci k vysokohorské turistice představuje požitek z krajiny. Požitek z krajiny jakožto klíčovou motivaci k vysokohorské turistice volilo na 80,5 % účastníků dotazníkového šetření.

**Klíčová slova:** motivace, vysokohorská turistika, příroda, dospělost, zdraví

## **Bibliographic identification**

**Name and Surname:** Dominika Ptáčnicková

**Title of Bachelor Thesis:** Tourism in the Alpine region, way to strengthening of body and mind

**Department:** Health Education, Pedagogical fakulty, University of South Bohemia in České Budějovice

**Supervisor:** PhDr. Zuzana Kornatovská, Ph.D., DiS.

**Opponent:** Mrg. Pavlína Moučková

**The year of presentation:** 2022

**Abstract:** The aim of the bachelor thesis is to map the factors influencing the motivation for alpine tourism for men and women aged 20-45 years. The subject of the survey was a research sample of 921 respondents, which consisted of 614 women and 307 men. In the theoretical part of the work, I drew from Czech and foreign literature and commonly available sources, which were subjected to content analysis of literary works. In this part, the work deals primarily with the concept of motive, needs, motivation and motivation for alpine tourism. It also aims to define the concept of alpine tourism and its subcategories. The last chapter of the theoretical part of the individual is devoted to the developmental specifics of adulthood levels. The research part consists of the evaluation of the results of an anonymous questionnaire of our own design, which was filled in by a part of the Czech population, which combines love and experience with alpine tourism. 921 questionnaires were collected and subsequently evaluated, while the achieved results are presented in the work in the form of tables and graphs supplemented by a brief commentary. The results of the survey show that men in the percentage of 33,4 % represented a minority of respondents, even when comparing individual age categories. Another finding was that people with tertiary education make up, with a score of 59,5 %, a substantial part of the alpine population. In terms of motivation, it was revealed that the most important motivation for alpine tourism is the enjoyment of the landscape. Landscape enjoyment was chosen by 80,5 % of the participants in the questionnaire survey as a key motivation for alpine tourism.

**Keys words:** motivation, mountain hiking, nature, maturity, health

## **Prohlášení**

Tímto prohlašuji, že bakalářskou práci „Vysokohorská turistika, cesta posílení těla a ducha“ jsem vypracovala samostatně pod odborným dohledem PhDr. Zuzany Kornatovské, Ph.D., DiS., pouze za užití zdrojů představených v seznamu použité literatury.

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

V Českých Budějovicích 23.6.2022

.....  
Dominika Ptáčnicková

## **Poděkování**

V tomto bodě bych ráda poděkovala PhDr. Zuzaně Kornatovské, Ph.D., DiS. za vedení této bakalářské práce. Děkuji jí za velkou míru trpělivosti, lidský přístup, vstřícnost, obětavost a péči, kterou mi věnovala ve snaze dovést mě do kýženého cíle.

Dále tímto děkuji všem dotazovaným za jejich vstřícnost, ochotu a spolupráci, jež byla nezbytným předpokladem pro dokončení této bakalářské práce. A v neposlední řadě patří velký dík i mé rodině, jež tu pro mě vždy je a jejíž podpory si v životě vážím nadevše.

# OBSAH

1	ÚVOD.....	8
2	TEORETICKÁ ČÁST PRÁCE.....	9
2.1	Motivace.....	9
2.1.1	Motivy.....	9
2.1.2	Potřeby.....	9
2.1.3	Motivace.....	10
2.1.4	Motivace k vysokohorské turistice.....	12
2.2	Vysokohorská turistika.....	14
2.2.1	Úvod do vysokohorské turistiky.....	14
2.2.2	Provázanost vysokohorské turistiky.....	16
2.2.3	Hlavní odnože vysokohorské turistiky.....	17
2.3	Lidé ve věku 20–45 let.....	19
2.3.1	Vývoj člověka.....	19
3	VÝZKUMNÁ ČÁST PRÁCE.....	26
3.1	Cíl práce.....	26
3.2	Úkoly práce.....	26
3.3	Výzkumné předpoklady.....	26
4	METODOLOGIE.....	27
4.1	Charakteristika výzkumného souboru.....	27
4.2	Použité metody.....	27
4.3	Organizace experimentálního šetření.....	28
5	VÝSLEDKY A DISKUSE.....	29
6	ZÁVĚR.....	51
7	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	53
8	SEZNAM TABULEK.....	58
9	SEZNAM GRAFŮ.....	59
10	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	61
11	PŘÍLOHY.....	62

# 1 ÚVOD

Dnešní doba je dobou, jenž nám nedovoluje vydechnout, zastavit, a přesto nás mnohdy poutá do spárů pracovních židlí a křesel. Kdo ví, možná je to právě únik od okov civilizovaného života, co některé z nás žene na vrcholy hor. Ať už je důvodem únik, relaxace, nedostatek pohybu v práci, příjemně strávený čas s přáteli či cokoli jiného, jisté je, že v posledních letech byl zaznamenán obrovský nárůst zájmu lidí o celé spektrum outdoorových aktivit. Z mnohých se stali milovníci hor a horské turistiky, pro něž má pobyt v horách zvláštní význam a jenž se ke své lásce pravidelně vrací. Na druhou stranu se v horském prostředí začíná vyskytovat i nemalé procento jedinců, jenž k vysokohorské turistice táhne spíše přitažlivost „módního sportu“ a sebe prezentace na sociálních sítích.

Sama sebe považuji za vášnivého milovníka hor. Když jsem na hoře cítím jako by mnou prostupovala, byla mými plícemi a nechala veškeré problémy zmizet. Cítím jako bych byla v jiném světě, kde chutná jinak vzduch, slunce máte na dosah ruky a vše se najednou jeví tak blízko a přesto daleko.

Vysokohorské turistice se díky své rodině věnuji již od útlého dětství. A musím přiznat, že i já se setkávám s pocitem jakéhosi přilítí nové krve. Hory zažívají v posledních letech boom což vede k proměně života hor. Jsou i takové lokality, dle mých osobních zkušeností hlavně ty snadněji přístupné s možností volby kratších tras, jenž pod návalem příchozích, s nadsázkou řečeno málem praskají ve švech. Některá místa tak začínají ztrácet své kouzlo jiného světa.

Větší zájem o vysokohorský turismus pravda přinesl i řadu výhod v podobě zlepšeného servisu, vyšší intuitivnosti, lepšího značení, rozšíření nabídky tras aj. Avšak stále mi v hlavě vyvstává otázka, co je tím hnacím motorem, jenž lidi žene k horám? Co se změnilo a jaké faktory v otázce návštěvy hor lidi ovlivňují?

Tento fakt tedy přímo souvisí s volbou tématu mé bakalářské práce, ve které budu řešit uvedenou problematiku.

V teoretické části mé práce se věnuji motivaci a samotné motivaci k vysokohorské turistice, dále vymezení oboru a zkoumaného subjektu.

Ve výzkumné části se pak zaměřuji na výzkum motivace zkoumaného subjektu formou dotazníkového šetření.



## **2 TEORETICKÁ ČÁST PRÁCE**

### **2.1 Motivace**

Následující kapitola pojednává o motivaci a souvisejících pojmech. Motivace je stěžejním tématem této bakalářské práce, ve které se věnuji motivaci vysokohorských turistů k pobytu v horách.

#### **2.1.1 Motivy**

Uvádí se, že potřeba je podmínkou pro vznik motivu. Jde o jakousi hnací sílu, předpoklad, díky kterému jedinec začne postupovat daným způsobem (Loška & Lošková, 1999).

Dle Nakonečného (1997) jsou motivy jakási jádra, z nichž proces motivace vychází. Motivy jsou psychické stavy intrapsychické povahy.

Tyto stavy posléze mají do jisté míry vliv na naše chování. Přičemž naše chování mnohdy neovlivňuje pouze jeden motiv, nýbrž jejich soubor (Hoskovec, 2002).

Hoskovec (2002) dále uvádí, že tentýž motiv může dva rozdílné jedince ponoukat k odlišnému jednání. Samozřejmě však i mezi našimi vlastními motivy může vznikat jakýsi konflikt, který objasňuje tak často pozorovaný jev výkyvů nálad a chování, přičemž je nutné dodat, že zmíněné výkyvy v chování se u každého člověka projevují s jinou mírou intenzity. Existují jedinci méně a více vyrovnaní, přičemž vyrovnanější jedinci disponují takovými motivy, jenž spolu tvoří harmonický celek.

Dalším důležitým pojmem je pojem substituce motivů. Jde o konflikt motivů, kdy určitá potřeba vyvolává chování, jenž není obvyklé pro danou potřebu. Příkladem může být jedinec se sklony k přejídání, motivem není nasycení, nýbrž zahnání stresu a úzkosti (Nakonečný, 1997).

#### **2.1.2 Potřeby**

Za potřebu označujeme jakýsi prožívaný nadbytek či nedostatek, jenž v nás budí vnitřní duševní napětí. Naše chování tak odráží snahu ukojit danou potřebu a odstranit onou duševní tezi, jenž se s uspokojením potřeby redukuje či úplně mizí. Neukojení potřeb vede k frustraci či deprivaci. Ve snaze o zachování psychické stability dochází k aktivaci automatických ego-obranných mechanismů, jenž člověku pomáhají překonat danou překážku (Nakonečný, 1998).

### 2.1.2.1 Maslowova pyramida potřeb

Abraham Maslow je americký psycholog a tvůrce teorie hierarchie lidských potřeb. Sestavil pomyslnou pyramidu lidských potřeb (viz obrázek 1), jež je sestavena na základě míry intenzity, s jakou na nás potřeby naléhají. V základech pozorujeme potřeby, jež jsou nezbytné pro naše individuální i společenské přežití. Přičemž vrchní stupně pyramidy nejsou k životu nezbytné, avšak účastní se na rozvoji naší osobnosti a pocitu dlouhodobé spokojenosti. Ústřední myšlenkou Maslowovi teorie je potenciál růstu do vyšších sfér oné pomyslné pyramidy, avšak jen za předpokladu naplnění nižších potřeb (Procházková, 2018).



Obrázek 1 Maslowova pyramida potřeb (Procházková, 2018)

### 2.1.3 Motivace

Pojem motivace vychází z latinského slova „moveo“ překládaného jako hýbám či pohybuji.

Představuje tedy skutečnost, že v našem počínání figurují určité hybné síly, motivy, na jejichž základě se pokoušíme postihnout smysl toho, proč lidé jednají tím či oním způsobem. Jedná se o určitý proces, jenž vzniká na základě vnitřní pohnutky či vnější pobídky. Vnitřní pohnutky označujeme jako motivy, které vyvstávají na základě potřeb a zájmů daného jedince, může jít kupříkladu o potřebu seberealizace, objevování, poznávání něčeho nového aj. Vnější pobídka naopak vychází ze sociálního prostředí a má danou výchozí hodnotu, jenž nám poskytuje určité uspokojení (něco získat, anebo se něčemu vyhnout). Výsledná motivace daného člověka pak mnohdy bývá spojením obou (Harbichová, 2014).

Motivace je hypotetický, uměle vytvořený koncept. To však neznamená, že nemá své vymezení a definici, kupříkladu Klinger a Cox (2004) vidí motivaci jakožto určitý vnitřní

motor, který sestává z emočních a kognitivních procesů, jenž nás směřují a pohání ke kýženému cíli. Další autoři Průcha, Walterová a Mareš (2009) vnímají motivaci jakožto výčet vnitřních a vnějších podmínek, jež nás pohánějí vpřed a představují jakési palivo pro naše chování a prožívání, mimo jiné zaciľují toto dané chování a prožívání jistým směrem a ovládají jeho průběh i způsob dopracování se k výsledkům. Poukazují též na to, že působí i na formu reakce daného člověka, na jeho vlastní jednání a prožívání, a nadto uvádějí, že motivace ovlivňuje i lidské vztahy ke svému okolí, k lidem, k přírodě a obecně ke světu jakožto celku.

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že motivace představuje jakousi hybnou sílu, jež mobilizuje naše chování a jednání, dodává mu jistou intenzitu, cílí jej určitým směrem, vůči danému cíli a nadto bezesporu ovlivňuje i délku trvání daného počínání.

Třebaže motivace představuje notně spletitou a individuálně odlišnou problematiku, v současnosti existuje množství teorií a přístupů, jež se pokoušejí vylíčit a objasnit variabilitu psychologických příčin lidského chování z různých úhlů pohledu. Jedná se například o diferencování motivů ve smyslu vnitřní a vnější, primární a sekundární, implicitní a explicitní, cyklické a necyklické a jiné (Blatný et al., 2010). V zásadě však vycházíme z pěti základních pramenů motivace, kterými jsou: potřeby, zájmy, návyky, hodnoty a ideály. Ty pak vytvářejí takzvanou motivační strukturu či motivační profil člověka. Pokud bychom však měli vybrat jednu z pěti základních zdrojů motivace jakožto nejpodstatnější formu motivů, budou to nepochybně potřeby, jež se staly ústředním pojmem mnohých motivačních teorií, jedná se kupříkladu o: Maslowovu teorii hierarchie potřeb, Teorii tří základních potřeb, Alderferův modifikovaný model hierarchie potřeb, McClellandovu teorii získaných potřeb a jiné. Tyto teorie se opírají o představu potřeby jakožto vnitřního stavu jedince, jenž se vymezuje od subjektivně žádoucího stavu. Dále vychází z teze, že se potřeba rodí z podstaty určitého nedostatku či naopak přebytku, jež vyvolává stav motivačního napětí.

Jde o stav, způsobený nadměrnou vnitřní tenzí, který je zpravidla popisovaný jakožto víceméně nepříjemný. A tak daný jedinec směřuje své chování tak, aby zmírnil či se úplně zbavil nepříjemného pocitu napětí. Je vynakládáno jisté úsilí ukojit určitou potřebu a nabýt kýženého somatického či psychického stavu. Z této koncepce tedy vyplývá, že motivace vychází z potřeby, jež je jejím základním zdrojem. Motivované chování pak může setrvávat až do doby, než bude nabyto odpovídajícího uspokojení (Harbichová, 2014).

### 2.1.4 Motivace k vysokohorské turistice

Až donedávna byla hlavní pozornost většiny kvantitativních studií zaměřována na studium motivačních faktorů, jež směřují k účasti na rizikových sportovních aktivitách jako je horolezectví, parašutismus, jízda na kajaku aj. (Buckley, 2012; Pomfret, 2006). A bohužel ani v dnešní době nenalezneme mnoho empirických studií zabývajících se pěší turistikou (Den Breejen, 2007; Pomfret & Bramwell, 2016; Rantala, Hallikainen, Ilola, & Tuulentie, 2018). Předešlé studie pěší turistiky se zabývají pouze charakteristikami turistů (Kastenholz & Rodriguez, 2007; Kim, Lee, Uysal, Kim, & Ahn, 2015) či kritickými rysy chování, jako je režim organizace a cestování, sledování činnosti či délka jejich pobytu (MuharSchauppenlehner, Brandenburg & Arnberger, 2007).

Naproti tomu Bichler a Peters (2020) se zabývají právě onou motivací k vysokohorskému turismu, identifikují faktory motivace horských turistů a zkoumají vztah mezi motivací a spokojeností, jelikož spokojenost je vnímána jako předpoklad k návratu.

Jak je popsáno výše mnoho studií zabývajících se motivací ve sportu je zaměřeno na motivaci v souvislosti s rizikovými sportovními aktivitami. Tato skutečnost nám poskytla srovnání pro motivaci mezi řadou rizikových sportovních aktivit, jako je například horolezectví, rafting, jízda na kajaku a kanoistika. Ukázalo se, že účastníci rizikových sportovních aktivit bývají často poháněni touhou zlepšit své jak mentální, tak i fyzické dovednosti a schopnosti zvládnout výzvy (Bichler & Peters, 2020).

Toto tvrzení potvrzuje výzkum Ewert, Gilbertson, Luo a Voight (2013), jež odhalil význam dovedností/výzev, sociální interakce a vlastní identity pro rizikové sportovní aktivity.

Stejně tak v literatuře zabývajících se rizikovými sporty nalezneme teorii hrany a rizika (Lyng, 1990; Walle, 1997), která, jak již název napovídá, spočívá v odhalení a posunutí osobních limitů směrem k „hraně“ únosnosti, jež směřuje k intenzivním pocitům způsobených rozšířením právě oněch emocionálních, fyzikálních a mentálních limitů.

Ve vysokohorské turistice však zřídka jde o vystavování se zřejmému riziku a takzvané chůzi po hraně. A tak si Gross a Sand (2019) všímají oné díry v teorii obecného dobrodružného pole a volají po kvalitních studiích jež nám představí dobrodružnou turistiku nad rámec vzrušení a rizika. V našem případě jde tak o zvláště významný krok, jelikož jak jsem se již zmínila, riziko není klíčovou složkou vysokohorské turistiky (Pomfret, 2006).

Lounsbury a Polik (1992) uvádějí, že spokojenost s turistikou je pozitivní afektovaný stav pocházející z kritiky zážitků související s turistikou. To potvrzuje Chhetri,

Arrowsmith a Jackson (2004) jež tvrdí, že předchozí studie předkládají fakt, že příjemné, relaxační či vzrušující zážitky směřují ke spokojenosti a nudné či frustrující k pravému opaku.

Bichler a Peters (2020) představují vztah mezi motivací a spokojeností. A uvádějí, že uspokojení motivačních potřeb souvisí se spokojeností s turistikou. Proto v závislosti na práci Duda a Nicholls (1992) a Gould, Moore, McGuire a Stebbins (2008) vytvořili konstrukci spokojenosti, jež se zaměřuje na spokojenost a uspokojení v souvislosti s vysokohorskou turistikou.

Bichler a Peters (2020) vytvořili tzv. hypotézu H1 až H6, kde naproti sobě stojí "relaxace" a "uznání", "výzva" a "socializace", "kreativita" a "objevování", přičemž na základě této hypotézy určili, že "relaxace", "objevování" a "socializace" se pozitivně účastní na pocitu spokojenosti, zatímco "uznání" má nepříznivý dopad. Avšak přestože je "uznání" jakožto předmět motivace, ve vztahu k vysokohorské turistice, posuzováno spíše negativně je třeba si uvědomit, že se nacházíme v době, kdy pěší turistika zažívá svou obrodu, představuje módní trend, a tak sdílení zkušeností, fotografií a videí na sociálních sítích pak dále ovlivňuje, jak lidí, tak i samotné destinace. Výzkum dále odhalil, že "výzva" ve vztahu k vysokohorské turistice nehraje přílišnou roli, jelikož vysokohorskou turistiku mnozí z dotázaných spojují spíše s multisenzorickou zkušeností vedoucí k hlubokému prožitku z přírodního prostředí či společenských vztahů.

Kim, Lee, Uysal, Kim a Ahn (2015) ve svém výzkumu uvádějí, že pěší turistika může přispívat k dosažení pohody a spokojenosti horských turistů. Caber a Albayrak (2016) nadto poukazují na důležitost relaxace a odcizení od každodenního života, jež je dle Vidon (2019) podporováno odlehlými, venkovskými oblastmi, jež napomáhají k introspekci a uzemnění, přičemž Bichler a Peters (2020) předkládají relaxaci jakožto hlavní motivační faktor v turistickém kontextu.

Z dalšího šetření pak plyne, že motivační prvek pro outdoorové sportovní aktivity představuje též samotné přírodní prostředí (Pomfret & Bramwell, 2016). Pomfret (2006) také uvádí, že turistika představuje vyvážený a většinou regenerační způsob, jak zažít přírodu.

Bichler a Peters (2020) odhalují, že vysokohorští turisté usilují o objevování neznámého, avšak výzva a riziko pro vysokohorské turisty nehrají velkou roli a náročné prostředí je příliš nemotivuje.

Krom toho Bichler a Peters (2020) též píše o tom, že vysokohorská turistika neznamená být příslušníkem nějaké skupiny či oddílu, nýbrž jde spíše o záležitost provázanosti v

sounáležitosti, ponoření do přírody, sociálních kontaktech, ale též zvuků a pocitů. Uvádějí, že ve svém výzkumu se respondenti opakovaně odvolávali na touhu být zcela ponořeni do přírody a hovořili o jeho potěšení a odměnách.

Kromě výše uvedených aspektů motivace k vysokohorské turistice Michal Apollo (2017) ve své práci uvádí fakt, že jedním z hlavních faktorů, jenž ovlivňují cíl cesty je též úroveň turistické dostupnosti. Ta sestává ze dvou faktorů, a to přístupnosti cíle v podobě dopravního systému a služeb na místě, a dále pak skutečného přístupu, jenž zahrnuje sociální, ekonomické, povětrnostní a psychofyzické faktory prostředí, což vše může mít pozitivní či negativní dopad v rozhodování se o vhodnosti dané lokality. Z toho plyne, že podmínky musí být takové, aby mohlo dojít ke skutečnému kontaktu s turistickou atrakcí.

Dalším důležitým odhalením ve vztahu k vysokohorské turistice je fakt, že méně zkušené turisté mají tendenci dosahovat nižší úrovně spokojenosti (Bichler & Peters, 2020). Toto tvrzení pak podporuje dřívější výzkum, jež prokázal kladný vztah mezi zvyšující se úrovní zkušeností a náhodností pozitivních výsledků (Creyer, Ross & Evers, 2003).

Muhar, Schauppenlehner, Brandenburg a Arnberger (2007) potvrzují výše uvedená fakta a konkretizují je procentuálním měřítkem z jejich studie, kde se zaměřili na horaly v oblasti rakouských alp. Výsledkem bádání bylo, že většina z dotazovaných uvádělo jako hlavní důvod rekreaci a zážitek z krajiny. Kromě toho mají značný význam též motivy jako poznávání přírody, seznámení se se zdejším krajem, dobrodružství a příjemně strávený čas s rodinou.

## **2.2 Vysokohorská turistika**

Následující kapitola nabízí široký záběr pro vymezení oboru a v krátkosti pojednává o jejích odnožích.

### **2.2.1 Úvod do vysokohorské turistiky**

Definovat pojem vysokohorská turistika (VHT) je poměrně obtížné a pohled mnoha autorů se v tomto směru různí. Jde o komplexní disciplínu zahrnující mnoho dílčích činností.

KČT uvádí, že vysokohorská turistika je specifický druh turistiky, jež je celoročně realizován, ve skalnatých oblastech, v horách a velehorách, a to po značených i neznačených cestách, ve skalním terénu, po firmových polích, ledovcích a zajištěných

cestách. K zdolání neschůdného terénu a zajištění bezpečnosti je používána horolezecká technika a výzbroj.

Dle Neumanna (2000) se VHT též pojmenovává „horskou turistikou“, „turistikou v horách“ či „trekingem“, krom toho vysokohorský turista musí disponovat určitými znalostmi, dovednostmi a vyšší úrovní tělesné kondice než je tomu u běžného pěšího turisty.

Sýkora a kol. (1986) tvrdí, že při vysokohorské turistice se držíme vyznačených cest a dodržujeme zásad ochrany přírody, včetně sezónních opatření v jednotlivých oblastech. Dále uvádí, že při pohybu lze kromě nohou použít i ruku, avšak nohy by měly zůstat naší hlavní oporou. Měli bychom respektovat zásadu tří bodů opory a při pohybu si zachovat určitý odstup od skály.

Ludvik (1986) vysokohorskou turistiku vnímá jako sport, typický chůzí v náročném horském terénu po skalách či ledovcích a potvrzuje, že ve výjimečných situacích lze na krátkých vzdálenostech a pro zachování bezpečí, využít i základních prvků horolezecké techniky. Mimo to uvádí, že předpokladem každého vysokohorského turisty je notná dávka předvídatelnosti a schopnost orientace v horském terénu. V případě motivace ve vztahu k vysokohorské turistice pak Ludvik hovoří o kulturně-poznávacím motivu jakožto nejvýznamnějším.

Dle Bošťkové (2004) je výklad pojmu „vysokohorská turistika“ dvojitý. V prvním případě hovoří o pohybu v horském terénu, při němž jsou používány zejména dolní končetiny a horní končetiny jsou používány jen zřídka. V tomto případě je tedy vysokohorskou turistikou jakýkoli pohyb v horách, včetně výstupů na nejvyšší vrcholy, při kterém nohy představují hlavní hybnou sílu a není při tomto pohybu zapotřebí užívat jakýchkoli horolezeckých a jisticích pomůcek. Za druhou variantu výkladu vysokohorské turistiky Bošťková pokládá zajištěné cesty neboli veřejně známé jako takzvané ferraty.

I přesto, že výklady autorů se v některých bodech rozcházejí, lze říci, že za vysokohorskou turistiku lze pokládat jakýkoli pohyb v horách, při němž nohy dominují jakožto hlavní hybná a oporová složka. Jedná se především o výstupy na vrcholy či sedla, hřebenové výšlapy ve vysokohorském terénu či přechody horských skupin.

Ve svých prvopočátcích na přelomu 18. a 19. století se horolezectví vyznačovalo obdobnými styly výstupu, jež jsou typické pro dnešní vysokohorskou turistiku, teprve s dalším vývojem horolezectví postoupilo do oblasti svislých stěn hor a skal, jde tedy o nejpůvodnější formu horolezectví a domnívám se, že nejvhodnější je její zařazení právě mezi tradiční horolezecké disciplíny.

## 2.2.2 Provázanost vysokohorské turistiky

Lze tvrdit, že pro turistu, při obvyklé pěší turistice a cestování, je hlavní motivací lačnost po poznávání nových krajů a krás přírody, neméně pak historie, památek a lidských obyčejů či lidí a způsobu jejich života. Zdolávání obtížných tras nebývá jeho prioritou, a tak se pohybuje převážně po cestách, pěšinách či alespoň schůdném terénu. Naproti tomu horolezec vedle prožitku z cestování nalézá svou motivaci právě v prožitku z absolvovaného náročného výstupu.

Vysokohorská turistika je disciplínou, jež snoubí touhu po zdolávání vrcholů a poznávání přírody. Uvádí se, že právě pro naplnění obou z uvedených motivací je vhodné absolvování tras s nižším stupněm obtížnosti.

S tímto výkladem souhlasí i Boštíková (2004), jež uvádí, že pro vysokohorskou turistiku jsou typické méně náročné výstupy a túry s obvyklým stupněm náročnosti I. až II. UIAA, a vyšších stupňů dosahuje velice zřídka, obecně se ale vysokohorské turistice připisuje maximální stupeň obtížnosti III. UIAA. V tomto případě však hovoříme pouze o obecném tvrzení, jelikož vysokohorská turistika je, jak jsem se již zmínila dříve, disciplínou jejíž vymezení není pevné, a tak nelze hovořit ani o její hranicích. To ostatně potvrzují i mnozí z řad vysokohorských turistů, jež se v zimních měsících, v zasněžených horách vydávají na celodenní výpady ve stupni II. až IV. a hovoří přitom o vysokohorské turistice. V těchto případech sehrává významnou roli subjektivní přístup a opět se dostává do popředí otázka motivace.

Boštíková (2004) mimo jiné doplňuje, že vysokohorský turista není sportovní lezec, a tak jeli to možné, vždy preferuje spíše méně náročný terén, avšak v případě, že nemá jinou možnost a neexistuje alternativa pro obchvat dané překážky, je vysokohorský turista pro postup zvolené trasy svolný daný úsek překonat klasickým horolezeckým způsobem. Vysokohorský turista tedy hledá své potěšení spíše v požitku z krajiny a vpřed jej žene touha objevovat nové, dosud neznámé, a tak vypínání svých sil na skalních převisech a zdolávání náročných úseků není tím čím by byl mámen.

Rozebereme-li si vysokohorskou turistiku dále z hlediska orientace daných výprav, pak bychom uvedli, že obvykle vysokohorské výpravy směřují k vrcholům hor, jenž se lidé vydávají dobít. Tento předpoklad však není pravidlem, mnozí vysokohorští turisté naopak volí pohodovější přechody horských hřebenů a sedel nebo se vydávají na dobrodružnou cestu po horských ledovcích, které si již vyžadují určitou dávku technické zdatnosti, zručnosti, obezřetnosti a v neposlední řadě i vybavení horolezeckou výzbrojí, výstupovou a jistící technikou (Boštíková, 2004).



Vysokohorská turistika obvykle představuje jednodenní výpady z určitého výchozího bodu či několikadenní přechody hor.

### **2.2.3 Hlavní odnože vysokohorské turistiky**

Jak jsem se již zmínila výše, vysokohorská turistika je jen těžko uchopitelný pojem s nejednoznačnou definicí. To mi však nebrání v tom se o to jakýmsi svébytným způsobem pokusit a v následujících řádcích vám předložit několik vývojových, opět nejednoznačně definovaných podskupin tohoto královského sportu.

#### **2.2.3.1 Trekking**

Málokdo dnes ví, že slovo trek původně pochází z afrikánštiny a v 19. století na území dnešní Jihoafrické republiky označovalo délku pozemní cesty. S invazí a postupnou expanzí Britů do jižní Afriky bylo toto slovo, a mnoho dalších afrikánských slov, trvale začleněno do angličtiny a v přesném překladu znamenalo „den cestování volským vozem“ či „jednu etapu cesty volským vozem“. Přeprava, jež byla typickou pro pohyb v rozlehlých oblastech koloniální Jižní Afriky (trekking, 2011).

V tradičním pojetí, jak jej známe dnes, trekkingem míníme dálkový pochod, trvající od jednoho týdne až mnoha měsíců. Hranice jednoho týdne je uváděna z důvodu přizpůsobení a odloučení se od běžných problémů každodennosti bytí, jež chodec postupně nechává za sebou a prostřednictvím každodenních rutinních činností vázaných na absolvovanou cestu má možnost plně vnímat prostor jež ho obklopuje a ponořit se do hloubi svých myšlenek (Williams, 2018).

Obecně můžeme dálkový pochod dělit na dálkové pochody, jenž protínají málo či středně osídlenou horskou krajinu a treky směřované do odlehlých spíše spoře obydlených či neobydlených, nepřilíš známých horských oblastí. V prvním případě hovoříme o oblastech, jež jsou na přítomnost turistů připraveny a mimo jiné zde často migrující turisté představují pro tamní domorodce hlavní či jediný zdroj obživy. Tento fakt pak obvykle pro putující trekaře představuje luxus v podobě rozličných možností pro přenocování (hotely, hostely, horské chaty či v krajním případě bivaky). Druhou možností je trekking vedený málo známými horskými oblastmi. Přičemž evropští trekaři v tomto případě často preferují vzdálené velehorské končiny Karakorámu, And či všem dobře známých Himalájí. Češi jsou však v tomto směru určitou specialitou a spíše než za horskými velikány se, mimo jiné, v posledních letech hojně vydávají vstříc rozsáhlým středoasijským pohořím, kde putují zejména přes rozlehlá horská údolí a sedla. Čeští trekaři tedy upřednostňují spíše delší, pohodovější trasy, a tak pro ně přechody horských

hřebenu ani dosahování významných horských vrcholů není při těchto poutích příliš obvyklé. Tento způsob putování je též spojen se spaním pod širým nebem, a tak k němu neodmyslitelně patří i velký těžký batoh, jež skýtá veškeré nutné vybavení pro přenocování, pohyb v horských oblastech a stravování (Brandos, 2010).

### **2.2.3.2 Alpinismus**

Jestliže jsem uváděla, že vysokohorská turistika je obtížně uchopitelnou, nejednoznačně definovatelnou, disciplínou pak alpinismus je výsostí, co do počtu různých definic. Jednotliví autoři nahlíží na danou problematiku různě a nezdá se, že kdy úplně odlišně. Proto mi prosím dovolu, uvést pohled pana Otakara Brandose jehož slova jsou mi v tomto směru nejbližší.

Alpinismus je jistá variace vysokohorské turistiky, pro níž je typický pohyb v ledovcových horách a terénu. Představuje určitý přechod mezi vysokohorskou turistikou a horolezectvím, a tak je na základě relativně vysokého objektivního rizika daného prostředí nezbytné, aby člověk disponoval jistými znalostmi a dovednostmi směr horské techniky a byl vybaven horolezeckou výzbrojí včetně maček a cepínu. Mimo to Brandos uvádí, že alpinistická túra by měla obsáhnout optimálně I. až II. stupeň technické obtížnosti, ne vyšší (Brandos, 2010).

### **2.2.3.3 Zajištěná cesta**

Italsky „Via ferrata“, německy „Klettersteig“, anglicky „Climbing path“ a česky jednoduše „Zajištěná cesta“ či hovorově hojně používané označení „ferrata“.

Frank a Kubát (2007) zajištěné cesty popisují jakožto určitou podobu vysokohorské turistiky, při níž vysokohorský turista postupuje po uměle vytvořené a zabezpečené horolezecké cestě, jejíž reálná obtížnost je redukována za pomoci visutých mostů, žebříků, ocelových lan, kramlí a kolíků, čímž se zvolená trasa v okamžiku stává schůdnou i pro nelezce, jenž by za normálních okolností byly nuceni daný úsek obejít, či zvolit zcela jinou trasu bez nutnosti lezení po skále.

Winter (2003) ve své knize popisuje ferraty jakožto mezní a extrémní podobu vysokohorské turistiky, pro níž je nezbytný určitý předpoklad jednak základních technických znalostí a dovedností potřebných pro výstup a chůzi v daném prostředí, ale též povědomí o tom, jaké volit jistící pomůcky a jak je správně používat.

Prapůvodní ferraty, vyhotovené z konopných lan, dřevěných žebříků a obdobných mechanismů, se pro propojení horských stezek mezi vesnicemi užívaly již před staletím.

Ty však nebyly zakládány pro ukojení turistů lačnicích pro dobrodružství a krásných výhledech, nýbrž ze zcela praktických důvodů.

Uvádí se, že nejranější fází zajištěných cest byl výstup francouzského krále Karla VIII, datován k roku 1492, na Mont Aiguille, avšak za oficiálně první zajištěnou cestu je považována cesta na Dachstein, jež byla vybudována na popud profesora Fridricha Simony roku 1843. Od prvních zajištěných cest k počátku moderních zajištěných cest, jež je připisován první světové válce, uplynulo téměř století. Válka nezůstala jen v nížinách, ale táhla se i přes hory. A tak pro zpřístupnění cest rakouští i italští vojáci vystavěli ve stěnách skal žebříky, dolovali galerie a tunely a nebezpečné úseky opatřili lany. V poválečném období docházelo k postupnému znovuobjevování, opravám a mnohdy i kompletnímu přejišťování původních vojenských cest z 1. světové války. Sedmdesátá léta však představovala jakousi renesanci pro zajištěné cesty, jejichž popularita rychle vzrůstala a docházelo k výstavbě mnoha nových zajištěných cest. Tento trend přetrvává dodnes (Klementová, 2020).

## **2.3 Lidé ve věku 20–45 let**

V následující kapitole se budu věnovat vývojovým zvláštnostem dospělosti, přičemž období pozdní dospělosti zmíním jen okrajově, jelikož není předmětem našeho bádání.

### **2.3.1 Vývoj člověka**

Vývoj je všeobecně platná skutečnost, jenž je vlastní celé přírodě i společnosti. Není žádného přírodního či společenského jevu, jenž by se tomuto vlivu vyhnul, a to je ten důvod proč je vývoj předmětem zájmu veškerých přírodních, společenských věd i věd o člověku. Obzvláště pak ve filosofii je vývoj ústředním pojmem (Rozenal, 1974). Dále koncepce dialektického a historického materialismu si vývoj překládá jakožto dění, jenž se realizuje nekonečně v času a prostoru a je součástí živé i neživé přírody, společnosti i myšlení (Rozenal, 1955). Jednotlivé časově a prostorově ohraničené struktury jsou prolnuty danými vývojovými fázemi, daným vývojovým rytmem.

#### **2.3.1.1 Fáze dospělosti**

Dělení dospělosti dle Langmeiera a Krejčířové (2006):

- Mladá dospělost (20-30 let)
- Střední dospělost (30-45 let)
- Pozdní dospělost (45-60 let)

Výše uvedené rozmezí jednotlivých etap je spíše orientační, jelikož není pochyb, že každý z nás je jedinečný a v dosažení fáze přechodu z jednotlivých etap bezesporu hrají klíčovou roli individuální rozdílnosti každého z nás.

#### **2.3.1.1.1 Mladá dospělost**

Pojem dospělost a dospění k statusu dospělého je natolik komplikovaná a individuálně odlišná záležitost, že naše kultura pro danou věc zkrátka nemá jednoznačné vymezení. Macek (2003) uvádí, že dosažením osmnáctého roku života dochází k jakémusi právnímu přechodu adolescenta do života dospělých, což souvisí s předpokladem plnění určitých pravidel a povinností. Avšak plnoletost není pro většinovou společnost dostačujícím bodem pro uznání dosažení reálné dospělosti.

Jedním z předpokladů a měřítek nástupu dospělosti bývá představováno dosažení osobní zralosti. Jedinec je v základě považován za zralého, v případě, že se po dokončení dospívání ujme plné osobní i občanské odpovědnosti, dospívá v ekonomicky nezávislou a do obecných statků přispívající osobu, plně rozvíjí své osobní zájmy, vstupuje do svazku manželského a nadto se ujímá očekávané výchovné role vůči svým dětem a přizpůsobuje se svým stárnoucím rodičům (Langmeier & Krejčířová).

Životní etapa, jíž označujeme pojmem mladá dospělost je obdobím, ke kterému se pojí nemalé množství změn v životě mladých žen a mužů. Jde o změny vztahující se zejména k jejich profesnímu a partnerskému životu (Černá, 2012).

Jde o období, jež lze charakterizovat završením vývoje v následujících třech rovinách – somatická, psychická a sociální, přičemž jeho nástup je u každého z nás individuální. Jedná se o životní etapu protkanou nadějami a úsilím směřujícím k jejich postupné realizaci, stádium velkého množství změn a proměn, ale též množství nových zkušeností a zážitků. Dosažení tohoto pomyslného mezníku se pojí rovněž s posílením sebedůvěry a sebejistoty, člověk si je jistější a vědomý vlastních sil a kompetencí, jež jsou předpokladem soběstačnosti, a které se odrážejí i v otázce posílení osobní vyrovnanosti. Dá se tedy předpokládat, že značná část společnosti chápe dospělost jako proces určitého osobnostního růstu, sebepoznání, sebevyjádření a seberealizace (Vágnerová, 2007).

Stádium mladé dospělosti je spojeno s vypořádáváním se mladého člověka se sérií dilemat, jenž s sebou nová životní role nese. Dle Vágnerové (2007) podstata těchto nových dilemat tkví, zejména v osobním konfliktu potřeby svobody a nezávislosti s potřebou vyzkoušet nové role, jenž však představují jistá omezení. Člověk na počátku dospělosti přichází na to, že dospělý život s sebou nenese jen výhody, ale též určité

těžkosti. Jedním takovým bodem je otázka odpovědnosti za svá rozhodnutí, jež jsou pro nás závazná a jejichž důsledky nás mohou v rámci dalšího vývoje značně ovlivnit, jelikož vyvolají změny, jež mohou být trvalé (rodičovství aj.).

Vypořádávání se s těmito nově vzniklými dilematy ve značné míře náleží na našem systému norem, jenž se vytváří a je ovlivňován zejména osobní zkušeností. Dle Vágnerové (2007) je období mladé dospělosti též spojováno s určitou změnou náhledu na tyto normy. Jedinec si uvědomuje, že ve svých rozhodnutích je svobodný, a tak si může sám určit, zda a jaké normy chování bude respektovat či nikoli. Odmítání norem může korelovat s odlišným očekáváním společnosti a osobními touhami a přáními mladého člověka. Tato společenská očekávání mohou být různá jak ve vztahu k odlišným sociálním skupinám, tak i ve vztahu k jednotlivým pohlavím. Skutečností je, že společnost se vyvíjí, a tak dochází i k vývoji a proměnám očekávání a postojů, jenž na muže a ženy klade. Obecně jsou muži spojováni s maskulinními vlastnostmi jako je síla, nezávislost v rozhodování, dominance, větší míra racionality aj. Naproti tomu ženám jsou přisuzovány typické femininní vlastnosti jako je větší přizpůsobivost, submisivnost, citlivost, empatie, pozornost k druhým lidem a důraz na vnější image (Vágnerová, 2007).

Červená (2012) ve své práci uvádí tyto znaky mladé dospělosti:

- schopnost zodpovědnosti k druhým osobám
- klidnější a vyrovnanější vztahy s rodiči
- sexuální zralost jako klíčový aspekt partnerského vztahu
- citové odpoutání vyplývající v schopnost samostatného života
- schopnost vytvářet trvalá přátelství, spolupracovat a vyhýbat se nesmyslným konfliktům
- schopnost navázání a udržení si dlouhodobého monogamního partnerského vztahu
- schopnost ekonomické samostatnosti spojená s potřebou pracovní seberealizace
- schopnost efektivní organizace práce a vytyčení si reálných cílů do budoucna
- mentální růst a schopnost maximalizovat své pracovní výkony

#### **2.3.1.1.2 Střední dospělost**

Střední dospělost je obdobím lidského života, jenž postrádá pevné hranice, které by jej vymezily od předchozí a následující vývojové etapy (Vágnerová, 2007).

Střední věk je nejen pomyslným vrcholem zralosti, je též životní etapou, jenž s sebou nese nárůst zodpovědnosti a očekává se připravenost jedince ji akceptovat. Míra zodpovědnosti od dob mladé dospělosti postupně vzrůstá a v tomto období vrcholí. Jde o zodpovědnost, jenž člověk chová nejen ke svým dětem a stárnoucím rodičům, ale i celé společnosti, která na něj klade, díky svému postavení, určité požadavky. Tyto požadavky se vztahují směrem k osobnosti jedince, jež by měla dosahovat jakési vyváženosti, myšleno ve smyslu schopnosti vzdát se čehosi, v případě nezbytnosti, a otevřenosti k druhým lidem, přičemž by se měl ucházet a pracovat na obohacení svého života i života svých nejbližších (Vágnerová, 2007).

O středním věku dále můžeme tvrdit, že je obdobím, jehož klíčovými prvky a úkoly jsou zajištění stabilizace rodiny a dále získání a udržení pracovní pozice v níž nacházíme prostor pro vlastní seberealizaci (Vágnerová, 2007).

Postoj k uchopení těchto hlavních úkolů etapy středního věku, se co do jedince různí. V některých případech se může objevovat i averze v závislosti na dřívější sklon k oddalování přijetí dospělosti a snaze o prodloužení si mládí (Lachman & Bertrand, 2001; Staudinger & Bluck, 2001).

Jako základní pojem vzhledem k předpokladu zdravého psychosociálního vývoje v období střední dospělosti Erikson uvádí generazivitu. Pojem, pod nímž se skrývá dění spojené s péčí o blízké, jenž napomáhá k životu dalších generací. Výchovou a péčí o potomstvo se dospělí jedinec ujímá hlavního úkolu dospělosti, přičemž dosahuje pocitu vlastního uspokojení pramenícího ze své potřebnosti ve vztahu k druhé osobě (Hamplová, 2015).

Dále Vágnerová (2007) uvádí problematiku intimity, jenž v tomto období prochází jistou transformací, a to jak po stránce potřeby, tak i způsobu jejího naplnění. Uvádí se, že člověk ve středním věku přikládá větší hodnotu vzájemnému porozumění a sdílení života s milovanou osobou nežli vášnivému milostnému vztahu.

V této životní etapě zpravidla dochází ke změně požadavků a vztahů v rodině i zaměstnání. Jde o věk ovlivněn spíše normami a požadavky společnosti nežli biologickými změnami (estetické změny, úbytek tělesné aktivity a plodnosti) (Vágnerová, 2007).

Další významnou charakteristikou středního věku je jakési uvědomění o neúprosnosti času a s ním související definitivní zapovězení jistých životních možností či jejich redukce. Začínáme si uvědomovat, že dosahujeme jakéhosi pomyslného středu života, kdy na jedné straně slavíme vrchol svých sil, avšak na straně druhé přichází zamyšlení a

strach z nadcházející stagnace a pozvolnému úbytku sil. V této etapě člověk obvykle sbírá úspěchy a ocenění v zaměstnání, je na vrcholu své kariéry, se svým životem i manželstvím je v celku spokojený a užívá si dosaženého komfortu, což mu přináší určitý pocit jistoty a sebedůvěry (Vágnerová, 2007).

Tato etapa se dle Langmeiera a Krejčířové označuje jako fáze konsolidace, životní cíle jsou již určené a člověk na nich vytrvale pracuje, což ho stojí nemálo sil a životní energie, avšak žádné vážné životní změny či převraty po dlouhou dobu nepřicházejí (Langmeier & Krejčířová, 2006), jelikož většina zásadních životních změn se již odehrála či nás teprve čeká (Vágnerová, 2007).

Člověk se během svého dospělého života dostává do jakéhosi stereotypu, jeho identitu spoluutvářejí zafixované sociální role a mezilidské vztahy, spjaté s opakováním stále stejných situací. Stereotyp představuje pro člověka určité pohodlí, předvídatelnost, nenáročnost, na druhou stranu mu ale nemůže nabídnout nic nového, dává mu minimum nových podnětů a klade na něj minimální nároky, přičemž stereotyp ve vztahu může vyústit až v úplné ochladnutí citů, netečnost a nezájem (Vágnerová, 2007).

Vágnerová (2007) uvádí, že chování a pocity spojené s obecně známým pojmem krize středního věku je ve skutečnosti jakýsi protest proti rutině a stagnaci. Stejně tak jako člověk ve svém životě potřebuje jistoty, jež mu přinášejí natolik kýžený klid, tak stejně tak mnohdy lační po změně, vymanění se z rutiny. Bere život do vlastních rukou a snaží se zorientovat v nové situaci a najít cestu po které by mohl jít. Zamezit stagnaci a úpadku.

Tato změna a nutná úprava dosavadního směřování, však s sebou nese jistý tlak, jenž roste v pocity úzkosti, tísně, osamělosti, nedostatku energie, vyhoření, objevují se i pocity prázdnoty a zbytečnosti stávajícího směřování svého života. Člověk ve středním věku si uvědomuje tuto svou proměnu, a tak o svých pocitech uvažuje a intenzivně se sám sebou zabývá (Vágnerová, 2007).

Krize středního věku není pravidlem, ale objevuje se u lidí středního věku poměrně často. S touto otázkou souvisí i typická proměna postoje k životu, změna v nahlížení na svůj vlastní život a z toho plynoucí sklon k bilancování, vedoucímu k vlastní transformaci či alespoň kvalitnějšímu sebepoznání (Vágnerová, 2007).

Jak jsem se zmínila již výše, střední věk a s ním spojená krize středního věku je obdobím, kdy v lidech roste tendence k analýze vlastního já, z čehož plyne fakt, že lidé v tomto věku jsou stejně jako adolescenti více introvertní. Přičemž oním podnětem k odstartování těchto dějů nemusí být nutně věk, ale spíše nahromaděné zkušenosti a proměny rolí, především pak v rodině (Perlmutter & Hall, 1992).

Člověk pátrá po pravém smyslu svého životního pokračování, pokouší se sám v sobě vyznat, a to je tím důvodem proč se více věnuje vlastním emocím, prožitkům a víc o sobě přemýšlí (Vágnerová, 2007).

Též se opět ozývá stará otázka vlastní identity, s kterou se člověk potýkal již před lety jako adolescent, avšak nyní nastal prostor pro přehodnocení své dosavadní identity a získání její nové alternativy, jež by byla uspokojivá pro údobí stárnutí. V takovém případě je nezbytné ujasnit si vlastní hodnoty, zjistit co je pro člověka nejdůležitější a takovým směrem se nadále ubírat. Toto existencionální bilancování v sobě nese i proces uznání vlastních chyb (Vágnerová, 2000).

Jung (in Vágnerová, 2007) pojednává o procesu individualizace, jenž nás provází po celý náš lidský život, avšak v tomto období se odehrávají významné proměny specifického charakteru. Dochází k odpoutání se dospělého jedince od různých vnějších tlaků směr společenská očekávání a v druhé polovině tohoto období dále k uvolnění rodinných vazeb. Odrostlé děti již nepotřebují tolik naší péče ani pozornosti, což rodičům otevírá jakousi epochu zklidnění, avšak leckdy spouští i kaskádu nepříjemných pocitů ústící v syndrom prázdného hnízda.

### **2.3.1.1.3 Pozdní dospělost**

Pozdní dospělost je obdobím mezi střední dospělostí a stářím, dle Langmeiera a Krejčířové (2006) se odehrává přibližně mezi 45. – 60. až 65. roku života.

K tomuto období proběhlo několik studií ze 70. a 80. let jejichž výsledkem bylo zjištění že v počátcích pozdní dospělosti se člověk obvykle potýká s doznívající krizí středního věku, hledáním nového směru a postupně přechází do fáze kdy nachází vnitřní klid a otevírá se mu prostor pro realizaci jeho plánů.

Rathus (1989) uvádí, že o etapě mezi lety 45. a 55. bývá někdy pojednáváno jakožto o „Comeback decade“ neboli desetiletí návratu. Což označuje skutečnost, že lidé, jež překonali krizi středního věku zažívají jakýsi zvrát k lepšímu, dochází k určité vyváženosti rodinného a pracovního života či lepší adaptabilitě na jejich situaci.

Je též pravdou, že lidé v tomto věku mají díky završení výchovného procesu svých dětí a jejich případnému odchodu, více času na sebe, své zájmy a přátele. Nadto se stále drží na pomyslném vrcholu své kariéry, což jim do života mimo jiné přináší zvýšenou produktivitu a uvolněnost (Rathus, 1989).

Jedno známé španělské přísloví pozdní dospělost vystihuje jako životní fázi, kdy disponujeme, jak zdravím, láskou a penězi, tak i časem, v kterém se jimi můžeme těšit.



Pozdní dospělost je obdobím, jenž s sebou již přináší jisté fyzické a mentální změny. Směr tělesných změn se můžeme setkat například se známkami poklesu výkonnosti, viditelnější proměnou vnějšího vzhledu a obzvláště pak u žen se změnami spojenými s klimakteriem. V otázce mentálních změn zaznamenáváme proměnu formální struktury kognitivních schopností, avšak s ohledem na inteligenci k žádným významným změnám v jejím poklesu nedochází (Langmeier & Krejčířová, 2006).

Postup fyzických i kognitivních změn se co do jedince různí, jisté však je, že pozdní dospělost je obdobím během kterého, každý z nás dospěje ke změnám vztahujícím se, jak ke způsobu provádění práce, trávení volného času, přístupu k společenským aktivitám, tak i náhledu na sebe sama a své výhledy a možnosti.

Langmeier a Krejčířová (2006) tvrdí, že i přes optimistická tvrzení jiných autorů, přemýšlejících o pozdní dospělosti jako o jakémsi „zlatém věku“, se ve společnosti nacházejí i jedinci, kteří se v této době potýkají s vážnými problémy a těžko se dostávají přes krizi středního věku, avšak i tito jedinci se většinou časem vyrovnají s vývojovými úkoly této etapy, jako jsou postupné tělesné a mentální změny, odchod dětí, příprava na starobní důchod, zanechání pravidelného pracovního poměru aj. Ve výsledku však v souvislosti s prožíváním tohoto období jde především o sled vnějších okolností a individualitu jedince.

Většina lidí na konci této etapy odchází do starobního důchodu (Langmeier & Krejčířová, 2006).

## 3 VÝZKUMNÁ ČÁST PRÁCE

### 3.1 Cíl práce

Cílem mé bakalářské práce je zmapovat faktory ovlivňující motivaci k vysokohorské turistice u mužů a žen ve věku 20-45 let.

### 3.2 Úkoly práce

K vyhodnocení bakalářské práce bylo nezbytné splnit následující body:

- 1) Prostudování odborných zdrojů v závislosti na zvoleném tématu
- 2) Definování výzkumného souboru
- 3) Stanovení metody práce
- 4) Zpracování a vyhodnocení výsledků
- 5) Diskuse
- 6) Závěr

### 3.3 Výzkumné předpoklady

**Výzkumný předpoklad č.1:** Předpokládám, že vysokohorské turistice se věnuje více mužů nežli žen.

**Výzkumný předpoklad č.2:** Předpokládám, že v případě lidí spadajících do kategorie mladé dospělosti budou k vysokohorské turistice motivované spíše ženy nežli muži.

**Výzkumný předpoklad č. 3:** Předpokládám, že vysokohorská turistika vzbuzuje větší zájem u lidí s dosaženým terciálním vzděláním.

**Výzkumný předpoklad č.4:** Předpokládám, že zážitek z krajiny představuje nejsilnější motivaci k vysokohorské turistice u vybraného souboru lidí.

## 4 METODOLOGIE

### 4.1 Charakteristika výzkumného souboru

Na základě zvoleného tématu a cíle bakalářské práce jsem se v praktické části zaměřila na muže a ženy ve věku mezi dvaceti a pětáctýřiceti lety. Předpokladem pro účast na tomto výzkumu byl aktivní zájem a účast na vysokohorském turismu. V zájmu šetření tedy byly osloveni vysokohorští turisté, jenž se svému zájmu aktivně věnují. Určujícím kritériem byl věk, četnost účasti na zvolené aktivitě a charakteristika prostředí (hory a velehory).

V tabulce 1 můžeme pozorovat množství žen a mužů, rozdělených dle příslušných věkových kategorií, jež se podíleli na výzkumu. Celkový počet respondentů činil na 921 osob.

**Tabulka 1** Přehled výzkumného souboru – vysokohorští turisté ve věku 20-45 let (N = 921 ženy 614; muži 307)

Pohlaví a věkové rozhraní		Počet respondentů
Žena	20-30 let	282
Žena	30-45 let	332
Muž	20-30 let	113
Muž	30-45 let	194

### 4.2 Použité metody

Ve výzkumné části bakalářské práce byly využity tyto metody:

#### **Obsahová analýza pramenů (Lidmila, 2019)**

Obsahová analýza vybraných literárních pramenů byla využita k prostudování dané problematiky, přičemž informace, jež jsem nabyла studiem dané literatury, byly využity jak při sestavování teoretické části bakalářské práce, tak i při vypracovávání části praktické. Byly mi podkladem při stanovení cíle, úkolů, výzkumných předpokladů i samotného vyhodnocování daných výsledků mého šetření.

#### **Dotazníkové šetření (Ptáčnicková, 2022)**

Stěžejní část mého výzkumu sestává z dotazníkového šetření vlastní konstrukce, jež mělo za úkol zacílit na charakteristiku výzkumného vzorku, faktory ovlivňující motivaci k vysokohorské turistice a samotnou motivaci k ní.

Dotazník sestával z 15 uzavřených otázek s možností předvyplněné volby odpovědi. Přičemž u většiny otázek byla možná volba jedné odpovědi a pouze u otázky číslo 13 byl respondent požádán o zaškrtnutí max. 3 jemu nejbližších tvrzení.

### **4.3 Organizace experimentálního šetření**

Dotazníkové šetření probíhalo výhradně online formou v období mezi 23.-29. květnem 2022. Volba online dotazníku byla zvolena především pro svou finanční nenáročnost, rychlost sběru dat a možnost oslovení maximálního množství lidí splňující konkrétní požadavky k mému výzkumu za minimální čas. Data byla sbírána převážně prostřednictvím sociálních sítí, přes něž byli zkontaktováni konkrétní osoby s bohatými zkušenostmi s vysokohorskou turistikou a dále organizace jejichž společenství sestává z osob zabývajících se a provozujících sport, nám již dobře známý jakožto, vysokohorská turistika. Velké množství dat jsem získala od členů facebookových skupin „VHT-vysokohorská turistika“, „Nadšenci horské turistiky“, „Partáci na hory“ a „Na hory, ferraty, sněžnice i expedice“. Jedná se o uzavřené skupiny jejichž členství je podmíněno určitými vnitřními pravidly a předpokládá aktivní zájem na vysokohorské turistice. Touto formou jsem se snažila obsáhnout co možná největší množství lidí, jenž se aktivně věnují vysokohorské turistice a naplňují předpoklady k mému šetření.

Dotazník obsahoval otázky se zaměřením na preference, pocity a motivaci dotazovaných. Mimo jiné sestával i z otázek zjišťující demografické údaje o respondentech (viz příloha č. 1).

Po ukončení sběru dat bylo nasčítáno na 921 vyplněných dotazníků. Ve chvíli, kdy byl sběr ukončen jsem dále pokračovala analýzou získaných informací pomocí programu Microsoft Excel. Zjišťovala jsem vazby mezi jednotlivými výsledky a na základě těchto informací jsem dále postupovala k třídění druhého a třetího řádu, zejména pak prostřednictvím informací o demografických údajích dotazovaných.

## 5 VÝSLEDKY A DISKUSE

Následující text bude věnován interpretaci a diskusi výsledků výzkumu, získaných prostřednictvím online dotazníku vlastní konstrukce, přičemž získané informace z dotazníkového šetření budou pro přehlednost představeny prostřednictvím grafů a tabulek.

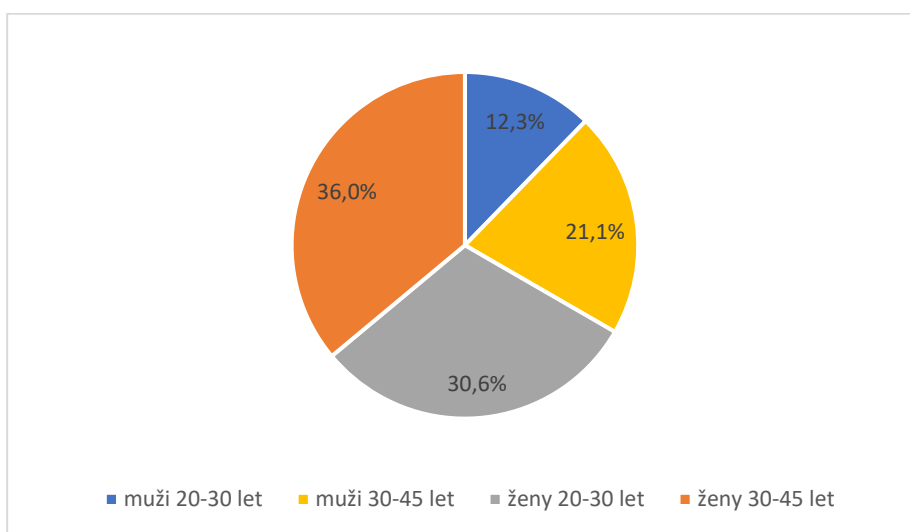
- **Vyhodnocení a diskuse otázky č. 1:**

První otázka mého dotazníku ve znění „Věnujete se vysokohorské turistice?“, může působit poněkud nadbytečně vzhledem k orientaci výzkumu na lidi vyznačující se aktivním zájmem a účastí na vysokohorské turistice, avšak slouží k potvrzení autentičnosti daného výzkumného souboru a následnému vyhnutí se případným pochybnostem.

Po vyhodnocení výsledků dotazníku bylo 100 % potvrzeno, že výzkumu byli podrobeni výhradně lidé věnující se vysokohorské turistice, což je významným předpokladem pro naše další bádání.

- **Vyhodnocení a diskuse otázky č. 2 a 3:**

Další dva body dotazníku byly věnovány pohlaví a věku vysokohorských turistů aktivně se věnujících svému zájmu ve vysokohorské turistice. Na grafu 1 lze pozorovat zařazení dotazovaných žen a mužů dle věkové kategorie. Na první pohled je zřejmé, že ženy čítající na 30,6 % žen ve věku mezi 20-30 lety a 36 % žen ve středním věku tvoří majoritní skupinu dotazovaných.



**Graf 1** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce věku a pohlaví (N = 921)

Výsledek majoritního podílu žen (66,6 %) ve zkoumaném souboru byl pro mě překvapující a je v rozporu s výsledky studie *Alpine summer tourism: the mountaineers' perspective and consequences for tourism strategies in Austria* (Muhar, Schauppenlehner, Brandenburg & Arnberger, 2007), jenž pojednává o tom, že populace vysokohorských turistů je tvořena vyšším podílem mužů (60 %) nežli žen (40 %). Tato rakouská studie pracuje s přibližně stejným počtem respondentů (N = 1189), avšak na rozdíl od předmětu šetření této bakalářské práce není věkově vyhraněná, a tak má širší věkový záběr a nižší podíl dotazovaných dle věkových kategorií. Rakouská studie mimo jiné pojednává o skutečnosti, že věková kategorie 30-45 lety je co do zastoupení pohlaví poměrně vyrovnaná, avšak s přibývajícím věkem je zastoupení mužského pohlaví zřetelnější.

Domnívám se, že výzkumný vzorek (N = 921) mé studie je dosti obsáhlý, a tak mají má zjištění určitý význam, avšak je možné, že genderové zastoupení dotazovaných je ovlivněno způsobem sběru dat a v případě přímého sběru dotazníků v terénu, tak jak tomu bylo u rakouské studie, by výsledek byl jiný.

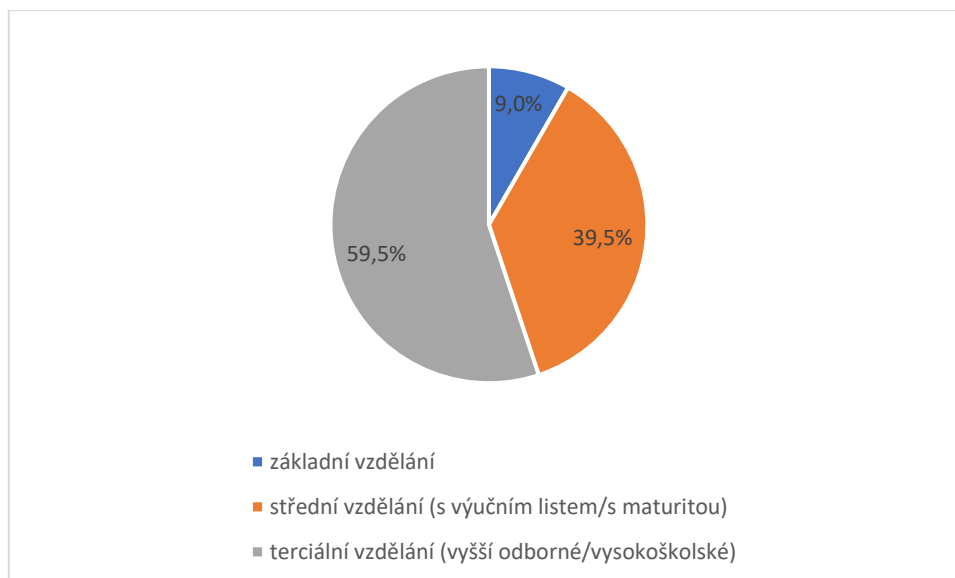
V čemž se však výsledky mého šetření shodují, se zmíněnou rakouskou studií z roku 2007, je skutečnost, že ženy tvoří vyšší podíl mladších věkových skupin dotazovaných osob. V našem případě jde o rozdíl 18,3 % mezi poměrem dotazovaných žen ve věku 20-30 lety a muži spadajících do stejné věkové kategorie.

Vysokohorská turistika není adrenalinovým sportem, naopak se řadí mezi sporty poklidnějšího rázu snoubící prvky relaxace, požitkovosti a fyzické námahy. Tento fakt může s určitostí souviset i se skutečností vyššího zájmu mladší generace žen oproti mužům, u kterých je známo, že obzvláště v mladším věku vyhledávají spíše adrenalinové sporty a intenzivní prožitky, jenž jim ve vysokohorském prostředí může s přehledem nabídnout kupříkladu horolezecký sport.

#### • **Vyhodnocení a diskuse otázky č. 4**

Otázka č. 4 je zaměřená na zjištění nejvyššího dosaženého vzdělání respondentů, což je předmětem mého výzkumného předpokladu č. 3.

Z grafu 2 lze snadno vyčíst, že 9 % dotazovaných odpovědělo, že jejich nejvyšší dosažené vzdělání je základní vzdělání, 39,5 % střední vzdělání a dále většina (59,5 %) respondentů odpověděla, že jejich nejvyšší dosažené vzdělání je terciální vzdělání tedy vyšší odborné či vysokoškolské.



**Graf 2** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce nejvyššího dosaženého vzdělání (N = 921)

V tabulce 2 můžeme dále pozorovat konkrétní skupiny dotazovaných a jejich zařazení vzhledem k nejvyššímu dosaženému vzdělání. Vidíme, že v obou případech si s ohledem na dosažené terciální vzdělání, ženy ve své kategorii stojí o poznání lépe nežli muži. Dle Ziky (2006) jde o očekávané zjištění, jelikož dívky v posledních letech dosahují ve škole celkově lepších výsledků než chlapci a ženy získávají více univerzitních titulů než muži. Kupříkladu ve Švédsku úspěšně absolvuje vysokou školu 150 žen na 100 mužů. Díky tomuto faktu jsou to údajně právě ženy, které obsazují většinu nových pracovních míst a jejichž globální role významně roste.

**Tabulka 2** Podíl zastoupení jednotlivých kategorií dotazovaných osob vzhledem k nejvyššímu dosaženému vzdělání (N = 921)

Pohlaví	Věk	Základní vzdělání	Střední vzdělání	Terciální vzdělání			
Žena	20-30 let	3	1,1 %	117	41,5 %	162	57,4 %
Žena	30-45 let	2	0,6 %	109	32,8 %	221	66,6 %
Muž	20-30 let	1	0,9 %	60	53,1 %	52	46 %
Muž	30-45 let	3	1,6 %	78	40,2 %	113	58,2 %

Výsledek 59,5 % respondentů s dosaženým terciálním vzděláním je neuvěřitelný vzhledem k tomu, že údaje z českého statistického úřadu uvádějí, že při sčítání lidu v roce 2011 v České republice dosahovalo na terciální vzdělání pouze 13,8 % obyvatelstva. Z toho 1,3 % vyššího odborného a 12,5 % vysokoškolského vzdělání (Mašková, 2014).

S podobnými výsledky přišla i rakouská studie Alpine summer tourism: the mountaineers' perspective and consequences for tourism strategies in Austria (Muhar, Schuppenlehner, Brandenburg & Arnberger, 2007), jenž ve svém výzkumu uvedla, že

výzkumný vzorek měl překvapivě vysoké procento osob s ukončeným terciálním vzděláním (41 %) vzhledem k obecnému průměru 15 % v Rakousku i Německu.

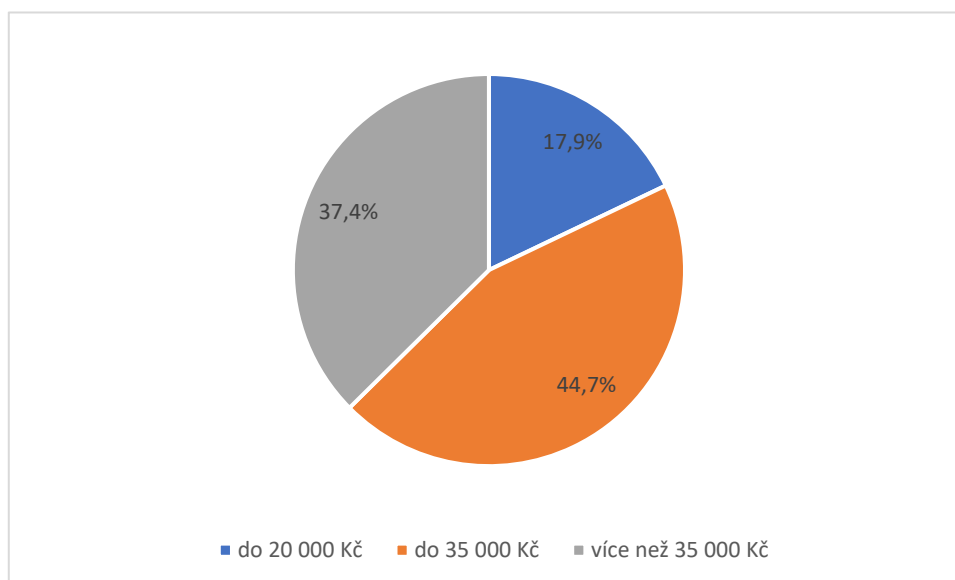
Zajímavým faktem také je, že studie Husqvarna Global Green Space Report 2013, jež provedla společnost Husqvarna v devíti zemích světa (Polsko, Německo, Francie, Švédsko, USA, Kanada, Austrálie, Čína a Rusko) s celkovým počtem 4 500 respondentů, odhalila, že lidé s vysokoškolským vzděláním tráví podstatně více času v přírodě a své děti pak vedou ke stejnému počinání, přičemž v nich pěstují pozitivní vztah k přírodě. Úroveň dosaženého vzdělání má dle této studie údajně vliv i na délku času strávenou v přírodě (Husqvarna Group, 2013).

Na základě těchto informací lze usuzovat, že dnešní vysokoškolsky vzdělaní vysokohorští turisté povedou ke stejnému zájmu i své děti a že příští generace nadšenců do vysokohorské turistiky bude ze značné části představovat potomstvo dnešních vysokohorských turistů.

- **Vyhodnocení a diskuse otázky č. 5:**

Otázka č. 5 je zaměřená na zjištění čistého měsíčního příjmu respondentů.

Z grafu 3 je patrné, že z celkového počtu dotazovaných dosahuje na čistý měsíční příjem přesahující třicet pět tisíc korun 44,7 % respondentů.



**Graf 3** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce čistého měsíčního příjmu (N = 921)

V tabulce 3 můžeme pozorovat skutečnost, že celkově jsou na tom z finanční stránky nejlépe muži ve věku mezi 30-45 lety z nichž 70,1 % procent odpovědělo, že jejich čistý měsíční příjem převyšuje částku třiceti pěti tisíc korun. Podíváme-li se však pozorněji,



zjistíme, že zbylé kategorie, a sice ženy a muži ve věku mezi 20-30 lety a dále ženy ve věku mezi 30-45 lety nejčastěji dosahují na čistý měsíční příjem do třiceti pět tisíc korun.

**Tabulka 3** Podíl zastoupení jednotlivých kategorií dotazovaných osob vzhledem k vyhodnocení čistého měsíčního příjmu (N = 921)

Pohlaví	Věk	do 20.000 Kč		do 35.000 Kč		více než 35.000 Kč	
Žena	20-30 let	103	36,5 %	127	45 %	52	18,5 %
Žena	30-45 let	35	10,5 %	179	53,9 %	118	35,6 %
Muž	20-30 let	26	23 %	49	43,4 %	38	33,6 %
Muž	30-45 let	1	0,5 %	57	29,4 %	136	70,1 %

Na základě předpokladu ze studie Alpine summer tourism: the mountaineers' perspective and consequences for tourism strategies in Austria (Muhar, Schauppenlehner, Brandenburg & Arnberger, 2007) jsem se domnívala, že lidé s dosaženým vyšším vzděláním budou dosahovat vyšších měsíčních příjmů. S tímto předpokladem se dále pojí i má další úvaha (viz otázka 6 a 15) souvislosti vyšších příjmů s frekvencí návštěvnosti hor a jistými dalšími preferencemi.

Tabulka 4 nám potvrzuje výsledky z tabulky 3 a dokládá skutečnost, že vyšší dosažené vzdělání nutně neznamená lepší platové ohodnocení. Vidíme, že v případě všech dotazovaných žen a též mužů mezi 20-30 lety s dokončeným terciálním vzděláním jejich čistý měsíční příjem nejčastěji nepřesahuje třicet pět tisíc korun. Výjimkou jsou pak muži mezi 30-45 lety z nichž většina s dosaženým terciálním vzděláním dosahuje na čistý měsíční příjem převyšující třicet pět tisíc korun.

**Tabulka 4** Podíl zastoupení jednotlivých kategorií dotazovaných osob vzhledem k vyhodnocení čistého měsíčního příjmu a nejvyššího dosaženého vzdělání (N = 921)

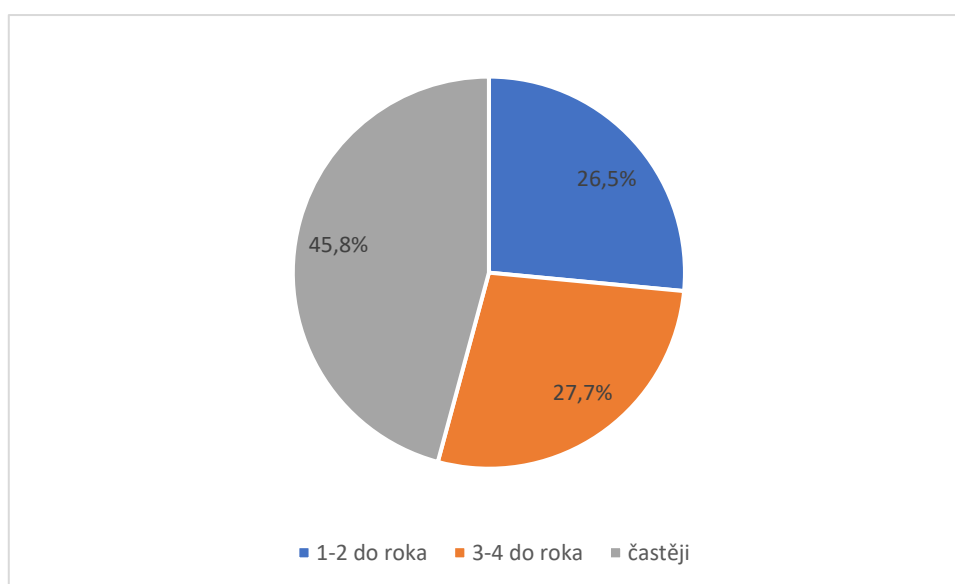
Pohlaví	Věk	Dosažené vzdělání	Čistý měsíční příjem do 20.000 Kč		Čistý měsíční příjem do 35.000 Kč		Čistý měsíční příjem nad 35.000 Kč	
Žena	20-30 let	základní	2	0,7 %	0	0 %	1	0,3 %
Žena	20-30 let	střední	63	22,3 %	45	16 %	9	3,2 %
Žena	20-30 let	terciální	38	13,5 %	82	29,1 %	42	14,9 %
Žena	30-45 let	základní	1	0,3 %	1	0,3 %	0	0 %
Žena	30-45 let	střední	17	5,1 %	68	20,5 %	24	7,2 %
Žena	30-45 let	terciální	17	5,1 %	110	33,1 %	94	28,3 %
Muž	20-30 let	základní	0	0 %	0	0 %	1	0,7 %
Muž	20-30 let	střední	23	20,4 %	23	20,4 %	14	12,4 %
Muž	20-30 let	terciální	3	2,7 %	26	23 %	23	20,4 %
Muž	30-45 let	základní	0	0 %	1	0,5 %	2	1 %
Muž	30-45 let	střední	1	0,5 %	28	14,4 %	49	25,3 %
Muž	30-45 let	terciální	0	0 %	28	14,4 %	85	43,8 %

Zika (2006) uvádí, že dle studie Harmonizace rodiny a zaměstnávání, jenž publikoval v roce 2006 Výzkumný ústav práce, jsou ženy za svou práci stále placeny hůře než muži. Výsledkem zmíněné studie je skutečnost, že ženy dosahují na necelých 75 % platu svého mužského kolegy. O něco hůře jsou pak na tom ženy ve vedoucích pozicích, které dosahují dokonce jen na 55 % platu muže na srovnatelné pozici.

- **Vyhodnocení a diskuse otázky č. 6:**

Otázka č. 6 je zaměřená na zjištění četnosti výprav vysokohorských turistů do hor.

Na Grafu 4 můžeme pozorovat, že většina (45,8 %) z dotazovaných uvedla, že se vysokohorské turistice oddává pětkrát ročně a více. Tyto výsledky nám prozrazují fakt, že zájem a zapálení pro danou aktivitu je u dotazovaných osob značný, a to už jen vzhledem k přihlédnutí na skutečnost, že tuto aktivitu lze vykonávat pouze s předpokladem vycestování do zahraničí, jelikož Česká republika nedisponuje žádnými vysokými horami ani velehorami. Další výsledky si byly velmi blízké, 27,7 % z dotazovaných uvedlo, že se vysokohorské turistice věnuje 3-4 do roka a 26,5 % osob pouze jednou až dvakrát ročně.



**Graf 4** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce četnosti vysokohorských výprav (N = 921)

V tabulce 5 pak můžeme pozorovat, že vzhledem k množství a poměru dotazovaných je četnost výprav a zájem o vysokohorskou turistiku mezi muži a ženami dosti vyrovnaný.

**Tabulka 5** Srovnání četnosti vysokohorských výprav u jednotlivých kategorií dotazovaných osob (N = 921)

Pohlaví	Věk	1-2 do roka		3-4 do roka		častěji	
Žena	20-30 let	80	28,4 %	75	26,6 %	127	45 %
Žena	30-45 let	83	25 %	92	27,7 %	157	47,3 %
Muž	20-30 let	37	32,8 %	32	28,3 %	44	38,9 %
Muž	30-45 let	44	44 %	56	28,9 %	94	48,4 %

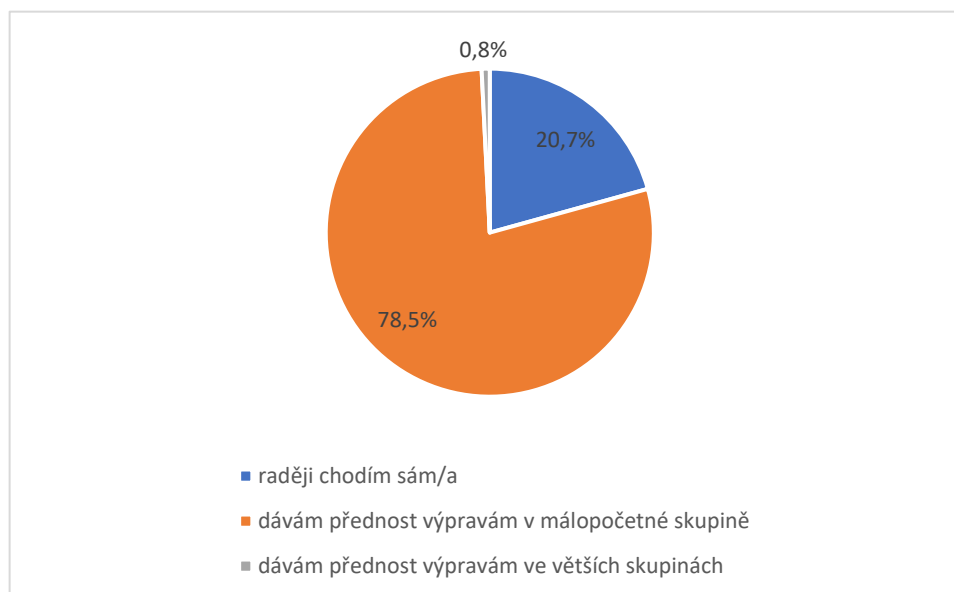
Z výsledků v tabulce 6 vidíme, že výše čistého měsíčního příjmu respondentů se v četnosti vysokohorských výprav příliš neodráží. Spatřujeme, že lidé s čistými měsíčními příjmy do 35 000 Kč a s příjmy přesahující 35 000 Kč jezdí do hor častěji než lidé s příjmy nepřesahující 20 000 Kč, avšak z celkového hlediska musím konstatovat, že se zdá, že výše měsíčního příjmu není rozhodujícím faktorem ovlivňující četnost výprav.

**Tabulka 6** Porovnání vlivu čistého měsíčního příjmu respondentů na četnost vysokohorských výprav (N = 921)

Čistý měsíční příjem	1-2 do roka		3-4 do roka		častěji	
do 20.000 Kč	67	40,6 %	48	29,1 %	50	30,3 %
do 35.000 Kč	101	24,5 %	109	26,5 %	202	49 %
více než 35.000 Kč	76	22,1 %	98	28,5 %	170	49,4 %

- **Vyhodnocení a diskuse otázky č. 7**

Otázka č. 7 je zaměřená na zjištění preference organizace vysokohorských výprav.



**Graf 5** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce preference samostatných či skupinových výprav (N = 921)

Z grafu 5 je dobře zřejmé, že většina (78,5 %) dotazovaných dává přednost výpravám v málopočetné skupině. Na tento fakt odkazuje i tabulka 7, jež odkývá skutečnost, že preference výpravy v málopočetných skupinách je u obou pohlaví, nehledě na věk, víceméně vyrovnaná. Překvapivé je i zjištění relativně vysokého podílu lidí dávajících

přednost samostatným výpravám. Zejména pak vzhledem k riskantnosti takového počínání. Dominance mužů v této kategorii byla očekávaná, avšak předpokládala jsem, že procentuální rozdíl s ohledem na preferenci samostatných toulek krajinou bude mezi muži a ženami znatelnější. Zaměříme-li se na preferenci výprav ve věších skupinách pak na grafu 5 vidíme, že jde o nejméně oblíbenou organizaci vysokohorských výprav, jelikož z celkového počtu respondentů pro tuto možnost hlasovalo pouze 0,8 % zúčastněných. Překvapující je však skutečnost, že nejvyšší podíl hlasujících v tomto směru byli muži ve věku mezi 20-30 lety (viz tabulka 7).

Prvenství málopočetných skupin potvrzuje i rakouská studie *Alpine summer tourism: the mountaineers' perspective and consequences for tourism strategies in Austria* (Muhar, Schuppenlehner, Brandenburg & Arnberger, 2007), která uvádí, že 93,5 % všech testovaných osob tvořilo v den rozhovoru menší skupinu, nejčastěji v počtu tří lidí.

Ze zjištěných informací tedy vyplývá, že vysokohorská turistika je typická aktivita málopočetných skupin.

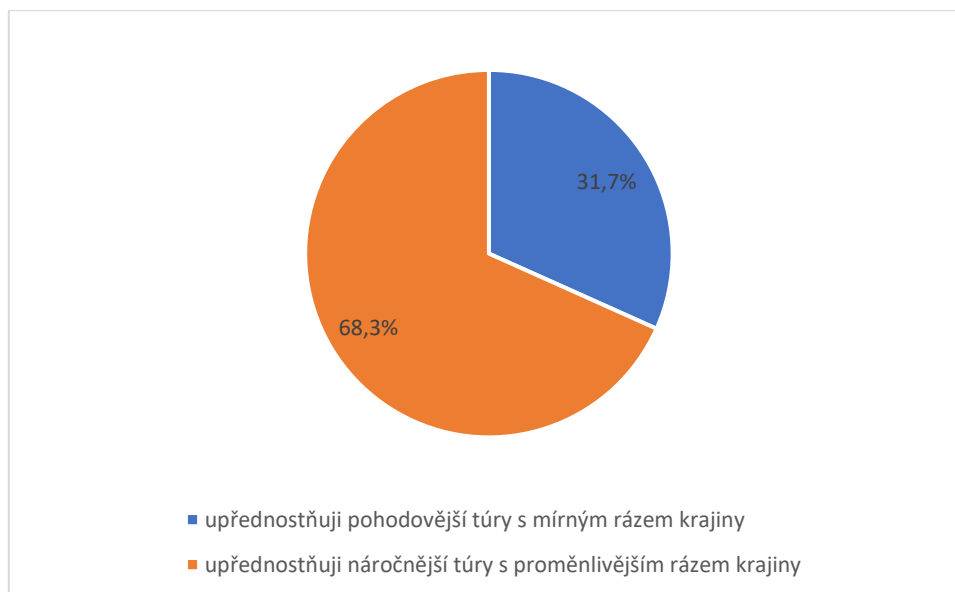
**Tabulka 7** Podíl zastoupení jednotlivých kategorií dotazovaných osob vzhledem k organizaci vysokohorské výpravy (N = 921)

Pohlaví	Věk	Sám		V málopočetné skupině		Ve větších skupinách	
		absolutně	relativně	absolutně	relativně	absolutně	relativně
Žena	20-30 let	53	18,9 %	227	80,5 %	2	0,7 %
Žena	30-45 let	64	19,3 %	227	80,4 %	1	0,3 %
Muž	20-30 let	27	23,9 %	83	73,4 %	3	2,7 %
Muž	30-45 let	47	24,2 %	146	75,3 %	1	0,5 %

- **Vyhodnocení a diskuse otázky č. 8:**

Otázka č. 8 se věnuje zjištění preference náročnosti vysokohorských výprav.

Z výsledků šetření, jenž nám přehledně nabízí graf 6 můžeme pozorovat, že většina z dotazovaných osob (68,3 %) upřednostňuje náročnější túry s proměnlivějším rázem krajiny a pouhých 31,7 % volí raději méně náročné přechody horských sedel či údolí.



**Graf 6** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce preference náročnosti vysokohorských výprav (N = 921)

V tabulce 8 můžeme nadto pozorovat, jak se k otázce preference náročnosti vysokohorských výprav vyslovily jednotlivé kategorie dotazovaných respondentů. Vidíme, že u všech dotazovaných skupin dominovala volba náročnějších túr s proměnlivějším rázem krajiny, avšak z výsledků šetření je zřejmé, že procentuální zastoupení dotazovaných mužů tvoří s více jak dvaceti pěti procentním rozdílem nad ženami jistou převahu.

**Tabulka 8** Preference úrovně náročnosti vysokohorské túry u jednotlivých kategorií dotazovaných osob (N = 921)

Pohlaví	Věk	Upřednostňuji pohodovější túry s mírným rázem krajiny		Upřednostňuji náročnější túry s proměnlivějším rázem krajiny	
Žena	20-30 let	92	32,6 %	190	57,2 %
Žena	30-45 let	134	44,9 %	183	55,1 %
Muž	20-30 let	17	15,1 %	96	84,9 %
Muž	30-45 let	34	17,5 %	160	82,5 %

Ve svých úvahách jsem předpokládala, že ženy budou ve vyšší míře upřednostňovat spíše lehčí, odpočinkové výpravy, kde si budou moci vychutnat estetické snoubení krajiny a v klidu rozjímat nad svými myšlenkami. Vypínání sil nad náročnými výstupy jsem odhadovala spíše u mužů, obzvláště pak mladší věkové kategorie. Obecně jsem však předpokládala, že „výzva“, jak ostatně uvádí Bichler a Peters (2020) není předmětem vysokohorské turistiky, a tak většina respondentů upřednostní raději pohodovější, relaxační ráz výpravy.

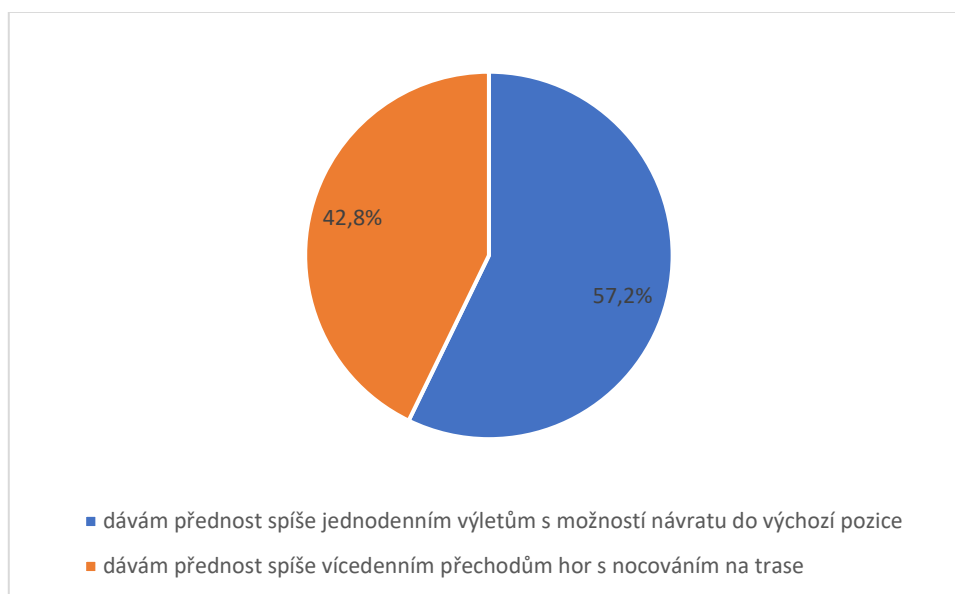
Avšak vyšší procentuální zastoupení osob preferující spíše náročnější túry s proměnlivějším rázem krajiny Chhetri, Arrowsmith a Jackson ve své studii z roku 2004

hodnotí takto: Lidé v městském prostředí mají obecně tendenci upřednostnit sledování společných orientačních bodů, známé cesty, přehlednou, snadno členěnou krajinu a vyhýbat se matoucím cestám či náročným svahům a členitému terénu. Naproti tomu pěší turisté jsou v turistických oblastech poháněni touhou objevovat divočinu, členitost a exotickou povahu daných oblastí. Dávají tak přednost náročným a rozmanitým svahům, obdivují gigantismus, těší se z výhledů a jsou fascinováni komplikovanou skladbou přírody (Chhetri, Arrowsmith, & Jackson, 2004).

- **Vyhodnocení a diskuse otázky č. 9:**

Otázka č. 9 je zaměřená na zjištění preference dotazovaných osob vzhledem k časové dotaci a organizaci vysokohorské výpravy.

Z grafu 7 je patrné že 57,2 % respondentů odpověděla, že dávají přednost jednodenním výpravám s možností návratu do výchozí pozice a 42,8 % dotazovaných upřednostňuje spíše vícedenní přechody hor.



**Graf 7** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce časové náročnosti a organizaci túry (N = 921)

V tabulce 9 pak můžeme pozorovat, jak odpovídaly jednotlivé skupiny dotazovaných osob. Výsledky jsou značně vyrovnané, avšak vidíme, že ženy více inklinují k jednodenním výletům, a naproti tomu muži dávají přednost spíše vícedenním přechodům hor s nocováním na trase.

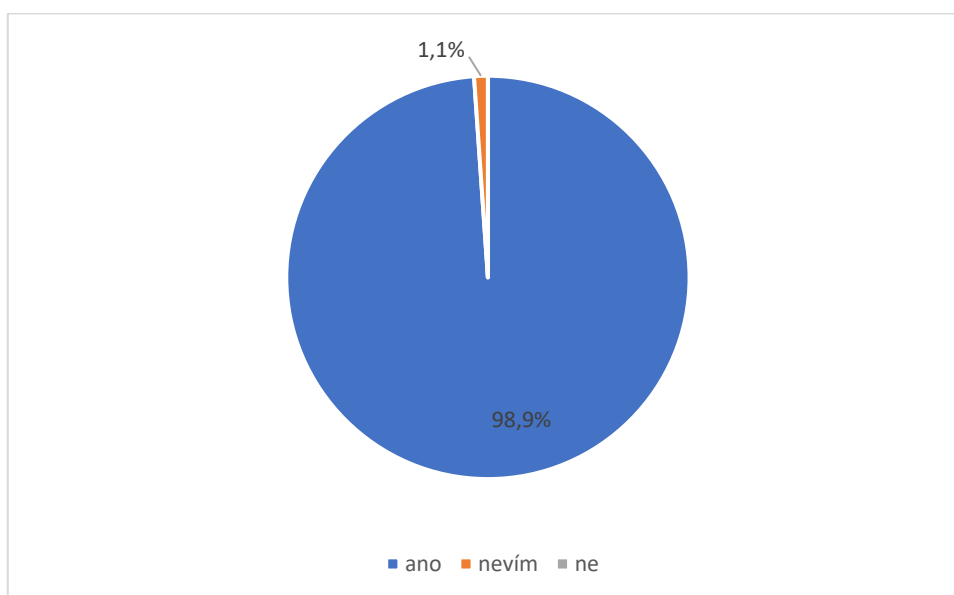
**Tabulka 9** Preference vysokohorské výpravy s ohledem na časovou dotaci organizaci postupu u jednotlivých kategorií dotazovaných osob (N = 921)

Pohlaví	Věk	Jednodenní výlety s možností návratu do výchozí pozice		Více denní přechody hor s nocováním na trase	
Žena	20-30 let	157	55,7 %	125	44,3 %
Žena	30-45 let	227	68,4 %	105	31,6 %
Muž	20-30 let	54	47,8 %	59	52,2 %
Muž	30-45 let	89	45,9 %	105	54,1 %

- **Vyhodnocení a diskuse otázky č. 10:**

Otázka č. 10 je zaměřená na využití vysokohorské turistiky jako formy duševní hygieny.

Z grafu 8 je zřejmé, že absolutní většina dotazovaných osob (98,9 %) uvedla, že připouští, že vysokohorská turistika může být prostředkem duševní hygieny a pouze 1,1 % respondentů odpověděla na téže otázku, že neví. Konkrétní čísla pak můžeme pozorovat v tabulce 10.



**Graf 8** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce mínění dotazovaných osob o vysokohorské turistice jako formě duševní hygieny (N = 921)

Dle výsledků šetření (viz tabulka 10) usuzují, že informovanost vzhledem k předmětu dané otázky je u dotazovaných osob dobrá, toto tvrzení se dále promítá i ve výsledcích výzkumné otázky č. 11 (více viz „vyhodnocení a diskuse otázky č. 11“).

Vzhledem ke skutečnosti, že WHO označila k roku 2020 depresi za nečastější příčinu nemocí v rozvinutých zemích, jde o významné zjištění. Duševní hygiena je primárně o seberegulaci, sebepoznání a aktivním přetváření svého prostředí. Ovlivňuje ji nespočet

faktorů, mezi něž se řadí i spánek, odpočinek, pohyb, hospodaření s časem a samotný volný čas.

**Tabulka 10** Vyhodnocení odpovědí všech čtyř dotazovaných kategorií v závislosti na otázku č. 10 (N = 921)

Pohlaví	Věk	Ano		Nevím		Ne	
Žena	20-30 let	280	99,3 %	2	0,7 %	0	0 %
Žena	30-45 let	330	99,4 %	2	0,6 %	0	0 %
Muž	20-30 let	112	99,1 %	1	0,9 %	0	0 %
Muž	30-45 let	189	97,4 %	5	2,6 %	0	0 %

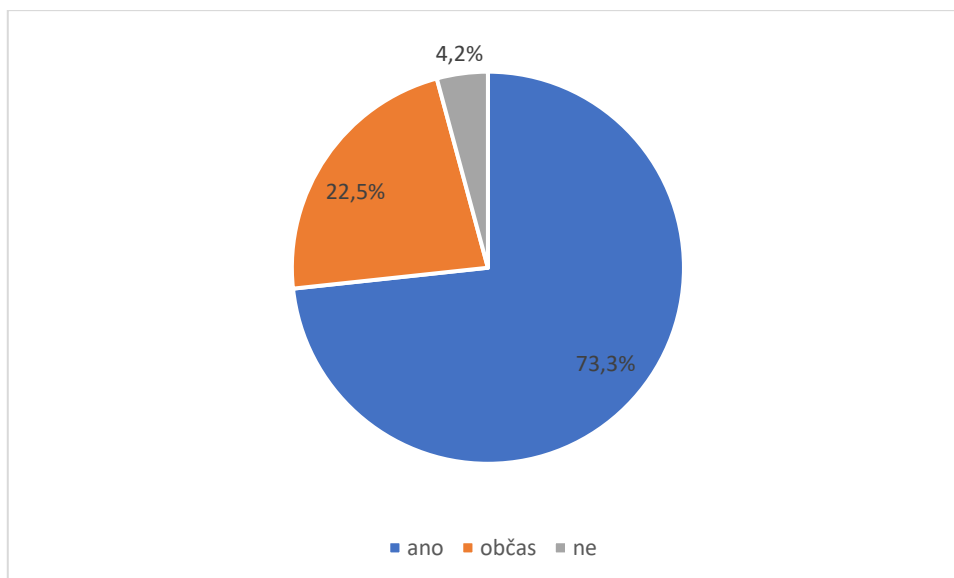
Vysokohorská turistika je koníčkem a formou aktivního odpočinku mnohých lidí. Snoubí tedy prvky odpočinku a pohybu, jenž jsou pro naše tělo natolik důležité. Odpočinek je nezbytným předpokladem pro načerpání ztracených sil člověka, je provázen celkovým duševním uklidněním a uvádí se, že na jeho kvalitě má pozitivní vliv i změna prostředí. Pohyb je významným prostředkem k udržení tělesného i duševního zdraví, jde o nejdůležitější prvek autoregulace a jeho nedostatek v nás vyvolává emoční napětí (Tým rehabilitace.info, 2015). Při pohybu dochází mimo jiné i k vyplavování hormonů endorfinu a testosteronu. Endorfin jakožto hormon štěstí přispívá k našemu dobrému naladění, kdežto optimální míra testosteronu slouží jako prevence depresí a kardiovaskulárních onemocnění, je prospěšná jak ve vztahu ke zdraví a kvalitě svalové hmoty tak i našeho sebevědomí (Mattuš, 2021).

- **Vyhodnocení a diskuse otázky č. 11:**

Otázka č. 11 je zaměřená na to, zda dotazovaní vysokohorští turisté využívají pohyb spojený s vysokohorskou turistikou jako formu regulace vnitřního napětí.

Z grafu 9 je na první pohled zřejmé, že většina z dotazovaných (73,3 %) uvedla, že vysokohorskou turistiku využívají jako prostředek k regulaci vnitřního napětí. Dále 22,5 % osob odpověděla, že ne vždy touto cestou reguluje stres a pouhé 4,2 % uvedlo, že tak nečiní nikdy.





**Graf 9** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce regulace psychického napětí prostřednictvím vysokohorské turistiky (N = 921)

V tabulce 11 lze pozorovat, jak k otázce regulace stresu prostřednictvím vysokohorské turistiky odpovídali dotazovaní muži a ženy. Ze získaných informací vidíme, že ze všech dotazovaných se k této cestě regulace vnitřního napětí přiznalo nejvíce žen mezi 30-45 lety (81,3 %) s těsným závěsem žen mezi 20-30 lety (76,3 %) a vyrovnanými čísly dotazovaných mužů (61,9 %).

**Tabulka 11** Odpovědi jednotlivých kategorií dotazovaných osob k otázce regulace psychického napětí prostřednictvím vysokohorské turistiky (N = 921)

Pohlaví	Věk	Ano		Občas		Ne	
Žena	20-30 let	215	76,3 %	59	20,9 %	8	2,8 %
Žena	30-45 let	270	81,3 %	58	17,5 %	4	1,2 %
Muž	20-30 let	70	61,9 %	33	29,3 %	10	8,8 %
Muž	30-45 let	120	61,9 %	57	29,4 %	17	8,7 %

Dle výzkumu Carver, Scheier a Weintraub (1989) víme, že ženy v případě copingových strategiích preferují strategie zaměřené na emoce, jejich ventilování a dále hledání sociální opory. Naproti tomu muži dle studie Ptacek, Smith a Zanas (1992) volí mimo jiného strategie sportovního vybití, izolace od společnosti či naopak vyhledávání veselé společnosti. Tyto skutečnosti však nejsou pravidlem, každá osoba je v tomto směru jedinečná, a tak jsme ze získaných informací sice schopni zjistit, kdo z dotazovaných osob preferuje samotu nebo dává přednost výpravám v menších či větších skupinách, avšak s přihlédnutím na strukturu dotazníku nelze hodnotit v jakém případě je organizace výpravy ovlivněna z hlediska regulace stresu a v jakém nikoli. V tomto směru vidím

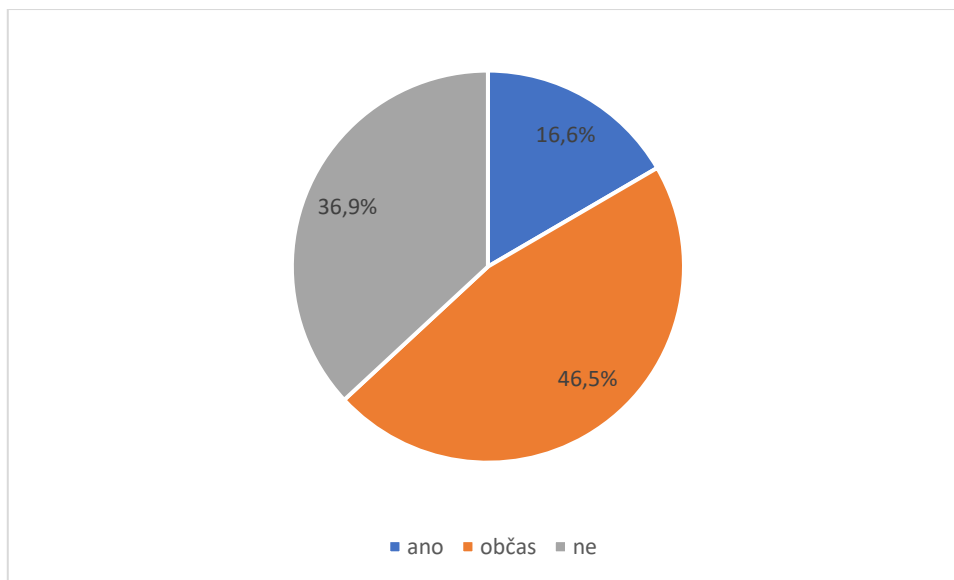
určité mezery, které bych v případě pokračování výzkumu ráda vyplnila prostřednictvím rozšířeného dotazníku a doplňujících rozhovorů.

Co však s určitostí víme je, že pohybové aktivity a příroda mají mnohostranně pozitivní vliv na lidský organismus nevyjímaje blahodárného vlivu na naši psychickou pohodu a duševní zdraví (Pearce, Cherrie, Shortt, Deary, & Ward Thompson, 2018). To dokládá i studie Jolandy Maasové z EMGO Institutu pro zdraví a péči v Amsterdamu, jenž uvádí, že kromě příznivého vlivu přírodního prostředí na lidskou psychiku bylo prokázáno, že intenzivnější kontakt s přírodou snižuje mimo jiné i riziko výskytu civilizačních chorob jako jsou cukrovka, respirační a kardiovaskulární onemocnění (Maas, Verheij, de Vries, Spreeuwenberg, Schellevis, & Groenewegen, 2009). K tomu Mayer a Frantz (2004) ve své studii doplňují, že lidé vyhledávají přírodu též z jakési potřeby pocitu propojení s přírodou, jenž jim přináší pocit spokojenosti.

- **Vyhodnocení a diskuse otázky č. 12:**

Otázka č. 12 má za úkol zjistit, zda jsou vysokohorské výpravy dotazovaných osob částečně ovlivňovány i potřebou sebeprezentace na sociálních sítích.

Z grafu 10 je dle výsledků šetření zřejmé, že 36,9 % osob odpovědělo, že svůj pobyt v horách pojí se sebeprezentací na sociálních sítích, dalších 46,5 % dotazovaných tak koná jen občasně a pouhých 16,6 % respondentů uvedla, že tak nekoná nikdy.



**Graf 10** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce spojení vysokohorské turistiky se sebeprezentací na sociálních sítích (N = 921)

Tabulka 12 nám pak odkrývá preference k dané aktivitě u dotazovaných skupin, přičemž můžeme pozorovat skutečnost, že mladší ročníky v otázce sebeprezentace na

sociálních sítích dominují s tím, že mladší ženy, této aktivitě propadají více nežli muži. Je to nejspíš spojené i s faktem, že ženy jsou celkově více aktivní na sociálních sítích nežli muži a zároveň se jim dostává bohatších reakcí a názorů na jimi produkováný obsah (Kubalová, 2020).

**Tabulka 12** Odpovědi jednotlivých kategorií dotazovaných osob v závislosti na sebe prezentaci na sociálních sítích v souvislosti s pobytem v horách (N = 921)

Pohlaví	Věk	Ano		Občas		Ne	
Žena	20-30 let	57	20,2 %	134	47,5 %	91	32,3 %
Žena	30-45 let	49	14,8 %	168	50,6 %	115	34,6 %
Muž	20-30 let	21	18,6 %	48	42,5 %	44	38,9 %
Muž	30-45 let	26	13,4 %	78	40,2 %	90	46,4 %

Sociální síť jako je Facebook, Instagram, TikTok a jiné slouží jako marketingový nástroj, a to nejen s ohledem na propagaci firem, ale i osobní marketing uživatelů. S každým pozitivním ohlasem na jimi sdílený obsah se zvyšuje jejich popularita. Lidé touží po pozitivních reakcích a jejich naplnění působí na člověka obdobně jako užití rekreačních drog či hazardování (Mcsweeney 2019).

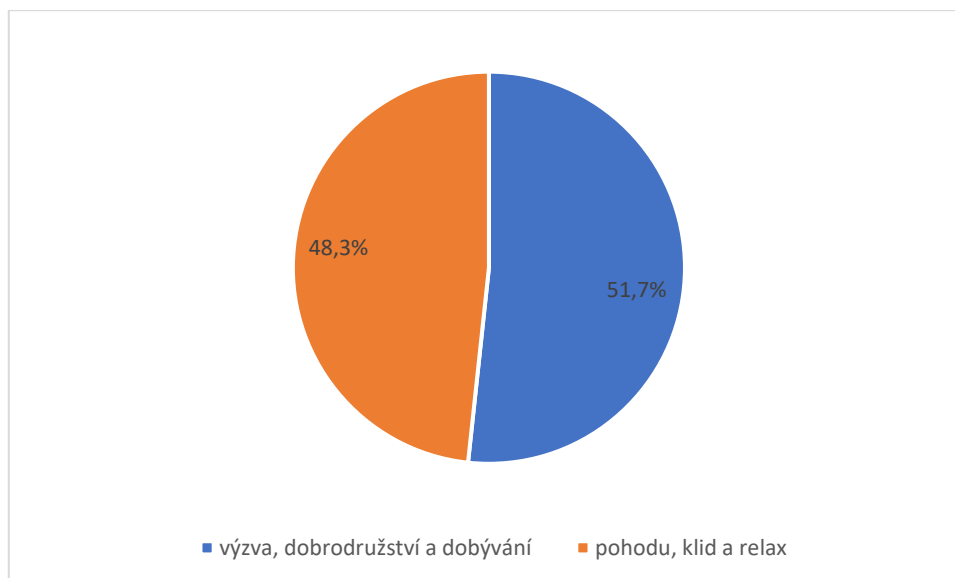
Používání sociálních sítí se vzhledem k pohlaví liší. Ženy mají sklon k využívání sociálních sítí k navazování spojení s ostatními lidmi a sdílení svého každodenního života, kdežto muži používají sociální sítě spíše ke kumulaci informací, propagaci, soutěžím a zlepšení svého statusu (Kubalová, 2020).

Je zde tedy jistá pravděpodobnost, že ženy, jež prezentují své vysokohorské výkony jsou motivovány potřebou sdílet své každodenní aktivity s okolním světem, kdežto u mužů je převládajícím motivem sebe prezentace ve smyslu potvrzení svého mužství.

- **Vyhodnocení a diskuse otázky č. 13:**

Otázka č. 13 je zaměřena na pocity, jenž si dotazovaní vysokohorští turisté poji s pojmem vysokohorská turistika.

Z grafu 11 je zřejmé, že rozdíl mezi uvedenými možnostmi je minimální. Menší polovina (48,3 %) respondentů si vysokohorskou túru poji s pocity „pohody, klidu a relaxace“, kdežto druhá větší polovina (51,7 %) dotazovaných má tuto aktivitu spojenou spíše s pocity „výzvy, dobrodružstvím a dobýváním“.



**Graf 11** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce převažujících pocitů při představě vysokohorské túry (N = 921)

V tabulce 13 pak můžeme pozorovat rozdíly mezi sdílenými pocity vzhledem k pohlaví a dané věkové kategorii. Z výsledků je zřejmé, že „pohodu, klid a relax“ si s vysokohorskou turistikou pojí nejvíce dotazovaných žen ve středním věku (59,6 %), naproti tomu „výzvu, dobrodružství a dobývání“ si s touto aktivitou spojují nejvíce muži ve věku mezi 20-30 lety (67,3 %).

**Tabulka 13** Podíl zastoupení jednotlivých kategorií dotazovaných osob vzhledem k představám respondentů pojících se k VHT (N = 921)

Pohlaví	Věk	Pohoda, klid a relax		Výzva, dobrodružství a dobývání	
Žena	20-30 let	120	42,6 %	162	57,4 %
Žena	30-45 let	198	59,6 %	134	40,4 %
Muž	20-30 let	37	32,7 %	76	67,3 %
Muž	30-45 let	90	46,4 %	104	53,6 %

Dané výsledky se však dostávají do kontrastu s výsledky Bichlera a Peterse (2020), kteří ve své studii uvádějí, že jistá úroveň výzvy má pozitivní vliv na turistický zážitek, avšak výzva ani riziko nehrají pro vysokohorské turisty přílišnou roli, a tak nejsou předmětem jejich zájmu. Dále uvádí, že vysokohorští turisté se snaží objevovat nové věci a místa, ale jsou méně motivovaní náročným terénem. Na druhou stranu relax Bichler a Peters (2020) považují za hlavní motivaci vysokohorských turistů k této aktivitě a ve své studii předkládají výpovědi vysokohorských turistů, jež popisují vysokohorskou túru jako jakýsi proces osvobození se od každodenního bytí, spojení s přírodou a vychutnávání si tamního klidu a všudypřítomného ticha.

Na základě mužské maskulinity jsem v otázce pocitů „výzvy, dobrodružství a dobývání“ předpokládala vyšší poměr mužů nežli žen, avšak celková převaha odpovědí v souladu s pocity „výzvy, dobrodružství a dobývání“ pro mě byla překvapující. Je však za vhodné dodat, že během sběru dat jsem se setkala s několika komentáři na vrub této otázky. A sice vybrané osoby namítaly, že je pro ně těžké rozhodnout se, jaké pocity u nich vzhledem k danému tématu převládají. Údajně totiž vnímají vysokohorskou turistiku jako spojení obou z možností. A tak vyvstává otázka, zda jsem ve svém výzkumu neměla otázce pocitů provázejících nás během vysokohorské túry věnovat více prostoru, podívat se na ni z více úhlů a rozčlenit ji do několika dílčích konkrétnějších podotázek či zvolit otevřenou formu otázky.

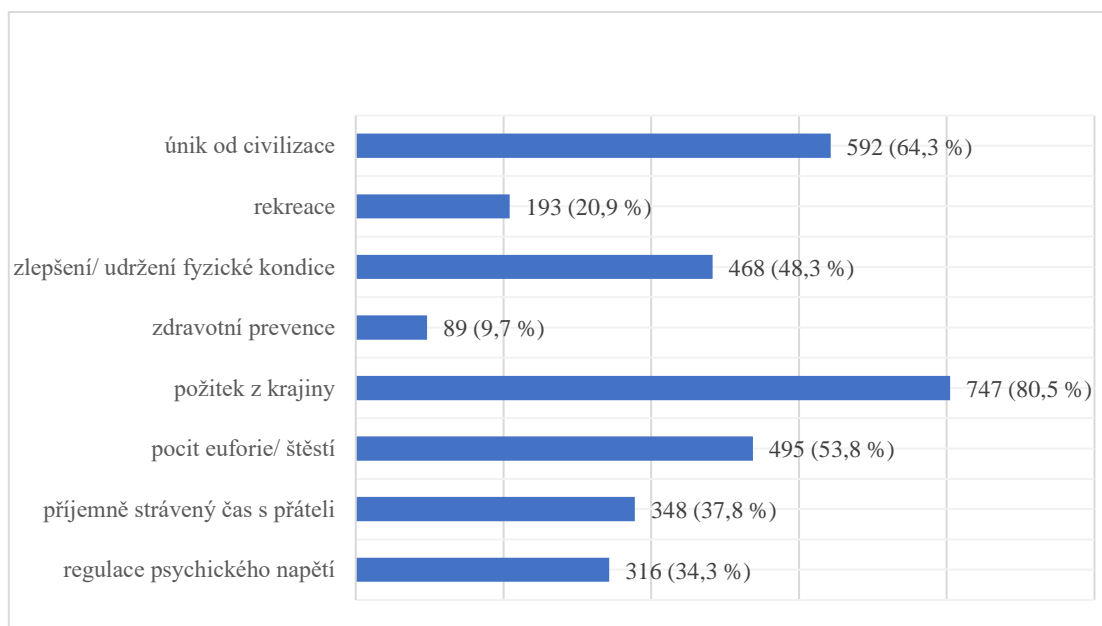
- **Vyhodnocení a diskuse otázky č. 14:**

V případě otázky č. 14 byli dotazované osoby požádány, aby uvedli maximálně 3 z možností, jež odpovídají jejich největší motivaci k vysokohorské turistice.

Chhetri, Arrowsmith a Jackson (2004) uvádí, že estetické snoubení krajiny je provázeno různými úrovněmi potěšení a pocitu komfortu, ale síla a hodnota odezvy je přímo závislá na vnímaném v pozorované krajině. Je důležitý její vzhled, avšak důležitou roli zde hrají i zvuky a vůně. Jde o vnímání, jenž je zcela nezávislé na jakýchkoli znalostech týkající se historie či kulturního povědomí dané krajiny. To však neplatí v případě diváka, u nějž informační i kulturní pozadí hrají podstatnou roli.

O důležitosti samotného vysokohorského prostředí jakožto hlavního motivačního prostředku jsme se přesvědčili. Z výsledků grafu 12 lze vyčíst, že nejčastější motivace dotazovaných vysokohorských turistů spočívá v požitku z krajiny (80,5 %). Tyto výsledky podtrhuje výzkum Bichlera a Peterse (2020), kteří tvrdí, že vysokohorská turistika spočívá v sociálních kontaktech, provázanosti s přírodou, zvucích, pachách a pocitech, jenž s sebou toto prostředí nese. To dokládají výpověďmi respondentů, jenž se opakovaně odvolávali na potěšení, které jim přináší pocit spojení a plného ponoření do přírody. S těmito výsledky se shodují i Pomfret a Bramwell (2016), jenž ve své studii uvádí, že jedním z hlavních motivačních prvků outdoorových sportovních aktivit je samotné přírodní prostředí. Stejně výsledky představuje i rakouská studie *Alpine summer tourism: the mountaineers' perspective and consequences for tourism strategies in Austria* (Muhar, Schauppenlehner, Brandenburg & Arnberger, 2007), jež ve své studii uvádí, že hlavní motivací k vysokohorské turistice byl zážitek z krajiny a rekreace pro něj hlasovalo na 93 % dotazovaných. S tím souhlasí i Pazdera (2017) v jehož šetření si

motivace ve formě „odpočinku a relaxace“ vyloučila 80 % hlasů dotazovaných. Se zvláštním významem relaxace ve spojitosti s vysokohorskou turistikou souhlasí i Bichler a Peters (2020), kteří ve své studii označují relaxaci dokonce za hlavní motivační faktor v turistickém kontextu. V našem případě si však rekreace jakožto klíčová motivace k vysokohorské turistice nepočínala nijak zvlášť dobře jelikož ji jako jednu z klíčových motivací uvedlo pouhých 20,9 % lidí. O důležitosti relaxace hovoří i Caber a Alvayrak (2016), kteří nadto vypichují i podstatu odcizení od každodenního života, jež je dle Vidon (2019) podporováno odlehlými, venkovskými oblastmi, jež napomáhají k introspekci a uzemnění. Pro „únik od civilizace“ jako jeden z hlavních motivací k vysokohorské turistice hlasovalo 64,3 % respondentů a jedná se tedy o druhou nejčastější motivaci v této otázce. S čímž souvisí i vyhodnocení otázky č. 15 v souvislosti s důležitostí obvyklého množství turistů na trase, při čemž 34,3 % dotazovaných odpovědělo, že otázku množství turistů na trase pokládají za velmi důležitou a 42,9 % za důležitou.



**Graf 12** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce největší motivace k vysokohorské turistice (N = 921)

Dalším bodem motivace je „zdravotní prevence“, jež, jakožto zásadní v otázce motivace, volilo pouhých 9,7 % z dotazovaných osob. O něco lépe na tom byla otázka „zlepšení/ udržení fyzické kondice“, jež se jevila jako jedna z nejdůležitějších forem motivace 48,3 % respondentů. Podobnou otázkou se ve své práci zabýval i Pazdera (2017) a obdobně i Brämer (2006), jenž ve své studii uvádí, že „trénink“ představoval u dotazovaných osob se skóre 72 % značnou motivaci. Pazdera nadto uvádí, že faktor zlepšení fyzické kondice je dle výsledků jeho šetření výrazně důležitější pro ženy nežli muže, což můžeme s 52,4 % žen v našem vzorku volících jako jednu z hlavních forem

motivace k VHT „zlepšení/ udržení fyzické kondice“ potvrdit. Další klíčovou motivací byl pro 37,8 % dotazovaných „příjemně strávený čas s přáteli“. Tyto výsledky se oproti výsledkům jiné studie značně liší, Brämer (2006) uvádí, že 63 % dotazovaných uvedlo motivaci „být s rodinou/přáteli“ jako hlavní motivaci k vysokohorské turistice. Těžko tedy odhadovat jaký je důvod k tak výraznému rozdílu mezi oběma studii.

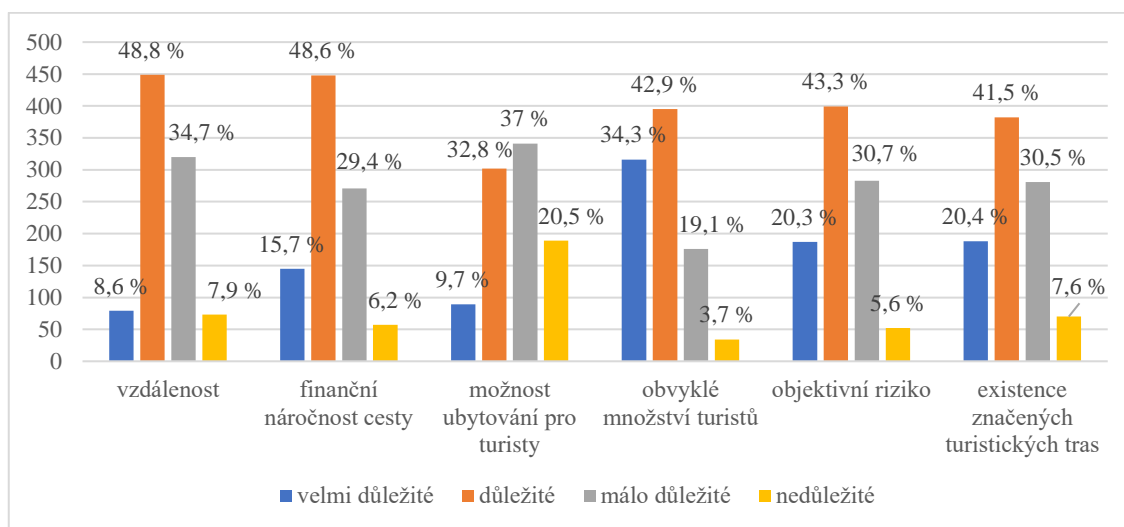
Předposlední otázku motivace představuje motivace „pocit euforie/štěstí“, jenž volilo na 53,8 % respondentů jakožto jednu z nejdůležitějších. Radost je jedna ze základních emocí, jež hraje významnou roli při ovlivňování charakteru zážitků z turismu. Jedná se o emoci přicházející v různé intenzitě a formě, včetně pocitů potěšení, uvolnění, vzrušení a požitku. Kupříkladu jeden typ scény či objektu v krajině může u různých lidí vyvolávat jiné typy emocí a reakcí. Naopak různé typy scén či objektů mohou vyvolat stejné emoční stavy u různých lidí (Chhetri, Arrowsmith, & Jackson, 2004). O velmi silných pocitech libosti ve spojitosti s vysokohorskými vyhlídkami pojednává studie Determining hiking experiences in nature-based tourist destinations z roku 2004, jež se zabývala měřením atraktivity v závislosti na vnímané krajině. Dle výsledků této studie testovaní lidé vykazovali velmi silné reakce ve spojitosti s vyhlídkami. Naproti tomu reakce na otevřenou krajinu a lesy byly mnohonásobně slabší a vůči sobě srovnatelné.

Další a zároveň poslední možnou volbou motivace v otázce č. 14 je „regulace psychického napětí“, kterou jakožto hlavní volilo 34,3 % dotazovaných, přičemž ženy se skóre 63 % touto typem motivace dominovaly. Pro mnohé je šum měst a obklopení lidmi natolik stresující, že se vydávají hledat ztracený klid do přírody. Jak uvádí Pheasant, Horoshenkov, Watts a Barrett (2008) otevřené a přírodní krajiny s absencí zjevného vlivu člověka, rozvoje měst a dopravního hluku v nás vyvolávají pocity klidu. Z psychologického hlediska je klíčovou charakteristikou klidných prostředí to, že vytvářejí subjektivní zájem, jenž je vnímán jako obnovující ve srovnání se subjektivně únavným účinkem trvalé pozornosti (Kaplan & Kaplan, 1989). Kim, Lee, Uysal, Kim a Ahn (2015) ve svém výzkumu uvádějí, že pěší turistika může přispívat k dosažení pohody a spokojenosti horských turistů.

- **Vyhodnocení a diskuse otázky č. 15:**

Různí respondenti mají různé motivace k provozování vysokohorské turistiky, jež jsou ovlivňované rozličnými faktory prostředí. Otázka č. 15 se zabývá zhodnocením některých z faktorů, jenž by mohli mít vliv na cílovou volbu destinace. Z uvedených hodnot v grafu 13 můžeme vyčíst, že vzdálenost je pro většinu dotazovaných osob hodnocená jakožto

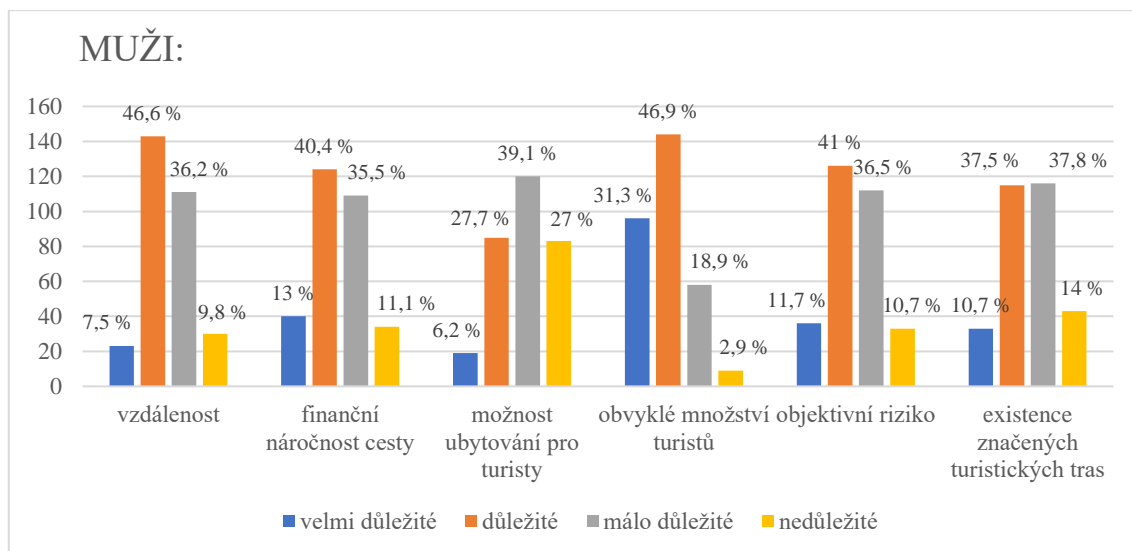
důležitá. To je dozajisté provázáno i faktem, že Česká republika nedisponuje žádnými velkými horami či dokonce velehorami, a tak jsme nuceni za touto kratochvílí cestovat hodiny do sousedních či vzdálenějších zemí.



**Graf 13** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce důležitosti předložených faktorů vzhledem k výběru cílové destinace (N = 921)

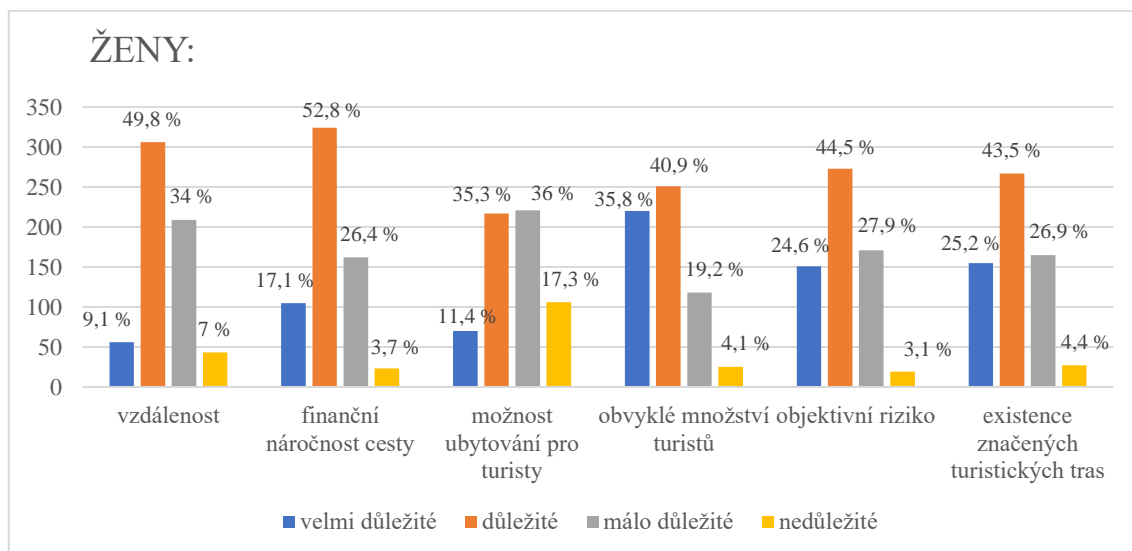
Při srovnání grafu 14 s grafem 15 můžeme pozorovat, že v otázce vzdálenosti se muži se ženami víceméně shodují, i když pro ženy se zdá být otázka vzdálenosti zvolené destinace závažnější. Jak se ukázalo finanční náročnost cesty se jeví být též důležitou pro značnou část (48,6 %) dotazovaných vysokohorských turistů. Pro ženy více nežli muže. Bylo by logické předpokládat, že otázka důležitosti finanční náročnosti cesty bude ve většině případů přímo úměrná výši měsíčního platu. Tato úměra se částečně potvrdila, osoby s čistým měsíčním příjmem do dvaceti tisíc korun, ve většině případů odpověděli, že je pro ně otázka financí důležitá či velmi důležitá. U dalších dvou platových kategorií se důležitost finanční náročnosti snižuje. Další faktor představuje možnost ubytování pro turisty, jenž se pro většinu respondentů jeví jako méně důležitá. Zajímavé je však srovnání potřeby možnosti ubytování mezi jednotlivými pohlavími. Z výsledků šetření vyplývá, že pro muže nehraje možnost ubytování tak velkou roli jako v případě žen, pro které je z celkového hlediska tato služba důležitá. Tyto výsledky se shodují i s výsledky Pazdery (2017), jenž uvádí, že pro ženy představuje množství turistických ubytoven vyšší důležitost ve smyslu výběru cílové lokality nežli pro muže. Dále uvádí, že při volbě mezi chatou a stanem, volí většina mužů (71 %) možnost stanování, kdežto ženy preferují spíše možnost ubytování v horské chatě. Tento fakt může představovat skutečnost, že ženy bývají obvykle náročnější na hygienu a potrpí si na určité pohodlí, jež jim dozajista umožní horská chata lépe než stan.





**Graf 14** Odpovědi mužů dotazníkového šetření k otázce důležitosti předložených faktorů při výběru destinace (N = 307)

Otázka obvyklého množství turistů se pro dotazované osoby jeví jako nejdůležitější, v grafu 13 vidíme, že 34,3 % z celkového počtu respondentů odpovědělo, že je pro ně tato skutečnost velmi důležitá a 42,9 %, že je důležitá. Tyto výsledky jsou v souladu se zjištěním, že velká část dotazovaných vysokohorských turistů uniká do hor před dopady civilizace. Je tedy logické, že pokud utíkáte z města a překupy lidí do přírody je pro vás přítomnost množství lidí nepříjemná.



**Graf 15** Odpovědi žen dotazníkového šetření k otázce důležitosti předložených faktorů při výběru destinace (N = 614)

Dalšími možnými faktory ovlivňující volbu cílové destinace představuje přítomnost objektivního rizika a existence značených turistických tras, jenž si ve výsledcích celkového šetření stojí dosti blízko s tím, že nejvyšší podíl z dotazovaných hodnotí dané faktory jako důležité a druhý nejvyšší jakožto málo důležité. Pozoruhodné je, že při

srovnání odpovědí mužů a žen jsou rozdíly v otázce důležitosti značné. Ženy se v obou případech přiklánějí k celkové důležitosti daných faktorů, kdežto muži jim nepřikládají přílišnou hodnotu. Tento jev je nejspíš dán tím, že ženy jsou od přírody více opatrné a úzkostnější, kdežto muži mají riskování v krvi.

## 6 ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo zmapování faktorů ovlivňujících motivaci k vysokohorské turistice u mužů a žen ve věku 20-45 let. Cíl práce byl naplněn. Předmětem šetření byl výzkumný vzorek čítající na 921 respondentů, jenž sestával z 614 žen a 307 mužů. V teoretické části práce jsem těžila z české i zahraniční literatury a běžně dostupných zdrojů, jenž byly podrobeny obsahové analýze literárních děl. Práce se zde zabývá v první řadě pojmem motiv, potřeby, motivace a motivace k vysokohorské turistice. Dále je zaměřena na vymezení pojmu vysokohorská turistika a jejich podkategorií. Poslední kapitola teoretické části je věnována vývojovým specifickým jednotlivých úrovní dospělosti. Pro praktickou část byly stanoveny čtyři výzkumné předpoklady. Ty byly hodnoceny na základě kvantitativního výzkumu formou anonymního dotazníkového šetření, na kterém se podílela část české populace, jenž spojuje láska a zkušenosti s vysokohorskou turistikou.

**Výzkumný předpoklad č. 1: Předpokládám, že vysokohorské turistice se věnuje více mužů nežli žen.**

Na základě získaných informací z výsledků dotazníkového šetření vlastní konstrukce, byl výzkumný předpoklad číslo jedna vyvrácen. A to na základě zjištění, že 66,6 % dotazovaných osob zastupovaly ženy a pouhých 33,4 % muži.

**Výzkumný předpoklad č. 2: Předpokládám, že v případě lidí spadajících do kategorie mladé dospělosti budou k vysokohorské turistice motivované spíše ženy nežli muži.**

Ženy ve věku mezi 20-30 lety se skóre 30,6 % tvoří druhou nejpočetnější skupinu dotazovaných osob. Toto zjištění vede k tomu, že výzkumný předpoklad č. 2 byl potvrzen.

**Výzkumný předpoklad č. 3 Předpokládám, že vysokohorská turistika vzbuzuje větší zájem u lidí s dosaženým terciálním vzděláním.**

Z výsledků šetření víme, že 9 % dotazovaných osob odpovědělo, že jejich nejvyšší dosažené vzdělání je základní vzdělání, 39,5 % osob uvedlo jako nejvyšší dosažené vzdělání střední vzdělání a zbytek respondentů s neuvěřitelným skóre 59,5 % přiznalo, že jejich nejvyšší dosažené vzdělání je terciální vzdělání tedy vyšší odborné či vysokoškolské. Tyto výsledky jsou pozoruhodné s přihlédnutím ke skutečnosti, že při posledním sčítání lidu v roce 2011 bylo zjištěno, že na ukončené terciální vzdělání dosahuje pouhých 13,8 % populace České republiky.

Na základě výše popsaných zjištění byl výzkumný předpoklad č. 3 potvrzen.

**Výzkumný předpoklad č.4 Předpokládám, že zážitek z krajiny představuje nejsilnější motivaci k vysokohorské turistice u vybraného souboru lidí.**

Na základě vyhodnocení části dotazníku, jež se zabývala klíčovými motivacemi k vysokohorské turistice jsem dospěla k závěru, že nejsilnější motivací k vysokohorské turistice u vybraného souboru lidí je zážitek z krajiny. Jako hlavní motivaci k vysokohorské turistice volilo zážitek z krajiny na 80,5 % dotazovaných. Jako druhou nejsilnější motivaci volili únik od civilizace se skóre 64,3 %, naproti tomu zdravotní prevenci uvedlo jako jednu z hlavních motivací k VHT pouhých 9,7 % dotazovaných.

Tyto informace nás vedou ke zjištění, že výzkumný předpoklad č. 4 byl potvrzen.

## 7 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- Apollo, M. (2017). The true accessibility of mountaineering: the case of the High Himalaya. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 29-43.
- Bichler, B. F., & Peters, M. (2020). Soft adventure motivation: an exploratory study of hiking tourism. *Tourism Review*.
- Blatný, M. et al. (2010). *Psychologie osobnosti: hlavní témata, současné přístupy*. Praha: Grada.
- Bošťíková, S. (2004). *Vysokohorská turistika*. Praha: Grada.
- Brämer, R. (2006). *Profilstudie Wandern 05/06: Wandertouristische Zielgruppen*. Deutsches Wanderinstitut e.V. Margurg.  
<https://www.wanderforschung.de/files/prostu060-korrektur1251264511.pdf>
- Brandos, O. (2010, 18. října). *Turistika, vysokohorská turistika, trekking*. Treking.cz.  
<https://www.treking.cz/treky/alpinismus-treking-turistika.htm>
- Buckley, R. (2012). Rush as a key motivation in skilled adventure tourism: Resolving the risk recreation paradox. *Tourism management*, 33(4), 961-970.
- Caber, M., & Albayrak, T. (2016). Push or pull? Identifying rock climbing tourists' motivations. *Tourism Management*, 55, 74-84.
- Carver, C. S., Scheier, M. F., & Weintraub, J. K. (1989). Assessing coping strategies: a theoretically based approach. *Journal of personality and social psychology*, 56(2), 267.
- Creyer, E., Ross, W., & Evers, D. (2003). Risky recreation: an exploration of factors influencing the likelihood of participation and the effects of experience. *Leisure Studies*, 22(3), 239-253.
- Den Breejen, L. (2007). The experiences of long distance walking: A case study of the West Highland Way in Scotland. *Tourism management*, 28(6), 1417-1427.
- Duda, J. L., & Nicholls, J. G. (1992). Dimensions of achievement motivation in schoolwork and sport. *Journal of educational psychology*, 84(3), 290.
- Ewert, A., Gilbertson, K., Luo, Y. C., & Voight, A. (2013). Beyond “Because It's There” Motivations for Pursuing Adventure Recreational Activities. *Journal of leisure research*, 45(1), 91-111.

- Frank, T., Kublák T., & et al. (2007). *Horolezecká abeceda*. Praha: Epoque.
- Gould, J., Moore, D., McGuire, F., & Stebbins, R. (2008). Development of the serious leisure inventory and measure. *Journal of Leisure Research*, 40(1), 47-68.
- Gross, S., & Sand, M. (2019). Adventure tourism: a perspective paper. *Tourism Review*.
- Hamplová, D. (2015). *Proč potřebujeme rodinu, práci a přátele: štěstí ze sociologické perspektivy*. 1. vyd. Praha: Fortuna Libri.
- Harbichová, I. (2014). Motivace ve sportu: Vztah k celkové sebeúctě a tělesnému sebevnímání.
- Hoskovec, J. (2002). *Psychologie*. Praha: Triton.
- Husqvarna Group. (2013). *Husqvarna Global Green Space Report 2013*. [http://www.greenspacereport.com/pdf/Husqvarna\\_Global\\_Green\\_Space\\_Report\\_2013.pdf](http://www.greenspacereport.com/pdf/Husqvarna_Global_Green_Space_Report_2013.pdf)
- Chhetri, P., Arrowsmith, C., & Jackson, M. (2004). Determining hiking experiences in nature-based tourist destinations. *Tourism management*, 25(1), 31-43.
- Kaplan, R., & Kaplan, S. (1989). *The experience of nature: A psychological perspective*. Cambridge university press.
- Kastenholz, E., & Rodrigues, Á. (2007). Discussing the potential benefits of hiking tourism in Portugal. *Anatolia*, 18(1), 5-21.
- Kim, H., Lee, S., Uysal, M., Kim, J., & Ahn, K. (2015). Nature-based tourism: Motivation and subjective well-being. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(sup1), S76-S96.
- Klementová, M. L. (2020, 5. července). *Historie vzniku via-ferrat*. <https://devcezhor.cz/historie-vzniku-via-ferrat/>
- Klinger, E., & Cox, W. M. (2004). The Motivational Structure Questionnaire and Personal Concerns Inventory: Psychometric properties. In W. M. Cox & E. Klinger (Eds.), *Handbook of motivational counseling: Concepts, approaches, and assessment* (pp. 177–197). Chichester, UK: Wiley
- Kubalová, P. (2020, 2. března). *Co dělají muži a ženy na sociálních sítích. Kdo lajkuje a kdo natáčí videa? Ženy.cz*. <https://www.zeny.cz/motivace-a-kariera/co-delaji-muzi-a-zeny-na-socialnich-sitich-kdo-lajkuje-a-kdo-nataci-idea-6636.html>

- Lachman, M. E., & Bertrand, R. M. (2001): Personality and the self in midlife. In: Lachman, M. E.: *Handbook of midlife development*. J. Wiley, New York.
- Langmeier, J., & Krejčířová, D. (2006). *Vývojová psychologie*. 2. aktualiz. vyd. Praha: Grada.
- Lidmila, J. (2019). *Formální a obsahová analýza textu, rychlé čtení*. [https://www.msvk.cz/data/filemanager/source/studijn%c3%ad%20texty%20pro%20knihoavn%c3%adky/2\\_Form%c3%a1ln%c3%ad\\_a\\_obsahov%c3%a1\\_anal%c3%bdza\\_Lidmila.pdf](https://www.msvk.cz/data/filemanager/source/studijn%c3%ad%20texty%20pro%20knihoavn%c3%adky/2_Form%c3%a1ln%c3%ad_a_obsahov%c3%a1_anal%c3%bdza_Lidmila.pdf)
- Loška, J., & Lošková, I. (1999). *Pozornost, motivace, relaxace a tvořivost dětí ve škole*. Praha: Portál.
- Lounsbury, J. W., & Polik, J. R. (1992). Leisure needs and vacation satisfaction. *Leisure Sciences*, 14(2), 105-119.
- Ludvík, M. (1986). *Malá encyklopedie turistiky*. Praha: Olympia.
- Lyng, S. (1990). Edgework: A social psychological analysis of voluntary risk taking. *American journal of sociology*, 95(4), 851-886.
- Maas, J., Verheij, R. A., de Vries, S., Spreeuwenberg, P., Schellevis, F. G., & Groenewegen, P. P. (2009). Morbidity is related to a green living environment. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 63(12), 967-973.
- Mašková, E. (2014, 23. prosince). *Úroveň vzdělání obyvatelstva podle výsledků sčítání lidu*. <https://adoc.pub/urove-vzdlani-obyvatelstva-podle-vysledk-sitani-lidu.html>
- Mattuš, L. (2021, 7. března). *Co to je duševní hygiena a jak na ni*. Code of Life. <https://codeoflife.cz/vykonnost/co-to-je-dusevni-hygiena-a-jak-na-ni/#:~:text=Cvi%C4%8Den%C3%AD%20du%C5%A1evn%C3%AD%20hygieny%20j sou%20v%C4%9Bt%C5%A1inou%20kr%C3%A1tk%C3%A1%20a%20nen%C3%A1r o%C4%8Dn%C3%A1,relaxovat%20a%20aktivovat%20n%C3%A1%C5%A1%20klidov%C3%BD%20nervov%C3%BD%20syst%C3%A9m%2C%20parasympatikus>.
- Mayer, F. S., & Frantz, C. M. (2004). The connectedness to nature scale: A measure of individuals' feeling in community with nature. *Journal of environmental psychology*, 24(4), 503-515.
- Mcsweeney, K. (2019, 17. března). *This is Your Brain on Instagram: Effects of Social Media on the Brain*. Now Powered by Northrop Grumman.

<https://now.northropgrumman.com/this-is-your-brain-on-instagram-effects-of-social-media-on-the-brain/>

Muhar, A., Schauppenlehner, T., Brandenburg, C., & Arnberger, A. (2007). Alpine summer tourism: the mountaineers' perspective and consequences for tourism strategies in Austria. *Forest Snow and Landscape Research*, 81(7), 7-17.

Nakonečný, M. (1997). *Encyklopedie obecné psychologie*. 2. rozšíř. vyd. Praha: Academia.

Nakonečný, M. (1998). *Základy psychologie*. Praha: Academia.

Neuman, J. (2000). *Turistika a sporty v přírodě*. Praha: Portál.

Pazdera, M. (2017). *Češi a horský turismus* [Diplomová práce, Masarykova univerzita]. Archiv závěrečných prací MUNI. [https://is.muni.cz/th/yn5bt/diplomova\\_prace\\_final.pdf](https://is.muni.cz/th/yn5bt/diplomova_prace_final.pdf)

Pearce, J., Cherrie, M., Shortt, N., Deary, I., & Ward Thompson, C. (2018). Life course of place: A longitudinal study of mental health and place. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 43(4), 555-572

Perlmutter, M., Hall, E. (1992): *Adult development and ageing*. J. Wiley, New York

Pheasant, R., Horoshenkov, K., Watts, G., & Barrett, B. (2008). The acoustic and visual factors influencing the construction of tranquil space in urban and rural environments tranquil spaces-quiet places?. *The Journal of the Acoustical Society of America*, 123(3), 1446-1457.

Pomfret, G. (2006). Mountaineering adventure tourists: a conceptual framework for research. *Tourism management*, 27(1), 113-123.

Pomfret, G., & Bramwell, B. (2016). The characteristics and motivational decisions of outdoor adventure tourists: A review and analysis. *Current Issues in Tourism*, 19(14), 1447-1478.

Procházková, T. (2018, 24. října) *Teorie motivace podle Maslowa*. <https://www.mentem.cz/blog/teorie-motivace/>

Průcha, J., Walterová, E., & Mareš, J. (2009). *Pedagogický slovník*. Praha: Portál.

Ptacek, J. T., Smith, R. E., & Zanas, J. (1992). Gender, appraisal, and coping: A longitudinal analysis. *Journal of personality*, 60(4), 747-770.



- Rantala, O., Hallikainen, V., Ilola, H., & Tuulentie, S. (2018). The softening of adventure tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(4), 343-361.
- Rathus, S. A., & Nevid J. S. (1989). *Psychology and the challenges of life: adjustment and growth*. 4th ed. Fort Worth: Holt, Rinehart and Winston.
- Rozental, M. M. (1974). *Filosofický slovník*. Bratislava: Pravda.
- Rozental, M. M. (1955). *Stručný filosofický slovník*. Praha: SNPL.
- Staudinger, U. M., & Bluck, S. (2001). A view on midlife development from life-span theory. *Handbook of midlife development*, 3-39.
- Sýkora, B., & et al. (1986). *Turistika a sporty v přírodě*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství.
- trekking. (nd) *American Heritage® Dictionary of the English Language, Fifth Edition*. (2011). <https://www.thefreedictionary.com/trekking>
- Tým rehabilitace.info. (2021, 6. srpna). *Psychohigiena či Duševní Hygiena – Jak na Ni?* <https://www.rehabilitace.info/zajimavosti/psychohygiena-ci-dusevni-hygiena-jak-na-ni/>
- Vágnerová, M. (2007). *Vývojová psychologie II.: dospělost a stáří*. 1. vyd. Praha: Karolinum.
- Vaněk, M., Hošek, V., & Man, F. (1982). *Formování výkonové motivace*. Praha: Univerzita Karlova.
- Vidon, E. S. (2019). Why wilderness? Alienation, authenticity, and nature. *Tourist Studies*, 19(1), 3-22.
- Walle, A. H. (1997). Pursuing risk or insight: Marketing adventures. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 265-282.
- Williams, J. (2018, 12. srpna). *What's the difference between walking, trekking, hiking and backpacking?* <https://www.cicerone.co.uk/whats-the-difference-between-walking-trekking-hiking-and-backpacking>
- Winter, S. (1968). *Vysokohorská turistika*. České Budějovice: Kopp.
- Zika, M. (2006, 20. července). *Otěže světové ekonomiky začínají přebírat ženy*. <https://www.penize.cz/zamestnani/18208-oteze-svetove-ekonomiky-zacinaji-prebirat-zeny>

## 8 SEZNAM TABULEK

**Tabulka 1** Přehled výzkumného souboru – vysokohorští turisté ve věku 20-45 let (N = 921 ženy 614; muži 307)

**Tabulka 2** Podíl zastoupení jednotlivých kategorií dotazovaných osob vzhledem k nejvyššímu dosaženému vzdělání (N = 921)

**Tabulka 3** Podíl zastoupení jednotlivých kategorií dotazovaných osob vzhledem k vyhodnocení čistého měsíčního příjmu (N = 921)

**Tabulka 4** Podíl zastoupení jednotlivých kategorií dotazovaných osob vzhledem k vyhodnocení čistého měsíčního příjmu a nejvyššího dosaženého vzdělání (N = 921)

**Tabulka 5** Srovnání četnosti vysokohorských výprav u jednotlivých kategorií dotazovaných osob (N = 921)

**Tabulka 6** Porovnání vlivu čistého měsíčního příjmu respondentů na četnost vysokohorských výprav (N = 921)

**Tabulka 7** Podíl zastoupení jednotlivých kategorií dotazovaných osob vzhledem k organizaci vysokohorské výpravy (N = 921)

**Tabulka 8** Preference úrovně náročnosti vysokohorské túry u jednotlivých kategorií dotazovaných osob (N = 921)

**Tabulka 9** Preference vysokohorské výpravy s ohledem na časovou dotaci organizací postupu u jednotlivých kategorií dotazovaných osob (N = 921)

**Tabulka 10** Vyhodnocení odpovědí všech čtyř dotazovaných kategorií v závislosti na otázku č. 10 (N = 921)

**Tabulka 11** Odpovědi jednotlivých kategorií dotazovaných osob k otázce regulace psychického napětí prostřednictvím vysokohorské turistiky (N = 921)

**Tabulka 12** Odpovědi jednotlivých kategorií dotazovaných osob v závislosti na sebezprezentaci na sociálních sítích v souvislosti s pobytem v horách (N = 921)

**Tabulka 13** Podíl zastoupení jednotlivých kategorií dotazovaných osob vzhledem k představám respondentů pojících se k VHT (N = 921)

## 9 SEZNAM GRAFŮ

**Graf 1** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce věku a pohlaví (N = 921)

**Graf 2** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce nejvyššího dosaženého vzdělání (N = 921)

**Graf 3** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce čistého měsíčního příjmu (N = 921)

**Graf 4** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce četnosti vysokohorských výprav (N = 921)

**Graf 5** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce preference samostatných či skupinových výprav (N = 921)

**Graf 6** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce preference náročnosti vysokohorských výprav (N = 921)

**Graf 7** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce časové náročnosti a organizaci túry (N = 921)

**Graf 8** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce mínění dotazovaných osob o vysokohorské turistice jako formě duševní hygieny (N = 921)

**Graf 9** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce regulace psychického napětí prostřednictvím vysokohorské turistiky (N = 921)

**Graf 10** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce spojení vysokohorské turistiky se sebezprezentací na sociálních sítích (N = 921)

**Graf 11** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce převažujících pocitů při představě vysokohorské túry (N = 921)

**Graf 22** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce největší motivace k vysokohorské turistice (N = 921)

**Graf 13** Odpovědi účastníků dotazníkového šetření k otázce důležitosti předložených faktorů vzhledem k výběru cílové destinace (N = 921)

**Graf 14** Odpovědi mužů dotazníkového šetření k otázce důležitosti předložených faktorů při výběru destinace (N = 307)

**Graf 15** Odpovědi žen dotazníkového šetření k otázce důležitosti předložených faktorů při výběru destinace (N = 614)

## **10 SEZNAM OBRÁZKŮ**

**Obrázek 1** Maslowova pyramida potřeb (Procházková, 2018)

# 11 PŘÍLOHY

## Příloha č. 1 Dotazník (Ptáčnicková, 2022)

### Motivace k vysokohorské turistice u lidí ve věku 20-45 let

Prosím vás o vyplnění anonymního dotazníku k výzkumné části mé BP

domiro2612@gmail.com (nesdíleno) [Přepnout účet](#)

\*Povinné pole

Věnujete se vysokohorské turistice? \*

ano

ne

Jakého jste pohlaví? \*

žena

muž

Kolik je vám let? \*

20-30 let

30-45 let

Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání? \*

základní vzdělání

střední vzdělání (s výučním listem/ s maturitou)

terciální vzdělání (vyšší odborné/ vysokoškolské)

Jaký je váš čistý měsíční příjem? \*

do 20 000 Kč

do 35 000 Kč

více než 35 000 Kč

Jak často se oddáváte vysokohorské turistice? \*

1-2 do roka

3-4 do roka

častěji

Upřednostňujete spíše výpravy ve skupině či samostatné toulky krajinou? \*

- raději chodím sám/a
- dávám přednost výpravám v málopočetné skupině
- dávám přednost výpravám ve větších skupinách

Dáváte přednost spíše náročnějším výstupům nebo pohodovým přechodům horských sedel či údolí? \*

- upřednostňuji pohodovější túry s mírným rázem krajiny
- upřednostňuji náročnější túry s proměnlivějším rázem krajiny

Upřednostňujete spíše jednodenní výlety do hor či vícedenní přechody hor? \*

- dávám přednost spíše jednodenním výletům s možností návratu do výchozí pozice
- dávám přednost spíše vícedenním přechodům hor s nocováním na trase

Domníváte se, že vysokohorská turistika může fungovat jako forma duševní hygieny? \*

- ano
- nevím
- ne

Využíváte pohyb spojený s vysokohorskou turistikou jako cestu k odbourání stresu? \*

- ano
- občas
- ne

Spojujete váš pobyt v horách se sebezprezentací na sociálních sítích (facebook, instagram aj.)? \*

- ano
- občas
- ne

Jaké pocity ve vás převažují při představě vysokohorské túry? \*

- výzva, dobrodružství a dobývání
- pohodu, klid a relax

Jaká je vaše největší motivace k vysokohorské turistice? (vyberte max. 3 možnosti) \*

- příjemně strávený čas s přáteli
- regulace psychického napětí
- únik od civilizace
- pocit euforie/ štěstí
- zlepšení/ udržení fyzické kondice
- požitek z krajiny
- rekreace
- zdravotní prevence

Uveďte jakou roli pro vás hrají následující faktory při výběru destinace. \*

	velmi důležité	důležité	málo důležité	nedůležité
vzdálenost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
finanční náročnost cesty	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
možnost ubytování pro turisty	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
obvyklé množství turistů	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
objektivní riziko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
existence značených turistických tras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Odeslat

Vymazat formulář