

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

Marketing subjektů cestovního ruchu zaměřených na dark turismus
Analýza míst spojených s totalitárními režimy na území České republiky
Bakalářská práce

Autor: Tereza Roušarová
Studijní obor: Management cestovního ruchu
Vedoucí práce: Mgr. Michal Trousil, Ph.D.

Prohlášení:

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

V Hradci Králové dne 6.8.2019

Tereza Roušarová

Poděkování:

Děkuji vedoucímu bakalářské práce Mgr. Michalu Trousilovi, Ph.D. za metodické vedení práce a cenné rady během konzultací. Dále mé poděkování patří Mgr. Tomáši Riegerovi, Mgr. Janu Šachovi, Petru Hamplovi, Renatě Hanzlíkové, Filipu Petličkovi, Mgr. Lud'ku Strašákovi, Tomáši Bouškovi a Mgr. et. Mgr. Stanislavě Moravcové za vstřícnost při vykonání osobních rozhovorů a spolupráci při psaní mé bakalářské práce.

Anotace

Bakalářská práce se zabývá marketingem subjektů temného cestovního ruchu, které vznikly z totalitárních režimů a jsou umístěny na území České republiky. V teoretické části bude definováno, co „temný cestovní ruch“ je a jak se dělí. Následně budou popsány základní marketingové pojmy a jejich užití v této formě cestovního ruchu. Poslední kapitola charakterizuje nacismus a komunismus jako vybrané totalitární režimy a jejich odkazy v Evropě. V úvodu praktické části bude vysvětleno, jaké subjekty byly pro práci vybrány a jejich stručná charakteristika. Dále bude prostřednictvím řízených rozhovorů s pracovníky subjektů a analýzou dokumentů, webových stránek a sociálních sítí zkoumáno, zda má na marketing vliv typ totalitárního režimu, kterého se subjekty týkají, a zda je při jeho tvoření zvažována etická stránka. Výstupem práce jsou odpovědi na výzkumné otázky spolu s doporučeními pro subjekty a budoucí výzkum.

Klíčová slova:

Dark turismus, totalitární režim, marketing, nacismus, komunismus, etika

Annotation

Title: Marketing of dark tourism sites

This bachelor thesis focuses on marketing of dark tourism sites which arised from totalitarian systems and are located in the Czech Republic. The theoretical part defines what dark tourism is and how it can be categorized. This is followed by the description of marketing terms and their use in dark tourism. Last chapter characterizes nacism and communism as chosen totalitarian systems and their heritage in Europe. The practical part explains which sites were chosen for this bachelor thesis and their brief characteristics. After that it examines whether the type of totalitarian system influences the marketing and if the sites follow ethical rules in creating using structured interviews with the employees of the sites and analysis of documents, websites and social media. The output of this bachelor thesis are the answers for research questions and recommendations for the sites and future research.

Key words:

Dark tourism, totalitarian system, marketing, nacism, communism, ethics

Obsah

1. Úvod	1
2. Cíl a metodika práce	2
3. Teoretická východiska	4
3.1. Dark turismus jako součást cestovního ruchu.....	4
3.2. Specifika marketingu dark turismu.....	8
3.2.1. Marketingová strategie	9
3.2.3. Marketingové nástroje	12
3.3. Totalitární režimy a dark turismus.....	19
3.3.1. Nacismus a fašismus.....	20
3.3.2. Komunismus.....	21
4. Empirická část	22
4.1. Vybraná místa dark turismu v České republice	22
4.1.1. Místa spojená s nacismem	23
4.1.2. Místa spojená s komunismem	27
4.2. Sběr informací a průběh šetření	29
4.3. Výsledky šetření	30
4.3.1. Památky nacismu.....	30
<i>Produkt</i>	30
<i>Návštěvníci</i>	34
<i>Cena</i>	38
<i>Místo</i>	39
<i>Propagace</i>	41
<i>Spolupráce</i>	54
<i>Negativní reakce a etická stránka marketingu</i>	60
4.3.2. Památky komunismu	62
<i>Produkt</i>	62
<i>Návštěvníci</i>	64
<i>Cena</i>	66
<i>Místo</i>	66
<i>Propagace</i>	67
<i>Spolupráce</i>	72

<i>Negativní reakce a etická stránka marketingu</i>	74
5. Shrnutí výsledků	76
6. Závěry a doporučení	79
7. Zdroje	81
8. Přílohy	92

Seznam obrázků

Obrázek 1 Kategorie temného cestovního ruchu.....	5
Obrázek 2 Matrix poptávky a nabídky temného cestovního ruchu.....	7
Obrázek 3 Škála temnosti nabídky temného cestovního ruchu.....	7
Obrázek 4 Koncepce tří úrovní produktu Osvětlení.....	13
Obrázek 5 Ukázka programování.....	19
Obrázek 6 Nejděsivější místa v České republice.....	22
Obrázek 7 Mapa vybraných míst dark turismu.....	23
Obrázek 8 Logo Památníku Terezín.....	60

Seznam tabulek

Tabulka 1 Popis kategorií temného cestovního ruchu.....	6
Tabulka 2 Kategorie temného cestovního ruchu dle nabídky a poptávky.....	7
Tabulka 3 SWOT analýza temných míst cestovního ruchu.....	10
Tabulka 4 Motivace návštěvníků.....	11
Tabulka 5 Místa dark turismu spojené s nacistickým režimem.....	20
Tabulka 6 Místa dark turismu spojená s fašistickým režimem.....	20
Tabulka 7 Místa dark turismu spojená s komunistickým režimem.....	21
Tabulka 8 Přehled informátorů rozhovoru.....	29
Tabulka 9 Doplnkový prodej míst spojených s nacistickým režimem.....	32
Tabulka 10 Nabídka průvodce – Památník Terezín.....	33
Tabulka 11 Návštěvnost Památníku Terezín 2016-2018.....	35
Tabulka 12 Návštěvnost NPHH 2016-2018.....	35
Tabulka 13 Návštěvnost Památníku Lidice 2016-2018.....	35
Tabulka 14 Návštěvnost Památníku Ležáky 2016-2018.....	36
Tabulka 15 Návštěvnost Památníku Lety u Písku 2016-2018.....	36
Tabulka 16 Návštěvníci Památníku Terezín 2016-2018 dle národností.....	37
Tabulka 17 Návštěvníci Památníku Lidice podle národností 2017.....	37
Tabulka 18 Vstupné Památníku Terezín.....	38

Tabulka 19 Vstupné Památníku Lidice	39
Tabulka 20 Vstupné Památníku Ležáky	39
Tabulka 21 Analýza webových stránek památek nacismu	44
Tabulka 22 Analýza sociálních sítí památek nacismu	45
Tabulka 23 Pravidelné akce Památníku Terezín	51
Tabulka 24 Pravidelné akce NPHH	51
Tabulka 25 Pravidelné akce Památníku Lidice	52
Tabulka 26 Pravidelné akce Památníku Ležáky	52
Tabulka 27 Účast památek nacismu na veletrzích CR	53
Tabulka 28 Zahraniční spolupráce Památníku Terezín	57
Tabulka 29 Doplnkový prodej míst spojených s komunistickým režimem	63
Tabulka 30 Návštěvnost NS Jáchymovské peklo 2016-2018	64
Tabulka 31 Návštěvnost Památníku Vojna 2016-2018	65
Tabulka 32 Vstupné Památníku Vojna	66
Tabulka 33 Analýza webových stránek památek komunismu	68
Tabulka 34 Analýza sociálních sítí památek komunismu	69
Tabulka 35 Účast památek komunismu na veletrzích ČR	72
Seznam grafů	
Graf 1 Počet sledujících na sociálních sítích památek nacismu k únoru 2019	46
Graf 2 Počet sledujících na sociálních sítích památek komunismu k únoru 2019	69

1. Úvod

Pod pojmem cestovní ruch si může mnoho lidí představit pouze aktivity spojené s odpočinkem a poznáním. Pravdou ale je, že nejen tyto úlohy cestovní ruch plní. Existuje mnoho forem cestovního ruchu, které více než odpočinek přináší ponaučení a vzdělání. Jednou z nich je „temný cestovní ruch“. Míst spojených s touto formou cestovního ruchu existuje nespočet, přičemž tato práce se bude zabývat těmi, které vychází z totalitárních režimů na území České republiky, konkrétně z nacismu a komunismu. Tato dvě temná období, kdy se naše země dostala násilím pod nadvládu Třetí říše a poté Sovětského svazu, přinesla mnoho nechvalných událostí, které by neměly být zapomenuty, také proto, aby již nebyly opakovány. O to se právě snaží vybrané subjekty, které se nacházejí přímo na místech těchto událostí, a mají tak možnost je představit v tom nejautentičtějším duchu. Dosavadní práce či studie se v rámci tohoto tématu zaměřovaly především na popis temných míst či na motivaci návštěvníků. Tato bakalářská práce se bude naopak zabývat tím, jakým způsobem mohou subjekty dělat marketing na místech, kde zemřelo i několik tisíc lidí tak, aby přilákaly širší veřejnost, ale zároveň nepoškodily přeživší nebo jejich rodinné příslušníky. Další řešenou otázkou bude to, zda má na marketing vliv fakt, že nacismus již neexistuje nikde na světě a je tedy považován za minulost, ale komunistický režim stále ve světě funguje a v České republice je komunistická strana stále volena.

Obě tyto otázky se tato práce pokusila vysvětlit na základě teoretických východisek o fenoménu dark turismu, zejména ze zahraničních zdrojů, jelikož česká literatura konkrétně o tomto tématu stále neexistuje; dále o jeho marketingu, o kterém není dostupná žádná literatura či internetový zdroj, proto byl popsán pomocí dostupné literatury o marketingu cestovního ruchu. Nakonec se teoretická část zabývala charakteristikou totalitárních režimů působících v Evropě a jejich památek na jejím území pomocí literatury a webových stránek.

Empirická část práce tuto teorii využila k popsání jednotlivých kategorií marketingu zvolených subjektů s pomocí informací získaných z řízených rozhovorů s pracovníky subjektů a analýzy dokumentů, webových stránek a sociálních médií na základě předem zvolených kritérií. Všechna vybraná místa byla autorkou práce navštívena, což bylo využito k zúčastněnému pozorování a doplnění informací.

2. Cíl a metodika práce

Hlavním cílem práce je zjištění marketingových nástrojů vybraných míst temného cestovního ruchu a problémů jejich aplikace. Marketingové nástroje budou zkoumány v souvislosti s vlivem totalitárních režimů, za kterých místa vznikla.

V teoretické části bude definováno, co dark tourism je a jak se dělí podle různých, zejména zahraničních autorů, dále se bude zabývat marketingem temného cestovního ruchu, o kterém ale neexistuje konkrétní publikace, proto bude popsán pomocí dostupné literatury o marketingu cestovního ruchu. V poslední části budou stručně popsány jednotlivé totalitární režimy vyskytující se v Evropě.

Výzkumné otázky jsou položeny následovně:

1. *Jak se liší marketingový mix vybraných subjektů temného cestovního ruchu?*
 - ZPŮSOB ZJIŠŤOVÁNÍ: strukturované rozhovory s vedením subjektu (s marketingovým oddělením), zúčastněné pozorování, analýza webových stránek, sociálních sítí, propagačních materiálů a výročních zpráv subjektů
2. *Ovlivňuje marketing totalitární režim, za kterého subjekty vznikly?*
 - ZPŮSOB ZJIŠŤOVÁNÍ: strukturované rozhovory s vedením subjektu (s marketingovým oddělením), zúčastněné pozorování, analýza webových stránek, sociálních sítí, propagačních materiálů a výročních zpráv subjektů
3. *Je při tvorbě marketingu těchto míst zvažována etická stránka?*
 - ZPŮSOB ZJIŠŤOVÁNÍ: strukturované rozhovory s vedením subjektu (s marketingovým oddělením), analýza webových stránek, sociálních sítí, propagačních materiálů

Otázky byly zvoleny tak, aby bylo zjištěno, zda případné rozdíly v marketingu souvisí s totalitárním režimem, nebo jsou způsobeny jiným aspektem. Poslední výzkumná otázka se týká etické stránky, která by vzhledem k umístění subjektu, měla být součástí jejich marketingu.

Pro práci byla zvolena kvalitativní metoda výzkumu pomocí řízených strukturovaných rozhovorů s vedením subjektů (případně s marketingovým oddělením), kde byly v průběhu léta 2018 a ledna 2019 zjišťovány podrobnější informace o charakteristice návštěvníků těchto

míst, o marketingovém mixu- tedy specifikaci nabízeného produktu a ostatních služeb, o cenové politice služeb, o samotném místě a jeho původnosti, o propagaci pomocí webových stránek, sociálních sítí a jiných komunikačních kanálů, o spolupráci s ostatními subjekty, o akcích konaných daným subjektem a jejich úspěšnosti, o problémech ve financování subjektů a o etické stránce marketingu těchto míst.

Následně, pomocí zúčastněného pozorování na daných místech a analýzy jejich nabídky, webových stránek, sociálních sítí a propagačních materiálů a výročních zpráv bylo zjišťováno, jak se marketing může jevit návštěvníkům, zda jsou dostupné všechny potřebné informace a zda je při jejich poskytování vnímána etická stránka památek.

3. Teoretická východiska

3.1. Dark turismus jako součást cestovního ruchu

Vymezení pojmu

Dark tourism, česky „temný cestovní ruch“, je speciální forma cestovního ruchu (Zelenka a Pásková, 2012). Pro tento fenomén vzniklo mnoho termínů, a to „*thanatotourism*“ (Seaton, 1996), „*morbid tourism*“ (Blom, 2000), „*black spot tourism*“ (Rojek, 1993) nebo „*grief tourism*“ (Stone, 2012). Stejně jako má tato forma cestování mnoho pojmenování, může být i různě definována.

Jako první jej definovali John Lennon a Malcolm Foley ve své knize Dark tourism z roku 1996 jako „*způsob(y) prezentování smrti jako prodejního artiklu v podobě míst temného cestovního ruchu*“ (1996:198 In Stone and Sharpley, 2008:577). O čtyři roky později dodali, že je to „*náznak postmoderní doby*“ (2000:11 In Stone and Sharpley, 2008:577).

Seaton (1996:240 In Dunkley a Morgan, 2007:4), který se ve své definici zaměřil spíše na motivaci k návštěvě takových míst, vymezil dark tourism jako „*cestování do destinací zcela či částečně motivované touhou po skutečném nebo symbolickém setkání se smrtí*“.

Jiným způsobem byl pojem dark tourism formulován Tarlowem (2005:48 In Stone, 2012:1568), a to jako „*návštěvy míst s tragickou minulostí, kde došlo k historicky významnému úmrtí, jehož dopad stále ovlivňuje běžné životy*“.

Z českých definic lze použít vysvětlení Kotíkové (2013:79), že temný cestovní ruch je „*cestovní ruch, který zahrnuje cestování mimo místo trvalého bydliště za účelem návštěv míst, atraktivit a aktivit spojených se smrtí, utrpením, neštěstím, strachem nebo smutkem*“.

Obecně se ale všechny definice týkají **pohybu osob do míst souvisejících se smrtí, utrpením či strachem**, a tak bude tento pojem v této práci užíván.

Kategorizace

Stejně jako neexistuje jen jeden název a jedna definice, tak také neexistuje jednotná typologie temného cestovního ruchu. Mezi jednu z možných typologií lze zařadit následující od Dunkleyho a kol.:



Obrázek 1 Kategorie temného cestovního ruchu, Zdroj: vlastní zpracování dle Dunkley a kol. (2007)

Základní myšlenkou daného schématu je, že uprostřed je jádro všeho, nadřazená kategorie, v tomto případě tedy *thanatotourism* – výběr tohoto názvu, a ne *dark tourism*, Dunkley a kol. (2007) vysvětlují tím, že *dark tourism* lze chápat jen negativně, s čímž autoři nesouhlasí. Podřadné kategorie okolo dělají jádro tím, čím je a definují jej (Dunkley a kol., 2007). Navíc barevné spektrum obrázku poukazuje na to, že jsou temnější a světlejší místa temného cestovního ruchu – například v případě genocidního cestovního ruchu bude Osvětím blíže tmavému centru, zatímco Imperial War Museum Holocaust Exhibition v Londýně spíše na světlé periferii (Dunkley a kol., 2007).

Jednotlivé kategorie Dunkley a kol. popisují následujícím způsobem:

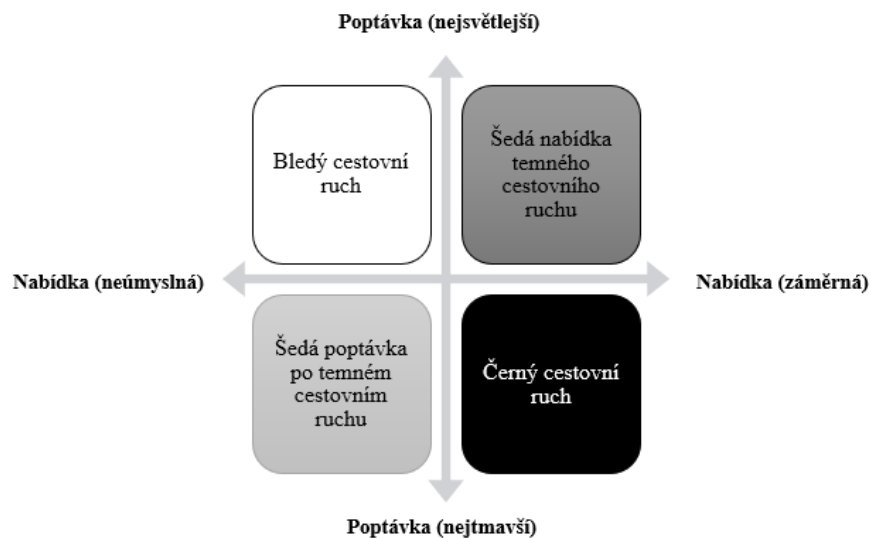
Typ temného cestovního ruchu	Popis	Příklad
Hororový cestovní ruch	<i>„návštěvy míst spojených s vraždou, mučením a s neblaze proslulým zločinem“</i>	Např. London Dungeon
Cestovní ruch spjatý se smutkem	<i>„návštěva pohřebních míst a míst odpočinku obětí tragédie a také místa známá ve spojitosti s vraždou známých osob“</i>	Např. Hřbitov Highland, Sixth Floor v Dallasu (JFK atentát)
Cestovní ruch spjatý s utrpením	<i>„místa, kde lidé zažívali nebo zažívají lidské utrpení a v některých případech i smrt“</i>	Např. Robben Island, Alcatraz
Cestovní ruch spjatý s tragédií	<i>„neúmyslné nebo záměrné katastrofy nebo nehody v globálním /lokálním měřítku orientované na jednotlivce/ skupiny“.</i>	Např. Ground Zero, Černobyl
Válečný cestovní ruch	<i>„místa ztvárňující každý aspekt války – bitevní pole, válečná muzea, válečné památníky aj.“</i>	Např. Imperial War Museum (VB)
Genocidní cestovní ruch	<i>„místa spojená s úmyslným vražděním lidí či národů a také místa, kde se nachází hmotná svědectví genocidy.“</i>	Např. Osvětim, United States Holocaust Memorial Museum
Extrémní cestovní ruch	<i>„účast na přímé vraždě, utrpení a vražedných rituálech“</i>	Např. Veřejné popravy, válečné zóny v Afganistánu

Tabulka 1 Popis kategorií temného cestovního ruchu, Zdroj: vlastní zpracování dle Dunkley a kol. (2007)

Seaton (1996 In Stone, 2006) se snažil temný cestovní ruch rozdělit do pěti širších kategorií:

1. Místa, kde jsou návštěvníci přímými svědky smrti.
2. Místa, kde se staly masové či individuální vraždy.
3. Památníky a pomníky.
4. Místa, kde jsou prezentovány symboly smrti mimo místo jejího uskutečnění.
5. Rekonstrukce či simulace smrti.

Stone a Sharpley (2009) zmiňují, že zájem o smrt jako takovou může, ale nemusí, být hlavní motivací k návštěvě míst temného cestovního ruchu. Uvádí to na příkladu Taj Mahal, který není navštěvován pro jeho hlavní účel jako hrob, ale spíše jako ikona Indie (Stone a Sharpley, 2009). V závislosti na tom autoři vytvořili následující čtyři typy dark turismu dle škály temnosti poptávky po temných místech a původu nabídky těchto míst:

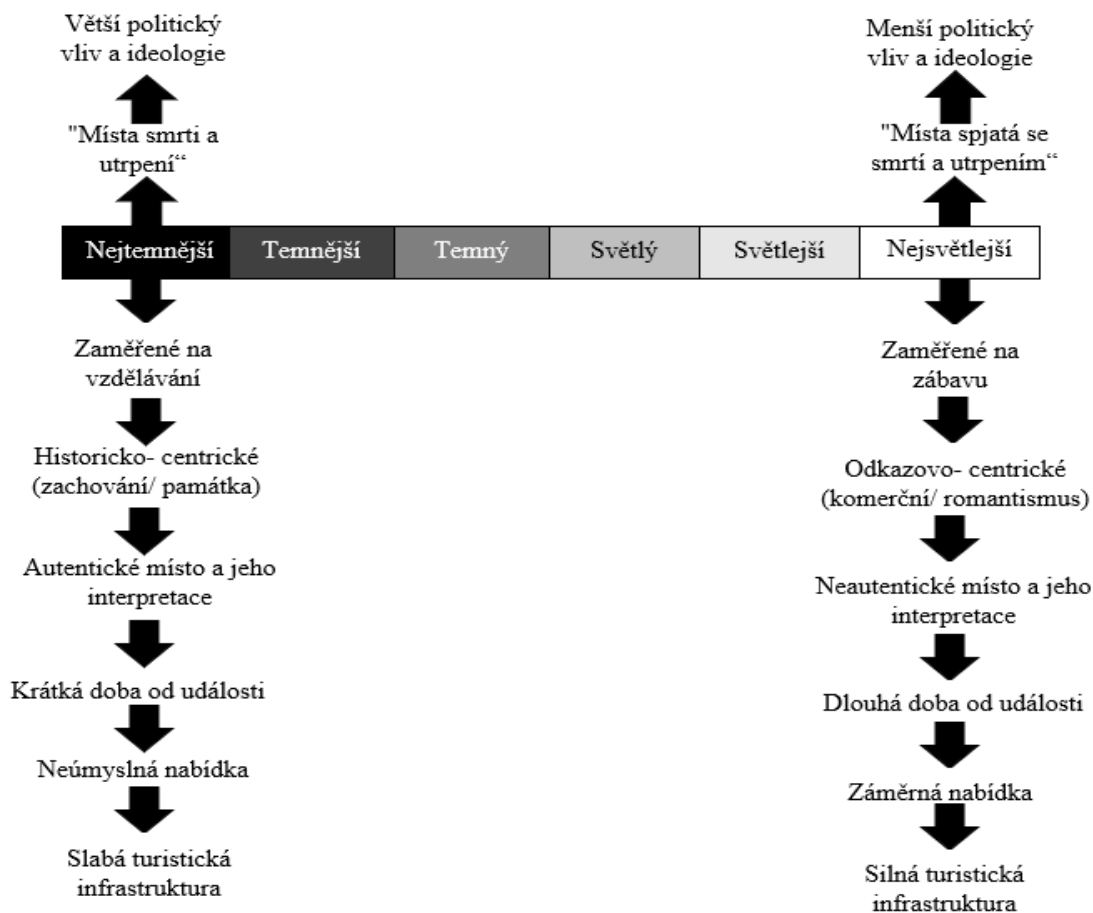


Obrázek 2 Matrix poptávky a nabídky temného cestovního ruchu, Zdroj: vlastní zpracování dle Sharpley a Stone (2009)

Bledý cestovní ruch	Šedá poptávka po temném cestovním ruchu	Šedá nabídka temného cestovního ruchu	Černý cestovní ruch
„turisté s <i>minimálním zájmem o smrt</i> navštěvující místa, která se nezáměrně stala místem temného cestovního ruchu“	„turisté <i>fascinováni smrtí</i> navštěvující místa, která se nezáměrně stala místem temného cestovního ruchu“	„místa záměrně využívající smrt jako turistickou atrakci přilákávající návštěvníky, jejichž hlavní <i>motivací není zájem o smrt</i> “	„čistý temný cestovní ruch, kde je <i>fascinace smrtí</i> naplňována nabídkou míst, která jsou k tomuto účelu vybudována“

Tabulka 2 Kategorie temného cestovního ruchu dle nabídky a poptávky, Zdroj: vlastní zpracování dle Stone a Sharpley (2009)

Stone a Sharpley (2009) tvrdí, že stejně jako stupně poptávky po temném cestovním ruchu, existuje také škála temnosti pro jeho nabídku. V této škále se také musí brát v úvahu politické a kulturní aspekty, které podle Strange a Kempa (2003 In Sharpley a Stone, 2009) mají silný vliv na prezentaci temných míst, což ukazují na vězení Alcatraz, které je dnes již tak zkomercializované, že je spíše místem světlejším, naopak Robben Island, kde byli zavřeni političtí vězni v době apartheidu, včetně Nelsona Mandely, je místo méně komerční, a také více politicky založené, a tím se řadí do míst temnějších. Dalším neméně důležitým aspektem k zařazení daného místa do škály temnosti je časoprostor (Miles, 2002 In Stone a Sharpley, 2009), kde autoři uvádějí jako příklad Osvětim, jakožto místo smrti, čímž se stává temnějším místem než Muzeum Holocaustu ve Washingtonu, které je pouze spjato se smrtí a utrpením. Umístění na škále také určuje autenticita, zaměření, úroveň turistické infrastruktury a míra úmyslnosti nabídky (Stone a Sharpley, 2009).



Díky výše zmíněným kategoriím lze konkrétní temná místa zařadit dle nabídky, poptávky či konkrétních charakteristik.

3.2. Specifika marketingu dark turismu

Marketing lze chápat mnoha způsoby, například dle Jakubíkové (2012) jako kulturu, strategii nebo taktiku. Také jej lze různě definovat. Pro tuto práci byla vybrána oficiální definice Americké marketingové asociace (2013), dle které je marketing „aktivita, soubor institucí a procesů pro vytváření, komunikování, dodávání a výměnu nabídek, které mají hodnotu pro zákazníky, klienty, partnery a celou společnost“. V temném cestovním ruchu jej ale nelze v plné míře aplikovat. V této zvláštní formě cestovního ruchu hraje důležitou roli etická stránka daného cestování, proto vyvstává otázka, jak mohou být temná místa zároveň ekonomicky aktivní tak, aby příliš nezneužívala traumat, která se na daném místě stala (Hooper a Lennon, 2017:3). Produkty temného cestovního ruchu jsou specifické nejen samy o

sobě, ale také se liší dle jejich škály temnosti, tím se také odlišuje jejich marketing. Manažeři hlavně těch temnějších míst se potýkají s problémy v oblasti zachování autentičnosti, vzdělávání a v náležitém chování na daném místě, což občas může být obtížné (Hooper a Lennon, 2017:6).

Zelenka (2015) uvádí čtyři pilíře marketingu – **marketingová komunikace, marketingová strategie, segmentace trhu a marketingové nástroje**. Marketingovou komunikaci řadí Jakubíková (2012) do komunikačního mixu v marketingových nástrojích, a tak bude chápána i v této práci.

3.2.1. Marketingová strategie

Dle Zelenky (2015:17) je marketingová strategie „*ucelený způsob jednání organizace vůči zákazníkům (...)*“. Autor do strategie zahrnuje jak segmentaci trhu, tak marketingové nástroje a lze tedy říci, že je nadřazeným pojmem těchto dalších dvou pilířů.

V cestovním ruchu může být cílem strategie například nízká cena produktu, komplexnost produktu, tradičnost produktu, autenticita, široká nabídka produktu či orientace na určitý segment zákazníků (Zelenka, 2015). Mezi faktory, které ovlivňují výběr strategie lze podle Zelenky (2015) zařadit složky marketingového mixu, marketingové plánování a organizaci, kontrolu v marketingu, a také mikro a makroprostředí.

Marketingové plánování, jehož výstupem je marketingový plán, hledá optimální řešení problémů a maximalizuje potenciál dané organizace (Jakubíková, 2012). Směřuje k cílům dané organizace, které se mohou časem měnit, a tak je plánování chápáno Jakubíkovou (2012) jako dynamický proces, který se musí stále přizpůsobovat. Musí se přizpůsobovat hlavně kvůli měnícím se příležitostem na daném trhu pomocí situační analýzy, kam řadíme SWOT analýzu, která zahrnuje silné a slabé stránky, vycházející z interního prostředí organizace, a hrozby a příležitosti, vycházející z externího prostředí organizace (Zelenka, 2015). Takto může vypadat SWOT analýza míst temného cestovního ruchu:

<p><u>SILNÉ STRÁNKY</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • nabídka vzdělávací činnosti • cizojazyční průvodci • autenticita • školní programy • světoznámost • kulturní a jiné akce • blízká vzdálenost od metropole 	<p><u>SLABÉ STRÁNKY</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • vybírání vstupného • neetická propagace • špatná dopravní dostupnost • vstup pouze s průvodcem • nedostatečná kapacita
<p><u>PŘÍLEŽITOSTI</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • každoroční výročí války / tragické události • trend sociálních sítí • vyšší zájem o historii • spolupráce s cestovními kanceláři • přizpůsobení se novým trendům 	<p><u>HROZBY</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • politická situace • vandalismus • snižování zájmu o historii • povodně • nedostatek financí od státu

Tabulka 3 SWOT analýza temných míst cestovního ruchu, Zdroj: vlastní zpracování

Jak uvádí Jakubíková (2012), **makroprostředí** jsou politicko-právní, ekonomické, sociálně-kulturní, technické a technologické a ekologické vlivy, které působí na mikroprostředí organizace či celou destinaci cestovního ruchu. Obecně v cestovním ruchu jsou země *politicky* nestabilní, v předválečném či válečném stavu, neatraktivní. Pokud ale mluvíme o temném cestovním ruchu, je tomu naopak. Jak již bylo uvedeno, místa, která vznikla kvůli politickému vlivu či ideologii, jsou na nejtemnějším bodu škály (Stone, 2006). Tato místa zahrnují genocidní cestovní ruch či válečný cestovní ruch, a jsou tímto pro návštěvníky atraktivní. V *ekonomickém* prostředí jde o hospodářský růst jak země, kde se subjekt nachází, ale také v ostatních zemích, ze kterých turisté vyjíždějí do dané destinace, a znamenají pro ni příjmy (Zelenka, 2015). V *sociálně-kulturním prostředí* se jedná zejména o demografické jevy, jako je průměrný věk populace, skladba populace dle pohlaví, vzdělanost, porodnost a migrace (Jakubíková, 2012). Dle toho pak vznikají různé segmenty trhu, na které organizace zaměřuje svůj marketing. Stále více a více zaznamenáváme *technický* pokrok ve všech aspektech života, včetně cestovního ruchu. Příkladem může být dle Zelenky (2015) využití virtuální reality, částečné či úplné nahrazení tištěných propagačních materiálů těmi elektronickými, technická vylepšení dopravních prostředků i stravování (Jakubíková, 2012). Poslední složkou makroprostředí je *ekologie* a udržitelnost, která budí čím dál větší zájem společnosti a subjektů cestovního ruchu (Jakubíková, 2012).

Naopak do **mikroprostředí** zařazuje Jakubíková (2012) *zákazníky*, jakožto jednu ze základních složek mikroprostředí, *dodavatele, zprostředkovatele* – cestovní kanceláře, agentury, reklamní agentury či logistické firmy a *konkurenty* a *veřejnost* – vládní instituce, hromadné sdělovací prostředky nebo také neziskové organizace.

Celková efektivita zvolené marketingové strategie je zkoumána **marketingovou kontrolou a zpětnou vazbou** (Jakubíková, 2012). Temná místa cestovního ruchu ani tak nezkoumají analýzu prodeje, tržního podílu či nákladů a rentability, jako je tomu u ostatních subjektů (Jakubíková, 2012), spíše by je měla zajímat zpětná vazba návštěvníků, díky které jsou návštěvníci sami součástí vývoje daného místa (Seaton, 2009 In Jahnke, 2013). Zpětnou vazbu lze získat návštěvní knihou, formulářem, osobním dotazováním či prostřednictvím internetu.

3.2.2. Segmentace trhu

Za trh Jakubíková (2012:154) považuje „*souhrn všech stávajících a potenciálních zákazníků*“. Pro subjekty cestovního ruchu často není možné uspokojit přání všech, proto trh segmentují do „*homogenních skupin, které se vzájemně liší svými potřebami, charakteristikami a nákupním chováním*“, a v závislosti na tom upravují svůj marketing (Jakubíková, 2012:156). Mezi kritéria segmentace v cestovním ruchu patří podle Zelenky (2015) demografie (věk, pohlaví, úroveň vzdělání), geografie (země původu) a psychografie (životní styl, zájmy). V dark turismu záleží především na motivaci, tedy zájmu účastníka tohoto typu cestování (Cohn, 2013). Mnoho autorů se již snažilo zkompletovat základní motivace návštěvníků temných míst, zde je ukázka několika z nich:

Ashworth, 2004	Preece a Price, 2005	Biran, Poria a Oren, 2010	Stone, 2010
1. Zvědavost	1. Vzdělávání	1. Vidět to, aby uvěřili	1. Pocta mrtvým a utrpení
2. Identita	2. Zájem o historii	2. Vzdělávání a pochopení	2. Vzdělávání, poznání
3. Horor	3. Fascinace zvláštností a bizarností	3. Proslulost temné turistické atrakce	3. Osobní zážitek strachu
4. Empatie		4. Emocionální zážitek	4. Hra, zábava

Tabulka 4 Motivace návštěvníků, Zdroj: vlastní zpracování dle Cohn (2013) a Kotíková (2013)

Motivace je hlavní složkou **marketingového výzkumu** míst temného cestovního ruchu. Jak píše Zelenka (2015) jde o primární marketingový výzkum, který je charakterizován přímým kontaktem s respondenty, pozorováním v terénu a sledováním různých statistik cestovního ruchu. Mezi techniky primárního marketingového výzkumu dle autora patří především

dotazníková šetření, řízené rozhovory či ankety. Příkladem může být výzkum motivace na účasti temného cestovního ruchu od Navrátila a Píchy v roce 2012, kteří zkoumali motivace návštěvníků v závislosti na pohlaví, věku, náboženském vyznání a vztahu k historii (Navrátil a Pícha, 2012).

Další možnou segmentací návštěvníků je klasifikace temných turistů dle Palanca (2012 In Kulcsár a Simon, 2015):

- 1) **Netradiční turisté** – většinou mladí turisté – exhibicionisté, kteří nenásledují tradiční model cestování, jsou energičtí a každé nebezpečí je pro ně atraktivní,
- 2) **Průzkumníci** – turisté „druhého věku“ v dobré finanční situaci, kteří chtějí poznat nové věci,
- 3) **Alocentri** – turisté se zájmem o nové destinace a o vše spojené s rizikem, kteří touží po neobvyklých a originálních zážitcích.

Pokud daný subjekt cestovního ruchu použije pro svůj marketing segmentaci trhu, je podle Jakubíkové (2012) větší pravděpodobnost, že lépe uspokojí návštěvníka, efektivněji zamíří svou propagaci a zákazník je pak ochoten zaplatit vyšší cenu.

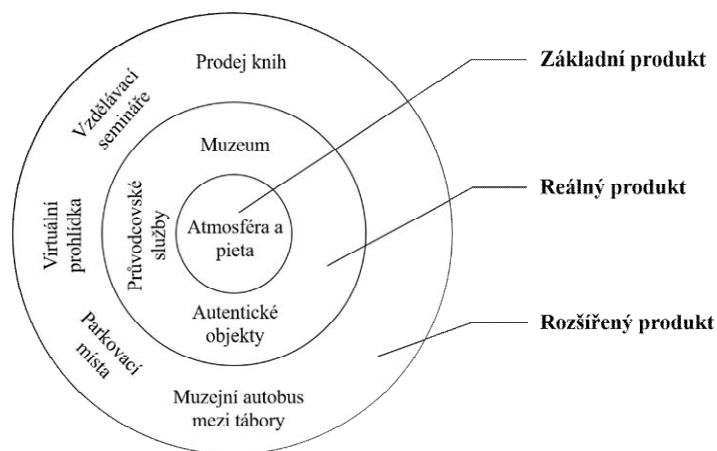
3.2.3. Marketingové nástroje

Dle Zelenky (2015:22) jsou marketingové nástroje „*všechny kontrolovatelné faktory extérního a interního působení v rámci marketingu*“. Tyto nástroje jsou součástí tzv. **marketingového mixu**, do kterého obecně patří produkt (*product*), cena (*price*), způsob distribuce (*place*) a propagace (*promotion*) – 4P (Zelenka, 2015). Tyto proměnné mají své samostatné mixy, tedy produktový mix, cenový mix atd., při jejichž tvoření je ale třeba nezapomínat na ostatní dílčí mixy, jen tak lze dle Jakubíkové (2012) dosáhnout efektivního marketingu. K marketingovému mixu cestovního ruchu lze přidat také další proměnné, a to lidé (*people*), tvorba programů (*programming*), balíčky služeb (*packaging*) a spolupráce (*partnership*), tím vzniká **8P cestovního ruchu** (Zelenka, 2015). K těmto také autor ještě řadí ICT.

1) Produkt

V cestovním ruchu je produkt podle definice Zelenky (2015:94) „*souhrn veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu, podnikajícího v cestovním ruchu nebo cestovním ruchu*“

koordinujícího“. Produkty jsou dle něj specifické svou komplexností, osobním poskytováním, nemožností vyzkoušení, ovlivnění dalšími faktory: jako počasím či sezónností nebo například subjektivitou prožívání. V cestovním ruchu by měl být dle Zelenky (2015) uplatňován koncept tří úrovní produktu, který má tři vrstvy – základní **produkt** – tedy základní užitek, který produkt návštěvníkovi přináší, **reálný produkt** – to, co zákazník od produktu vyžaduje, a **rozšířený produkt** – dodatečné služby a hodnoty (Jakubíková, 2012).



Obrázek 4 Koncepce tří úrovní produktu Osvětlemi, Zdroj: vlastní zpracování

Mezi produkty temného cestovního ruchu lze zařadit dle Stone (2006) od nejsvětějších po nejtmavší:

- **Továrny na temnou zábavu** – představení děsivých událostí zábavnou a komerční formou, např. *London Dungeon*,
- **Temné výstavy** – serióznější forma představení smrtelných událostí se vzdělávacím a vzpomínkovým charakterem, např. *Muzeum Holocaustu ve Washingtonu*,
- **Temné věznice** – místa představující zábavnou, ale i vzdělávací formou trestní pořádek a spravedlnost z minulých dob, především se jedná o věznice a soudní síně, např. *Robben Island, Alcatraz*,
- **Temná místa odpočinku** – především hřbitovy s vybudovanou turistickou infrastrukturou a s významnými komponenty a architekturou, které jsou uchovávány jako kulturní dědictví, např. hřbitov *Père-Lachaise*,
- **Temná posvátná místa** – vzpomínková místa na zemřelé postavená často blízko místa úmrtí a po krátkém čase od smrtelné události bez vybavenější turistické infrastruktury, např. *Ground Zero*,

- **Místa temných konfliktů** – místa související s válkou mající vzdělávací a vzpomínkový charakter, často se stávají komerčními, a tím je i vyvinutější turistická infrastruktura, např. *bitevní pole v Yprách*,
- **Temné tábory genocidy** – nejtemnější místa škály nabídky temného cestovního ruchu zahrnující koncentrační tábory a místa utrpení a katastrof umístěná v místech, kde se událost opravdu stala, s vysokým vlivem politické ideologie, např. *Osvětim*.

Zatímco Kotíková (2013) rozděluje cíle temného cestovního ruchu následovně:

- **Hřbitovy** – Slavín, Starý židovský hřbitov v Praze,
- **Věznice, mučírny, žaláře** – kasematy na Špilberku,
- **Místa genocidy, úmrtí, poprav** – vražedná pole v Kambodži,
- **Místa katastrof** – Pripjat' u Černobylu,
- **Muzea, památníky, výstavy** – Muzeum Varšavského povstání, výstava Human Body,
- **Rekonstrukce bitev, tragických událostí** – rekonstrukce bitvy u Slavkova,
- **Po stopách otroků** – Cape Coast Castle.

Obecně nejnavštěvovanější jsou místa spojená s válkou a dle Smithe (1998 In Stone, 2012:1567) „*místa spojená s válkou pravděpodobně představují největší samostatnou kategorii turistických atrakcí na světě*“.

Mimo hlavní produkt tato místa nabízí doplňkový prodej prostřednictvím různých suvenýrů. Suvenýry lze podle Cohna (2013) považovat za zhmotnění vzpomínek. I když temná místa nabízejí spíše než produkt zážitek, hmotná reprezentace je i tak, dle autora, velmi důležitá.

2) Cena

Dle Jakubíkové (2012:230) je cena „*hodnota, již se zákazníci vzdají výměnou za získání požadovaného produktu*“. V temném cestovním ruchu je to jeden z hlavních etických aspektů, zda jsou finanční prostředky, které návštěvníci utratí např. za vstup či další doplňkové služby, poté náležitě vloženy do další činnosti ku prospěchu daného místa a návštěvníků, nebo zda se na utrpení lidí jen nevydělávají peníze pro soukromé účely (Fialová, 2016).

Jakubíková (2012:239) klasifikuje služby k tvorbě cen do tří kategorií:

1. Služby podléhající veřejné regulaci (vzdělávací, zdravotní, komunikační atd.),
2. Služby podléhající samoregulaci různými asociacemi a institucemi,

3. Služby tržní s vlastní cenovou tvorbou.

Většina temných míst je řízena buď neziskovou organizací, či státní příspěvkovou organizací, ale i tak musí většinou vybírat takové vstupné, aby pokrylo základní náklady na údržbu místa a zaměstnance (Cohn, 2013). Dle autora jsou také taková místa, která nevybírají vstupné, ale dávají návštěvníkům možnost věnování peněžitého daru. Tak vznikne silnější pouto mezi daným místem a návštěvníkem, protože návštěvník neplatí, aby mohl místo vidět, ale spíše protože ho již viděl (Cohn, 2013).

V cestovním ruchu se lze často setkat s diferenciací ceny podle času / sezóny a podle klientely, tedy že za stejný produkt platí segmenty jinou cenu (Jakubíková, 2012). Podle autorky se tyto slevy se nejčastěji poskytují důchodcům, studentům, dětem či skupinám.

3) Distribuce a místo

Distribuce, jakožto další bod, který Jakubíková (2012) zařazuje do marketingového mixu, se snaží co nejvíce přiblížit produkty zákazníkovi, tak aby negativně neovlivnila další body mixu. V cestovním ruchu lze nalézt různé cesty distribuce, od těch základních jako telefon, fax či osobní kontakt, přes internet, mobilní telefony až po digitální televize (Zelenka, 2015). Přes tyto cesty lze dle Jakubíkové (2012) distribuovat produkty buď přímo od poskytovatele k zákazníkovi, nebo nepřímo přes mezičlánek, kterým rozumíme například cestovní kanceláře. V cestovním ruchu se obecně inovují distribuční kanály, a to hlavně prostřednictvím počítačových rezervačních systémů (CRS) a globálních rezervačních systémů (GDS), díky kterým se, dle autorky, cestovní ruch stává největším elektronickým obchodem na světě.

V cestovním ruchu velmi záleží na prodejním místě daného produktu, jinak tomu není ani u jeho temnější formy. Jak již bylo zmíněno v minulé kapitole ve schématu nabídky Stona (2006), úroveň temnosti daného místa se odráží od jeho prostorového vymezení, tudíž že místa, kde se tragické události staly, jsou temnější než místa, která jsou s těmito tragédiemi pouze spjata a nacházejí se mimo tragické území. Místa pouze spjatá se smrtí či katastrofou mohou rozšiřovat své portfolio marketingových a jiných atraktivit a jsou často komerčně zaměřená (Kotíková, 2013). Ta místa, kde není vhodná přílišná komercializace, mohou alespoň zajistit, aby se jejich webová stránka zobrazila bezplatně na prvních příčkách ve webovém prohlížeči skrz SEO neboli Králem (2012) přeloženo česky jako optimalizaci vyhledávačů. Podle něj toho docílí prostřednictvím kvalitního a aktualizovaného obsahu na

svých stránkách s dostatečným počtem klíčových slov, která se vztahují k tématu jejich nabídky. To může pozitivně působit na potenciální návštěvníky, kteří ihned získají užitečné informace k návštěvě temných míst, ale také mohou stránky míst sloužit jako důvěryhodný zdroj historických dat pro zájemce o danou tematiku.

4) Propagace

Poslední ze základních 4P je propagace. Obecně všechny procesy zabývající se propagací nazývá Jakubíková (2012) marketingovou komunikací. V cestovním ruchu se při marketingové komunikaci klade velký důraz na emociální stránku, spolehlivost či neobvyklost a odlišnost nabídky (Zelenka, 2015). Vedle ceny je propagace dle autora neviditelnější součástí marketingu, a proto je důležité, aby byla zvolena správně dle typu produktu cestovního ruchu.

Do marketingového komunikačního mixu patří reklama, podpora prodeje, vztahy s veřejností, osobní prodej a přímý marketing, přičemž v cestovním ruchu se nejvíce využívá *reklama*, *public relations* a *podpora prodeje* (Jakubíková, 2012).

Velmi využívanými komunikačními kanály v tomto odvětví jsou internet (Jakubíková, 2012) a sociální sítě (Zelenka, 2015). Klasické sociální sítě jako Facebook či Twitter mohou dle Cohna (2013) napomoci temným místům k celkové propagaci hlavně u mladších generací. Hlavní příležitostí jsou ale dle něj cestovatelská fóra, jako například Tripadvisor, kde návštěvníci mohou sdílet svoji zkušenost z návštěvy daného místa, a tak šířit word-of-mouth marketing, což je pro místa nulovým nákladem a zároveň velmi efektivní propagační cestou.

a) Reklama

Zelenka (2015:115) definuje reklamu jako „*placenou formu propagace a představení výrobku, služby či myšlenky (...)*“. V cestovním ruchu se dle něj nejvíce nachází v médiích, na venkovních plakátech a v dopravních prostředcích. Reklama může mít formu reklamních spotů v televizi či rádiu, tištěných letáků a venkovních billboardů, anebo také inzerce v tisku a na internetu (Jakubíková, 2012).

Pro temná místa je reklama velmi kontroverzním tématem. Příkladem může být kauza z roku 2016, kdy autobus polepený Davidovou hvězdou a vizualizací tábora Osvětim lákal do tábora sloganem „Výlet za emocemi“ (Hora, 2016). Dalším úkazem reklamy, která sklídila jak

úspěch, tak pohoršení, je reklama *Total burn-out* Lidice (Úplné vypálení Lidic), jež byla koncipována jako počítačová hra, ve které uživatelé měli za úkol vypálit obec a na základě toho získávali body (iDnes.cz, 2007). Památník Lidice se dle iDnes (2007) hájil tím, že tato forma reklamy upoutala zejména mladou generaci, která by jinak o tomto místě nevěděla, nicméně i tak byl kvůli silným tlakům, zejména ze strany pozůstalých, donucen hru stáhnout.

b) Public relations

Další složce komunikačního mixu lze říkat také zkráceně PR, česky vztahy s veřejností. Zelenkou (2015:117) je PR definováno jako „*kontinuální působení na veřejnost a zájmové skupiny s cílem vytváření jejich pozitivních názorů na daný subjekt a jeho činnost (...)*“. Na rozdíl od reklamy jde podle něj o neplacené aktivity jako například články v periodiku, pozvánka novinářů na dané místo, tiskové konference, vydávání výročních a tiskových zpráv atd. Tyto aktivity jsou často autentičtější než reklama, což je pro marketing temných míst důležitým aspektem (Cohn, 2013). Součástí public relations je i publicita, která je Jakubíkovou (2012:262) definována jako „*neosobní komunikace ve formě zprávy o organizaci a jejích produktech*“. Jako příklad činností publicity autorka uvádí publikace, události (events), veřejná vystoupení atd.

Temná místa by měla směřovat své úsilí do propagace svých výročních a jiných akcí v médiích, aby lidé mohli získat povědomí i o samotném místě (Cohn, 2013).

c) Podpora prodeje

Podporou prodeje Jakubíková (2012) rozumí aktivity, které krátkodobými stimuly podporují prodej. Jako příklad uvádí různé slevy, soutěže, věrnostní programy, dárkové a upomínkové předměty nebo zvýhodněné balíčky. Místo podpory prodeje dle autorky nemusí být jen na daném konkrétním místě či v cestovní kanceláři, ale také na veletrzích cestovního ruchu, kde se různí lidé, kteří prodávají určité zboží, setkávají a prezentují své produkty či služby, vyměňují si názory a navazují kontakty a spolupráce.

Tuto složku komunikačního mixu lze v dark turismu aplikovat většinou na místa světlejší ve spektru, která jsou více než na vzdělávání zaměřena na zábavu (Cohn, 2013).

5) Lidé

Lidský faktor, jak uvádí Jakubíková (2012), je v cestovním ruchu velmi důležitým aspektem, protože lidé přímo nebo nepřímo ovlivňují kvalitu produktu a spokojenost zákazníka. Mohou to být vlastníci, recepční, údržbáři či průvodci. Nejen že průvodce poskytuje odborný výklad v různých jazycích o daném místě či objektu (Zelenka a Pásková, 2012), ale také lze říci, že zprostředkovává zážitek, a tím výrazně ovlivňuje pocity a názory návštěvníků na dané místo.

V temném cestovním ruchu je jednou z hlavních funkcí průvodce vzdělávat návštěvníky o událostech, kvůli kterým se místo řadí do temného cestovního ruchu, a tak výrazně přispět k eliminaci neetického chování.

6) Programování

Další bod, který Zelenka (2015:125) zařazuje do marketingového mixu cestovního ruchu, odkazuje na „*vytváření vzájemně navazující nabídky služeb a atraktivit cestovního ruchu, které vytvářejí výsledný produkt cestovního ruchu*“. Služby se při programování podle něj časově a místně propojují a s balíčky služeb poskytují komplexní produkt.

7) Balíčky služeb

Zatímco programování zajišťuje časové a místní prolínání nabízených služeb, packaging, neboli balíčky služeb zajišťují samotné služby bez ohledu na jejich časoprostor (Zelenka, 2015). Výhodou pro klienta je většinou nižší cena oproti službám koupených zvlášť, naopak subjektům cestovního ruchu balíčky dle autora napomáhají v rovnoměrném využití kapacit, sezónnosti, v navázání spolupráce s ostatními poskytovateli, nebo také v možnosti tvoření tematicky i ekonomicky rozdílných nabídek.

Příkladem programování a tvoření balíčků může být dvoudenní zájezd do Osvětimi se zastávkou ve Wieliczce a Krakově pořádaným cestovní kanceláří Zájeddy.cz. V balíčku je zahrnuta doprava autobusem, ubytování, polopenze, průvodce a pojištění za jednotnou cenu (Zájeddy.cz, 2018). Program zájezdu je rozepsaný od odjezdu z Brna po příjezd druhý den zpět se vším, co mohou návštěvníci vidět (Zájeddy.cz). Pro návštěvníky, kteří nechtějí navštívit jen temné místo, jako je Osvětim, ale spojit to i s něčím pozitivním, je takový zájezd vhodnou volbou, a pro temná místa velmi dobrou příležitostí, jak tyto návštěvníky přilákat.

1. den

Odjezd z Brna v ranních hodinách. První naší zastávkou bude 'černá můra' 20. století – vyhlazovací koncentrační tábor **OSVĚTIM** (UNESCO) z doby 2. sv. války. V doprovodu česky mluvícího průvodce si prohlédneme muzeum této bezmezně lidské krutosti. Součástí prohlídky je i druhá část hrůzného komplexu – separační tábor Březinka. Odpoledne ve městě **WIELICZKA** (UNESCO) sestoupíme hluboko do podzemí, abychom poznali světově unikátní muzeum těžby soli. Nachází se zde nejméně 300 kilometrů chodeb v hloubce až 327 metrů. Vedle podzemních sálů přímo gigantických rozměrů uvidíme solná jezera, solnou kapli, lustry, reliéfy nebo jedinečné ze soli vytesané sochy známých osobností, které berou dech. Můžeme zde spatřit mimo jiné nádherný oltář s reliéfem Poslední večeře podle obrazu da Vinciho. Večer se ubytujeme v hotelu a bude následovat večeře.

Obrázek 5 Ukázka programování, Zdroj: Zájeddy.cz (2018)

8) Spolupráce

Spolupráci Jakubíková (2012:287) definuje jako „*součinnost dvou a více subjektů zainteresovaných na rozvoji cestovního ruchu či na poskytování služeb s cestovním ruchem spojených*“. Výhodou podle ní může být snížení nákladů, vzájemná propagace či lepší dostupnost finančních prostředků.

Dle Cohna (2013) by místa dark turismu měla spolupracovat s cestovními kancelářemi a agenturami, protože často právě díky nim lidé navštíví daná místa, která by sama od sebe nenavštívili, anebo dokonce o nich ani nevěděli. V závislosti na spektru nabídky temného cestovního ruchu by se místa temnějších odstínů zaměřená na vzdělávání měla snažit o spolupráci se vzdělávacími zařízeními, jako jsou školy, různé vědecké ústavy a instituce. Spolupráce by měla spočívat mezi samotnými subjekty temného cestovního ruchu, ale také s podnikatelským a veřejným sektorem (Jakubíková, 2012).

3.3. Totalitární režimy a dark turismus

Totalitární režim Němec a Kohut (2018) charakterizují jako typ nedemokratického vládnoucího režimu, kde vládne elita, která se snaží ovlivnit život v zemi, názory, ale i soukromý život občanů. Cílem je dle autorů prosadit určitou ideologii pomocí psychického a fyzického teroru, potlačení opozice, informačního monopolu, oficiální propagandy a pomocí převahy policejního státu nad právním v čele s vůdcem, kterého ostatní uznávají jako autoritu. V Evropě lze dodnes vidět místa s pozůstatky totalitárních režimů, a to především **nacismu, fašismu a komunismu**.

3.3.1. Nacismus a fašismus

Fašismus i nacismus můžeme dle Balíka a Kubáta (2004) charakterizovat několika postoji, které režimy prosazovaly – antiracionalismus, antiliberalismus, antikapitalismus, antiburžoasismus, antikomunismus.

Nacismus lze dle Balíka a Kubáta (2004) také definovat rasovým antisemitismem a sociálním darwinismem, kterým své učení podepíral. Hlavní postavou tohoto režimu byl *Adolf Hitler*, který své antižidovské učení vykládal specifickým způsobem celému světu (Balík a Kubát, 2004). Nacismus podle autorů prosazoval myšlenku nadřazenosti rasy árijské nad všemi ostatními a Židé byli považováni za spiklence, kteří mohli za prohru Německa v první světové válce, a tak byli předurčení k úplnému vyhlazení, souhrnně označovaným jako holocaust. Jelikož Hitlerova Třetí říše byla rozšířená po velké části Evropy, lze nalézt různé odkazy na nacistický režim v různých zemích, ať to jsou muzea, památníky či koncentrační tábory. Zde je výpis některých z nich:

Německo	Dachau, Buchenwald, Sachsenhausen, Židovské muzeum v Berlíně, muzeum Dokumentace Obersalzberg, Orlí hnízdo, vila ve Wannsee, Židovský památník v Berlíně, Documentation Center Nazi Party Rally Grounds v Norimberku
Polsko	Osvětim, Belžec, Majdanek, Varšavské ghetto, Stanice Radegast v Lodži, Továrna Oscara Schindlera
Rakousko	Mauthausen-Gusen, Hartheim – centrum eutanázie, tábor Ebensee
Belgie	Pevnost Breedonk, Kazerne Dossin – Memorial,
Francie	koncentrační tábor Natzweiler-Struthof, Shoa muzeum v Paříži, Alsace – Moselle Memorial
Maďarsko	Holocaust Memorial Center, Shoes on Danube Bank – památník zavražděných Židů Stranou Šípových křížů
Nizozemí	Koncentrační tábor Amersfoort, dům Anny Frankové, Dutch Resistance Museum, koncentrační tábor Vught, tábor Westerbork
Pobaltí	Muzeum Jews in Latvia v Rize, Riga ghetto muzeum, muzeum Žanis Lipke, Vilna Gaon Jewish State Museum

Tabulka 5 Místa dark turismu spojené s nacistickým režimem, Zdroj: vlastní zpracování

V tehdejší Československu lze podle Koláře (2011) za počátek vlády nacismu považovat podpis Mnichovské dohody v roce 1938. Vše pak vyústilo v okupaci českých zemí v březnu 1939 a ve výnosu o zřízení Protektorátu Čech a Morava, který neměl státní povahu, ani samostatnou armádu, a stal se součástí tzv. Třetí říše (Ustrcr.cz, 2018).

Fašistický režim je spjat zejména se jménem Benita Mussoliniho, tzv. *duce*, v Itálii, a Francisca Franca, tzv. *caudilla*, ve Španělsku (Balík a Kubát, 2004).

Itálie	Mussoliniho bunkry ve Vile Torlonia, Foro Italico, Mussoliniho krypta v Predappio
Španělsko	Údolí padlých s hrobem diktátora Franca

Tabulka 6 Místa dark turismu spojená s fašistickým režimem, Zdroj: vlastní zpracování

3.3.2. Komunismus

Původní komunistickou ideologii zformulovali *Karel Marx a Bedřich Engels*, ta pak ale byla dle Balíka a Kubáta (2004) dále měněna a desinterpretována dle potřeb jednotlivých společností. Nejznámější forma komunismu dle Balíka a Kubáta (2004) vzešla od ruských komunistů a bolševiků v čele s Vladimírem Iljičem Leninem, známá jako marxismus – leninismus. Podle autorů se komunistická společnost vyznačuje beztřídností, kolektivizací a znárodňováním soukromého majetku. V roce 1922 vznikl Svaz sovětských socialistických republik, kam autoři zařazují například Ukrajinu, Bělorusko či Pobaltské státy, kde lze dnes najít různé odkazy na dobu pod nadvládou Ruska, stejně tak jako ve státech bývalého východního bloku vzniklých po druhé světové válce a dalších.

Tabulka 7 Místa dark turismu spojená s komunistickým režimem, Zdroj: vlastní zpracování

Rusko	Rudé náměstí, Leninovo mauzoleum, Stalinův bunkr, Gulag history state museum
Maďarsko	Dům teroru, Památník 1956, Memento Park
Rumunsko	Vězení Sighet, Piata Revolutiei v Bukurešti, Ceaușescův hrob
Německo	Berlínská zeď, Muzeum topografie teroru, Checkpoint Charlie, DDR Muzeum
Státy bývalé Jugoslávie	Muzeum Jugoslávie v Bělehradu, Golí Otok v Chorvatsku
Státy bývalého SSSR	KGB Muzeum v Litvě, Muzeum okupace a svobody Vabamu v Tallinu, Karlag muzeum v Dolince
Polsko	Památník a muzeum varšavského povstání, Evropské centrum solidarity
Albánie	Bunkry připomínající vládu Envera Hodži, Hodžův hrob v Tiraně

V Československu vyhrála komunistická strana volby hned v roce 1946, kdy byl Sovětský svaz oslavován jako osvoboditel (Kocian, 2008). V dalších letech se začaly stavět tábory nucených prací a konstruovat politické procesy (Politictivězni.cz, 2018). Psychický i fyzický teror někteří politici, spisovatelé a vědci, souhrnně nazýváni disidenti, odmítali a vydávali různé antikomunistické publikace s informacemi ze západu (Němec a Barek, 2018). Také ti se zasloužili o začátek konce nadvlády komunistického režimu na našem území, za který se považuje 17. listopad 1989.

4. Empirická část

4.1. Vybraná místa dark turismu v České republice

Na území České republiky lze nalézt několik typů míst temného cestovního ruchu, ať již toho temnějšího či světlejšího. Dle kategorizace temného cestovního ruchu od Dunkley a kol. (2007) zmíněného v první kapitole, lze v České republice najít místo od každé kategorie, kromě extrémního cestovního ruchu, který spočívá v přímém sledování smrti či mučení.

Za místo **hororového cestovního ruchu** lze považovat Muzeum útrpného práva a mučicích nástrojů v Praze či v Brně, které řadíme na světlý okraj škály. I v České republice lze nalézt místa **spjata se smutkem**, ať na hřbitově Slavín na Vyšehradě, či v Pankrácké věznici, kde se nachází památník Milady Horákové. Místa **spjatá s utrpením** lze chápat různě, mohou to být kasematy na Špilberku, které jsou prezentovány spíše zábavnou formou, či tábory nucených prací za komunistického režimu v Jáchymově či v Příbrami. Jako místa, kde se stala **tragédie**, lze uvést Lidice, Ležáky nebo kryptu chrámu sv. Cyrila a Metoděje v Praze. I ve **válečném cestovním ruchu** má Česká republika co nabídnout, a to například na Slavkovském bojišti, nebo v Muzeu prusko-rakouské války na Chlumu (CzechTourism, 2018). Poslední kategorií je **genocidní cestovní ruch**, kam lze zařadit koncentrační tábor Terezín nebo Lety u Písku a Hodonín u Kunštátu. V listopadu 2018 agentura Czech Tourism vytvořila anketu, v níž byli lidé dotazováni na to, která místa jsou dle nich v České republice nejděsivější, a výsledek byl následující:

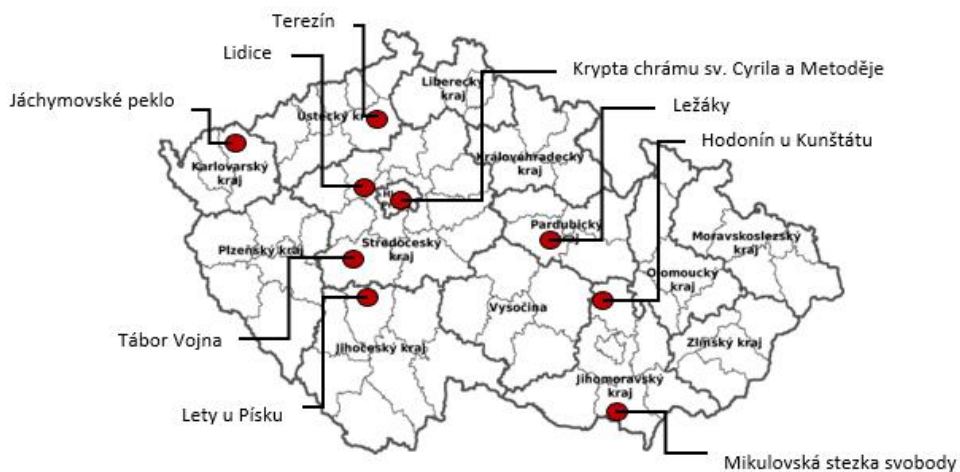


1. Terezín
2. Lidice a Ležáky
3. Slavkovské bojiště
4. Kostel sv. Cyrila a Metoděje
5. Naučná stezka Jáchymovské peklo
6. Areál bojiště bitvy u Hradce Králové
7. Památník Vojna u Příbrami
8. Vyšehradský hřbitov Slavín
9. Václavské náměstí v Praze
10. Zámek Velké Losiny

Obrázek 6 Nejděsivější místa v České republice, Zdroj: vlastní zpracování dle Deník.cz (2018)

Místa vybrána pro tuto práci se nachází na území **České republiky** na umístěních, kde se daná **tragédie skutečně stala**, mají **vzdělávací charakter**, jsou **veřejně přístupná**, jsou alespoň

minimálně marketingově aktivní a jsou spojena s nacistickým a komunistickým totalitárním režimem.



Obrázek 7 Mapa vybraných míst dark turismu, Zdroj: vlastní zpracování

4.1.1. Místa spojená s nacismem

Terezín

Koncentrační tábor a ghetto Terezín sloužil podle webových stránek Památníku Terezín (2017a) od roku 1941, v rámci konečného řešení židovské otázky, jako místo, kam byli koncentrováni Židé, kteří byli dále posíláni do vyhlazovacích táborů v období nacistické vlády na našem území. Webová stránka Památníku Terezín zmiňuje, že do roku 1945 ghettem prošlo více než 140 000 židovských žen, mužů i dětí, pro které zde platily různé zákazy a nařízení. I přes tyto zákazy zde byly provozovány různé kulturní aktivity a vyučování pro deportované židovské děti. Židé nejen z Protektorátu, ale i z Německa, Rakouska, Dánska, Slovenska a Maďarska byli ubytováni v kasárnách, po vystěhování civilního obyvatelstva i v civilních domech, ale kvůli velkému přelidnění také ve sklepech, kasematech a na půdách (Památník Terezín, 2017a). Vzhledem ke špatným hygienickým a ubytovacím podmínkám a hladu zde podle stránek Památníku Terezín zemřelo okolo 35 000 Židů.

Památník Terezín nabízí celkem sedm expozic: – *Malá pevnost*, kde byla nacisty zřízena v roce 1940 policejní věznice zejména pro české odbojáře a odpůrce režimu (Památník Terezín, 2017b), *Muzeum ghetta*, které vzniklo v budově bývalé terezínské školy a nabízí dle

stránek Památníku Terezín (2017c) vzhled do dějin ghetta, Pamětní síň věnovanou nejmladším obětem ghetta, zachované kresby dětí a studovnu a kino, kde se promítají dokumentární filmy, *Magdeburská kasárna*, která sloužila jako kulturní místo, kde se konaly například různé přednášky a bohoslužby (Památník Terezín, 2017d), *Krematorium*, kde bylo dle stránek Památníku Terezín (2017e) spáleno na 30 000 osob během let 1942-1945, *Kolumbárium*, kam byly ukládány urny s popelem obětí (Památník Terezín, 2017f), *Modlitebnu s mansardou*, kde lze dnes dle Památníku Terezín (2017g) najít unikátní výzdobu a na půdě modlitebny příbytek, který přiblíží návštěvníkům formu ubytování v autentickém vzhledu a *Krematorium Litoměřice*, jakožto poslední expozici spravovanou Památníkem Terezín, u kterého se nacházel také pracovní tábor, kde na špatné životní podmínky a otrockou práci během jednoho roku zemřel každý čtvrtý vězeň (Památník Terezín, 2017h).

Krypta chrámu sv. Cyrila a Metoděje v Praze

Krypta chrámu sv. Cyrila a Metoděje je známá v souvislosti s operací „Anthropoid“. Dva roky po vyhlášení Protektorátu Čechy a Morava vznikla na území Velké Británie exilová vláda v čele s Edvardem Benešem a v souvislosti s ní i výcvik mužů československé armády pro tajné operace (Burian a kol., 2002). Téhož roku, v září 1941, byl dle autora a kol. dosavadní říšský protektor Konstantin von Neurath nahrazen Reinhardem Heydrichem. Ten nastolil vládu teroru a strachu – zřízení stanného práva, popravy a zatýkání tisíců lidí a členů odbojových hnutí (Burian a kol., 2002).

Právě tento teror byl podle Buriana a kol. (2002) jednou ze záminek k plánování atentátu na říšského protektora, který dostal krycí název Anthropoid. Původně byl plánován na 28. října 1941, tedy na výročí vzniku Československa, a měl být uskutečněn Josefem Gabčíkem a Karlem Svobodou. Jelikož se na tréninku seskoků Svoboda těžce zranil, byl nahrazen Janem Kubišem – proto také byla operace odložena na později (Burian a kol., 2002). Po výsadku téhož roku se odbojáři scházeli a plánovali každou minutu operace, která se nakonec uskutečnila v ostré pravé zatáčce v Kobylisích, kudy, jak uvádí autor a kol., Heydrich každý den s řidičem projížděl na Pražský hrad. Když nastal den D- 27. 5. 1942 rotmistři Gabčík a Kubiš provedli atentát na Heydricha, na jehož následky Reinhard Heydrich 4. 6. 1942 zemřel (Burian a kol., 2002). Ihned po atentátu byl dle autora a kol. vyhlášen civilní výjimečný stav. Jan Sonnevend a farář Vladimír Petřek umožnili sedmi parašutistům, včetně Gabčíka a

Kubiše, úkryt v kryptě pod pravoslavným chrámem svatého Cyrila a Metoděje (za okupace sv. Karla Bartolomějského) v Resslerově ulici (Burian a kol., 2002). Zde se kvůli zrádci Karlu Čurdovi, který parašutisty udal, 18. 6. 1942 strhl boj, kdy všech sedm parašutistů bylo zabito či si sami sáhli na život (Burian a kol., 2002). Dnes zde lze navštívit kryptu a expozici o Protektorátu a samotném atentátu.

Lidice

Vesnice Lidice ve Středočeském kraji se dle Buriana a kol. (2002) tragicky proslavila především v době Protektorátu a heydrichiády. Po atentátu na říšského protektora Reinharda Heydricha byl vyhlášen výjimečný stav – zákaz vycházení v noci, zastrasování obyvatel, popravy členů odboje i s rodinami a zoufalé hledání pachatelů atentátu (Burian a kol., 2002). Kvůli dopisu poslaným Anně Maruščákové, jak uvádí autor a kol., který se pak ukázal být falešnou stopou, byl osud Lidic zpečetěn. Gestapo mělo potřebu se pomstít za smrt tak významného muže pro Říši, a tak v noci z 9. na 10. 6. 1942 obklíčilo Lidice a začalo hromadné zabíjení 173 mužů u Horákova statku (Burian a kol., 2002). Webové stránky Památníku Lidice (2015a) uvádějí, že lidické děti byly odtrženy od matek a (až na vybrané k poněmčení) byly otráveny plynem v Chelmnu nad Nerrem, ženy byly převezeny do koncentračního tábora v Ravensbrücku, obec byla srovnána se zemí, domy vypáleny a hřbitov zlikvidován. Dle webových stránek Památníku Lidice (2015a) bylo při této pomstě zabito celkem 340 občanů Lidic. Po válce se 143 lidických žen vrátilo do vlasti, byl položen základní kámen nových Lidic a v roce 1948 se začaly stavět nové domy (Památník Lidice, 2015a). Dnes lze v Lidicích navštívit *muzeum, pietní území, galerii, výstavní síň, růžový sad a Rodinný dům č. p. 116 s dobovým vybavením*.

Ležáky

Nejen Lidice byly terčem pomsty gestapa za Heydrichovu smrt. S výsadkem Anthropoid, který měl za úkol provedení atentátu, přistál také výsadek Silver A, který dle webových stránek Památníku Lidice (2015b) měl udržovat kontakt s Londýnem a pomáhat domácímu odboji. Jak zmiňují webové stránky Památníku Lidice (2015b), velitel druhého výsadku Alfréd Bartoš umístil radiostanici Libuši v lednu 1942 do strojovny lomu Hluboká u Dachova v blízkosti osady Ležáky. V důsledku Čurdovy zrady zahájilo gestapo v ležácké osadě, v Dachově, Včelákově a Miřeticích zatýkání a 24.6.1942 byla osada Ležáky uzavřena a

obyvatelé převezeni do Pardubic (Burian a kol., 2002). Celá osada byla zapálena, 34 dospělých obyvatel bylo popraveno v Pardubicích, děti byly odtrženy od matek a poslány do Chelмна a zbytek dospělých byl zabit později (Burian a kol., 2002). Celkem si podle Buriana a kol. (2002) ležácká tragédie vyžádala 57 životů. Dnes zde lze navštívit *pietní území, muzeum a minigalerii*.

Lety u Písku a Hodonín u Kunštátu

Nejen Židé byli za protektorátu pronásledováni a perzekuováni. Důkazem jsou dva „cikánské“ tábory, které vznikly v Letech u Písku a v Hodoníně u Kunštátu. V Letech vznikl tábor na místě bývalého kárného tábora a již v srpnu 1942 sem bylo podle Lhotky (2015) transportováno přes 11 000 romských mužů, žen a dětí. Dle něj zde vězni za nepříznivých a nehygienických podmínek museli pracovat především na stavbě silnice Plzeň-Ostrava a v lesním zemědělství. Kvůli katastrofickým životním podmínkám se v táboře na přelomu let 1942-1943 rozšířila tyfová epidemie, při které zahynulo nejvíce vězňů (Lhotka, 2015). Jak uvádí Lhotka (2015), celkem táborem prošlo přes 1300 vězňů, ze kterých kolem 326 nepřežilo, část byla propuštěna či utekla, velká většina byla transportována do likvidačního tábora Osvětim a zbytek vězňů byl přesunut do cikánského tábora v Hodoníně u Kunštátu a dalších sběrných táborů. V 70. letech byl postaven velkokapacitní vepřín, který zabíral velkou část původního tábora (MRK, 2018a). V dalších letech zde byl postaven památník, menší expozice a naučná stezka a v září 2018 byly vládou uvolněny prostředky na celkovou demolicí vepřína a archeologický výzkum (MRK, 2018a).

Cikánský tábor v Hodoníně u Kunštátu byl dle Lhotky (2011) velmi podobný tomu v Letech jak táborovým řádem, tak i hrozivými životními podmínkami. Počet romských vězňů zde byl dle autora kolem 1300, jejichž část také zemřela na tyfovou epidemii, většina byla odvezena do Osvětimi a jen malá část byla propuštěna. V roce 1946 sloužil tábor pro internaci Němců neschopných odsunu, z nichž asi 80 zde pobyt nepřežilo (MRK, 2018b). V letech 1949-50 byl tábor využíván jako tábor nucených prací pro odpůrce komunistického režimu (MRK, 2018b).

4.1.2. Místa spojená s komunismem

Naučná stezka Jáchymovské peklo

Jáchymovské peklo je název dnešní naučné stezky vedoucí po městě Jáchymov, které dle Šedivého (2003) patřilo s dnešním Zaire a Eldoradem k největším a nejproslulejším nalezištím uranu. Sovětský svaz, který uranové doly po druhé světové válce vlastnil, zde nechal vybudovat celkem 18 koncentračních táborů, takových českých gulagů, kde mezi lety 1949 až 1961 bylo drženo a týráno okolo 70 737 politických vězňů (Šedivý, 2003). Tábory byly zřizovány na místech předchozích německých zajateckých táborů, které byly špinavé, nezajištěné proti dešti, v barácích nebyl přísun pitné vody a často MUKLOVÉ – Muži Určeni K Likvidaci – ani neměli kde spát (Šedivý, 2003). Svazu šlo jen o to, aby se zvýšila těžba uranové rudy, a tak i přes tyto neadekvátní podmínky nechal zřídit první, a i dle Šedivého (2003), nejproslulejší tábor v této oblasti ve Vykmanově pod záštitou Ministerstva spravedlnosti ČSR. Pořádek hlídali v táboře členové SNB – Sbor národní bezpečnosti, kdy jeden měl mít na starosti deset vězňů (Šedivý, 2003). Vězni byli dle autora často intelektuálové, kteří s manuální prací neměli žádné zkušenosti, a i tak byli posíláni na práci v dolech bez jakéhokoliv školení. Jak Šedivý (2003) zmiňuje, kvůli této nedbalosti a nulové ochraně proti radioaktivnímu záření docházelo ke zraněním, která byla často až smrtelná.

Dle webu Politictivězni.cz (2019) má stezka celkem **12 zastavení**, je dlouhá 8,5 km a lze na ní vidět například tábor Svornost se zachovalou bývalou korekcí, tábor Nikolaj, bývalý tábor Eduard, ve kterém bylo vězněno nejvíce skautů, či například bývalý tábor Rovnost nechvalně známý neúprosným vedoucím Palečkem.

Tábor Vojna u Příbrami

Jak tvrdí webové stránky Hornického muzea Příbram (2018), nedaleko Příbrami, na místě naleziště železné, stříbrné a uranové rudy v Lešetovicích se mezi lety 1947-49 vyskytoval tábor pro německé zajatce, pojmenovaný po nedalekém vrchu Vojna. Od roku 1949 sloužila Vojna jako tábor nucených prací pro politické vězně a odpůrce komunistického režimu (Hornické muzeum Příbram, 2018). O dva roky později byl podle webových stránek Hornického muzea Příbram tábor přeorganizován na Nápravně pracovní tábor, jinak řečeno vězení pro stoupence demokracie, odsouzené ve vykonstruovaných procesech, a jiné osoby podvracející totalitní režim. Dle dochovaných dokumentů zde bylo vězněno k roku 1956 až 1517 vězňů (Hornické

muzeum Příbram, 2018). Po amnestii v roce 1960 byl tábor Vojna zrušen a vězni přesunuti do nedalekého Nápravně pracovního tábora Bytíz (Hornické muzeum Příbram, 2018).

Tábor Vojna je, jak říkají webové stránky Hornického muzea Příbram (2018), jediný autenticky dochovaný tábor svého druhu ve střední Evropě a lze zde navštívit například budovu velitelství, korekci či ošetrovnu.

Mikulovská stezka svobody

Dvou a půl kilometrová naučná stezka v Mikulově vede podél místa, kde byl do roku 1989 natažený drát a mapuje příběhy lidí za tzv. železnou oponou (Občanské sdružení PAMĚŤ, 2018). Za železnou oponou se nacházely státy východního bloku, které byly po druhé světové válce pod nadvládou Sovětského svazu (21. Století, 2010). Československo byl jeden z těchto států a železná opona vznikla podle 21. Století (2010) proto, aby lidé neutíkali na západ a nešířili informace o tom, co se v Československu děje. Vzniklo pohraniční pásmo s pohraniční stráží, která důkladně střežila každý pohyb u pásma (21. století, 2010). Celkem na třinácti panelech jsou v českém a německém jazyce vyprávěny příběhy o různých formách útěků do Rakouska, které často končily smrtí (Občanské sdružení PAMĚŤ, 2018).

Výše popsaná místa mají svůj specifický charakter, každé z nich vypráví jiný příběh ať již prostřednictvím zachovalých objektů, atmosféry v tmavě kryptě kostela, pietního území či naučné stezky. Všechny příběhy ale spojuje jejich tragičnost a nyní vyvstává otázka, jak tato charakteristika ovlivňuje jejich marketing.

4.2. Sběr informací a průběh šetření

Pro empirický výzkum byla vybrána metoda kvalitativního šetření prostřednictvím řízených rozhovorů, aby byly zjištěny hlubší poznatky o marketingu od důležitých aktérů. Tato technika byla doplněna o zúčastněné pozorování na vybraných místech a analýzou výročních, tiskových a interních dokumentů subjektů, webových stránek a sociálních sítí, kde výsledky již získané poznatky doplnily.

Celkem bylo v období od června 2018 do ledna 2019 vykonáno sedm rozhovorů s osobami pracujícími v daných subjektech temného cestovního ruchu. Stezka Mikulov nereagovala na výzvu k rozhovoru, tudíž není zahrnuta do empirického šetření.

Rozhovor (Příloha 1) se skládal z osmi okruhů – charakteristika návštěvníků, produkt, místo, cena, propagace, akce, spolupráce a financování. Tyto okruhy byly vytvořeny tak, aby byl zjištěn marketingový mix vybraných míst a etická stránka jejich používání. V tabulce č. 8 je přehled informátorů a dat vykonání rozhovoru.

Jméno a pozice	Subjekt	Datum rozhovoru	Označení
Mgr. Tomáš Rieger, <i>vedoucí oddělení vnějších vztahů a marketingu</i>	Památník Terezín	30. 8. 2018	11
Mgr. Jan Šach, <i>zástupce oddělení odboru muzeí VHÚ</i>	Národní památník hrdinů heydrichiády	27. 7. 2018	12
Petr Hampl, <i>vedoucí krypty chrámu sv. Cyrila a Metoděje</i>	Národní památník hrdinů heydrichiády	8. 8. 2018	13
Renata Hanzlíková, Filip Petlička, <i>vedoucí oddělení prezentace/ PR pracovník</i>	Památník Lidice a Ležáky	7. 9. 2018	14
Mgr. Luděk Strašák, Ph. D., <i>vedoucí památníků</i>	Památník Lety u Písku a Hodonín u Kunštátu	17. 1. 2019	15
Tomáš Bouška, <i>předseda občanského sdružení a zakladatel webu Političtí vězňi.cz</i>	Naučná stezka Jáchymovské peklo	1. 10. 2018	16
Mgr. et. Mgr. Stanislava Moravcová, <i>programový, projektový a PR pracovník Hornického muzea Příbram</i>	Památník Vojna	9. 8. 2018	17

Tabulka 8 Přehled informátorů rozhovoru, Zdroj: vlastní zpracování

Zúčastněné pozorování bylo provedeno během léta 2019 přímo na vybraných místech temného cestovního ruchu. Dále byla provedena analýza vybraných webových stránek, sociálních sítí a výročních zpráv subjektů. Podrobný přehled pozorovaných a analyzovaných jevů lze najít v Příloze 2.

4.3. Výsledky šetření

4.3.1. Památky nacismu

Produkt

Kapitola produktu je rozdělena na pět částí, kdy v první je popsáno, v jakém režimu a pod jakým vedením konkrétní subjekt funguje a jaká je jeho hlavní činnost. Druhá část se zabývá otázkou motivace návštěvníků k návštěvě jednotlivých míst, která byla zodpovězena dle názorů respondentů, dále je prostřednictvím zúčastněného pozorování zkoumána možnost nákupu doplňkového zboží a jejich úspěšnost dle odpovědí a statistik od respondentů. Předposlední část se týká dostupnosti odborného průvodce na daných místech a jeho ceny. Nakonec je probírána možnost objednání kompletních balíčků služeb na daných místech.

Památník Terezín je v současné době státní příspěvková organizace pod záštitou Ministerstva kultury ČR, je tedy financován z části ministerstvem, z darů od soukromých subjektů, ze vstupného a z výdělků za profesionální natáčení. Dle výroční zprávy 2017 (Památník Terezín, 2018i) provozuje nejen expoziční činnost k uchování památky perzekuovaných osob v době druhé světové války, ale také činnost vědeckovýzkumnou, v rámci které vyhledává důkazy a informace o osudech těchto osob. V souvislosti s tímto výzkumem také provozuje sbírkotvornou činnost, kde shromažďuje hmotné důkazy zejména o perzekuci osob za druhé světové války v útrobách Malé pevnosti a ghettu Terezín (Památník Terezín, 2018i). Zároveň také Památník Terezín koná jedno či vícedenní vzdělávací semináře jak pro studenty, tak pro učitele, kde se v rámci přednášek a workshopů se specializovanými lektory naučí, jak učit studenty o době holocaustu.

Národní památník hrdinů heydrichiády při pravoslavném chrámu sv. Cyrila a Metoděje (NPHH) je vlastněn a financován Magistrátem hlavního města Prahy a část je pronajata Strojní fakultě ČVUT. Správa spadá pod Vojenský historický ústav Praha (VHÚ). Do roku 2016 byl spravován Pravoslavnou církevní obcí v Praze 2.

Památník Lidice je od roku 2000 pod správou Ministerstva kultury ČR jako státní příspěvková organizace, stejně od roku 2008 též osada **Ležáky**. Financovány jsou tedy z rozpočtu Ministerstva kultury a z darů soukromníků. Dále jsou to dary na specifické akce od města Kladno či od obecního úřadu. V Ležákách je to například Policie ČR či Vojenský útvar

KVV Pardubice, kteří poskytují drobné dárky. Hlavním posláním památníků je uchování památky vyhlazení Lidic a Ležáků za druhé světové války, a to prostřednictvím expozic týkajících se tohoto tématu, sbírkotvorné činnosti předmětů, fotografií a výtvarných děl, publikační činnosti, edukační činnosti prostřednictvím seminářů a vědomostních soutěží (Památník Lidice, 2018).

Památník Lety u Písku spravoval do počátku roku 2018 Památník Lidice. **Památník Hodonín u Kunštátu** spravovalo do roku 2018 Národní pedagogické muzeum a knihovna J. A. Komenského. V roce 2018 převzalo oba památníky Muzeum romské kultury (MRK). MRK je státní příspěvková organizace pod Ministerstvem kultury České republiky, která tedy pro správu památníků získává finance především od státu. Na místě, kde by měla do roku 2023 vzniknout Kulturní památka Lety, se nyní nachází velkokapacitní vepřín, který je již odkoupen od vlastníka státem, převzat MRK a jsou uvolněny prostředky na demolici a archeologický výzkum. Nyní se zde nacházejí dva věžeňské baráky, které svou menší expozicí ukazují, jak tábor vypadal a informují o historii bývalého „cikánského“ tábora a také pamětní místo s památníkem od Zdeňka Hůly. Na výstavbu nového památníku půjdou peníze z norských fondů. Expozice v Památníku Hodonín u Kunštátu bude otevřena v roce 2019, nyní je veřejnosti přístupný pomník na místě hromadného hrobu Žalov.

Jelikož památníky nejsou zdaleka dokončeny, a tím pádem ani jejich marketingová strategie ne, jsou otázky v rozhovoru analyzovány s důrazem na budoucnost.

a) Motivace k navštívení místa

Žádný ze subjektů neměl k dispozici výsledky z dotazníkových šetření na téma motivace návštěvníků, proto všichni odpověděli dle svého názoru. Dle respondenta I1 je to **chut' poznání vlastní historie**, ale často i nějaká povinnost žáků škol. Respondent I2 zase tvrdí, že je to hlavně **téma heydrichiády**, které přilákává veřejnost a návštěva krypty je donutí si o tom tématu něco zjistit. Dle vedoucí oddělení prezentace v Lidicích mají Lidice mnoho co nabídnout, ať již samozřejmě historii, tak umění či domek zrekonstruovaný přesně tak, jak vypadal po příchodu lidických žen z koncentračních táborů, ale prioritně, i dle návštěvnosti přichází lidé za tou **historií**, protože tak jsou Lidice vnímány především. V Ležákách je to také zájem o historii. Památník Lety dnes chodí navštěvovat lidé především kvůli **médiím**, která jej proslavila kvůli kauze vepřín, dále to jsou lidé, které téma romského holocaustu

zajímá. Do budoucna MRK plánuje udělat expozici tak, aby nebyla narušena krajina v okolí památníku, ale zároveň díky virtuální realitě budou mít lidé možnost vidět na vlastní oči, jak tábor vypadal. Pietní místo Žalov u Památníku Hodonín u Kunštátu lidé navštěvují především **v rámci vycházek po okolí** a školní skupiny z ubytovacího zařízení nedaleko pietního místa. Do budoucna by měl mít památník edukativní charakter v rámci konání různých workshopů a seminářů o romském holocaustu.

b) Doplnkový prodej

V tabulce č. 9 jsou rozepsány druhy suvenýrů a upomínkových předmětů a jejich dostupnost na konkrétních památkách souvisejících s nacismem.

Produkt/ Místo	Pohledy	Turistické známky	Mince	Magnety	Oblečení	Jiné
Terezín	ANO	ANO	ANO	ANO	NE	Literatura – o Terezíně, o Osvětimi atd.
NPHH	ANO	ANO	ANO	NE	NE	Literatura – o heydrichiádě, o Lidicích
Lidice + Ležáky	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	Publikace – Lidice, Ležáky, turistické vizitky, drobné předměty (leporelo)
Lety u Písku + Hodonín u Kunštátu	ANO – Lety u Písku	ANO – Lety u Písku	NE	NE	NE	Publikace – o tábore Lety u Písku Tužky, propagační předměty MRK

Tabulka 9 Doplnkový prodej míst spojených s nacistickým režimem, Zdroj: vlastní zpracování

V **Terezíně** to „rozhodně není výdělečné, prodáváme to za náklady a celkově se bráníme jít do nějaké větší komerce“ (I1).

Prodej suvenýrů **NPHH** spadá pod Pravoslavnou církevní obec v Praze 2. „Vzhledem k tomu, že se tu neplatí vstupné, tak lidé si ty suvenýry celkem kupují, protože to považují za příspěvek k údržbě krypty“ (I3).

V **Lidicích a Ležákách** mají suvenýry úspěšnost už díky školním skupinám, které si to na památku hojně kupují. Co se týče oblečení, nabízí trička a kšiltovky s logem projektu Lidický okruh.

V **Letech u Písku** má MRK pronajatý prostor na obecním úřadě, kde se nachází jak menší výstava o holocaustu Romů, tak právě tam si mají lidé možnost koupit upomínkové předměty. „Ten prodej je tam minimální, lidé tam nemají proč chodit“ (I5). V **Hodoníně u Kunštátu** zatím není možnost nákupu suvenýrů.

c) Průvodce

V **Terezíně** je možná prohlídka místa jak s průvodcem, tak bez něj. Podle I1 lidé raději využívají prohlídku s průvodcem, protože se za něj nevybírání žádný poplatek navíc, „provedeme kolem 70 % návštěvníků“.

Na webových stránkách www.pamatnik-terezin.cz je možné si prohlídku rezervovat, pro skupiny nad deset osob je to nutné, a to v sedmi různých jazycích – čeština, angličtina, francouzština, italština, němčina, ruština a španělština (Památník Terezín, 2019). Jsou k dispozici dva okruhy:

	První okruh – Malá pevnost	Druhý okruh – bývalé ghetto Terezín
Části prohlídky	Malá pevnost, muzeum Malé pevnosti, kino	Prohlídka ghetta, muzeum ghetta, Magdeburská kasárna, popř. další expozice
Doba trvání	Cca 2 hodiny	Cca 4 hodiny

Tabulka 10 Nabídka průvodce – Památník Terezín, Zdroj: Památník Terezín (2019)

Návštěvníci, kteří nevyužijí služeb průvodce, mají k dispozici stručné tištěné průvodce zpoplatněné 5,- Kč, kde najdou základní informace a mapu ghetta a Malé pevnosti s krátkými popisky. V krematoriu je tištěný průvodce k dispozici zdarma, protože se tam běžně průvodce nevyskytuje.

Do **NPHH** je možný vstup individuálně či s průvodcem. Dle I2 je zájem o prohlídku s průvodcem veliký.

V **Lidicích** je možný vstup na pietní území, do muzea, do výstavních síní a do galerie s průvodcem či individuálně. Je možné si také stáhnout audio průvodce do chytrého telefonu zdarma. Pro organizované a školní skupiny, které dle vedoucí oddělení prezentace Památníku Lidice využívají průvodce nejvíce, protože dokáže udržet pozornost žáků více než učitel, je nutné si prohlídku objednat předem. S průvodcem lze jít okruh trvající 3 hodiny, kde je zahrnuto pietní území, expozice v muzeu, krátkodobé výstavy ve výstavních síních, nové Lidice a Lidická galerie (Památník Lidice, 2015c). Památník Lidice (2015d) má k dispozici průvodce v českém (300 Kč), anglickém (500 Kč), německém (500 Kč) a ruském jazyce (500 Kč). V **Ležákách** je systém stejný, dvouhodinová prohlídka s průvodcem zahrnuje prohlídku expozice v muzeu, zhlédnutí filmu, komentovanou prohlídku pietního území a prohlídku výstavy v Minigalerii a je umožněna skupinám nad 20 osob (Památník Lidice, 2015e). Výklad

v anglickém jazyce je zpoplatněn 500 Kč (Památník Lidice, 2015f). Prohlídky s průvodcem jsou dle I4 plně využity.

V Letech u Písku i v Hodoníně u Kunštátu je dnes možnost si na vyžádání objednat průvodce, ale není to nabízeno oficiálně. Do budoucna hodlá MRK udělat dny otevřených dveří do nově otevřených památníků a edukační programy pro průvodce.

d) Balíčky služeb

Památník Terezín nenabízí své služby v rámci balíčku zejména proto, že na to nemá jakožto příspěvková organizace finanční prostředky. Nicméně vzhledem k tomu, že spolupracuje s tuzemskými i zahraničními cestovními kancelářemi a agenturami, tak ty prohlídku Terezína v balíčku nabízejí. V balíčku je většinou zahrnuta autobusová doprava tam a zpět, služby průvodce po ghettu a Malé pevnosti a vstupné.

NPHH nenabízí své služby v balíčku, ani nespolupracuje s cestovními kancelářemi.

Lidice mají k dispozici restauraci v galerii, takže pokud si skupina požádá o oběd či večeři, tak jim to zajistí stejně tak, jako je v galerii možné ubytování až pro 16 osob, ale v balíčku to památník nenabízí. V rámci zájezdu s cestovní kanceláří je v balíčku většinou zahrnuta doprava, průvodce a vstup. V **Ležákách** se nachází restaurace, ale není nabízena v žádném balíčku.

V Letech u Písku ani v Hodoníně u Kunštátu nejsou a v nejbližší budoucnosti nebudou nabízeny služby v kompletním balíčku, jelikož jejich hlavní cíl je nyní z těchto míst udělat plnohodnotné památníky.

Návštěvníci

Otázka návštěvníků je rozdělena do tří kategorií. První z nich je jejich počet, který byl zkoumán za poslední tři roky proto, aby byla čísla aktuální, ale zároveň ukázala jejich pokles či nárůst. Druhou kategorií jsou národnosti, které dané památky nacismu navštěvují, a díky jejich zjišťování pak subjekty mohou přizpůsobit jazykovou vybavenost průvodců či informačních cedulí. Poslední otázka pak byla, zda subjekty využívají segmentaci trhu, a tím specificky zaměřují své marketingové aktivity.

a) Počet návštěvníků 2016-2018

Tabulka 11 Návštěvnost Památníku Terezín 2016-2018, Zdroj: Památník Terezín (2017;2018), interní dokument Památníku Terezín

	2016	2017	2018
Návštěvnost celkem	282 199	286 964	296 749
Cizinci	218 480	216 786	222 666
Mládež ČR	33 465	35 367	38 223
Mládež cizinci	125 064	120 589	124 828

Památník Terezín má přehled o počtu návštěvníků tam, kde se platí vstupné, tudíž z Malé pevnosti, Magdeburských kasáren a Muzea ghetta. Návštěvnost se, jak lze vidět z tabulky 11, každým rokem zvyšuje (kromě zahraničních studentů v roce 2017, kde byl zaznamenán menší pokles). Co se týče dospělých návštěvníků, převažuje česká klientela, oproti tomu studenti ze zahraničí výrazně převyšují nad studenty z České republiky. V součtu pak navštěvuje Památník Terezín více zahraničních turistů než těch českých.

Tabulka 12 Návštěvnost NPHH 2016-2018, Zdroj: interní dokument NPHH

	2016	2017	2018
Dospělí	24 981	75 555	91 463
Děti/studenti	10 238	8 607	2 459
Školní skupiny s průvodcem	383 skupin (11 485 žáků)	397 skupin (10 943 žáků)	387 skupin (11 042 žáků)

Návštěvnost se od převzetí památníku VHÚ počítá ručně, jelikož zde není žádné vstupné. Jak lze vidět z tabulky, návštěvnost se po zrušení vstupného zvýšila, především u dospělých osob. Nejvíce se v NPHH provede školních skupin, jak je i zřejmé z tabulky, ty jsou největší součástí celkové návštěvnosti. Dle I2 je NPHH po Vojenském muzeu v Lešanech nejnavštěvovanější expozice VHÚ, zásluhu na tom má i nejnovější verze filmu Anthropoid, ale také centrální poloha v Praze.

Tabulka 13 Návštěvnost Památníku Lidice 2016-2018, Zdroj: Památník Lidice (2017;2018), interní dokument Památníku Lidice

	2016	2017	2018
Dospělí – Cizinci	2 518	2 767	2 232
Dospělí – ČR	5 133	5 637	5 266
Studenti – Cizinci	9 312	8 844	9 630
Studenti – ČR	5 915	9 802	6 122
Ostatní (karty, důchodci, rodiny)	6 318	5 351	4 472
Výstavní síně	63 924	107 598	102 721

Památník Lidice zjišťuje návštěvnost v galerii a muzeu pomocí počtu prodaných vstupenek. Ve výstavních síních, kde je vstup zdarma, zabudoval počítadla, aby měl alespoň hrubý odhad toho, kolik lidí se tam jde podívat. Právě zde je návštěvnost největší, což I4 přisuzuje tomu, že se tam krátkodobé výstavy stále obměňují a lidé z okolí si to jdou v rámci procházky

prohlédnout. U dospělých převažují po všechny tři roky čeští návštěvníci, naopak u studentů cizinci. V součtu za rok 2018 navštívilo památník více zahraničních turistů, nicméně rozdíl není nijak razantní.

Tabulka 14 Návštěvnost Památníku Ležáky 2016-2018, Zdroj: Památník Lidice (2017;2018), interní dokument Památníku Lidice

	2016	2017	2018
Dospělí – Cizinci	84	154	215
Dospělí – ČR	2 992	3 426	3 684
Studenti – Cizinci	73	145	31
Studenti – ČR	1 385	1 684	1 723
Ostatní (karty, důchodci, rodiny)	1 074	1 056	1 038
Minigalerie	8 383	8 314	10 318

V Ležákách se návštěvnost zjišťuje prodejem vstupenek do muzea. Do Minigalerie je vstupné zdarma, takže tam je zjišťována podle počítačů. Ležáky mají dle vedoucí oddělení prezentace tu nevýhodu, že jsou 3 km od nejbližší obce a neprojíždí jimi autobus, proto je návštěvnost o tolik nižší než u Lidic, které jsou jednoduše dostupné z Prahy. I tak ale návštěvnost pomalu roste, a to především u českých návštěvníků, jak u dospělých, tak studentů.

Tabulka 15 Návštěvnost Památníku Lety u Písku 2016-2018, Zdroj: Památník Lidice (2017;2018), interní dokument MRK

	2016	2017	2018
Dospělí – Cizinci	0	0	0
Dospělí – ČR	8 122	8 194	10.037*
Studenti – Cizinci	32	0	0
Studenti – ČR	220	0	0
Infocentrum – Obecní úřad	2 508	1 780	0

* návštěvnost nezjišťována dle věkových kategorií

MRK zjišťuje návštěvnost jen v Památníku Lety u Písku pomocí čidla v jednom z baráků s expozicí, což dle Strašáka není úplně přesné, ale alespoň menší představu tím muzeem získá. Za rok 2016 a 2017 byla návštěvnost získávána Památníkem Lidice a je dohledatelná v jeho výročních zprávách. Dle vedoucího těchto památníků tam jezdí všechny generace, od školních skupin, které se tam v rámci výletu na hrad Zvíkov, Orlík nebo do Písku či Strakonice staví, až po ty starší, které to zajímá, či se o tom dozvěděli z televize anebo bydlí v okolí. Obecně má návštěvnost rostoucí tendenci. V Hodoníně u Kunštátu vzhledem k zavřené expozici není možné získat údaje o návštěvnosti.

b) Národnosti návštěvníků

V **Památníku Terezín** se národnosti návštěvníků zkoumají především pro to, aby bylo možné reagovat na jazykovou poptávku – tištěné průvodce nyní nabízejí v 15 jazycích. „*Zhruba 20 % návštěvníků je Čechů, zbytek jsou zahraniční turisté*“ (I1).

Zde v tabulce č. 16 je seznam sedmi nejvíce početných národností, které navštívily Památník Terezín za rok 2016, 2017 a 2018, přičemž mimo ně památník navštěvují turisté z více než 80 zemí, například Izraelci, Argentinci, Indové anebo Peruánci.

	2016	2017	2018
SRN	58 419	56 524	54 097
USA	51 918	49 225	54 398
Itálie	22 899	25 678	26 637
Holandsko	19 523	18 671	19 795
Španělsko	15 491	20 117	25 447
Turecko	10 765	9 546	6 200
Dánsko	11 651	10 778	10 957

Tabulka 16 Návštěvníci Památníku Terezín 2016-2018 dle národností, Zdroj: vlastní zpracování dle interních dokumentů Památníku Terezín

Dle odhadu vedoucího krypty chrámu sv. Cyrila a Metoděje jsou návštěvníci ze 2/3 cizinci, ať Španělé, Japonci či Italové. Českých turistů, mimo studentů, je málo. Samostatnou statistiku národností vzhledem ke způsobu zjišťování návštěvnosti, **NPHH** nevede.

Památník Lidice mapuje národnosti návštěvníků optáním při zakoupení vstupenek na pokladně. „*V poslední době se poměr českých a zahraničních návštěvníků vyrovnává, ale dříve zahraničních turistů byla převážná část*“ (I4). Od roku 2019 památník používá nový systém pro statistiku národností a v předchozím již nejde vyhledávat, proto byla poskytnuta jen tato statistika z roku 2017. Ležáky mají převážně českou klientelu.

SRN	4 548
USA	1 632
Itálie	1 631
Velká Británie	688
Norsko	581

Tabulka 17 Návštěvníci Památníku Lidice podle národností 2017, Zdroj: vlastní zpracování dle interního dokumentu Památníku Lidice

Na pietní akci v **Hodoníně u Kunštátu** prý přichází ze 70 % romská populace. Z pozice pozorovatele **I5 Lety u Písku** navštěvuje především neromská populace, ale na pietní akci je opět více zastoupena populace Romů. Obecně tedy památníky navštěvují Češi a Romové.

c) Zaměření marketingu

Památník Terezín se dle vedoucího vnějších vztahů a marketingu nezaměřuje na konkrétní skupinu lidí, „přes sociální síť cílíme na mladší věkovou kategorii, přes tištěné reklamy na ty starší“ (I1).

„*Krypta ani samotný marketing nepotřebuje, ta si ho dělá sama, proto není vyložene skupina, na kterou se zaměřujeme*“ (I2).

Památník Lidice zaměřuje svůj marketing především na studenty a pedagogy.

Památník Lety u Písku a Hodonín u Kunštátu momentálně svůj marketing nesměřují na určitou skupinu lidí, ale po otevření expozic chce MRK cílit na školní skupiny.

Cena

Cena je jedním z P klasického marketingového mixu. Každý památník má cenu jinou a závisí na jiných faktorech. Tam, kde se vstupné platí, nabízí památníky slevy pro určité segmenty návštěvníků, a také vstup zdarma v určité důležité dny.

a) Přehled cen a slev

Tabulka 18 Vstupné Památníku Terezín, Zdroj: vlastní zpracování dle Památníku Terezín (2019b)

	Kombinované vstupné (Malá pevnost + Muzeum ghetta + Magdeburská kasárna)	Jednoduché vstupné (Malá pevnost/Magdeburská kasárna + Muzeum ghetta)
Dospělí	220 Kč	180 Kč
Student, dítě (6-18 let), důchodce	170 Kč	150 Kč
Rodinné vstupné (max. 2 dospělí, 3 děti)	430 Kč	405 Kč

Dle vedoucího oddělení vnějších vztahů a marketingu Památníku Terezín se bohužel ceny jednou za 2-3 roky zvýší, sám by uvítal, kdyby měl Památník Terezín vstupné zadarmo, ale jelikož je to příspěvková organizace, nemá finance na všechny výdaje. Slevy se zde ale nabízely vždy, přidala se i množstevní, kdy se skupinám nad 39 lidí dává 10 Kč na osobu, a to kvůli zájmu cestovních kanceláří. Vstupné je po celý rok stejné, ale každou třetí květnovou neděli, při konání Terezínské tryzny a 27. 1., jakožto Mezinárodního dne památky obětí holocaustu a předcházení zločinům proti lidskosti, si mohou návštěvníci prohlédnout všechny expozice zdarma.

Od 1. 7. 2016 je vstupné do **NPHH** zdarma.

Tabulka 19 Vstupné Památníku Lidice, Zdroj: vlastní zpracování dle Památníku Lidice (2015d)

	Prohlídka galerie, muzea, rodinného domku č. p. 116, promítání filmů a výklad, pietní území a růžový sad
Dospělí	90 Kč
Děti do 15 let	45 Kč
Studenti (ISIC)	45 Kč
Osoby starší 65 let, zdravotně postižení, držitelé průkazu IYTC, ITIC, ALIVE	45 Kč
Rodinné (2 dospělí + max. 4 děti)	180 Kč

Cenu má Památník Lidice již asi 3 roky stálou. V minulosti, kdy nabízel jen expozici v muzeu, byla cena o 20 Kč nižší, vychází tedy z toho, co památník nabízí. Cena je stálá po celý rok. Vstup na pietní území a do růžového sadu samostatně je zdarma. V těchto dnech: 18. 5., 10. 6., 15. 6., 14. 9., 28. 10., 17. 11. je vstup do všech prostor zdarma. Slevy nabízí památník již dlouho a dle vedoucí oddělení prezentace Památníku Lidice nemají vliv na návštěvnost. Skupina nad 20 osob má slevu 10 %.

Tabulka 20 Vstupné Památníku Ležáky, Zdroj: vlastní zpracování dle Památníku Lidice (2015f)

	Prohlídka muzea s promítáním filmu, s výkladem, pietní území
Dospělí	30 Kč
Děti od 7 do 15 let	20 Kč
Studenti (ISIC)	20 Kč
Osoby starší 65 let, zdravotně postižení, držitelé průkazu IYTC, ITIC, ALIVE	20 Kč

V **Ležákách** je stanovené vstupné dle předchozích zkušeností. Zde mají navíc děti do 7 let vstup zdarma. Vstup zdarma je ve dnech 18. 5., 23. 6., 14. 9., 28. 10. a 17.11.

Památník Lety u Písku i Hodonín u Kunštátu prozatím vstupné nevybírají, po otevření expozic bude zavedeno takové vstupné, aby bylo dostupné pro všechny. V Hodoníně u Kunštátu se plánuje udělat cenová politika takto - 60 Kč dospělí, 30 Kč děti a studenti a 100 Kč rodinné vstupné.

Místo

U památek nacismu je místo základním bodem marketingového mixu, jelikož veškerá jejich nabídka se odehrává na autentickém místě tragických událostí. Tyto události je třeba si stále připomínat, a tudíž tato místa zachovávat v co nejautentičtějším stavu. Problémy s tím související byly jednou z otázek, na kterou respondenti odpovídali.

Památník Terežín se snaží o maximální míru autentičnosti, už jen pro to, že mají nařízené zřizovatelem, aby ta místa byla udržována ve stavu, v jakém byla v roce 1945. Často to není

jednoduché, dle respondenta II také pro to, že každou chvíli se někdo snaží proniknout do podzemí továrny Richard v Litoměřicích, která také patří Památníku Terežín, a ničí tam vrata a okolí. Další problémy byly způsobeny povodněmi v letech 2002 a 2013, které nechaly následky dodnes viditelné. Celkově je areál, který spravuje Památník Terežín, tak velký, že je na něm neustále spousta práce spojená s velkými náklady.

V **NPHH** se snaží o původnost, v samotné kryptě se žádné rekonstrukce nekonají, ale před rokem 1995, dle zástupce oddělení odboru muzeí VHÚ, se do krypty chodilo přes chrám, kudy vstupovali parašutisté. Tudíž zásadní změnou bylo vytvoření nového vchodu pod schody do místnosti s expozicí a vstupu do krypty přes železné dveře. Provozním problémem je rozdělení památníku mezi Magistrát města Praha a ČVUT, tudíž pokud se něco stane v prostorách pronajatých ČVUT, je celkem obtížné to rychle řešit. Nic zásadního se ale v památníku nestalo.

*„Po návratu žen z koncentračních táborů bylo na pietním území v **Lidicích** vidět mnoho základů budov, které ale ony nechtěly odkrývat a celé to území upravit pietně, to, co vidíme teď – základy Horákova statku, školy a muzea a společný hrob mužů, je jediné, co ony povolily“* (14). Také informační systém na pietním území se změnil, dnes tam najdeme skleněné cedule, které informují, kde se právě nacházíte. V galerii se nedávno udělal dětský koutek jako reakce na poptávku od návštěvníků. V **Ležákách** jsou zachovány základy domů, ale jinak je původní jen lávka přes potok Ležák a část jabloňového sadu. Na provoz dostávají oba památníky určitý obnos, který je odhadnut na začátku roku. Pokud se stane něco náhlého a je třeba to hned řešit, například jako nedávno se sloupy gloriety v Lidicích, které už nebyly v dobrém stavu, a bylo to i nebezpečné, lze požádat ministerstvo o příspěvek na opravu. V Lidicích se rekonstrukce jak muzea, tak galerie, domku, výstavních sálů i vyhlídky dělaly nedávno, ale bylo by potřeba zrekonstruovat veřejné WC a fontánu.

V **Letech u Písku** autentičnost narušuje postavený vepřín, nicméně krajina zůstala víceméně nedotčená, a proto s ní chce MRK do budoucna pracovat. V **Hodoníně u Kunštátu** je autentičnost větší, protože tam stojí původní barák dozorců. Do budoucna se plánuje zrealizovat na obou místech informační centrum, kde bude k dispozici i nějaké občerstvení pro turisty. *„Problém je, že v Hodoníně u Kunštátu ta budova již stojí, takže s tím už nemůžeme nijak hýbat, v Letech naopak chybí peníze“* (15).

Propagace

Propagace je poslední složkou klasického marketingového mixu, a také složkou velice rozmanitou. Památky nacismu ale musí dávat pozor na více faktorů než klasické turistické atrakce. Konkrétní zkoumané části propagace lze najít rozepsané v Příloze 2 a jejich výsledky přehledně v tabulce 21 na konci této kapitoly.

a) Webové stránky

Památník Terežín využívá především své vlastní stránky www.pamatnik-terezin.cz pro účely propagace a šíření informací, nicméně si platí i propagaci na Evropské databance, která tvoří tzv. microsite, tedy další webové stránky odkazující na památník. Dále Il zmínil portál Kam po Česku, který odkazuje na stránky památníku a zároveň dělá rozhovory s bývalými vězni, za což Památník Terežín platí.

Po zadání „Památník Terežín“ do internetového prohlížeče Google.com (k datu 12. 3. 2019), zobrazily se tyto stránky v tomto pořadí:

- a) www.pamatnik-terezin.cz
- b) cs.wikipedia.org
- c) www.kudyznudy.cz
- d) www.terezinpamatnik.cz
- e) www.mesto-terezin.cz

Webové stránky Památníku Terežín, s možností mutace v anglickém jazyce, jsou rozděleny do přehledných kategorií, kde mohou návštěvníci najít veškeré informace včetně aktualit, cen, současných expozic, nabídek seminářů pro pedagogy a odkazu na e-shop, kde si mohou nakoupit literaturu. Zároveň mají možnost napsat své připomínky skrz kontaktní formulář, kam ale dle Il lidé píšou spíše dotazy, stížnosti směřují na Tripadvisor a Google, občas se i nějaký zajímavý podnět objeví v návštěvní knize, která je k dispozici ve všech expozicích. Stránky památníku také nabízejí možnost virtuální prohlídky všech expozic.

NPHH měl vlastní stránky, když byl pod správou církve, od roku 2016 odkazuje na památník VHÚ na jejich stránkách www.vhu.cz. S nikým jiným památník nespolupracuje, tudíž nikomu za propagaci na webových stránkách neplatí.

Po zadání „Národní památník hrdinů heydrichiády“ do prohlížeče Google.com (k datu 12. 3. 2019) se zobrazily tyto stránky v tomto pořadí:

- a) www.vhu.cz
- b) www.prague.eu
- c) www.kudyznudy.cz
- d) www.cokdyvpraze.cz
- e) www.tripadvisor.cz

Webové stránky VHÚ jsou vcelku přehledné, mají na výběr anglickou mutaci, ale odkaz na NPHH je sotva viditelný a do angličtiny nelze přepnout. Na odkaze lze najít kontaktní údaje, otevírací dobu, základní informace a pár fotografií. K tomuto odkazu je přidružený ještě jeden odkaz s názvem „Historie operace Anthropoid“, kde lze najít vše o této operaci a historické okolnosti. **Pro zpětnou vazbu zde není prostor**, ani kontakt, kam by mohli lidé psát své připomínky. Dle I2 ale lidé na email píší reakce. V prostoru krypty je také návštěvní kniha. Virtuální prohlídka není na stránkách možná a návštěvnost webových stránek není na konkrétním odkazu památníku zjišťována.

Památník Lidice a Ležáky mají vlastní stránky www.lidice-memorial.cz a www.lezaky-memorial.cz. Dále má památník vlastní stránky pro Mezinárodní dětskou výtvarnou výstavu www.mddv-lidice.cz a Lidice pro 21. století www.lidice21.cz. Dále k propagaci využívají stránky Domuzea.cz, Asociace muzeí a galerií či Kladendář.

Po zadání „Památník Lidice“ do internetového prohlížeče Google.com (k datu 15. 3. 2019) se zobrazily tyto stránky:

- a) www.lidice-memorial.cz
- b) cs.wikipedia.org
- c) www.kudyznudy.cz
- d) www.lidice.info
- e) www.alive.cz

Po zadání „Památník Ležáky“ (k datu 15. 3. 2019):

- a) www.lezaky-memorial.cz
- b) cs.wikipedia.org

- c) www.kudyznudy.cz
- d) www.fototuristika.cz
- e) www.vesely-kopec.cz

Webové stránky Lidic a Ležáků jsou designově i obsahově stejné. Nabízí aktuality, kontakty, mapu, přehled akcí, výstav, informace ke vzdělávacím programům a soutěžím a e-shop se suvenýry a publikacemi. Vše je rychle dohledatelné a přehledné. Návštěvnost stránek je sledována a je víceméně stejná během roku, ale před stěžejními akcemi se zvýší. Formulář pro zpětnou vazbu se na stránkách nenachází, ale jsou tam dostupné kontakty a dle I4 k tomuto účelu slouží především Facebook. V muzeu je také kniha návštěv. Virtuální prohlídka na stránkách není, ale je možnost si prohlédnout území Lidic i Ležáků na kreslené mapě s vyznačenými objekty (Památník Lidice, 2015g).

Památník Lety u Písku má vlastní stránky www.letypamatnik.cz a **Hodonín u Kunštátu** www.hodoninpamatnik.cz. Tyto stránky jsou ale především o historii táborů, informace o akcích v památnících se nacházejí na stránkách MRK www.rommuz.cz.

Po zadání „Kulturní památka Lety u Písku“ do prohlížeče Google.com (k datu 15. 3. 2019) se zobrazily tyto stránky:

- a) www.Pamatkovykatalog.cz
- b) www.rommuz.cz
- c) www.letypamatnik.cz
- d) www.cz-museums.cz
- e) cs.wikipedia.org

Po zadání „Památník Hodonín u Kunštátu“ do prohlížeče Google.com (k datu 15. 3. 2019) se zobrazily tyto stránky:

- a) www.rommuz.cz
- b) www.npmk.cz
- c) www.hodoninpamatnik.cz
- d) www.kudyznudy.cz
- e) www.blanensky.denik.cz

Webové stránky památníků jsou vzhledově stejné a nabízejí především historické informace o táborech, ale i aktuální informace k vývoji památníků. U obou subjektů je možnost prohlídky ve fotogalerii a na stránkách jsou dostupné kontaktní údaje spolu s kontaktním formulářem pro zpětnou vazbu. Nedávno také muzeum apelovalo na veřejnost ke sdělení nápadů na vizualizace a funkčnost budoucích památníků. V Památníku Lety u Písku se také nachází návštěvní kniha. Na stránkách MRK jsou dále informace o pietních akcích v památnících. Virtuální prohlídka není dostupná na žádných stránkách, ale dle vedoucího památníků by to MRK chtělo do budoucna změnit, a tímto způsobem přilákat návštěvníky.

Tabulka 21 Analýza webových stránek památek nacismu, Zdroj: vlastní zpracování

	Památník Terežín	NPHH	Lidice + Ležáky	Lety u Písku + Hodonín u Kunštátu
Jazykové mutace	AJ	NE	AJ, NJ, RU / Ležáky – AJ, NJ	NE
Informace o cenách	ANO	NE	ANO	NE
Prostor pro zpětnou vazbu	ANO – Kontaktní formulář	NE	NE	ANO
Virtuální prohlídka	ANO	NE	NE	NE
Výroční zprávy	ANO – od roku 2001	ANO- 2010–2016	ANO – od roku 2001	ANO – MRK/ Památník Lidice
Vyhledávač	ANO	ANO	ANO	ANO – MRK
Informace o akcích	ANO	NE	ANO	ANO – MRK
Sledování návštěvnosti	ANO – Google Analytics	ANO – Toplist	ANO – Google Analytics	ANO – MRK

b) Sociální sítě

SOCIÁLNÍ SÍTĚ	Facebook	Instagram	Twitter	YouTube	Tripadvisor
Památník Terežín	ANO- „Památník Terežín“	ANO- „pamatnikterezin“	ANO- „@pamatnikterezin“	ANO, neaktivní	ANO
NPHH	ANO- „Národní památník hrdinů heydrichiády“	NE	NE	NE	ANO
Lidice + Ležáky	ANO – obojí- „Památník Lidice“, „Památník Ležáky“	ANO- „lidicememorial“	ANO- „@Pamatnik_Lidice“, „@NKP_Lezaky“	ANO- „Památ-ník Lidice“	ANO – Památník Lidice
Lety u Písku+ Hodonín u Kunštátu	ANO – pouze Lety u Písku- „Památník Lety u Písku“ a „Muzeum romské kultury“	ANO – pouze „muzeumromskekulturny“	ANO – pouze „@PietnimistoLety“	ANO – pouze „Muzeum romské kultury“	NE

Tabulka 22 Analýza sociálních sítí památek nacismu, Zdroj: vlastní zpracování

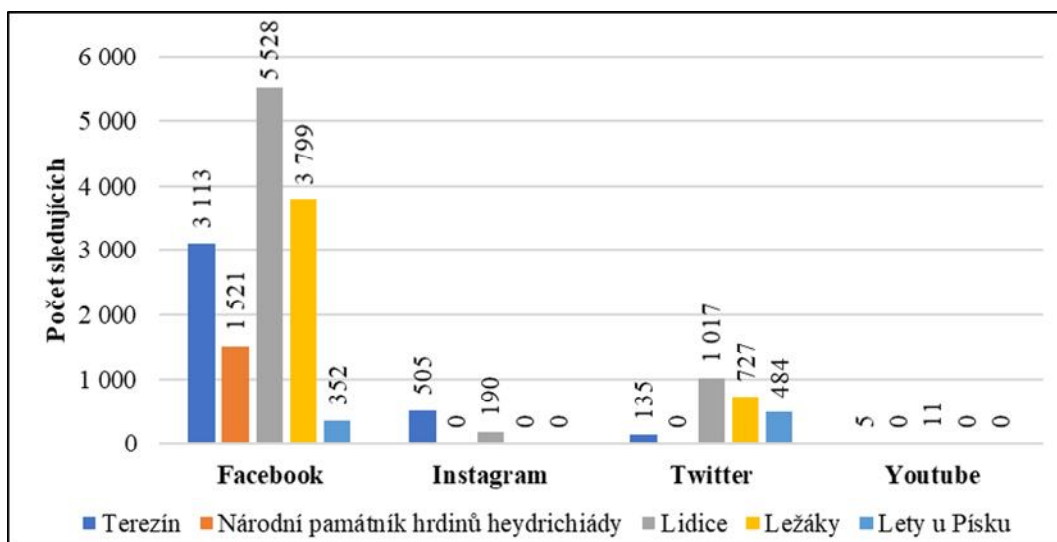
Památník Terežín spravuje aktivně Facebook, Instagram a Twitter. Dle II je nutné mít absolutní kontrolu nad fotografiemi, které se tam objeví od návštěvníků. Problémy nejsou způsobeny nevhodnými komentáři, dle vlastní analýzy se za rok 2018 (k datu 12. 3. 2019) neobjevil žádný vulgární či rasistický komentář pod příspěvkem. Spíše je prý se sociálními sítěmi, konkrétně s Facebookem hodně práce i mimo pracovní dobu, jelikož lidé píšou dotazy do zpráv neustále.

NPHH spravuje ze sociálních sítí jen Facebook, dle vedoucího krypty jsou ostatní sítě pro památník zbytečné. S problémy ani nevhodnými či vulgárními komentáři se spíše nesetkává. „Je tam vychovaná komunita, většinou jsou to lidé z historických spolků nebo zájemci o tuto tematiku“ (I2). Z vlastní analýzy Facebooku památníku byly zjištěny dva negativní komentáře za rok 2018 (k datu 12. 3. 2019), jeden se týkal odporu k Němcům a druhý odporu „oslavy smrti mladých mužů“ u příspěvku s událostí výročí boje v kostele. Na oba dva bylo odpovězeno správcem sítě.

Památník Lidice využívá k propagaci především Facebook, ale má účet i na Twitteru, Pinterestu, Instagramu a YouTube. S problémy či nevhodnými komentáři se setkává památník zřídka. Z vlastní analýzy facebookové stránky Památníku Lidice nebyly nalezeny žádné

vulgární či nevhodné komentáře za rok 2018 (k datu 15. 3. 2019), občas se objevily komentáře rýpavé k textu či politické situaci, na které bylo odpovězeno PR pracovníkem. Facebook Památníku Ležáky neobsahuje za rok 2018 (k datu 15. 3. 2019) skoro žádné komentáře.

Facebook vážící se pouze k památníkům MRK má jen **Památník Lety u Písku**. Sociální síť jako Instagram či YouTube má jako celek Muzeum romské kultury, na Instagramu se občas objeví příspěvek o táborech, ale na YouTube o nich není ani jedno video. Dle IS se na Facebooku negativní či rasistické komentáře nevyskytují, také pro to, že proti nim zavedli kontrolní mechanismy. Z vlastní analýzy se objevuje jeden rasistický komentář v únoru 2019 proti romské populaci, zde není odpověď od správce sítě. Jeden komentář v roce 2018 se týká kauzy odkupu vepřína a výroků Tomia Okamury a SPD o tom, že Lety u Písku nebyl koncentrační tábor. Zde probíhá diskuze se správcem sítě.



Graf 1 Počet sledujících na sociálních sítích památek nacismu k únoru 2019, Zdroj: vlastní zpracování

Nejvíce aktivní je **Památník Terezín** na Facebooku, kde informuje o nejnovějších výstavách, akcích, reportážích a novinových článcích z prostředí ghetta a Malé pevnosti. Lze zde najít také kontakty a adresu, ale **otevírací doba neodpovídá té inzerované na oficiálních stránkách**. Celkové hodnocení Památníku z recenzí návštěvníků je 4,5/5, naprostá většina jsou pozitivní komentáře na expozice a průvodce. Negativní komentáře se týkají zejména vysoké ceny, špatné zkušenosti s průvodcem a s údržbou města mimo expozice. Na tato hodnocení bylo vždy reagováno pracovníkem Památníku Terezín.

Na Facebooku **NPHH** jsou uvedené kontaktní údaje a mapa, nikoliv ale otevírací doba. Příspěvky se z většiny skládají z připomenutí významných výročí a z informací o událostech v kryptě a v kostele. Celkové hodnocení NPHH z recenzí návštěvníků je 4,9/5, kromě jednoho negativního hodnocení, kdy se uživatel bouřil proti tomu, aby se „oslavoval terorismus“, jsou všechna pozitivní a udržují pietu.

Památník Lidice na svém facebookovém účtu informuje o akcích v památníku či o těch s Lidicemi nějak spojených, o zajímavých návštěvách památníku, o aktualitách, ale také se tam objevují příspěvky bez většího informativního charakteru. Dále jsou sdíleny články z různých serverů a facebookových účtů, jako například z účtu Ministerstva kultury ČR či z Kladenských listů. Také se zde nachází mapa, kontaktní údaje a otevírací doba, **kteřá ale neodpovídá té na stránkách památníku**. Památník má na Facebooku hodnocení 4,6/5, kdy všechna z nich jsou pozitivní vůči fungování památníku. **Památník Ležáky** také především prostřednictvím Facebooku informuje o dění v památníku, sdílí příspěvky Památníku Lidic a jiných účtů, které se týkají Ležáků. Obsahuje kontaktní údaje s mapou a správnou otevírací dobou. Hodnocení má 4,4/5 a lze zde najít jeden negativní komentář, který se ale neváže k fungování památníku či tomu, co se tam stalo, ale k pedagogům, kteří dle uživatele neumějí předávat správné informace. Na tento příspěvek bylo odpovězeno PR pracovníkem, ostatní hodnocení jsou pozitivní.

Památník Lety u Písku na Facebooku zejména sdílí články a příspěvky týkající se romského holocaustu, zejména ze stránek organizace ROMEA, novinových článků a samozřejmě Muzea romské kultury. Velká část příspěvků se týká výročí SPD o Letech. Objevují se zde také příspěvky týkající se aktuálního dění v památníku. Jsou zde k nalezení kontaktní údaje, **ale bez mapy a otevírací doby**. Vzhledem k tomu, že je účet založený na počátku roku 2018, nejsou dostupné žádné recenze.

Na Instagramu má **Památník Terežín** něco málo přes 40 příspěvků odkazujících na akce pořádané památníkem, na výstavy a významné návštěvy. Zde se komentáře prakticky nevyskytují. Takzvané „Příběhy“, které se zobrazují jen na 24 hodin, památník nevyužívá. **Památník Lidice** má na svém instagramovém účtu, který si založil v listopadu 2018, 28 příspěvků, jež jsou víceméně stejné jako ty na Facebooku a odkazují na akce konané jak

v Lidicích, tak v Ležákách. Takzvané „Příběhy“, které se zobrazují jen na 24 hodin, památník nevyužívá.

Na Twitteru má **Památník Terežín** okolo 81 „tweetů“, skládajících se především ze sdílených příspěvků z Facebooku. **Památník Lidice i Ležáky** také sdílejí na Twitter příspěvky z Facebooku. Účet **Pietní místo Lety** na Twitteru byl založen bývalým vlastníkem objektu a nachází se tam víceméně také jen sdílené příspěvky z Facebooku.

Na Tripadvisoru má **Památník Terežín** hodnocení 4,5/5 z více než 1 900, především anglických, recenzí, na všechny otázky je zde odpověď z řad pracovníků Památníku. **NPHH** má na Tripadvisoru hodnocení 5/5 z 820 recenzí, ze kterých je naprostá většina v anglickém jazyce. Na otázky si zde odpovídají sami uživatelé. **Památník Lidice** má zde hodnocení 5/5 ze 158, také především anglických, recenzí. Otázek tu moc není, ale na těch pár si odpovídají uživatelé navzájem.

c) Reklama

Památník Terežín využívá reklamu pro svou propagaci v té míře, ve které si to může dovolit. Vedoucí oddělení vnějších vztahů a marketingu z tištěných reklam zmínil časopis „Kam po Česku“, ale jsou to i další turistické časopisy s kulturními přehledy, kde jsou inzerovány nové výstavy a akce v památníku. V rámci digitální reklamy spolupracuje Památník s veřejnoprávními médii – tj. s Českou televizí a Českým rozhlasem jak formou placené propagace, tak bezplatné. Skrz placenou reklamu propaguje zejména stěžejní akci Terežínská tryzna prostřednictvím klipu běžícím na stanici Českého rozhlasu. V rámci jejich sbírkotvorné činnosti vytvořil Památník Terežín celorepublikovou výzvu, kdy vyzýval občany, aby zachovali různé materiály a věci týkající se věznění jejich předků v Terežíně a darovali je Památníku. Propagace tohoto projektu probíhala zejména přes Českou televizi. Také se snaží cílit na mladší diváky prostřednictvím reklam na ČT D.

„Krypta se propaguje sama tím, co se tam stalo, tudíž žádná reklama není třeba. Když je nějaké výročí, ti novináři a další média o tom informují sami od sebe“ (I3).

„Památník Lidice již placenou inzercí prakticky nevyužívá“ (I4). Zůstala například spolupráce s vydavatelstvím „Kam po Česku“. Dříve byla propagace prostřednictvím reklamy rozsáhlejší pomocí billboardových kampaní, spoluprací s reklamní agenturou AdjustArt, spoluprací s městem Kladno v jeho reklamní brožuře, ale finanční nákladnost nepřinesla požadovaný

přínos – více návštěvníků, a tak od toho památník upustil. Co se ale zdálo efektivní, a proto to památník provozuje dodnes, jsou propagační plochy v metru upozorňující na Mezinárodní výtvarnou výstavu.

Památníky Lety u Písku a Hodonín u Kunštátu momentálně placenou propagaci nevyužívají. V Letech dle I5 dělají reklamu památníku zejména politici a kauza vepřín. Pietní akty se propagují přes romské komunity a organizace.

Tištěných propagačních materiálů má **Památník Terezín** několik, jeden z nich je plánec města, kde jsou základní informace o nabízených expozicích doplněné o mapu znázorňující, kde se jaká expozice ve městě nachází. Dále jsou to hlavní letáky nabízené v českém, anglickém a německém jazyce, kde jsou základní informace o expozicích, návštěvní doba a kontakty s mapou. Tyto materiály rozváží specializovaná firma po informačních centrech, občas i po městských úřadech, po celé České republice. Památník také vydává zvlášť leták pro nové expozice, které přikládá ke vstupenkám, aby tam nalákal návštěvníky. Dle vlastní analýzy tištěných materiálů nebylo zjištěno nic, co by mohlo být považováno za nevhodné či neetické.

NPHH vydává brožury v českém a anglickém jazyce s krátkým shrnutím historie Anthropoidu, kde se nachází dobové fotografie. Dle vlastní analýzy jejich obsah není nijak nevhodný či neetický. Do budoucna se památník chystá vydat letáky informačního charakteru. V roce 2018 také památník vydal malé portréty všech parašutistů a duchovního Petřeka, o které byl vysoký zájem. Také NPHH vydal mapu s vyznačenými místy spojenými s atentátem na Heydricha, jež slouží jako průvodce pro ty, kteří se o tuto dějinnou událost zajímají. Brožury památník nikam nešíří, protože zatím nemají informační charakter.

Památník Lidice vydává různé publikace, ať už katalogy k výstavám a lidické sbírce, tak knihy pojednávající o osudu Lidic, Ležáků a Letů u Písku. Dále vydává leták jak k Lidicím, tak k Ležákům, o Mezinárodní dětské výtvarné výstavě, o Růžovém sadu, ke galerii a Lidické sbírce, kde jsou obsaženy stručné informace, otevírací doba, kontakty a mapa s cenami vstupného. Tyto tištěné propagační materiály neobsahují žádný neetický či nevhodný obsah. Publikace jsou prezentovány v Lidicích a Ležákách a přes knihkupectví Kanzelsberger. Letáky jsou v rámci spolupráce s AdjustArtem distribuovány po celé České republice.

Památník Lety u Písku a Hodonín u Kunštátu má leták o obou památnících v českém a anglickém jazyce obsahující obecné informace o romském holocaustu, stručný popis obou táborů, fotografie a kontakt na Muzeum romské kultury. V Letech jsou dostupné v jednom z baráků a v Hodoníně u vstupní brány. Dle vedoucího památníků si to lidé celkem berou. Z vlastní analýzy leták neobsahuje neetický či nevhodný obsah. Po rekonstrukci památníků plánuje MRK dát letáky také do okolí.

d) Public relations a publicita

Činností PR je být v neustálém styku s veřejností, **Památník Terezín** se o to snaží jak vydáváním výročních zpráv, což je i jeho povinností dle zřizovací listiny, ale také prostřednictvím vlastních periodik, a to Terezínských listů, kde jsou shrnuty výsledky vědeckého bádání nejen historiků. Terezínské listy měly v roce 2018 46. vydání a jsou dostupné online na stránkách Památníku. Mimo výroční zprávy a Terezínské listy vydal také Památník Terezín publikace ke kulatým výročím vzniku Památníku, a to k 60. a 70., ty jsou také dostupné na webových stránkách. K významným akcím vydává památník také tiskové zprávy.

NPHH se v rámci VHÚ také snaží být ve styku s veřejností. Do roku 2016 se výroční zprávy vydávaly, od té doby, kdy památník převzal VHÚ, je NPHH zahrnut ve výročních zprávách ústavu. **Na stránkách VHÚ jsou ale dohledatelné jen zprávy do roku 2016.**

Památník Lidice má PR oddělení, které má na starosti styk s veřejností nejen prostřednictvím výročních zpráv, které jsou k dispozici na webových stránkách, ale také zpráv tiskových vydaných k významným událostem, jež lze také na stránkách dohledat.

Informace o **Památníku Lety u Písku** jsou dostupné ve výročních zprávách Památníku Lidice na jeho webových stránkách a ve výročních zprávách Muzea romské kultury. Hodonín u Kunštátu je zmíněn ve výročních zprávách Muzea romské kultury. Ty jsou dostupné na stránkách MRK od roku 2006.

Akcí pořádá **Památník Terezín** několik. V tabulce 23 jsou vypsány výroční akce:

27. 1.	Mezinárodního den památky obětí holocaustu a předcházení zločinům proti lidskosti
26., 27., 28. den nisanu dle židovského kalendáře (počátek jara)	Jom ha-šoa – Den holocaustu a hrdinství
20. 5.	Výročí poslední popravy v Malé pevnosti
Třetí neděle v květnu	Terezínská tryzna
27. 6.	Den památky obětí komunistického režimu
Září	Tryzna kever Avot – uctění židovských obětí nacistické genocidy v českých zemích

Tabulka 23 Pravidelné akce Památníku Terezín, Zdroj: vlastní zpracování dle Památníku Terezín (2019c)

Některé akce, jako Terezínská tryzna a Jom ha-šoa, se konají již od 90. let minulého století. Nejúspěšnější akcí je dle II právě Terezínská tryzna, kde je návštěvnost okolo 4000 lidí, včetně bývalých vězňů, vládních a zákonodárných představitelů České republiky, ale i zastupitelů ze zemí, jejichž občané prošli koncentračním táborem Terezín.

Památník Terezín pořádá i další, zejména umělecké, akce, především výstavy, ale také literární a výtvarnou soutěž. V roce 2019 to bude 15. ročník literární a 18. ročník výtvarné výstavy, která se koná vždy na jiné téma a je určena pro studenty základních a středních škol. Výherce pak obdrží jak věcné ceny, tak také ceny finanční.

NPHH pořádá každoročně následující akce:

24. 10.	Výročí popravy českých odbojářů a jejich spolupracovníků v Mauthausenu
26. 1.	Výročí druhé vlny poprav odbojářů s jejich spolupracovníků v Mauthausenu
18. 6.	Výročí boje v kostele sv. Cyrila a Metoděje

Tabulka 24 Pravidelné akce NPHH, Zdroj: vlastní zpracování

Výročí boje v kryptě se koná již od roku 1945, resp. 1945-1948, pak v 60. letech a poté po revoluci pravidelně. V roce 2018 v rámci výročí proběhla třídní akce v Kinematu, kde se promítaly všechny filmy a dokumenty věnované atentátu. Vzpomínky na výročí poprav odbojářů se konají buď přímo v Mauthausenu, nebo na nádvoří chrámu u pomníku se jmény zavražděných odbojářů, jejich rodin a spolupracovníků.

Nejúspěšnější akce, jež se **NPHH** účastní, je dle vedoucího krypty Muzejní noc, která se koná vždy okolo 9. června. V rámci této akce jsou vybraná muzea a památníky volně přístupné návštěvníkům. I když je vstup do NPHH zadarmo po celý rok, v rámci Muzejní noci přijde do krypty až 2000 návštěvníků, protože v noci je to, dle I2, opravdu působivé. Dále se, ne

v kryptě, protože ta má status válečného hrobu, ale v chrámu konal první benefiční koncert pro Obranu národa a různé přednášky v přednáškové místnosti před kryptou.

Památník Lidice pořádá výroční akce 10. 6. v Lidicích a 24. 6. v Ležákách jakožto v dny vypálení obcí. Mimo to ale koná kulturní akce, z těch pravidelných to jsou:

Zahájení hlavní sezóny	Vždy konec března, doprovodný program
Otevření krátkodobé výstavy	Vždy konec března, jiné téma.
Mezinárodní dětská výtvarná výstava, vernisáž, vyhlášení výsledků	V roce 2018 46. ročník. Soutěž je určena pro děti od 4-16 let, každý rok na jiné téma.
Světlo za Lidice	V roce 2018 12. ročník, pěvecká soutěž v rámci krajů.
Lidické zimní večery	V roce 2018 14. ročník, přednášky se zajímavými hosty, promítání filmů, vánoční koncert.
Výstava „kaktusů a sukulentů“	V roce 2018 10. ročník, součástí je výstava výtvarných dětských děl.
Lidický okruh	V roce 2018 5. ročník, jízda veteránů.

Tabulka 25 Pravidelné akce Památníku Lidice, Zdroj: vlastní zpracování dle Památníku Lidice (2015h)

V **Ležákách** jsou pravidelně tyto akce:

Zahájení hlavní sezóny	Vždy konec března, doprovodný program.
Memorial Josefa Štulíka	V roce 2018 5. ročník, přespolní běh pro mládež na památku odbojáře Josefa Štulíka.
Memorial Karla Kněze	V roce 2018 8. ročník branného závodu pro mládež na památku vrchního strážmistra Karla Kněze.
Silver A v paměti tří generací	V roce 2018 10. ročník ve spolupráci s Pardubickým krajem, setkání pamětníků výsadku Silver A, ležácké tragédie a pardubického odboje.
Ležácké veršování	V roce 2018 5. ročník, celostátní dětská recitační přehlídka při příležitosti Dne válečných veteránů.
Ležáky – poselství ukryté v květech	V roce 2018 4. ročník, celostátní dětská soutěž v aranžování květin.
Ležácké podvečery	V roce 2018 10. ročník, cyklus kulturních pořadů a zajímavých hostů.

Tabulka 26 Pravidelné akce Památníku Ležáky, Zdroj: vlastní zpracování dle Památníku Lidice (2015i)

„Snažíme se, aby Lidice a Ležáky nebyly jen o té historii, chceme, aby dále žily a nebyly považovány jen za pietní území“ (I4). Mimo pietní akty je dle I4 nejúspěšnější Mezinárodní dětská výtvarná výstava, kam je zasíláno až 30 000 prací. V Růžovém sadu v Lidicích se také již 14 let konají svatební obřady. Nárůst zájmu také zaznamenal památník na Memorialu Josefa Štulíka v Ležákách, kam každý rok přijíždí kolem 700 dětí.

Památník Lety u Písku doposud konal pouze pietní akt uctění památky 327 romských obětí na den transportu romských vězňů do Osvětimi 13. května 1943. S podporou Nadačního fondu obětí holocaustu zařídilo MRK pro zájemce také svoz autobusem z Brna, kde muzeum sídlí, do Let u Písku. Pietní akt navštíví každý rok okolo 200 lidí, především romského původu. **Památník Hodonín u Kunštátu** stejně jako Lety pořádá již od 90. let pietní vzpomínku

romským obětem na den transportu do Osvětími, který se z Hodonína vydal 21. 8. 1943. Akt se koná u společného hrobu Žalov. Minulý rok se ho zúčastnilo kolem 150 lidí. Do budoucna plánuje MRK vytvářet další akce jako semináře, koncerty atd.

Jak o výročních, tak jednorázových akcích podává **Památník Terezín** tiskové zprávy, které jsou k dispozici na webových stránkách, nyní tam jsou pouze zprávy z roku 2017 a 2018. Nejvýznamnějších událostí se také účastní regionální televize, Český rozhlas a občas také Česká televize. **NPHH** tiskové zprávy nevydává a novináři většinou přichází sami, aniž by je bylo potřeba zvat. **Památník Lidice** vydává tiskové zprávy z významných akcí, koná také tiskové konference v Praze, ale zájem novinářů není takový, jaký je očekáván. Větší spolupráci má s Kladenskými listy. Česká televize a Český rozhlas také přijíždí natočit reportáž, pokud jde o zajímavé téma či akci. Problémem dle I4 je to, že se na památníky novináři zaměří jen při výročních akcích, takže to vypadá, že během roku se zde nic neděje. Zejména do **Let u Písku** novináři jezdí sami kvůli kauze vepřín či výrokům SPD. MRK pořádá tiskové konference k pietním aktům, do budoucna je plánuje konat o všech důležitých milnicích ve výstavbě nových památníků.

Další možností, jak být se stávajícími i potenciálními návštěvníky v kontaktu, jsou veletrhy cestovního ruchu. Zde je přehled veletrhů konaných v České republice. Odpovědi jsou platné pro rok 2018 a 2019.

	Holiday World	Infotour	Euroregion Tour	Tourism Expo	Travelfest	Go a Region Tour	Jiné
Terezín	ANO	NE	NE	NE	NE	ANO	Den otevřených dveří Ministerstva kultury
NPHH	NE	NE	NE	NE	NE	NE	
Lidice + Ležáky	ANO	NE	NE	NE	NE	ANO	Den otevřených dveří Ministerstva kultury, Knižní veletrh v Lysé nad Labem
Lety u Písku + Hodonín u Kunštátu	ANO	NE	NE	NE	NE	ANO	Den otevřených dveří Ministerstva kultury

Tabulka 27 Účast památek nacismu na veletrzích CR, Zdroj: vlastní zpracování

„Aktivní účast na veletrzích, kde máme náš stánek, máme pouze na Holiday World, jednou jsme se také zúčastnili Go a Regiontour v Brně, ale vyhodnotili jsme naši účast jako zbytnou, a

dále se už neúčastňujeme“ (I1). V roce 2019 se ale veletrhu Go a Regiontour **Památník Terežín** zúčastnil.

NPHH se neúčastní žádného veletrhu CR, ani nikde nemají propagační materiály, dle vedení to není potřeba.

Památník Lidice má svůj vlastní stánek už jen na veletrhu Holiday World, dle I4 to nepřináší posun v poměru s finanční zátěží účasti na veletrhu. Na Go a Regiontour měl památník stánek v rámci objektů Ministerstva kultury ČR.

Památníky Lety u Písku a Hodonín u Kunštátu jsou propagovány na veletrzích Go a Region Tour a Holiday World v rámci Muzea romské kultury. *„Se zprovozněním památníků se chystáme navštěvovat i další veletrhy“* (I5).

Spolupráce

Spolupráce je důležitá skoro ve všech odvětvích a výjimka není ani u památek nacismu. Mohou probíhat horizontálně, tedy mezi jednotlivými památkami, a to i s těmi v zahraničí, ale i vertikálně například s místní samosprávou či Centrálou cestovního ruchu. Otázky tedy byly rozděleny podle typů zařízení, se kterými památky mohou spolupracovat – školy, místní samospráva, ostatní (i zahraniční) památky nacismu, Czech Tourism a cestovní kanceláře a agentury.

a) Školy a vzdělávací zařízení

Památník Terežín spolupracuje s Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy ČR na vzdělávacích aktivitách, ale také oslovuje školy po celé České republice nepřímo, zejména prostřednictvím vzdělávacích seminářů. V roce 2017 prošlo těmito jedno – či vícedenními semináři 6 238 českých studentů a 1 095 zahraničních (Památník Terežín, 2018i). Nad tyto semináře památník vytvořil projekt *„Školákem za protektorátu“* a k němu nadstavbu *„Školákem ve válečných letech“* ve spolupráci s Národním pedagogickým muzeem a Knihovnou J. A. Komenského, který má za cíl přiblížit život mládeže za nacistické okupace. Pro pedagogy koná Památník Terežín seminář *„Jak vyučovat o holocaustu“*, v rámci kterého také vydává publikaci. Druhým seminářem pro pedagogy je *„Holokaust ve vzdělávání“*, kde učitelé získají přehled o tom, jak se o holocaustu učí v jiných zemích, například v Německu,

Izraeli či v Nizozemsku. Těmito semináři prošlo v roce 2017 na 192 účastníků (Památník Terežín, 2018i). Památník Terežín se podílí i na konzultaci odborných prací a na projektech týkajících se represivních zařízení a holocaustu na vysokých školách.

Do **NPHH** jezdí školy z celé České republiky, památník pro ně připravuje pracovní listy, kde se hravou formou dozvědí informace o atentátu a jeho souvislostech. „*Pokud nemají vlastního průvodce, tak si tyto pracovní listy berou skoro vždy*“ (I3).

Jedna z hlavních činností **Památníku Lidice** je právě ta vzdělávací. Úzce spolupracuje jak s okolními školami na Kladně, tak v okolí Ležáků. Jednou z hlavních akcí je vědomostní soutěž Lidice pro 21. století pro děti ze všech zemí od 10-19 let, kterou koná již 13. rokem (v roce 2018) ve spolupráci s Ústavem pro studium totalitních režimů a Filozofickou fakultou Univerzity Karlovy v Praze. Dále koná pro MŠ a 1. stupeň základních škol programy týkající se chování v galerii a základních pojmů z tohoto prostředí, jako například program „Poprvé do galerie“ či „Galerie plná smyslů“ (Památník Lidice, 2015j). Pro žáky 2. stupně základních škol jde už o vzdělávací programy o druhé světové válce, jejích důsledcích a o obci Lidice s názvem „Den, kdy se mi změnil život“ či „Příběh obce Lidice“ a „Stavíme nové Lidice“ (Památník Lidice, 2015j). Dále pak koná semináře pro pedagogy, kde se dozví nejen o poslání památníku, ale i si prohloubí znalosti o druhé světové válce a nacismu například prostřednictvím semináře „Topografie teroru – hierarchie zločinu“ (Památník Lidice, 2015j). **V Ležákách** koná památník například program „Jak se žilo v Ležákách“, kde přibližuje život v osadě a jeho osud a pro starší „Ležáky – místo mé stanice“, kde se dozví více o odbojové činnosti a výsadku Silveru A (Památník Lidice, 2015k). Dle vedoucí oddělení prezentace jsou tyto programy plně využívány. Jezdí také školy ze zahraničí, především z Německa a Itálie.

Památník Lety u Písku i Hodonín u Kunštátu budou mít v budoucnu edukativní charakter, hlavně ve spolupráci s norskými fondy, které kladou velký důraz na vzdělání. V přípravě je také program pro školy, kde se žáci dozvědí nejen o samotných památnících, ale i obecně o romském holocaustu.

b) Místní samospráva

Památník Terežín spolupracuje úzce s městem Terežín, je propagován na jeho oficiálním turistickém portálu s odkazem na oficiální stránky památníku (Terezin.cz, 2019) a také s Ústeckým krajem, který propaguje Terežínskou tryznu a finančně přispívá k její realizaci.

V rámci programu „Rodinné stříbro Ústeckého kraje“ je Terezínská tryzna zařazena mezi nejprestižnější akce regionu. *„Na interaktivních informačních panelech ve městech, jako jsou například Litoměřice, Ústí nad Labem, Most či Liberec, si lidé také mohou najít informace o Památníku“* (11).

Vzhledem k tomu, že **NPHH** vlastní Magistrát města hlavního města Praha, úzce s ním i spolupracuje jak finančně, tak i v rámci propagace na jeho oficiálních stránkách Prague.eu (Prague City Tourism, 2019).

Památník Lidice mimo spolupráci s místním úřadem v Lidicích, na jehož oficiálních stránkách se hned na úvodní straně nachází odkaz na památník a fotografie z akcí (Obec Lidice, 2019) a v Miřeticích, pod které spadá Památník Ležáky a na jehož oficiálních stránkách nalezneme odkaz na památník (Obec Miřetice, 2019), spolupracuje také se sdružením obcí, které byly vypáleny, a to s Javoříčkem, Ploštinou a Novým Malínem. Spolupráce spočívá ve vzájemných návštěvách na pietách, výměnou výstav a vydáváním publikací.

V současné době spolupracuje MRK s obcí Lety u Písku a s obcí Hodonín u Kunštátu především ve využívání infrastruktury, **ale na oficiálních stránkách obce Lety u Písku není o památníku zmínka**. Na stránkách obce Hodonín u Kunštátu jsou dostupné informace o místě hromadného hrobu Žalov, **nenachází se tu ale odkaz na památník** (Hodoninukunstatu.cz, 2019). **Památník Lety u Písku** plánuje spolupracovat s hradem Zvíkov, Orlík, s Příbramí, s Pískem a s Tábořem. **Hodonín u Kunštátu** by prý mohl spolupracovat s hradem Kunštát, Bystřice nad Pernštejnem či Tišnovem. Spolupráce by v obou případech spočívala ve vzájemné propagaci.

c) Ostatní subjekty cestovního ruchu zaměřené na totalitární režimy v ČR

Památník Terezín úzce spolupracuje s těmito institucemi (Památník Terezín, 2018i):

1. Terezínská iniciativa,
2. Židovské muzeum v Praze,
3. Muzeum romské kultury,
4. Památník Lidice,
5. Národní archiv v Praze,
6. Ústav pro soudobé dějiny Akademie věd ČR.

A další instituce jsou zmíněné ve výročních zprávách. Tyto spolupráce jsou dle II hlavně na úrovni vědecké a vzdělávací.

NPHH má družbu s Lidicemi a Ležáky, v památníku jsou k dispozici informační letáky o těchto památnících. Spolupráce také zahrnuje vzájemnou účast na pietách, do budoucna jsou naplánované společné semináře.

Památník Lidice má navázanou spolupráci s Památníkem Terezín, kde si navzájem půjčují výstavy, nadále také propagují památník Lety u Písku, který patřil pod jejich správu. Dále je to spolupráce v rámci Sdružení vypálených obcí ČR.

Vzhledem k tomu, že byl **Památník Lety** pod správou Památníku Lidice, spolupracuje s ním nyní na konzultační úrovni, kdy se snaží získat jejich know-how. *„Naše místa jsou velmi podobná Ležákům, co se týče organizace, takže bychom rádi využili jejich zkušeností a plánujeme také spolupracovat s táborem Vojna“* (15).

Další spolupráce má **Památník Terezín** navázané s neziskovými organizacemi, jako jsou Konfederace Politických vězňů či Svaz bojovníků, což probíhá převážně skrz akce. **NPHH** ve vytváření expozice a akcí spolupracuje s Fondem válečných veteránů, s Kluby vojenské historie a s organizací Post bellum. Československé obce legionářské vytvářejí různé vzdělávací semináře v památníku. **Památník Lidice** má vlastní lidickou buňku Českého svazu bojovníků za svobodu, dále spolupracuje s Posádkovým velitelstvím Praha či Krajským vojenským velitelstvím Pardubice. Vedoucí památníků zmínil jako neziskovou organizaci spolupracující s **Památníkem Lety u Písku a Hodonín u Kunštátu** organizaci Romea.

d) Zahraniční spolupráce

Památník Terezín má navázanou spolupráci hned v několika zemích a zařízeních, které spočívají především ve vypůjčování expozic, jejich správě a vzdělávací činnosti:

Tabulka 28 Zahraniční spolupráce Památníku Terezín, Zdroj: vlastní zpracování dle Památníku Terezín (2018i)

Německo	Památník Ravensbrück, Flossenbürg, Buchenwald, Dachau, Sachsenhausen a Dům konference ve Wannsee
Polsko	Státní muzeum Auschwitz-Birkenau v Osvětimi, Státní muzeum v Majdanku, Muzeum Gross-rosen
Izrael	Yad Vashem v Jeruzalémě, Beít Terezín v Givat Haim Ichud
USA	Holocaust Memorial Museum ve Washingtonu, Museum of Jewish Heritage v New Yorku, University of South California Shoah Foundation Institute v Los Angeles
Nizozemsko	Anne Frank House v Amsterdamu

Rakousko	Památník Mauthausen, Dokumentationsarchiv des österreichischen Widerstandes ve Vídni
Norsko	Památník Falstad
Slovensko	Muzeum SNP v Banské Bystrici, Dokumentační centrum holokaustu v Bratislavě, Muzeum židovské kultury v Bratislavě, Muzeum holokaustu v Sereďi.

V Osvětimi spravuje Památník Terezín expozici o věznicích z českých zemí perzekuovaných právě v Osvětimi. Mimo konkrétní památníky je Památník Terezín součástí mezinárodních organizací, jako je Mezinárodní koalice muzeí svědomí, International Holocaust Remembrance Alliancem a Mezinárodní koalice muzeí ICOM, v rámci kterých pracovníci vyjíždějí na různé zahraniční cesty.

NPHH se zahraničními institucemi nespolečně pracuje, protože dle vedoucího krypty je její historie známá po celém světě a lidé se o tomto místě dozvídají především z filmů, dokumentů či knih, proto není takové spolupráce potřeba. Dodal ještě, že v Mauthausenu byly dostupné tištěné propagační materiály o památníku, ale dovezl je tam někdo jiný.

Památník Lidice má navázanou spolupráci s mnoha institucemi v zahraničí, příkladem může být Muzeum SNP v Banské Bystrici, Muzeum a institut genocidy v Jerevanu, s italským Muzeem San Pancrazio, s Televegem v Norsku či s anglickým městem Stoke-on-Trent. Spolupráce zahrnuje vzájemnou účast na pietách, výměnu informací a výstav a v neposlední řadě spolupráci na vzdělávacích aktivitách. Dále spolupráce probíhá v zapůjčování výstav do Německa, Izraele, USA, Brazílie či Ruska. Z Mezinárodní výtvarné výstavy se díla dostanou do Ruska, Pobaltí, Slovenska i do USA.

V rámci spolupráce s norskými fondy spolupracuje **Památník Lety u Písku** s Památníkem Falstad a s centrem Wergeland, který se zaměřuje na vzdělávací aktivity.

e) Czech Tourism

Všechny subjekty je možné najít na portálu Kudy z nudy, který je spravován agenturou Czech Tourism.

Památník Terezín má navázanou spolupráci s Czech Tourism. Na portálu Kudy z nudy je možné se o Památníku dozvědět základní informace, otevírací dobu, kontakty a zobrazit mapu (CzechTourism, 2019a). Mimo hlavní stránku Památníku je možné dohledat na portálu i samotné expozice zvlášť – Muzeum ghetta, Krematorium, Magdeburská kasárna a Malá pevnost.

Než NPHH převzal VHÚ, byla spolupráce památníku a Czech Tourism hlubší, dnes již není, dle vedoucího krypty, potřeba. Stránka památníku na Kudy z nudy obsahuje fotografie, základní informace, kontaktní údaje, **kde je ale stále email na představitelku pravoslavné církve**, mapu a otevírací dobu, **kteřá se ale liší od té inzerované na stránkách VHÚ** (CzechTourism, 2019b).

Památník Lidice spolupracuje úzce s Czech Tourism, především prostřednictvím propagace. Na portálu Kudyznudy.cz jsou dostupné všechny informace o obou památnících, kontakty a **ceny vstupného, které ale u Ležáků neodpovídají** (CzechTourism, 2019c; 2019d). Samostatnou stránku má Růžový sad v Lidicích, který patří mezi největší v České republice, a Rodinný domek č. 116.

Památník Lety u Písku i Hodonín u Kunštátu mají profil na Kudyznudy.cz, zde spolupráce s Czech Tourism končí. Na portálu jsou dostupné historické informace o obou památnících, mapa, kontaktní údaje a otevírací doba (CzechTourism, 2019e; 2019f). Na **stránce Památníku Lety u Písku jsou neaktualizované webové stránky a není zmíněno, že je památník otevřen jen od března do října** (CzechTourism, 2019e).

f) CA a CK

Památník Terezín je členem Asociace cestovních kanceláří ČR a Asociace českých cestovních kanceláří a agentur. *„Náš adresář obsahuje více než 17 000 záznamů českých i zahraničních kanceláří a agentur, ale i jednotlivců“* (I1). Z řad těch českých to jsou například Martin tour, Premiant City Tour, Bohemia Travel Service či Agaria Tours. Ze zahraničních pak KRAS, Grand Circle, Sandemans New Europe či Busabout.

Pod VHÚ již NPHH nespolupracuje s CK ani CA.

Památník Lidice pravidelně koná prezentační den pro CA a CK, kde si mohou prohlédnout památník a vyslechnout výklad průvodce. Také jsou pozváni do restaurace v památníku, kde jim jsou nabízeny služby, které mohou v rámci zájezdu do Lidic využít. Kanceláři a agentur je celá řada – AVE s.r.o., Verner Tour, CK Mira, Gtravel, CK2, CA Polena či Travel Prague a.s.

Památník Lety u Písku ani Hodonín u Kunštátu momentálně nespolupracuje s žádnými CK a CA.

Negativní reakce a etická stránka marketingu

Původně byla negativní stránka a etika marketingu zkoumána v každé kategorii zvlášť (Příloha 1), nicméně zde je shrnuta do odstavců podle jednotlivých památek tak, aby mohly být jasné případné rozdíly.

Jednou z negativních reakcí, se kterou se **Památník Terežín** setkává, je na vytvoření kantýny z bývalých SS kasáren. „*Těm lidem se nezavděčíte; když je zavřená, tak si zase stěžují, že tady nenabízíme občerstvení, navíc je dost těžké najít zde místo, kde se neděla zvěrstva*“ (I1). Občas také přijde stížnost na vysoké ceny, s čímž ale v tomto režimu pod ministerstvem nemůže památník nic udělat, jelikož dostává určitý obnos od Ministerstva kultury, ale nestačí na všechny náklady spojené s provozem památníku.

„*V některých inovacích jsme nekompromisní, jsme si vědomi, že nejsme žádná klasická turistická atrakce, ale některé si doba žádá, a ty pak narážejí na autentičnost*“ (I1). Příkladem může být také bankomat přímo v Malé pevnosti. Naopak „*vždy nabídky hodně zvažujeme, zda se nedotknou citů jak stále žijících přímých účastníků, tak druhých a třetích generací*“ (I1). Zde může být příkladem odmítnutí vytvoření virtuální reality, že by se návštěvník přenesl do autentické doby Protektorátu, nebo také umístění reklam v nevhodných časopisech. S reklamou památníku nikdy nebyl problém, jednou se ale objevila neetická reklama vytvořená střelnicí v Terežíně, která poutala na slogan „*Pojďte si zastřílet do Terežína*“, doplněná o německé nápisy a celkově nevhodně opřena o toto téma. Proti této reklamě musel památník brojit, nakonec byla reklama stažena.

Další věcí, na kterou je třeba si dávat pozor z etické stránky dle I1, je fakt, že Terežín byla **dvě zařízení** – Malá pevnost jakožto věznice gestapa pro politické vězně a Terežín celkově jako vězení pro Židy, z toho také vychází logo Terežína, kde lze vidět bránu Malé pevnosti a Davidovu hvězdu, a tak i musí být vnímán marketing, aby nebylo upřednostňováno jedno téma před druhým.



Obrázek 8 Logo Památníku Terežín, Zdroj: Památník Terežín (2017)

V NPHH je paradoxně problém ve velkých skupinách lidí, kteří sem přicházejí, jelikož krypta má omezenou kapacitu, ale s tím nelze nic udělat. Občas se také objeví problémy s polskými návštěvníky, kteří si stěžují na to, že v expozici je **psáno nacisté, když tam mají být napsáni Němci**. To je dle I2 dáno polarizací společnosti a nejde to tak úplně řešit. Dle I2 *„je důležité mít na paměti, že ta krypta je pietní místo se statusem válečného hrobu, a to udává, kam až se může zajít“*. Je dle něj důležité se vyvarovat světovosti a šokování, což ale někteří politici, kteří si na výročních akcích chtějí udělat PR, a teoretici, kteří vytvářejí absurdní teorie kolem atentátu, nerespektují.

Občas se **Památník Lidice** setká s kritikou výše vstupného, pracovníci na ni odpovídají, že v ceně jsou zahrnuty všechny expozice, tím pádem je pak cena přiměřená. Dle I4 by **památník měl možná patřit pod Ministerstvo školství**, protože to není klasické kulturní místo jako muzeum či galerie, tím by se vstupné mohlo zrušit alespoň pro studenty. Dle I4 si lidé někdy neuvědomují, že se nachází na pietním území a dělají si tam piknik či se fotí s auty a motorkami, území Lidic je tak velké, že se to jen těžko dá uhlídat, a i když to ostraha zaznamená, nemůže s tím nic dělat a musí počkat na příjezd městské policie. Také se stává, že se lidé i přes zákaz jdou vyfotit mezi sousoší dětí, které je na pietním území, to je chráněno alarmem, takže se to hned zjistí, ale opět se musí čekat na příjezd městské policie, protože památník nemá žádné pravomoci. Dle I4 je při tvorbě reklamy třeba si dávat pozor na správnost informací, protože toho si hned někdo všimne a nepůsobí to dobře.

V souvislosti s Památníkem Lety u Písku a Hodonín u Kunštátu občas, podle vedoucího památníků, lidé píší adresně rasistické zprávy, že Romové nemají kulturu a podobně. Také v návštěvní knize se občas taková poznámka objeví spolu s nesouhlasnou poznámkou o odkoupení vepřína. *„U reklamy na Lety u Písku nebo Hodonín u Kunštátu je třeba si dávat pozor skoro na vše, na formulaci a pokoru. Naše texty kontrolují čtyři lidé, než se něco vydá. Je důležité zachovat pietu i v propagaci a u tištěných materiálů jde také o to, kdo je na fotografiích, protože se stává, že někdo si nepřeje být publikován“*(I5).

Více než rasistické útoky řeší Památník Lety u Písku útoky politické. Minulý rok někdo na pietní místo umístil prasečí hlavu vycpanou květinami s trikolorou. V červnu 2018 někdo polepil informační panely na stezce k Památníku Lety u Písku větou „Památník posledních

pracujících Romů na území České republiky“. Dále to byly útoky ze strany SPD, zejména pana Roznera, který tábor označil za „neexistující pseudokoncentrák“.

Co se týče fotografování, je povoleno ve všech expozicích **Památníku Terezín**, nicméně profesionální natáčení je nutno hlásit řediteli Památníku a uzavřít smlouvu, toto nařízení bylo vydáno v závislosti na kauze s Robertem Rosenbergem, který si chtěl v útrobách Malé pevnosti natočit film pro dospělé. V **NPHH** je fotografování povoleno, pokud návštěvník nenarušuje návštěvníkovo řád, je na každém, jakou fotografii si zde udělá. V **Památníku Lidice a Ležáky** je na veřejných místech povoleno fotografovat, ale u expozic je třeba si vyžádat povolení od ředitelky památníků, protože díla jsou chráněna autorskými právy. **Památník Lety u Písku i Hodonín u Kunštátu** povolí pořizovat fotografie, bude na personálu, aby když tak návštěvníky umravnil.

4.3.2. Památky komunismu

Kategorie u památek komunismu jsou stejně děleny jako u památek nacismu. Zásadním rozdílem je skutečnost, že jedna z památek komunismu má charakter naučné stezky, tudíž se marketing liší oproti těm, co mají charakter budovy. Druhým rozdílem je počet památek, jelikož v závislosti na kritériích byly vyhledány pouze tři komunistické památky oproti šesti nacistickým, z nichž jedna neposkytla rozhovor, a tudíž zde není zahrnuta.

Produkt

Naučná stezka **Jáchymovské peklo** je nyní spravována dobrovolnickým spolkem Politických vězňů, který tvoří badatelé, kteří chtějí téma politických vězňů popularizovat, kultivovat a prohlubovat především prostřednictvím orální historie. Spolek je financován z darů a grantů. Konkrétně Naučná stezka Jáchymovské peklo byla renovována pomocí crowdfundingové kampaně a Nadačního fondu Avast v roce 2015, kdy ho tímto převzal spolek Politických vězňů od Hornického spolku Barbora.

Památník Vojsko, otevřen veřejnosti v roce 2005, je jakožto pobočka Hornického muzea Příbram financován zřizovatelem muzea – Středočeským krajem. O dotace na finančně náročnější projekty žádá muzeum například Ministerstvo kultury. V první fázi budování

památníku, což bylo rozhodnuto usnesením z roku 1999, byl Památník Vojna financován státem.

a) Motivace k navštívení místa

„Především ta **stezka** je ovlivněna silnou, trochu pozapomenutou a manipulovanou minulostí, protože o tom každý mluví jinak, tak je okolo toho jistý závěj mýtů.“ (I6). Dále I6 vyzdvihuje Jáchymovské prostředí, které skýtá mnoho z historie, ať jako naleziště stříbra, ze kterého byl ražen tolar (předchůdce dnešního dolaru), návštěvy Tomáše Garrigue Masaryka a Karla Maye nebo výskyt radiových lázní. Spolek Političtí vězni Jáchymov nazývá městem paměti, jelikož má co nabídnout za nejméně čtyři století.

„Návštěvníky **Památníku Vojna** nejvíce láká to, že je to unikátní a téměř autenticky zachovaný vězeňský areál, který láká svou atmosférou“ (I7). Především je motivací historický aspekt místa, dále je to zájem o uranové hornictví či galerie výtvarného umění, která se v areálu vyskytuje.

b) Doplnkový prodej

Tabulka 29 Doplnkový prodej míst spojených s komunistickým režimem, Zdroj: vlastní zpracování

Produkt/ Místo	Po- hledy	Turisti- cké známky	Mince	Magne- -ty	Obleče- -ní	Jiné
Jáchymovské peklo	ANO	NE	NE	ANO	NE	Publikace – o příbězích vězňů, dostupná v ČJ i AJ, piny do klopky, nosítka na PET lahev
Památník Vojna	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO	Tematické publikace – „Vzpomínky chovance Jaroslava Vojtěcha“, „Tábor Vojna ve světle vzpomínek bývalých vězňů“ DVD- „Rudé temno“

Doplnkový prodej k **Jáchymovskému peklu** si je možné koupit v informačním centru, kde mají prý hlavně pohledy a publikace úspěšnost. Dále je koupě možná ve Štole č. 1 a v Mincovně v Jáchymově.

Vzhledem k vysokému podílu návštěvnosti škol se doplnkové předměty v **Památníku Vojna** celkem prodávají. Nejvíce jsou to turistické známky, vizitky, magnety a pohledy. Jako oblečení prodává památník trička s logem Památníku Vojna.

c) Průvodce

Průvodce po **Jáchymovském pekle** je možné si objednat, v roce 2018 začal spolek *Političtí vězni.cz* používat pro objednávku komentované prohlídky *Airbnb Experience*, kde se budoucímu návštěvníkovi České republiky při rezervování ubytování zobrazí zážitky, které lze v dané zemi zažít. Prohlídka Jáchymovského pekla se zde nachází pod názvem *Czechoslovak gulag experience* a vychází přibližně na 2500 Kč, v nichž je zahrnuta doprava, strava, průvodce a upomínkový předmět. Prohlídky lze také přizpůsobovat dle přání skupin. Dále spolek nabízí tematické prohlídky Prahou pod názvy *Political Prisoners* a *Student's Velvet Revolution*, které stojí okolo 800 Kč.

Vstup do areálu **Památníku Vojna** je možný pouze s průvodcem. Památník nabízí tři trasy, první je po areálu tábora, druhá se více týká uranového hornictví a třetí je galerie. Menší skupiny a jednotlivci se nemusí předem objednávat.

d) Balíčky služeb

Prohlídka **Jáchymovského pekla** je možná v rámci balíčku objednaném na *Airbnb Experience*, který zahrnuje dopravu, stravu, průvodce a upomínkový předmět.

Památník Vojna oficiálně nenabízí své služby v balíčku, „*Pokud nás ale například osloví domov důchodců, který by takový balíček chtěl, tak ho dokážeme zajistit*“ (I7).

Návštěvníci

a) Počet návštěvníků od roku 2016-2018

Tabulka 30 Návštěvnost NS Jáchymovské peklo 2016-2018, Zdroj: vlastní zpracování dle interního dokumentu Muzea Sokolov

2016	2017	2018
11 702	16 409	25 318

V tabulce č. 30 jsou počty stažení QR kódů na panelech **Jáchymovské stezky**, jež má k dispozici Štola č. 1 patřící Muzeu Sokolov, která se na stezce také nachází. Přesnost je omezena tím, že ne všichni si QR kódy stáhnou a stezka se nemusí ujít celá, nicméně alespoň přibližnou představu to udává. Jak lze vidět, návštěvnost se každým rokem zvyšuje – v létě je samozřejmě vyšší než v zimě, jelikož jsou cesty více přístupné. „*Z vlastní zkušenosti, když tam já nebo moji kolegové provádíme, tak tam chodí pestrá všehochuť lidí od nejmladších po nejstarší, protože stezka je celkem pestrá a má co nabídnout jakékoliv věkové kategorii*“ (I6).

Do března 2019 bylo provedeno v rámci Airbnb Experience celkem 31 skupin (minimální počet účastníků jsou dvě osoby) a dle odhadu I6 se provede ročně přes 200 studentů z různých škol.

Tabulka 31 Návštěvnost Památníku Vojna 2016-2018, Zdroj: interní dokument Hornického muzea Příbram

	2016	2017	2018
Jednotlivci – Dospělí	1 625	1 683	1 911
Jednotlivci – děti, studenti a důchodci	1 124	1 049	653
Rodinné	286	288	375
Jednotlivci – významné dny/ členové Konfederace politických vězňů	259	223	122
Hromadné – Dospělí	0	7	0
Hromadné – děti, studenti, důchodci	159	997	196
Hromadné – významné dny/ členové Konfederace politických vězňů	1 346	1 211	1 155

Návštěvnost se v **Památníku Vojna** zjišťuje pomocí prodaných vstupenek. Nevětší část návštěvníků tvoří jednotliví dospělí, jejichž počet se každý rok navyšuje. Pokles lze naopak vidět u dětí, seniorů a školních skupin.

b) Národnosti návštěvníků

„*Jako průvodce jsem **Jáchymovským peklem** nejvíce provedl Američanů, zejména tedy studentů, kteří studují v Česku. Za semestr je to přibližně 40 lidí“ (I6). Dále vzhledem k blízkosti hranic se tam nachází velký počet Němců. Přes Airbnb je naprostá většina zahraničních turistů. Přesnou statistiku nelze k charakteru místa zjistit.*

Památník Vojna prý navštěvují především čeští turisté. Vzhledem ke spolupráci s Deutscher Museums Bund mají zastoupení také německy hovořící turisté.

c) Zaměření marketingu

NS Jáchymovské peklo míří konkrétně na pedagogy a další osoby, které vzdělávají studenty o tématu politických vězňů, a na samotné studenty. Obecně lze ale dle I6 říci, že marketing může mířit na širokou veřejnost včetně rodin s dětmi atd.

Zaměření **Památníku Vojna** je jak na starší generace, zejména prostřednictvím výročních a kulturních akcí, tak i na školní skupiny v rámci vzdělávacích projektů.

Cena

a) Přehled cen a slev

Stezka **Jáchymovské peklo** je volně přístupná, nicméně lze ji projít s průvodcem prostřednictvím Airbnb Experience. Tam je cena stanovena na 2 500 Kč, která pokryje veškeré náklady. Cena je po celý rok prozatím stejná. Školní skupiny si platí jen lektora/průvodce a ten stojí 1 000 Kč.

Tabulka 32 Vstupné Památníku Vojna, Zdroj: vlastní zpracování dle Hornického muzea Příbram (2019a)

	Budovy areálu, prohlídka korekce, bunkru, ošetrovny, kulturního domu	Expozice Uran v českých dějinách + jízda hornickým vláčkem	Galerie	Všechny prohlídkové trasy
Dospělí	40 Kč	40 Kč	20 Kč	60 Kč
Děti, studenti, důchodci	20 Kč	20 Kč	10 Kč	30 Kč
Rodinné vstupné (2 dospělí+ 2-4 děti)	100 Kč	100 Kč		140 Kč

„Místo spojené se závažnými událostmi naší historie chceme zpřístupnit co možná nejširší veřejnosti, proto bylo stanoveno takové vstupné, aby bylo přijatelné i pro nízkopříjmové skupiny obyvatel“ (17). Cena je v **Památníku Vojna** po celý rok stejná a slevy pro děti, studenty a důchodce nabízí památník posledních 10 let. Vstupné za 1,- Kč mají členové Konfederace politických vězňů a zdarma pro držitele průkazů AMG, NPÚ, ICOMOS, ZMS, Deutscher Museumsbund (Hornické muzeum Příbram, 2019a). Obecně se kritika výše vstupného neobjevuje, naopak jsou lidé překvapení tím, jak je vstupné nízké.

Místo

Podle I6 je „původnost stezky **Jáchymovské peklo** zachována naprosto, trůufám si říci, že i na vědecké úrovni, protože to je náš hlavní cíl ji ukázat tak, jak vypadala za doby komunismu“. S problémy se tam spolek Političtí vězni.cz nesetkal, jen by tam dle předsedy občanského sdružení a zakladatele webu Političtí vězni.cz bylo potřeba dát více navigačních cedulí, což je věc organizace Českého klubu turistů, kteří jsou ale maximálně vytíženi.

Památník Vojna poskytuje ve věžeňském areálu prohlídku původních budov jak z dob, kdy to byl tábor zajatecký (1947), tak z dob využití areálu jako tábora nucených prací (1949-1961). Dále jsou zde k vidění repliky věžeňských budov, které byly přivezeny v rámci natáčení filmu „Nahý mezi vlky“ v letech 2014-2015. V roce 2004 byla do areálu dostavěna hlavní budova s recepcí, v ubytovacích objektech jsou instalované výstavy a do budov přidány popisky,

nicméně to autentičnost místa nijak nenarušuje. Se závažnějšími provozními problémy se památník nesetkal.

Propagace

a) Webové stránky

NS Jáchymovské peklo nemá vlastní webové stránky, ale je propagována skrz stránky spolku www.politictivezni.cz. Dále se vyskytuje na již zmíněném portálu Airbnb, na stránkách města Jáchymov a Štoly č. 1.

Po zadání „Naučná stezka Jáchymovské peklo“ do prohlížeče Google.com (k datu 17. 3. 2019) se zobrazily tyto stránky:

1. www.bozidar.cz
2. www.mestojachymov.cz
3. www.politictivezni.cz
4. cs.wikipedia.org
5. www.zivykraj.cz jakožto oficiální stránka Karlovarského kraje

Webové stránky www.politictivezni.cz jsou celkem přehledné, vyskytují se tam aktuální informace, historický výklad k vývoji vlivu komunismu na území Československa, historie a současnost NS Jáchymovské peklo, přehled partnerů a seznam webových odkazů na organizace, muzea a instituce týkající se tématu politických vězňů. **Některé odkazy nejsou plně funkční.** Jsou zde dohledatelné také informace o zakladatelích spolku spolu s kontakty. Stránky nabízejí mutaci v **anglickém jazyce, kde ale chybí konkrétní informace o stezce**, jak je k tomu v české verzi webu, naopak se zde oproti české verzi nachází cena a popis prohlídky stezky skrz portál Airbnb. Také je zde možnost německé mutace webu, kde lze najít základní informace. Speciální formulář na zpětnou vazbu zde není, nicméně se členové spolku snaží vyzývat návštěvníky k recenzi přes email či Facebook. Zpětná vazba je ale silná na portálu Airbnb, kde se nachází až 24 pozitivních recenzí (Airbnb, 2019). Virtuální prohlídka stezky není na stránkách možná a na sledování návštěvnosti není, dle I6, kapacita. Do budoucna plánuje spolek webové stránky uživatelsky vylepšit.

Památník Vojna je propagován v rámci Hornického muzea Příbram na stránkách www.muzeum-pribram.cz. Hornické muzeum zatím nepřemýšlí o vytvoření samostatných

stránek Památníku Vojna, jelikož na to nemá kapacity. Dále je památník propagován na stránkách Středočeského kraje.

Po zadání „Památník Vojna“ do prohlížeče Google.com (k datu 17. 3. 2019) se zobrazily tyto stránky:

- 1) www.muzeum-pribram.cz
- 2) cs.wikipedia.org
- 3) www.Kudyznudy.cz
- 4) www.filmcommission.cz
- 5) www.pametnimista.usd.cas.cz

Webové stránky Hornického muzea Příbram nejsou zrovna moderní, ale poskytují veškeré užitečné i zajímavé informace. Nachází se zde obsáhlá historie vězeňského zařízení Vojna, kontakty, mapa, otevírací doba, vstupné a informace o pořádaných akcích a výstavách. Stránky jsou dostupné jak v anglickém, tak německém jazyce, pouze konané akce nejsou do cizích jazyků přeloženy. Prostor pro zpětnou vazbu zde není. V areálu památníku je návštěvní kniha, kde se ale dle I7 nachází málo příspěvků, o které by se dalo opřít. „Do budoucna plánujeme stránky uživatelsky vylepšit a zpětnou vazbu získávat od návštěvníků osobně“ (I7).

Tabulka 33 Analýza webových stránek památek komunismu, Zdroj: vlastní zpracování

	Jáchymovské peklo	Památník Vojna
Jazykové mutace	AJ, NJ	AJ, NJ
Informace o cenách	ANO – pouze v anglické verzi	ANO
Prostor pro zpětnou vazbu	NE	NE
Virtuální prohlídka	NE	NE
Výroční zprávy	ANO- 2011–2014	ANO – jen za rok 2018
Vyhledávač	ANO	ANO
Informace o akcích	ANO	ANO
Sledování návštěvnosti	NE	ANO

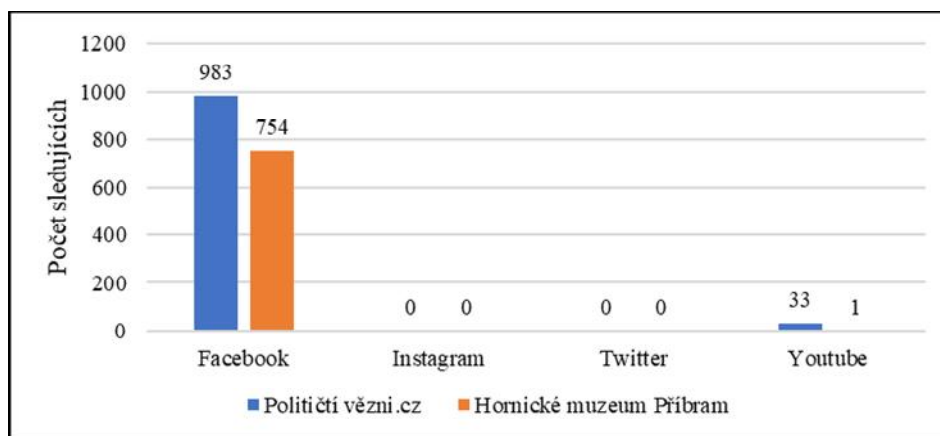
b) Sociální sítě

Tabulka 34 Analýza sociálních sítí památek komunismu, Zdroj: vlastní zpracování

SOCIÁLNÍ SÍŤE	Facebook	Instagram	Twitter	YouTube	Tripadvisor
Jáchymovské peklo	ANO- „Političtí vězni.cz“	NE	NE	ANO- „Political prisoners.eu“	NE
Památník Vojna	ANO- „Hornické muzeum Příbram“/ „Památník Vojna“	NE	NE	NE	ANO

Spolek **Političtí vězni.cz** spravuje aktivně pouze Facebook. „S negativními či vulgárními komentáři jsme se setkali například jen s dvěma či třemi, jinak vůbec. Nejsme spojeni s žádnou rasovou tematikou, tak nejsme takovým terčem, komunisté na nás naopak nechtějí poukazovat a zviditelňovat nás“ (I6). Dle vlastní analýzy komentářů za rok 2018 a 2019 (k datu 17. 3. 2019) se nevyskytoval žádný nevhodný komentář, u většiny příspěvků komentují ti samí uživatelé.

Památník Vojna je Facebooku propagován prostřednictvím účtu Hornického muzea Příbram, lze ale nalézt také neoficiální stránku „Památník Vojna“, na kterou návštěvníci vkládají fotografie a recenze. Na oficiální stránce muzea je o Památníku Vojna minimum příspěvků za rok 2018 a 2019 (k datu 17. 3. 2019) a nevyskytují se u nich žádné nevhodné komentáře. Na neoficiálním účtu Památník Vojna se u fotografií, ze kterých se stránka skládá, také nevyskytují žádné nevhodné komentáře.



Graf 2 Počet sledujících na sociálních sítích památek komunismu k únoru 2019, Zdroj: vlastní zpracování

Na facebookovém účtu **Političtí vězni.cz** lze již na hlavní stránce vidět logo NS Jáchymovské peklo, dále se zde nachází kontaktní údaje a informace o činnosti spolku. Příspěvky se týkají nejen tématu komunismu a táborů nucených prací, ale i jiných nedemokratických režimů ve

světě. Spolek také přes Facebook zve na, nejen své, zajímavé akce a sdílí aktuality ze světa. Není zde žádné hodnocení od uživatelů.

Hornické muzeum Příbram sdílí především pozvánky na akce a aktuality z muzea. Dostupné zde jsou kontakty a mapa. Uživatelé muzeum hodnotí 4,7/5 a všechny recenze jsou pozitivní, konkrétně na Památník Vojna je zde pouze jedna recenze. Na neoficiální stránce Památníku Vojna je hodnocení 5/5 a všechny recenze jsou pozitivní a zachovávají pietu.

Na YouTube umístil spolek **Politíční vězňi.cz** několik videí, první z nich již z roku 2012. Videá jsou jak o stezce Jáchymovské peklo, tak o příbězích politických vězňů, a to i v anglickém či německém jazyce.

Památník Vojna má na Tripadvisoru hodnocení 4,5/5 z celkových 20 recenzí především v anglickém jazyce. Nachází se zde jen jeden dotaz v cizím jazyce, na který nebylo památníkem odpovězeno. Politíční vězňi.cz nyní jedná s Tripadvisorem o zařazení **NS Jáchymovské peklo** na portál.

c) Reklama

Spolek Politíční vězňi.cz propagoval zejména při znovuotevření **NS Jáchymovské peklo** přes tištěná média. „*Televize a rádio tu stezku taky čas od času propagují, ale je to z jejich iniciativy, ne že bychom my někomu psali, aby přijel*“ (I6).

Památník Vojna spolupracuje zejména s regionálními médii, jako například s televizí Fonka, kterou dle I7 hodně lidí v regionu sleduje. S televizí má Hornické muzeum vzájemnou spolupráci, v rámci které jezdí dělat reportáže a ukázky i na popud muzea. ČT jezdí dělat reportáže z vlastní iniciativy. „*Pořad Toulavá kamera je pro nás velice přínosný, jelikož hned po odvysílání reportáže zjišťujeme zvýšení návštěvnosti*“ (I7). Pobočky Hornického muzea Příbram se objevují zejména v lokálních novinách a časopisech, jako je Týdeník Periskop či Příbramský deník, do celostátních tištěných médií se muzeum dostává při konání významnější akce jako například Den památky obětí komunistického režimu. Muzeum má spolupráci také s regionálním rádiem, kam podává různé rozhovory, či si reportéři přijíždí dělat reportáže sami. Na Českém rozhlasu 2 přidává muzeum upoutávky na zajímavé akce.

Spolek Politíční vězňi.cz vydal také leták s informacemi o stezce i o samotném spolku s mapou **NS Jáchymovské peklo** a jejími zastaveními, který je dostupný v informačním centru

v Jáchymově. Část letáku je přeložena do angličtiny a dle vlastní analýzy nebyl zjištěn nevhodný či neetický obsah. Školám jsou nabídky zasílány spíše elektronicky. **Památník Vojna** je propagován skrz plakáty po Příbrami a okolí, má také svůj leták s historickými informacemi a kontakty v českém, anglickém a německém jazyce, který je dostupný v informačním centru v Příbrami, v Hotelu Belveder v Památníku Antonína Dvořáka ve Vysoké u Příbrami a v Techmanii v Plzni. **V letáku chybí informace o otevírací době.** Dle vlastní analýzy neobsahuje neetický obsah. Na ulici před odbočkou na památník je vyvěšený billboard.

d) Public relations a publicita

Spolek Političtí vězni.cz vydává výroční zprávy, na jejich webových stránkách jsou ale dohledatelné pouze do roku 2014. Tiskovou zprávu vydal spolek k obnově **NS Jáchymovské peklo**, která je dohledatelná na webových stránkách, dále přibližně 1x ročně rozesle médiím tiskovou zprávu o tom, co se podařilo udělat. **Hornické muzeum Příbram** vydává každý rok výroční zprávy, aktuální je vždy dostupná na internetových stránkách. Dále rozesílá tiskové zprávy a pozvánky k významným akcím jak regionálním, tak celostátním médiím.

Na **NS Jáchymovské peklo** se již po 26. (v roce 2018) poslední víkend v září koná akce „Mohyla Eliáš“, kde je ale hlavní pořadatel Skautské středisko Arnika Jáchymov, spolek Političtí vězni.cz na akci bere americké studenty. Na Den památky obětí komunistického režimu 27. 6. tam pořádá akce Konfederace politických vězňů. V tento den v roce 2015 byla obnovena **NS Jáchymovské peklo**, v rámci čehož byl pořádán koncert Tap Tap. Tato akce přivedla do Jáchymova až 200 lidí, a tak je tato považována za zatím nejúspěšnější. K propagaci dle I6 razantně přispěla propagace skrz Facebook.

Památník Vojna pořádá každoročně od roku 2008 speciální akci ke Dnu obětí komunistického režimu 27. 6. V roce 2018 spojil připomínku významného dne s prezentací děl žáků na téma „Oběti totalitních režimů“, mší a výstupy členů Konfederace politických vězňů. Vstup na akci byl zadarmo a přišlo 320 návštěvníků (Hornické muzeum Příbram, 2019b). Od roku 2017 pořádá dále speciální akci k 17. 11. s komponovaným programem k uctění památky perzekuovaných vězňů. V roce 2018 se pietního aktu zúčastnilo 150 návštěvníků za zvýhodněné vstupné (Hornické muzeum Příbram, 2019b).

Ve dne 21. 10. 2018 se konal první „Běh pro republiku“ v okolí Památníku Vojna na počest osobností vězněných na Příbramsku. Každý rok bude věnován jiné osobnosti. Prvního ročníku se zúčastnilo 100 dospělých a 20 dětí (Hornické muzeum Příbram, 2019b).

Spolek **Politictí vězni.cz** zve různě v průběhu roku především regionální televizi, rádio a místní deníky obce Boží dar. Občas přijíždí také ČTK a Český rozhlas. O akcích informuje **Hornické muzeum Příbram** jak lokální a regionální média, tak celostátní, jako je ČT, Právo či Seznam zprávy prostřednictvím tiskových zpráv.

V tabulce 35 je přehled veletrhů konaných v České republice. Odpovědi jsou platné pro rok 2018 a 2019.

Veletrhy	Holiday World	Infotour	Euroregion Tour	Tourism Expo	Travelfest	Go a Region Tour	Jiné
Jáchymovské peklo	NE	NE	NE	NE	NE	NE	NGO Market, Korzo národní
Památník Vojna	ANO	NE	NE	NE	NE	ANO	Itep Plzeň, Czech Travel Market Praha

Tabulka 35 Účast památek komunismu na veletrzích ČR, Zdroj: vlastní zpracování

„Jako spolek nejsme komerční, proto se ani komerčních veletrhů ČR neúčastníme“ (I6).

K veletrhům vydává **Hornické muzeum Příbram** veletržní časopis, ve kterém je obsažena reklama na všechny pobočky muzea „Na Itep Plzeň jsme jako součást Příbrami, nemáme samostatný stánek“ (I7).

Spolupráce

a) Školy a vzdělávací zařízení

Spolek **Politictí vězni.cz** spolupracuje s řadou škol z regionu, ale i například s Česko-německým gymnáziem v Pirně. Dále v rámci propojení s projekty Stopy totality a Moderní dějiny provádějí studenty a pedagogy z dalších škol. Pro studenty poskytují film a metodické listy.

Ve spolupráci s organizací Eutis, BBAG a podporou programu Erasmus+ připravil spolek projekt „Učíme se z minulosti“, kde se pedagogové a pracovníci s mládeží dozvědí, jak efektivně učit o 20. století a vzniku totalitních režimů (Eutis, o.p.s., 2019). Projekt bude probíhat v rámci seminářů v Postupimi a Jáchymově během roku 2019 (Eutis, o.p.s., 2019).

Na prohlídky **Památníku vojna** prý jezdí víceméně školy z celé ČR, „nejvíce ale z okolí, středních Čech, z Prahy a případně z okrajů jižních Čech“ (I7). Na vzdělávací projekty kontaktuje památník školy z Příbrami a okolí. Na webových stránkách jsou k dispozici pracovní listy jak pro žáky základních, tak středních škol, reakce na ně jsou dle I7 veskrze pozitivní.

b) Místní samospráva

NS Jáchymovské peklo pod Spolkem **Političtí vězni.cz** spolupracuje jak s městem Jáchymov, tak Boží Dar. Tato města stezku propagují a pomohli k její obnově. Informace o stezce najdeme jak na oficiálním webu města Jáchymov (Město Jáchymov, 2019), tak i města Boží Dar (Boží Dar, 2019)

S městem Příbram spolupracuje Hornické muzeum Příbram zejména po propagační stránce, se Středočeským krajem, jakožto zřizovatelem, hlavně po stránce finanční. Na oficiálních turistických stránkách města Příbram najdeme informace konkrétně k **Památníku vojna** (Město Příbram, 2019).

c) Ostatní subjekty cestovního ruchu zaměřené na totalitární režimy v ČR

Spolek **Političtí vězni.cz** nemá navázanou nějakou hlubší spolupráci s jiným subjektem zaměřeným na totalitární režimy v ČR. „S táborem vojna o sobě víme, hlavně prostřednictvím konkrétních historiků, kteří tam pracují, s těmi například spolupracujeme na nějakých projektech a propagujeme se, ale není to nic konkrétního“ (I6).

Památník vojna nyní nespolupracuje s žádným subjektem cestovního ruchu zaměřeným na totalitární režimy v ČR.

Co se týče neziskových organizací, spolupracuje spolek **Političtí vězni.cz** s Konfederací politických vězňů, spíše tedy s konkrétními členy konfederace, s Člověkem v tísní v rámci programu Jeden svět na školách. Dále je to organizace Eutis a projekt Stopy totality. Podporuje také Iniciativu za důstojné využití věznice v Uherském Hradišti. Spolupráce také probíhá se Štolou č. 1, a to především v rámci propagace. Pobočka Hornického muzea Příbram **Památník vojna** spolupracuje s VHÚ, ÚSTR, Úřadem dokumentace zločinů komunismu, Konfederací politických vězňů, Muzeum III. odboje, tam probíhá spolupráce zejména ve výzkumné a publikační činnosti a v rámci akcí. Organizace Post Bellum spravuje naučnou

stezku „Po stopách politických vězňů“, kde si lze prostřednictvím QR kódů stáhnout audionahrávku s konkrétními příběhy vězňů. Orbis Pictus Europa spravuje výtvarné výstavy.

d) Zahraniční spolupráce

Spolek **Politických vězňů.cz** má navázanou spolupráci v Německu, například s Česko-německým gymnáziem v Pirně či s Postupimí v rámci projektu Učíme se z minulosti. Na Slovensku spolupracuje s Ústavem paměti národa. Dále jsou to různé prezentace členů spolku v zahraničí – například v Mexiku a Finsku.

Dlouhodobou spolupráci má **Památník Vojna** s Deutscher Museumsbund, jehož je Hornické muzeum Příbram řádným členem.

e) Czech Tourism

Spolek **Politických vězňů.cz** nespolupracuje s Českou centrálou cestovního ruchu. Na portálu Kudy z nudy má NS Jáchymovské peklo svou stránku, kde se nachází stručná charakteristika stezky. Jako provozovatel je tu uvedeno město Jáchymov s kontakty na informační centrum a odkazem na stránky Karlovarského kraje (CzechTourism, 2019g).

Památník Vojna spolupracuje s Czech Tourism na propagační úrovni, a to především na portálu Kudy z nudy. Na portálu lze najít historické informace o památníku, co lze vidět a aktuální kontaktní údaje s mapou (CzechTourism, 2019h).

f) CK a CA

Spolek **Politických vězňů.cz** zatím nespolupracuje s žádnými CK ani CA kvůli nedostatečnému množství prostředků.

Hornické muzeum Příbram spolupracuje s CK Travez, Ca Hvězdička a Prago Tour, v rámci které nabízí svůj zájezd především školním skupinám.

Negativní reakce a etická stránka marketingu

Jeden z problémů, se kterými se spolek **Politických vězňů.cz** setkává, je záměna spolku s Konfederací politických vězňů, kde se sdružují političtí vězni, zatímco ve spolku Politických vězňů.cz jsou lidé zajímající se o toto téma. Především nyní, kdy se vedou různé spory v Konfederaci politických vězňů, je nezbytné, aby se tyto dvě organizace odlišovaly.

Dle předsedy spolku je důležité mít všechny informace, které spolek vydává do světa podloženy, aby byly validní a nikoho neurážely.

S přímou kritikou či negativní reakcí na činnosti spolku se Političtí vězni.cz nesetkávají, ale z doslechu občas slyší, pravděpodobně od komunistů, že období totality moc připomínají.

*„U marketingu **Památníku Vojna** se vyvarujeme nějakých křiklavých nápisů a zachováváme věcný a formální tón“ (I7). „Jediné, kdy to byl menší problém, bylo při psaní článku o filmovém natáčení v památníku, protože je tam tenká hranice, kdy to může sklouznout k bulvárnímu článku, a s tím by se památník neměl spojovat“ (I7).*

Na **NS Jáchymovské peklo** není v silách spolku uhlídat, kdo si tam co a jakým způsobem fotografuje, tudíž to není nijak omezeno. Fotografování je po celém **Hornickém muzeu Příbram** povoleno za poplatek 20 Kč. *„Nikdy jsme nemuseli řešit, že by se tam někdo nějak nevhodně fotil, ti lidé tam chodí s určitou pietou“ (I7).*

5. Shrnutí výsledků

Teoretická východiska poskytla podklad k výzkumu marketingu zvolených subjektů. Ten byl zjištěn strukturovanými rozhovory s odpovědnými pracovníky subjektu a následně s pomocí analýzy dokumentů, webových stránek a sociálních sítí rozebrán do konkrétních kategorií.

Pomocí řízených rozhovorů bylo zjištěno, že Památník Terezín, Památník Lidice a Ležáky spadají pod správu Ministerstva kultury jako jeho státní příspěvkové organizace. Památník Lety u Písku a Hodonín u Kunštátu patří Muzeu romské kultury, které je státní příspěvkovou organizací Ministerstva kultury, přičemž tyto památníky nejsou ještě plně otevřeny veřejnosti. NPHH spravuje Vojenský historický ústav a Památník Vojnu Hornické muzeum Příbram jako jejich pobočky. Naučná stezka Jáchymov je spravována dobrovolnickým spolkem Političti vězni.cz.

Na základě empirického výzkumu lze vyvodit:

- I. **Marketing jednotlivých památek komunismu se liší** navzdory stejnému totalitárnímu režimu, ze kterého vznikly. Odlišnosti jsou způsobeny rozdílnými charaktery míst, správci, a tím i financováním.
- II. **Marketing státních příspěvkových organizací Ministerstva kultury je ve většině aspektů stejný**, což lze vysvětlit dostatkem finanční podpory a specializovanými marketingovými pracovníky pro daný subjekt.
- III. **Bylo možno vytvořit koncepci tří úrovní produktu (Příloha 3) pro Památník Terezín, Lidice, Ležáky, NPHH, NS Jáchymovské peklo a Památník Vojna.**
- IV. **Největší návštěvnost za rok 2018 zaznamenal Památník Terezín a Památník Lidice.** Nelze ale říci, že návštěvnost závisí na totalitárním režimu, za kterého památníky vznikly.
- V. **Větší poměr zahraničních turistů byl zjištěn u subjektů spolupracujících s cestovními kancelářemi/agenturami pro zahraniční turisty či u subjektů nacházejících se v Praze či v její blízkosti**, tedy v Památníku Terezín, Lidice a NPHH. Naučnou stezku Jáchymov navštíví více zahraniční turisté v rámci balíčku nabízeném na Airbnb.
- VI. **Dle informátorů přichází návštěvníci na místa temného cestovního ruchu za poznáním historie, a tak jsou subjekty zejména propagovány.** Památník Lety

u Písku a Hodonín u Kunštátu jsou navštěvovány z jiných důvodů, jako jsou politické kauzy či v rámci jiných aktivit, protože nejsou dokončeny.

- VII. **Suvenýry se nejvíce prodávají na místech, kde není vstupné** – NPHH a Naučná stezka Jáchymovské peklo, což lze považovat za podporu a příspěvek k údržbě míst. Dále se prodávají **na místech s větší koncentrací dětí**, a to v Lidicích, Ležákách a v Památníku Vojna.
- VIII. **Cena vstupného se u kamenných subjektů zvyšuje v závislosti na počtu expozi**c, které daný subjekt nabízí. Se stížnostmi na výši vstupného se setkává Památník Terezín a Lidice.
- IX. **Všechny subjekty se snaží o zachování maximální autentičnosti**, čímž se nejtemnější místa na škále mají vyznačovat.
- X. **Webové stránky Památníku Terezín, Lidice a Ležáky byly dle kritérií vyhodnoceny jako nejpřehlednější a pro návštěvníka nejužitečnější**. Se stránkami Památníku Vojna se nachází na první pozici ve vyhledávači Google, což může pozitivně působit na potenciální návštěvníky.
- XI. **Za nejsledovanější a nejužitečnější sociální síť je považován Facebook** v závislosti na počtu sledujících a na obsažených informacích. Facebook je také hojně používán pro zpětnou vazbu, která je minimálně negativní či neetická. Na nevhodné komentáře a hodnocení je většinou reagováno správcem sítě, což může vést ke vzdělání uživatelů v oblasti totalitárních režimů a historie. Sociální síť **Tripadvisor naopak může motivovat, zejména zahraniční turisty k návštěvě míst pomocí recenzí od ostatních uživatelů**. Další sociální sítě byly vyhodnoceny jako zbytné.
- XII. **Placenou reklamu subjekty téměř nevyužívají**. Za efektivní stále považují tištěné letáky, které nabízejí ve více jazykových mutacích. U jejich vydávání berou zřetel především na validitu a formálnost obsažených informací.
- XIII. **Komerčních veletrhů cestovního ruchu se účastní pouze státní příspěvkové organizace a Památník Vojna**.
- XIV. **Na všech vybraných místech temného cestovního ruchu lze navštívit tematickou akci k výročí významných dnů souvisejících s totalitárními režimy**. Akce, které se netýkají historie, ale zároveň nenarušují pietu místa,

mohou napomoci k motivování návštěvníků, kteří se o historii nezajímají, a tak by se na místo jinak nepodívali.

- XV. Vzdělávací činnost je jednou z hlavních náplní všech subjektů.**
- XVI. Památky nacismu spolu spolupracují** především na expoziční a propagační činnosti. **Památky komunismu spolu nespolupracují.**
- XVII. Všechny subjekty kromě NPHH mají navázanou spolupráci v zahraničí,** ta může zajistit větší povědomí o novodobé historii České republiky ve světě a příliv zahraničních turistů.
- XVIII. Czech Tourism poskytuje subjektům propagaci prostřednictvím portálu Kudy z nudy.cz,** který může být inspirací pro návštěvu českých turistů. Subjekty by se tím pádem měly snažit o aktuálnost informací na tomto portálu.
- XIX. Vybrané subjekty se staví k problematice marketingu temných míst zodpovědně a jsou si vědomy závažnosti tématu, kterému se věnují, a tak se s negativními reakcemi setkávají jen minimálně.**

Na základě zjištěných poznatků lze odpovědět na zvolené výzkumné otázky:

1. *Jak se liší marketingový mix vybraných subjektů temného cestovního ruchu?*

Nejvýznamnějšími odlišnostmi v marketingovém mixu vybraných subjektů je cenová politika, vzájemná spolupráce mezi místy vzniklými za stejných totalitárních režimů, využívání služeb cestovních kanceláří a agentur, poměr zahraničních a českých turistů a vlastnění samostatné webové domény a její vzhled.

2. *Ovlivňuje marketing typ totalitárního režimu, za kterého subjekty vznikly?*

Nebyl zjištěn vliv totalitárního režimu na odlišnosti v marketingu míst. Odlišnosti vznikají především v závislosti na charakteru místa, typu správy a financování.

3. *Je při tvorbě marketingu těchto míst zvažována etická stránka?*

Ze strany subjektů nebylo zjištěno porušení etické stránky marketingu. Projevy neetického chování vycházejí od návštěvníků, politiků či jiných subjektů.

6. Závěry a doporučení

V bakalářské práci bylo zjištěno, že typ totalitárního režimu zřejmě nemá vliv na aplikaci marketingu. Naopak aspekt, který hraje roli, je to, kdo a jak spravuje daný subjekt. Státní příspěvkové organizace mají na marketing více, nejen finanční, podpory ze strany státu, a tak ji mohou využít k lepší marketingové strategii, což má za následek větší povědomí lidí o těchto subjektech. Naopak ty, které státní příspěvkové organizace nejsou, mají především problém s tím, že spravují další subjekty, a proto není v jejich silách se specificky věnovat marketingu každého z nich, anebo je to spolek, jako Političtí vězni.cz, který nemá dostatek financí a kapacit pro uskutečnění jeho cílů. Pro efektivitu marketingu míst obou totalitárních režimů by bylo vhodné, aby spolu subjekty spolupracovaly, navzájem se podporovaly a tím vzdělávaly nejen mladou generaci, ale i ostatní, ze kterých vychází neetické chování. Právě kvůli tomuto poslání by subjekty měly být podporovány ze stran vzdělávacích institucí a třeba i Ministerstva školství ČR.

Není pochyb o tom, že tato místa nejsou klasickou turistickou atraktivitou, a proto na ně nelze aplikovat typické marketingové praktiky jako například podporu prodeje, či velkou reklamní kampaň. Na druhou stranu se nemusí omezovat jen na činnosti týkající se historie, jak lze vidět například u Památníku Lidice či Ležáky, kdy se ohledně jejich akcí nesetkávají s kritikou veřejnosti, ba naopak na ně jezdí čím dál více lidí.

Za nejdůležitější součásti marketingového mixu lze v případě míst temného cestovního ruchu považovat produkt a jeho autentičnost, propagaci především v rámci public relations a spolupráci jak mezi samotnými subjekty, tak i se vzdělávacími, zahraničními institucemi a neziskovými organizacemi.

V závislosti na výzkumu a vlastních poznatcích je doporučeno:

- Památníky Lety u Písku a Hodonín u Kunštátu, které teprve čeká přeměna na důstojný památník, by se měly v marketingu inspirovat Památníkem Terežín, Lidice a Ležáky, protože sjednocený marketing všech státních příspěvkových organizací může vést k úspěšné spolupráci všech památníků, díky které se, zejména na začátku jejich fungování, památníky dostanou do povědomí lidí.

- Sociální sítě se čím dál víc stávají důležitější pro potenciální návštěvníky, proto by se subjekty měly snažit o správnost a aktuálnost informací na nich obsažených.
- Vzhledem ke stejnému tématu, kterému se Památník Vojsna a Naučná stezka Jáchymovské peklo věnují, by měly tyto subjekty navázat spolupráci, ať už v rámci vzájemné propagace, tak i například u společných seminářů a vzdělávacích aktivit. Naučná stezka Jáchymovské peklo by se od Památníku Vojsna či Památníku Ležáky mohla inspirovat akcemi, jako je „Memoriál Karla Kněze“ či „Běh pro republiku“, který by na stezku mohl přilákat nejen děti, ale i další generace z regionu.
- Veřejnoprávní média by měla informovat o akcích během celého roku, ne pouze o těch výročních. Tím by se subjekty dostaly do povědomí lidí i jiným způsobem než jako historická místa, a tak by mohly přilákat širší veřejnost.

Daná problematika by měla být do budoucna zkoumána i na straně (potenciálních) návštěvníků, aby bylo zjištěno, zda je uvedený marketing subjektů efektivní a jaký je jejich pohled na etickou stránku jeho aplikace.

7. Zdroje

21. Století. (2010). *Železná opona: hranice mezi dvěma světy- 21. století*. [online] Dostupné z: <https://21stoleti.cz/2010/12/22/zelezna-opona-hranice-mezi-dvema-svety/> [cit. 06. 12. 2018].

Airbnb. (2019). *Czechoslovak Gulag Experience – Airbnb*. [online] Dostupné z: <https://www.airbnb.com/experiences/185969?source=pdpother§ionId=8b7423f2-8814-485e-90bc-cc0ce9209eec> [cit. 17.3. 2019].

Americká marketingová asociace. (2013). *Definition of marketing – American Marketing Association*. [online] Dostupné z: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx> [cit. 30.11. 2018].

BALÍK, Stanislav; KUBÁT, Michal. *Teorie a praxe totalitních a autoritativních režimů*. Praha: Dokořán, 2004. ISBN 80-86569-89-6

BLOM, Thomas. *Morbid tourism-a postmodern market niche with an example from Althorp*. Norsk Geografisk Tidsskrift, 2000. 54(1), 29-36.

Boží Dar (2019). *Naučná stezka Jáchymovské peklo – Boží Dar*. [online] Dostupné z: <http://www.bozidar.cz/cs/priroda/naucne-stezky/jachymovske-peklo.html> [cit. 17.3. 2019].

BURIAN, Michal. *Atentát: operace Anthropoid 1941-1942*. Praha: Ministerstvo obrany České republiky – Agentura vojenských informací a služeb, 2002. ISBN 80-7278-157-x.

COHN, Brandy. *Into the dark: marketing strategies for dark tourism management*. Pennsylvania, 2013. Baccalaureate degree. THE PENNSYLVANIA STATE UNIVERSITY.

CzechTourism (2018). *30 tipů na temné cestování v Česku – Kudy z nudy*. [online] Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktuality/10-tipu-na-temne-cestovani-v-Cesku.aspx> [cit. 30. 11. 2018].

CzechTourism (2019a). *Památník Terezín – nahlédněte do temné minulosti pevnostního města – Kudy z nudy* [online]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/pamatnik-terezin.aspx> [cit. 14.3.2019].

- CzechTourism (2019b). *Národní památník hrdinů heydrichiády při chrámu sv. Cyrila a Metoděje v Praze- Kudy z nudy* [online]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivita-a-akce/aktivita/narodni-pamatnik-hrdinu-heydrichiady-pri-chramu-sv.aspx> [cit. 14.3.2019].
- CzechTourism (2019c). *Památník Lidice – vzpomínka na obec vypálenou nacisty – Kudy z nudy* [online]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivita-a-akce/aktivita/pamatnik-lidice-pripomina-pochmurnou-minulost.aspx> [cit. 14.3.2019].
- CzechTourism (2019d). *Památník obětem vypálené vesnice Ležáky – Kudy z nudy* [online]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivita-a-akce/aktivita/pamatnik-obetem-vypalene-vesnice-lezaky.aspx> [cit. 14.3.2019].
- CzechTourism (2019e). *Pietní místo Lety u Písku – památník obětem romského holocaustu- Kudy z nudy* [online]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivita-a-akce/aktivita/pamatnik-lety-u-pisku---pamatnik-obetem-romskeho-h.aspx> [cit. 14.3.2019].
- CzechTourism (2019f). *Památník romského holocaustu v Hodoníně u Kunštátu – Kudy z nudy* [online]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivita-a-akce/aktivita/pamatnik-romskeho-holocaustu-v-hodonine-u-kunstatu.aspx> [cit. 14.3.2019].
- CzechTourism (2019g). *Jáchymovské peklo – Kudy z nudy* [online]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivita-a-akce/aktivita/jachymovske-peklo.aspx> [cit. 18. 3. 2019].
- CzechTourism (2019h). *Památník Vojna Lešetice u Příbrami – jediný dochovaný komunistický lág v Česku – Kudy z nudy* [online]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivita-a-akce/aktivita/pamatnik-vojna-lesetice-u-pribrami---jediny-dochov.aspx> [cit. 19.3.2019].
- Deník.cz (2018). *Anketa o 10 nejděsivějších míst Česka: Vítězí Terežín*. [online] Dostupné z: https://www.denik.cz/rodina/10-nejdesivejsich-mist-ceska-vitez-terezin20190228.html?fbclid=IwAR0MA7gg_vspNkXIJNBO9YEk-cYrUbLJ8mPY4dtAgL6wSvRkc8eInnXOZmo [cit. 30. 11. 2018].
- DUNKLEY, Ria Ann; MORGAN, Nigel; WESTWOOD, Sheena. A shot in the dark? Developing a new conceptual framework for thanatourism. *Asian Journal of Tourism and Hospitality*. 2007, 1(1), 54-63.
- Eutis, o.p.s. (2019). *Učíme se z minulosti – práce s místy paměti – Eutis*. [online] Dostupné z: <https://eutis.cz/projekty/ucime-se-z-minulosti/> [cit. 17.3. 2019].

FIALOVÁ, D. Místa konfliktů jako turistická atraktivita? *Geografické rozhledy*. 2016, 25(3), 30–31.

Hodoninukunstatu.cz (2019). *Více o obci – Oficiální web obce Hodonín u Kunštátu*. [online]. Dostupné z: <http://www.hodoninukunstatu.cz/vice-o-obci/d-1014/p1=1041> [cit. 28. 3. 2019].

HOOPER, Glenn; LENNON, John J. (ed.). *Dark tourism: Practice and interpretation*. New York: Routledge, 2016, 218 s.

HORA, J. (2016). *Arbeit macht frei. Autobus s reklamou láká do Osvětimi jako do lunaparku - iDNES.cz*. [online] iDNES.cz. Dostupné z: https://brno.idnes.cz/autobus-reklama-na-vylet-do-osvetimi-dsc-/brno-zpravy.aspx?c=A160812_093218_brno-zpravy_krut [cit. 30. 11. 2018].

Hornické muzeum Příbram. In: *Facebook* [online]. Dostupné z https://www.facebook.com/HornickemuzeumPribram/?epa=SEARCH_BOX [cit. 18. 3. 2019].

Hornické muzeum Příbram. (2018). *Z historie vězeňského zařízení Vojna – Hornické muzeum Příbram*. [online] Dostupné z: <https://www.muzeum-pribram.cz/cz/pamatnik-vojna-lesetice/z-historie/> [cit. 30. 11. 2018].

Hornické muzeum Příbram (2019a). *Vstupné – Památník Vojna Lešetice*. [online] Dostupné z: <https://www.muzeum-pribram.cz/cz/pamatnik-vojna-lesetice/vstupne/> [cit. 18. 3. 2019].

Hornické muzeum Příbram (2019b). *Zpráva o činnosti Hornického muzea Příbram, příspěvkové organizace, za rok 2018* [online]. Příbram. Dostupné z: <https://www.muzeum-pribram.cz/userfiles/dokumenty/Zpr%C3%A1va%20o%20%C4%8Dinnosti%20za%20rok%202018.pdf>

iDNES.cz. (2007). *Kontroverzní reklama vynesla Lidicím ocenění - iDNES.cz*. [online] Dostupné z: https://zpravy.idnes.cz/kontroverzni-reklama-vynesla-lidicim-oceneni-fo9-/domaci.aspx?c=A070403_223813_domaci_mia [cit. 30.11. 2018].

JAHNKE, Daniela. *Dark Tourism and Destination Marketing*. 2013. Kajaani University of Applied Sciences.

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

- KOČIAN, J. (2008). *NÁSTUP KOMUNISTICKÉ TOTALITY V ČESKOSLOVENSKU – Akademický bulletin*. [online] Akademický bulletin. Dostupné z: <http://abicko.avcr.cz/2008/2/04/nastup-komunisticke-totality-v-ceskoslovensku.html> [cit. 30. 11. 2018].
- KOLÁŘ, O. (2011). *Nacismus v Československu- Moderní-Dějiny.cz*. [online] Moderní-dejiny.cz. Dostupné z: <http://www.moderni-dejiny.cz/clanek/nacismus-v-ceskoslovensku/> [cit. 30. 11. 2018].
- KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. 208 s. ISBN 978-80-247-4603-6
- KP Pietní místo Lety. In: *Twitter* [online]. Dostupné z: <https://twitter.com/pietnimistolety?lang=cs> [cit. 14. 3. 2019].
- KRÁL, M. (2012). *Co je to SEO a proč je pro vaši firmu důležité – Marketup* [online]. Dostupné z: <http://www.marketup.cz/cs/blog/co-je-to-seo-a-proc-je-pro-vasi-firmu-dulezite> [cit. 5.4.2019].
- KULCSÁR, Erika; SIMON, Rozalina Zsófia. The magic of dark tourism. *Management & Marketing Journal*. 2015, 13(1), 124-136.
- LENNON, J. John; FOLEY, Malcolm. *Dark tourism*. Cengage Learning EMEA, 2000.
- LHOTKA, P. (2011) *Cikánský tábor v Hodoníně u Kunštátu- Holocaust.cz* [online]. Dostupné z: <https://www.holocaust.cz/dejiny/koncentracni-tabory-a-ghetta/cikansky-tabor-v-hodonine-u-kunstatu/> [cit. 30.11.2018].
- LHOTKA, P. (2015) *Cikánský tábor v Letech- Holocaust.cz* [online]. Dostupné z: <https://www.holocaust.cz/dejiny/koncentracni-tabory-a-ghetta/cikansky-tabor-v-letech/> [cit. 30.11.2018].
- Lidice Memorial. In: *Tripadvisor* [online]. Dostupné z: https://www.tripadvisor.cz/Attraction_Review-g1751939-d1136580-Reviews-Lidice_Memorial-Lidice_Central_Bohemian_Region_Bohemia.html [cit. 14. 3. 2019].

Město Jáchymov (2019). *Naučná stezka Jáchymovské peklo – Oficiální web města Jáchymov*. [online] Dostupné z: <http://www.mestojachymov.cz/naucna-stezka-jachymovske-peklo/d-2640/p1=2109> [cit. 17.3. 2019].

Město Příbram (2019). *Muzeum obětí komunismu a dějin uranového hornictví (Památník Vojna Lešetice) – Oficiální portál turistického informačního centra města Příbram*. [online] Dostupné z: <http://www.poznejpribram.cz/pobocky-hornickeho-muzea/pamatnik-vojna-lesetice> [cit. 19. 3. 2019].

MILES, W. F. S. Auschwitz: Museum Interpretation and Darker Tourism. *Annals of Tourism Research*, 2002, 29 (4), 1175-1178.

MRK. (2018a). *Lety u Písku – Současnost – Muzeum romské kultury*. [online] Dostupné z: <https://letypamatnik.cz/soucasnost/> [cit. 30. 11. 2018].

MRK. (2018b). *Hodonín u Kunštátu- Historie – Muzeum romské kultury*. [online] Dostupné z: <https://hodoninpamatnik.cz/historie/> [cit. 30. 11. 2018].

MRK (2019). *Výroční zprávy – Muzeum romské kultury*. [online] Dostupné z: <https://www.rommuz.cz/vyrocnizpravy/> [cit. 15. 3. 2019].

Národní památník hrdinů Heydrichiády v Praze. In: *Facebook* [online]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/narodnipamatnikhrdinuheydriadiyvpraze/> [cit. 14. 3. 2019].

Národní památník hrdinů Heydrichiády. In: *Tripadvisor* [online]. Dostupné z: https://www.tripadvisor.cz/Attraction_Review-g274707-d6588089-Reviews-National_Memorial_to_the_Heroes_of_the_Heydrich_Terror-Prague_Bohemia.html [cit. 14. 3. 2019].

NAVRÁTIL, J. a PÍCHA, K. Motivace k účasti na temném cestovním ruchu. *Czech Journal of Tourism*. 2012, roč. 1, č. 2, s. 156-167.

NĚMEC, V. a BAREK, D. (2018). *Normalizace v Československu (70. léta)*. [online] Dejepis.com. Dostupné z: <http://www.dejepis.com/ucebnice/normalizace-v-ceskoslovensku-70-leta/> [cit. 30. 11. 2018].

NĚMEC, V. a KOHUT, M. (2018). *Totalitní systémy meziválečného období*. [online] Dejepis.com. Dostupné z: <http://www.dejepis.com/ucebnice/totalitni-systemy-mezivalecneho->

[obdobi/?fbclid=IwAR0N5agah07UPJGGEwHAmStZkgDiM3wXHDP_YarlIJydm3eAh5SmbOpSZCY](#) [cit. 30. 11. 2018].

NKP Ležáky. In: *Twitter* [online]. Dostupné z: https://twitter.com/NKP_Lezaky [cit. 14. 3. 2019].

Občanské sdružení PAMĚŤ. (2018). *Stezka svobody – informace pro turisty*. [online] Dostupné z: <http://www.sdruzenipamet.cz/ospamet/index.php/nav-projekt-stezka> [cit. 06.12. 2018].

Obec Lidice (2019). *Obec Lidice – Oficiální stránky obce Lidice*. [online]. Dostupné z: <https://www.obec-lidice.cz/> [cit. 28. 3. 2019].

Obec Miřetice (2019). *Ležáky – Oficiální stránky obce Miřetice*. [online]. Dostupné z: <https://www.miretice.cz/lezaky/> [cit. 28. 3. 2019].

PALANCSA, Attila. „What is in fact dark tourism?“. *Korunk*, 2012, 23, 22-29.

Památník Lety u Písku. In: *Facebook* [online]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/PamatnikLety/> [cit. 14. 3. 2019].

Památník Ležáky. In: *Facebook* [online]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/PietniUzemiLezaky/> [cit. 14. 3. 2019].

Památník Lidice. In: *Facebook* [online]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/lidicememorial/> [cit. 14. 3. 2019].

Památník Lidice. In: *Instagram* [online]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/lidicememorial/> [cit. 14. 3. 2019].

Památník Lidice. In: *Twitter* [online]. Dostupné z: https://twitter.com/pamatnik_lidice [cit. 14. 3. 2019].

Památník Lidice. (2015a). *Historie obce Lidice – Památník Lidice*. [online] Dostupné z: <http://www.lidice-memorial.cz/pamatnik/pamatnik-a-pietni-uzemi/historie-obce-lidice/> [cit. 30. 11. 2018].

Památník Lidice. (2015b). *Historie osady Ležáky – Památník Lidice*. [online] Dostupné z: <http://www.lezaky-memorial.cz/pamatnik/pietni-uzemi/historie-osady-lezaky/> [cit. 30. 11. 2018].

Památník Lidice. (2015c). *Jak naplánovat prohlídku – Památník Lidice*. [online] Dostupné z: <http://www.lidice-memorial.cz/kontakt/jak-naplanovat-prohlidku/> [cit. 15. 3. 2019].

Památník Lidice. (2015d). *Otevírací doba a vstupné – Památník Lidice*. [online] Dostupné z: <http://www.lidice-memorial.cz/kontakt/oteviraci-doba-a-vstupne/> [cit. 15. 3. 2019].

Památník Lidice. (2015e). *Jak naplánovat prohlídku – Památník Ležáky*. [online] Dostupné z: <http://www.lezaky-memorial.cz/kontakt/jak-naplanovat-prohlidku/> [cit. 15. 3. 2019].

Památník Lidice. (2015f). *Otevírací doba a vstupné – Památník Ležáky*. [online] Dostupné z: <http://www.lezaky-memorial.cz/kontakt/oteviraci-doba-a-vstupne/> [cit. 15. 3. 2019].

Památník Lidice (2015g). *Mapa Památníku Lidice – Památník Lidice* [online]. Dostupné z: <http://www.lidice-memorial.cz/pamatnik/mapa/> [cit. 15. 3. 2019].

Památník Lidice (2015h). *Archiv výstav a akcí – Památník Lidice* [online]. Dostupné z: <http://www.lidice-memorial.cz/vystavy-a-akce/archiv/> [cit. 15. 3. 2019].

Památník Lidice (2015i). *Archiv výstav a akcí – Památník Ležáky* [online]. Dostupné z: <http://www.lezaky-memorial.cz/vystavy-a-akce/archiv/> [cit. 15. 3. 2019].

Památník Lidice (2015j). *Vzdělávání – Památník Lidice* [online]. Dostupné z: <http://www.lidice-memorial.cz/vzdelavani/> [cit. 15. 3. 2019].

Památník Lidice (2015k). *Vzdělávání – Památník Ležáky* [online]. Dostupné z: <http://www.lezaky-memorial.cz/vzdelavani/> [cit. 15. 3. 2019].

Památník Lidice (2017). *Výroční zpráva za rok 2016* [online]. Lidice. Dostupné z: <http://www.lidice-memorial.cz/kontakt/dokumenty/vyrocní-zpravy/>

Památník Lidice (2018). *Výroční zpráva za rok 2017* [online]. Lidice. Dostupné z: <http://www.lidice-memorial.cz/kontakt/dokumenty/vyrocní-zpravy/>

Památník Terežín / Terežín Memorial. In: *Facebook* [online]. Dostupné z: <https://www.facebook.com/TerezinMemorial/> [cit. 14. 3. 2019].

Památník Terežín. In: *Instagram* [online]. Dostupné z: <https://www.instagram.com/pamatnikterezin/?hl=cs> [cit. 14. 3. 2019].

- Památník Terezín. In: *Tripadvisor* [online]. Dostupné z: https://www.tripadvisor.cz/Attraction_Review-g274710-d545839-Reviews-Terezin_Memorial-Terezin_Usti_nad_Labem_Region_Bohemia.html [cit. 14. 3. 2019].
- Památník Terezín. In: *Twitter* [online]. Dostupné z: <https://twitter.com/pamatnikterezin> [cit. 14. 3. 2019].
- Památník Terezín (2017). *Výroční zpráva za rok 2016* [online]. Terezín. Dostupné z: <https://www.pamatnik-terezin.cz/publikace/vyrocnizprava-2>
- Památník Terezín. (2018a). *Koncentrační tábor pro Židy, tzv. ghetto Terezín – Památník Terezín*. [online] Dostupné z: <https://www.pamatnik-terezin.cz/koncentracni-tabor-pro-zidy-tzv-ghetto-terezin> [cit. 30. 11. 2018].
- Památník Terezín. (2018b). *Policejní věznice v Malé pevnosti – Památník Terezín*. [online] Dostupné z: <https://www.pamatnik-terezin.cz/policejni-veznice-v-male-pevnosti> [cit. 30. 11. 2018].
- Památník Terezín. (2018c). *Muzeum ghetta – Památník Terezín*. [online] Dostupné z: <https://www.pamatnik-terezin.cz/muzeum-ghetta> [cit. 30. 11. 2018].
- Památník Terezín. (2018d). *Bývalá Magdeburská kasárna – Památník Terezín*. [online] Dostupné z: <https://www.pamatnik-terezin.cz/byvala-magdeburska-kasarna> [cit. 30. 11. 2018].
- Památník Terezín. (2018e). *Krematorium na Židovském hřbitově – Památník Terezín*. [online] Dostupné z: <https://www.pamatnik-terezin.cz/krematorium-na-zidovskem-hrbitove> [cit. 30. 11. 2018].
- Památník Terezín. (2018f). *Kolumbárium, obřadní místnosti a ústřední márnice – Památník Terezín*. [online] Dostupné z: <https://www.pamatnik-terezin.cz/kolumbarium-obradni-mistnosti-a-ustredni-marnice> [cit. 30. 11. 2018].
- Památník Terezín. (2018g). *Modlitebna z doby terezínského ghetta a replika mansardy – Památník Terezín*. [online] Dostupné z: <https://www.pamatnik-terezin.cz/modlitebna-z-doby-terezinskeho-ghetta-a-replika-mansardy> [cit. 30. 11. 2018].

Památník Terezín. (2018h). *Krematorium koncentračního tábora v Litoměřicích – Památník Terezín*. [online] Dostupné z: <https://www.pamatnik-terezin.cz/krematorium-koncentracniho-tabora-v-litomerich> [cit. 30. 11. 2018].

Památník Terezín (2018i). *Výroční zpráva za rok 2017* [online]. Terezín. Dostupné z: <https://www.pamatnik-terezin.cz/publikace/vyrocni-zprava-2>

Památník Terezín (2019a). *Prohlídky Památníku Terezín- Památník Terezín*. [online]. Dostupné z: <https://www.pamatnik-terezin.cz/prohlidky-pamatniku-terezin> [cit. 14. 3. 2019].

Památník Terezín (2019b). *Vstupné- Památník Terezín*. [online]. Dostupné z: <https://www.pamatnik-terezin.cz/vstupne> [cit. 14. 3. 2019].

Památník Terezín (2019c). *Kalendář akcí- Památník Terezín*. [online]. Dostupné z: <https://www.pamatnik-terezin.cz/kalendar-akci> [cit. 14. 3. 2019].

Památník Vojna. In: *Facebook* [online]. Dostupné z <https://www.facebook.com/pages/Pam%C3%A1tn%C3%ADk-Vojna/167197883446528> [cit. 18. 3. 2019].

Památník Vojna. In: *Tripadvisor* [online]. Dostupné z: https://www.tripadvisor.cz/Attraction_Review-g16797487-d2409008-Reviews-Pamatnik_Vojna-Lesetice_Central_Bohemian_Region_Bohemia.html [cit. 14. 3. 2019].

Political prisoners.eu In: *YouTube* [online]. Dostupné z <https://www.youtube.com/user/PoliticalprisonersEU/videos> [cit. 18. 3. 2019].

Politictí vězni.cz. In: *Facebook* [online]. Dostupné z <https://www.facebook.com/SpolekPolitictiVezni/> [cit. 18. 3. 2019].

Politictívězni.cz. (2018). *Vládní krize a převzetí moci Komunistickou stranou Československa- PolitictíVězni.cz*. [online] Dostupné z: <http://www.politictivezni.cz/vladni-krize-a-prevzeti-moci.html> [cit. 30. 11. 2018].

Politictívězni.cz. (2019). *Naučná stezka Jáchymovské peklo- PolitictíVězni.cz*. [online] Dostupné z: <http://www.politictivezni.cz/naucna-stezka-jachymovske-peklo.html> [cit. 09. 07. 2019].

- Prague City Tourism (2019). *Národní památník hrdinů heydrichiády- Prague.eu oficiální turistický portál Prahy*. [online] Dostupné z: <https://www.prague.eu/cs/objekt/mista/565/narodni-pamatnik-hrdinu-heydrichiady> [cit. 28. 3. 2019].
- ROJEK, Chris. *Ways of escape: Modern transformations in leisure and travel*. Springer, 1993.
- SEATON, Anthony V. Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*. 1996, 2(4), 234-244.
- SHARPLEY, Richard; STONE, Philip R. (ed.). *The darker side of travel: The theory and practice of dark tourism*. Buffalo, NY: Channel view publications, 2009. ISBN: 9781845411152
- STONE, Philip R. A Dark Tourism Spectrum: towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *TOURISM: An Interdisciplinary International Journal*. 2006, 54(2), 145-160.
- STONE, Philip R. Dark tourism and significant other death: Towards a model of mortality mediation. *Annals of tourism research*. 2012, 39(3), 1565-1587.
- STONE, Philip; SHARPLEY, Richard. Consuming dark tourism: A thanatological perspective. *Annals of tourism Research*. 2008, 35(2), 574-595.
- STRANGE C. and KEMPA M. Shades of dark tourism: Alcatraz and Robben Island. *Annals of Tourism Research*. 2003, 30 (2), 386-405.
- ŠEDIVÝ, Zdeněk F. *Uranový gulag: Jáchymovské peklo*. Brno: MOBA, 2003. ISBN 80-243-1164-x.
- TARLOW, P. Dark Tourism: The Appealing 'Dark' Side of Tourism and More. In, M. Novelli, ed. *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases* pp. 47–57. 2005.
- Terezin.cz. (2019). *Stíny druhé světové války – Turistický portál města Terezín*. [online] Dostupné z: <http://www.terezin.cz/stiny-druhe-svetove-valky/d-1012/p1=1031> [cit. 28. 3. 2019].

Ustrcr.cz. (2018). *Tři osudové březnové dny: 14.-16. březen 1939 – Ústav pro studium totalitních režimů*. [online] Dostupné z: <https://www.ustrcr.cz/uvod/doba-nesvobody-1938-1945/tri-osudove-breznove-dny-14-16-brezen-1939/> [cit. 30. 11. 2018].

Zájezdy.cz. (2018). *Osvětim, Wieliczka, Krakov – památky UNESCO- Zajezdy.cz*. [online] Dostupné z: <https://first-minute.zajezdy.cz/dovolena-osvetim-wieliczka-krakov-pamatky-unesco-malopolsko-polsko-z1174704/693815989/> [cit. 30.11. 2018].

ZELENKA, J. *Cestovní ruch – marketing*. 3. vydání přeprac. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. 247 s. ISBN 978-80-7435-543-1

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

8. Přílohy

Příloha 1 - Vlastní text rozhovoru

Příloha 2 - Kategorie pozorování a analýzy

Příloha 3 - Koncept tří úrovní produktu: Památník Terezín, Památník Lidice, Památník Ležáky, NPHH, Naučná stezka Jáchymovské peklo, Památník Vojna

Místo:

Datum rozhovoru:

Jméno:

Pozice:

I. Charakteristika návštěvníků

- 1) Jací návštěvníci k vám převážně jezdí?
 - a) Jaké národnosti sem jezdí?
 - b) Zkoumali jste někdy věkovou skupinu, pohlaví, vzdělání návštěvníků? Pokud ano, jaké byly výsledky?
 - c) Změnilo se složení návštěvníků v průběhu posledních let? Jak?
- 2) Jakým způsobem zjišťujete návštěvnost tohoto místa?
- 3) Na jakou skupinu lidí zaměřujete svůj marketing?
- 4) Máte výsledky návštěvnosti z posledních let? Pokud ano, mohli byste mi je poskytnout / jsou veřejně dostupné (popřípadě kde)?

II. Produkt

- 1) V čem si myslíte, že je toto místo specifické? Co láká návštěvníky k návštěvě tohoto místa?
- 2) Nabízíte doplňkový prodej prostřednictvím (*polouzavřená otázka, možnost více odpovědí*)
 - a. pohledů
 - b. turistických známek
 - c. mince
 - d. magnety
 - e. oblečení
 - f. jiné:
 - a) Pokud ano, jakou má úspěšnost?
 - b) Setkali jste se někdy s negativní reakcí na nabídku tohoto doplňkového prodeje? Jakou? Jak jste ji řešili?
- 3) Nabízíte prohlídku místa s průvodcem? Pokud ano, jaký je o ni zájem?
- 4) Nabízíte vaši službu v balíčku (prohlídka, ubytování, strava, doprava, ...)? Pokud ano, jaký je o to zájem?

III. Cena*

- 1) Jakým způsobem stanovujete cenu?
- 2) Má na cenu vliv čas, sezóna, den v týdnu? Pokud ano, jak se cena zvýší/ sníží?
- 3) Nabízíte nějaké zlevněné vstupné? Studenti, ZTP, důchodci, skupinové vstupné, rodinné? Pokud ne, máte k tomu určitý důvod?
 - a) Nabízeli jste vždy tyto slevy? Pokud ne, co vás přimělo k tomu je nabízet?
 - b) Zaznamenali jste nárůst návštěvnosti po zavedení těchto slev?
- 4) Setkali jste se někdy s kritikou výše vstupného? Pokud ano, jak jste ji řešili?

*pouze v případě Památníku Tereziín, Lidice, Ležáky, Vojna

IV. Místo

- 1) Do jaké míry je zachována původnost místa?
- 2) V jakém ohledu došlo k přizpůsobení se turistům? Například postavení budovy s výstavou, sociální zařízení, infoboxy,?

- 3) Je zde povoleno pořizovat fotografie a tzv. selfie? Pokud ne, jakým způsobem je zde na to upozorněno? Jak se řeší případné porušení?
- 4) Jaké problémy jste zaznamenali s údržbou a provozem tohoto místa? Jak si problémy vysvětlujete? Jaká jsou možná řešení těchto problémů?

V. Propagace

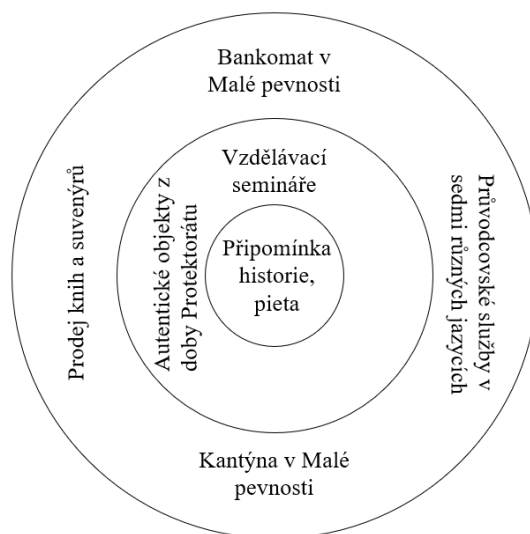
- 1) Využíváte propagace prostřednictvím webových stránek?
 - a) Máte vlastní webové stránky nebo využíváte stránek města a cestovatelských webů? Popřípadě jakých?
 - b) Pokud máte webové stránky, sledujete návštěvnost?
 - c) Pokud sledujete, jakým způsobem se vyvíjí?
 - d) Pokud máte webové stránky, je zde možnost pro zpětnou vazbu (formulář pro návštěvníky, kniha návštěv, kontakt)?
 - e) Snažíte se přizpůsobovat novým trendům? Například slyšeli jste o 3D virtuální mapě/ prohlídce? Pokud ne, máte k tomu nějaký důvod?
- 2) Využíváte propagaci přes sociální sítě?
 - a) Pokud ano, jaké problémy jste na nich zaznamenali?
 - b) Setkali jste se někdy s vulgárními či rasistickými komentáři? Pokud ano, jak jste je řešili?
 - c) Zaznamenali jste od zavedení sociální sítě (popř. jaké) zvýšení návštěvnosti?
- 3) Využíváte k propagaci reklamu?
 - a) Pokud ano, přes který komunikační kanál? (*uzavřená otázka, možnost více odpovědí*)
 - a. TV
 - b. noviny
 - c. časopisy
 - d. Internet
 - e. Rádio

Popřípadě specifikujte.
 - b) Na co je třeba si při reklamě tohoto typu místa dávat pozor z etické stránky?
 - c) Zaznamenali jste někdy negativní reakci na tuto reklamu? Popřípadě jakou? Jak jste ji řešili?
- 4) Snažíte se být ve styku s veřejností a médii prostřednictvím PR?
 - a) Pokud ano, vydáváte výroční a tiskové zprávy? Jsou k dispozici na internetu?
 - b) Pozvali jste sem někdy novináře k nahlédnutí a následnému propagování tohoto místa? Pokud ano, jaké novináře?
- 5) Vydáváte nějaké tištěné propagační materiály? Jaké? (Brožury, katalogy, letáky)
 - a) Pokud ano, jsou tyto materiály dostupné i na jiných místech než zde? TIC, městský úřad, školy,...? Kam jich dáváte nejvíce, jak často a kolik odhadem kusů?
 - b) Na co je třeba si při tvoření těchto materiálů dávat pozor z etické stránky?
 - c) Setkali jste se již s nějakou negativní reakcí? Pokud ano, jak jste ji řešili?

- 6) Účastníte se jako „atraktivita CR“ nějakého veletrhu? Pokud ano, jakého?
 a) Pokud ne, jsou na veletrzích alespoň dostupné vaše propagační materiály?
- VI. Akce
- 1) Pořádáte nějaké kulturní a výroční akce? Jaké?
 a) Pokud ano, je některá tato akce pravidelná? Jak dlouho ji již konáte?
 b) Pokud ano, jaká akce je dle návštěvnosti nejúspěšnější? Jaká byla tato návštěvnost? Proč myslíte, že byla takto úspěšná? Bylo tomu tak vždy, nebo se návštěvnost této akce nějak změnila?
 c) Pokud ne, je k tomu nějaký důvod? Jaký?
- VII. Spolupráce
- 1) Spolupracujete se školami a vzdělávacími zařízeními? Jakými? Jakým způsobem?
 a) Pokud ano, vytváříte speciální akce a programy pro tato zařízení?
 b) Pokud ano, jakou mají úspěšnost? Využívají je tato zařízení?
- 2) Spolupracujete s místní samosprávou (městem, krajem, regionem)? Jakou?
 a) Pokud ano, jakým způsobem s nimi spolupracujete?
 b) Jakým způsobem se zapojují do propagace tohoto místa?
- 3) Spolupracujete s ostatními subjekty cestovního ruchu zaměřených na totalitní režimy? Jakými?
 a) Pokud ano, jakým způsobem spolu spolupracujete? Propagace, akce, financování?
 b) Pokud ne, je k tomu nějaký specifický důvod?
- 4) Spolupracujete s Českou centrálou cestovního ruchu (Czech Tourism)? Pokud ano, jakým způsobem? Pokud ne, proč?
- 5) Spolupracujete s nějakými cestovními kancelářemi a agenturami? Jakými?
- 6) Máte navázanou spolupráci také v zahraničí?
 a) Pokud ano, kde? Jakým způsobem spolupráce probíhá?
- 7) Spolupracujete s nějakou nevládní neziskovou organizací? Jakou? Jakým způsobem? Například Český svaz bojovníků za svobodu, Političtí vězni, ...?
- 8) Jakým způsobem se spolupráce měnila v průběhu let?
- VIII. Financování
- 1) Jak je tento subjekt financován? Které subjekty (stát, EU, město, dary, fondy) jsou součástí financování? Které nejvíce?
 a) Bylo tomu někdy jinak? Pokud ano, co se změnilo? Proč?
- 2) Máte dost finančních prostředků na provoz tohoto místa? Bylo tomu vždy tak? Pokud ne, kdo nejvíce pomohl?

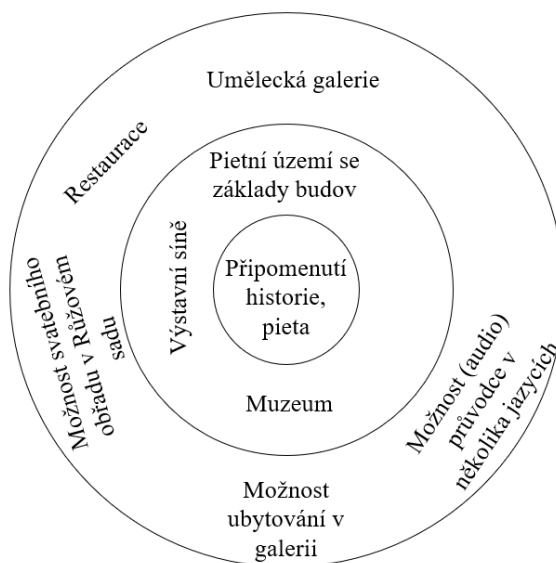
Oblast pozorování/ analýzy	Konkrétní pozorované/analyzované jevy	Místo pozorování/ analýzy	Doba
Prodej suvenýrů	<ul style="list-style-type: none"> Pohledy Turistické známky Mince Magnety Oblečení Jiné (jaké) 	Vybrané subjekty	Červen 2018– říjen 2019
Možnost průvodce	<ul style="list-style-type: none"> Informace o prohlídkách Cena průvodce Jazyková vybavenost 	Webové stránky subjektů	Leden–březen 2019
Počet návštěvníků		Výroční zprávy subjektů 2016-2017/ interní dokumenty	Leden–březen 2019
Cena	<ul style="list-style-type: none"> Vstupné Nabízené slevy 	Webové stránky subjektů	Leden–březen 2019
Optimalizace webu pro vyhledávače (SEO)	<ul style="list-style-type: none"> Pět prvních zobrazených webových stránek 	Google	Leden–březen 2019
Webové stránky	<ul style="list-style-type: none"> Možnost jazykové mutace Místo pro zpětnou vazbu Virtuální prohlídka Dostupnost výročních zpráv Vyhledávač Informace o akcích Sledování návštěvnosti 	Webové stránky subjektů	Leden–březen 2019
Sociální síť	<ul style="list-style-type: none"> Počet sledujících 	Facebook Instagram Twitter YouTube Tripadvisor	Leden–březen 2019
	Facebook <ul style="list-style-type: none"> Výskyt negativních / nevhodných komentářů a odpovědi na ně Informace o otevírací době a kontakty Celkové hodnocení subjektu Výskyt negativního/nevhodného hodnocení a odpovědi na ně Obsah příspěvků 		
	Instagram <ul style="list-style-type: none"> Obsah příspěvků Výskyt negativních/nevhodných komentářů Používání funkce příběhu viditelného na 24 hodin 		
	Twitter <ul style="list-style-type: none"> Obsah příspěvků 		
	YouTube <ul style="list-style-type: none"> Obsah videí 		

	Tripadvisor <ul style="list-style-type: none"> • Celkové hodnocení • Počet recenzí • Odpovědi na otázky od uživatelů 		
Reklama	Letáky <ul style="list-style-type: none"> • Obsažené informace • Výskyt neetického a nevhodného obsahu 	Letáky subjektů	Březen 2019
PR	<ul style="list-style-type: none"> • Pořádané pravidelné akce • Účast na vybraných veletrzích CR <ul style="list-style-type: none"> ○ Holiday World ○ Infotour ○ Euroregion Tour ○ Tourism Expo ○ Travefest ○ Go a Region Tour 	Výroční zprávy subjektů 2016-2017 (2018)	Leden–březen 2019
Spolupráce	Školy a vzdělávací zařízení <ul style="list-style-type: none"> • Nabízené vzdělávací programy 	Výroční zprávy subjektu 2016-2017 (2018)	Leden–březen 2019
	Místní samospráva <ul style="list-style-type: none"> • Propagace subjektu na stránkách města/obce 	Webové stránky města/obce, kde se subjekt nachází	Leden–březen 2019
	Ostatní subjekty temného cestovního ruchu	Výroční zprávy subjektu 2016-2017 (2018)	Leden–březen 2019
	Zahraniční spolupráce	Výroční zprávy subjektu 2016-2017 (2018)	Leden–březen 2019
	Czech Tourism <ul style="list-style-type: none"> • Propagace na portálu Kudy z nudy <ul style="list-style-type: none"> ○ Obsah stránek jednotlivých subjektů ○ Výskyt fotografií ○ Informace o otevírací době a kontakty 	Kudy z nudy.cz	Leden–březen 2019



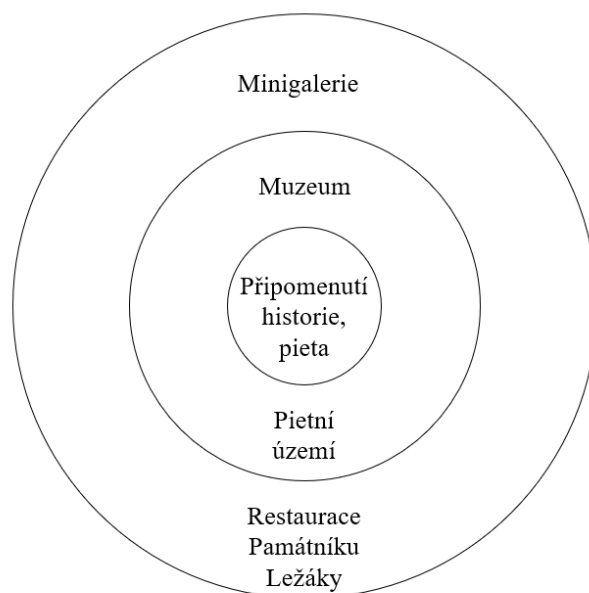
Obr. 1 Koncepte tří úrovní produktu Památníku Terezín

Zdroj: vlastní zpracování



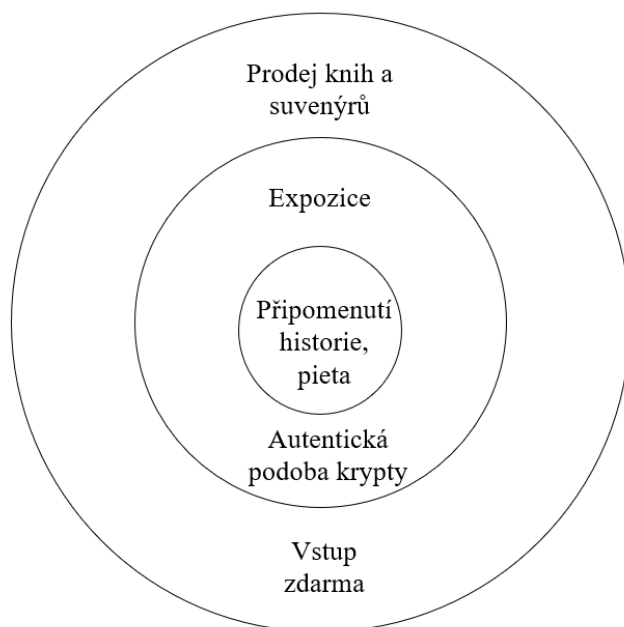
Obr. 2 Koncepte tří úrovní produktu Památníku Lidice

Zdroj: vlastní zpracování



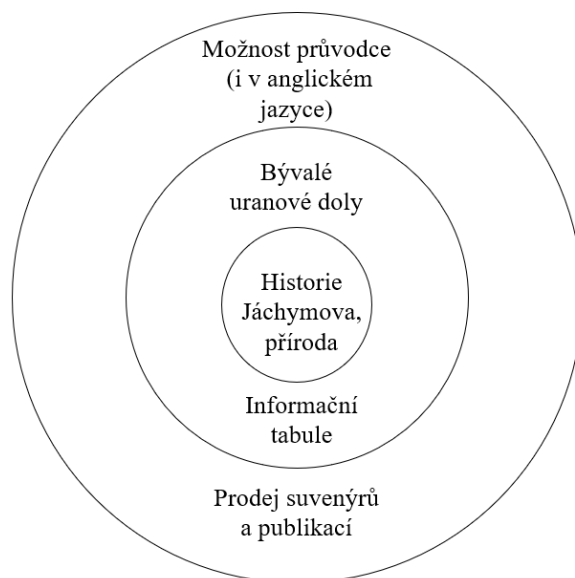
Obr. 3 Koncepce tří úrovní produktu Památníku Ležáky

Zdroj: vlastní zpracování



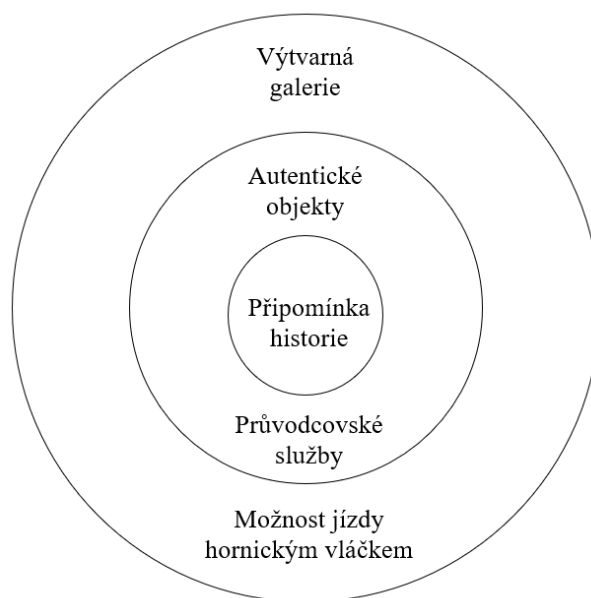
Obr. 4 Koncepce tří úrovní produktu NPHH

Zdroj: vlastní zpracování



Obr. 5 Koncepce tří úrovní produktu NS Jáchymovské peklo

Zdroj: vlastní zpracování



Obr. 6 Koncepce tří úrovní produktu Památníku Vojna

Zdroj: vlastní zpracování

Zadání práce

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Akademický rok: 2018/2019

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

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Roušarová Tereza	Na Jarově 32, Praha - Žižkov	11600373

TÉMA ČESKY:

Marketing subjektů cestovního ruchu zaměřených na dark turismus.

TÉMA ANGLICKY:

Marketing of tourist services focused on dark tourism.

VEDOUČÍ PRÁCE:

Mgr. Michal Troušil, Ph.D. - KRCR

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

- Osnova
- 1. Úvod
- 2. Cíl a metodika práce
- 3. Teoretická část
 - 3.1. Dark turismus jako součást cestovního ruchu
 - 3.2. Specifika marketingu dark turismu
 - 3.2. Totalitární režimy na území České republiky
 - 3.3. Vybrané subjekty dark turismu v České republice
- 4. Empirická část
 - 4.1. Výzkumné otázky a předpoklady
 - 4.2. Sběr informací a průběh šetření
 - 4.3. Výsledky šetření
- 5. Shrnutí a diskuze výsledku
- 6. Závěry a doporučení
- 7. Seznam použité literatury
- 8. Přílohy

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

- Dle studentkou provedených rešerší.
- BALÍK, Stanislav; KUBÁT, Michal. Teorie a praxe totalitních a autoritativních režimů. Praha: Dokořán, 2004.
- KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. Grada Publishing as, 2013.
- KULCSÁR, Erika; SIMON, Rozalina Zsófia. The magic of dark tourism. Management & Marketing Journal, 2015, 13.1.
- STONE, Philip; SHARPLEY, Richard. Consuming dark tourism: A thanatological perspective. Annals of Tourism Research, 2008, 35.2: 574-595.
- MOWATT, Rasul A.; CHANCELLOR, Charles H. Visiting death and life: Dark tourism and slave castles. Annals of Tourism Research, 2011, 38.4: 1410-1434.
- ZELENKA, Josef. Cestovní ruch-marketing. Gaudeamus, 2015.

Podpis studenta:

Roušarová

Datum: 11.10.2018

Podpis vedoucího práce:

Michal Troušil

Datum: 11.10.2018