

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch



Předpoklady komercializace úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu

Vedoucí bakalářské práce

RNDr. Josef Navrátil, Ph.D.

Autor

Blanka Tůmová

2008

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Předpoklady komercializace úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu“ vypracovala samostatně na základě vlastních zjištění a materiálů, které uvádím v seznamu použité literatury.

V Českých Budějovicích 10.4. 2008

Podpis studenta

Poděkování

Velice ráda bych poděkovala vedoucímu této bakalářské práce, panu RNDr. Josefu Navrátilovi, Ph.D., za odbornou pomoc, veškeré úsilí a ochotu při jejím zpracování.

Obsah

1. Úvod	8
2. Téma a jeho souvislosti	9
2.1. Literární přehled	9
Cestovní ruch.....	9
Heritage Tourism.....	10
Dark Tourism.....	12
Úmrtí jedinců jako atraktivita cestovního ruchu	14
Postoje turistů	16
2.2 Výzkumné otázky, cíle a hypotézy.....	18
2.2.1 Cíle práce	18
2.2.2 Výzkumné otázky, dílčí cíle a hypotézy.....	18
3. Data a metody.....	20
3.1 Metodika.....	20
3.2 Databáze potenciálů a produktů	21
3.3 Postoje obyvatel.....	22
3.3.1 Dotazníkové šetření	22
3.3.2 Dotazovací nástroj	24
3.3.3 Zpracování výsledků.....	25
3.3.4 Výsledky marketingového výzkumu	28
4. Výsledky	33
4.1 Možnosti nabídky produktů.....	33
4.2 Postoje obyvatel České republiky ke komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivita cestovního ruchu.....	35
4.2.1 Emoční složka postojů.....	35
4.2.2 Složka přesvědčení postojů	37
4.3 Reálná a potenciální účast na komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivita cestovního ruchu	39
4.4 Sociální a ekonomický statut v postojích obyvatel České republiky ke komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivita cestovního ruchu	40
4.4.1 Obrázek Hřbitov - Slavín.....	40
4.4.2 Přítomnost při veřejné popravě v zemích, které to umožňují.....	44
4.4.3 Návštěva památníků a muzeí významných nebo známých osobností.....	47
4.4.4 Návštěva místa medializované vraždy významných osobností.....	50
5. Diskuse	53
6. Závěr	57
7. Summary.....	59
8. Seznam použitých informačních zdrojů	60
Literatura	60
Internetové stránky	62
Seznam obrázků a tabulek	66
Seznam příloh.....	68
Příloha č. 1: Databáze produktů úmrtí jedinců jako atraktivita cestovního ruchu	69
Příloha č. 2: Charakteristika produktů úmrtí jedinců jako atraktivita cestovního ruchu..	70
Příloha č. 3: Obrázky vybraných produktů úmrtí jedinců jako atraktivita cestovního ruchu	80

1. Úvod

Dark Tourism je neobvyklý a zatím nepříliš známý typ cestovního ruchu. Představuje především cestování do míst spojených se smrtí, utrpením a dalšími morbidnostmi. Cestování za událostmi spojenými se smrtí, bolestí nebo utrpením však není ze světového hlediska novým fenoménem. Už po staletí náboženská putování přitahovala lidi do míst smrti a násilí z emocionálních a spirituálních důvodů. V současnosti se *Dark Tourism* projevuje v různých formách, kterými jsou *holocaust tourism*, *battlefield tourism*, *cemetery tourism*, *slavery-heritage tourism* a *prison tourism* (The Dark Tourism Forum, 2007).

Tato práce se zabývá potenciální poptávkou po produktech souvisejících s komercializací úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu v České republice. Bude se snažit především najít odpověď na otázku, zda zde existuje potenciál pro tvorbu těchto produktů a jestli je odlišný od potenciálu světového. Náplní práce bude také zjistit postoje českých obyvatel k aktivitám úmrtí jedinců, jejich účast na daných aktivitách a vůbec zájem o návštěvu míst úmrtí jedinců. Obyvatelstvo ČR bude rozlišeno podle jejich ekonomického a sociálního statutu, což jistě přinese zajímavá zjištění o rozdílných postojích či názorech ke komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu.

Důležitou otázkou v oblasti *Dark Tourism* stále zůstává, proč lidé navštěvují taková místa, jako jsou místa úmrtí významných osobností, místa katastrof a ukrutností. Dychtí po shlédnutí hrůzostrašnosti smrti a utrpení, které v nich vyvolává vzrušení? Nebo si jen chtějí připomenout dějiny českého státu, minulost jeho významných osobností, jejich slavných činů a vzdát jim úctu? Také na tyto otázky budeme v práci hledat odpovědi. Prostřednictvím dotazníkového šetření se budou sami obyvatelé ČR k podstatným otázkám problematiky *Dark Tourism* vyjadřovat, v rámci nichž uvedou také jejich důvody k návštěvě právě takových míst.

Marketingový výzkum nám umožní získat vzácné a důležité výsledky, díky nimž budou naplněny všechny stanovené cíle práce. Díky neobvyklosti a nedostatečné znalosti zkoumané problematiky budou zjištěné výsledky zajímavé nejen pro laickou veřejnost, ale i pro veřejnost odbornou, která bude mít možnost využít je dále ve svůj prospěch.

2. Téma a jeho souvislosti

2.1. Literární přehled

Cestovní ruch

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každým rokem představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem patří cestovní ruch ve světovém měřítku ke třem největším exportním odvětvím (Hesková & kol., 2006).

Počátky cestovního ruchu můžeme nalézt již v období 5000 let př. n. l. v říších Sumerů, Asyřanů, Peršanů, Egyptanů, Řeků a Římanů. Tehdy se však cestovní ruch spojoval a aktivitami obchodními, potřebami vládní správy a administrativní správy rozlehlých říší i s pobytem bohatých vrstev v letních sídlech (Trnková, 1993). Začátek rozvoje moderního cestovního ruchu se obvykle datuje do období přelomu 19. a 20. století, kdy se cestovní ruch začal formovat ve vyspělých krajinách jako odvětví společenské činnosti (Hesková & kol., 2006).

Běžně využívanou definicí je od 80. let charakteristika CR Mezinárodního sdružení vědeckých pracovníků cestovního ruchu (AIEST), která chápe CR jako „souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování anebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání“ (Hesková & kol., 2006).

Snaha o sjednocení pojmů a definic v oblasti cestovního ruchu je dlouholetá. Naposledy se uskutečnila na toto téma konference v kanadské Ottawě r. 1991, kde byla vytvořena jednotná definice turisty, rezidenta a návštěvníka, stejně jako dalších termínů spojených s cestováním (Jakubíková, 1995).

Cestovní ruch je formou uspokojování potřeb, reprodukce fyzických a duševních sil člověka, pokud k němu dochází ve volném čase a mimo trvalé bydliště. Člověk nepociťuje potřebu po cestovním ruchu jako takovém, ale pociťuje konkrétní potřeby, které je možné uspokojit právě prostřednictvím aktivit cestovního ruchu. Člověk pociťuje potřebu odpočinku, poznání, kulturního vyžití, vzdělávání, sportování, změny prostředí (Jakubíková, 1995).

Heritage Tourism

Program The National Trust for Historic Preservation definuje *Cultural Heritage Tourism* jako cestování za poznáním míst, artefaktů a aktivit, které autenticky reprezentují příběhy a lidi minulosti a současnosti. Zahrnuje kulturní, historické a přírodní zdroje (National Trust for Historic Preservation, 2007). UNESCO World Heritage Convention chápe pod pojmem *cultural heritage*

- památníky - architektonická díla, díla monumentálního sochařství a malby, základní prvky nebo struktury archeologické povahy, zápisy, jeskynní obydlí a kombinace znaků, které jsou význačnou univerzální hodnotou z hlediska historie, umění nebo vědy,
- skupiny budov - skupiny oddělených nebo spojených budov, které jsou díky jejich architektuře, homogenitě nebo jejich místu v krajině významnou univerzální hodnotou z pohledu historie, umění nebo vědy,
- místa - výtvořby člověka nebo kombinované výtvořby přírody a člověka, oblasti zahrnující archeologická místa, která jsou výjimečnou univerzální hodnotou z historického, estetického, etnologického nebo antropologického hlediska.

Pod pojmem *natural heritage* chápe

- přírodní rysy skládající se z fyzických a biologických útvarů nebo skupin takových formací, které jsou významnou univerzální hodnotou z estetického nebo vědeckého pohledu,
- geologické a fyzicko-geografické útvary a přesně vymezené oblasti, které tvoří lokalitu ohrožených druhů zvířat a rostlin výjimečné univerzální hodnoty z pohledu vědy či ochrany přírody, ale také přírodní lokality nebo přesně vymezené přírodní oblasti významné univerzální hodnoty z hlediska vědy, ochrany přírody či přírodní krásy (UNESCO World Heritage Convention, 2007).

„Dědictví lidstva“ by mělo být zkoumáno a potvrzeno pro prospěch současných a budoucích generací. Turisté byli pravděpodobně mezi prvními, kteří poznávali kulturní různorodost spolu s kulturním dědictvím. Touha střetnout se s odlišnými kulturami a jejich hmotnými i nehmotnými výrazy je jedním z klíčových stimulů pro turisty a leží v mysli mnoha cestovních kanceláří (Robinson & Picard, 2007). Studie prokázaly, že účastníci *Cultural Heritage Tourism* pobývají v destinaci déle a utratí více peněz než účastníci jiného typu cestovního ruchu (National Trust for Historic Preservation, 2007). Příznivý rozvoj *Cultural Heritage Tourism* pomáhá chránit kulturní a přírodní poklady národa a zlepšuje kvalitu života jak pro rezidenty, tak i návštěvníky. Oblast, rozvíjející svůj potenciál pro

Cultural Heritage Tourism, vytváří nové příležitosti pro turisty porozumět neznámému místu, lidem nebo času. S příjezdem návštěvníků přichází postupně nové příležitosti pro ochranu dané destinace. Dobře interpretovaná místa učí návštěvníky místní důležitosti a důležitosti ochrany jiných takových míst (*Cultural Heritage Tourism*, 2007).

Názor na skutečnost, že *Heritage Tourism* je jednoduše reprezentován turisty v atrakcích *heritage*, je zpochybňován. Navrhuje se proto, aby vnímání spočívalo spíše v jádru *Heritage Tourism*. Jsou zkoumány vztahy mezi čtyřmi skupinami proměnných, kterými jsou osobní vlastnosti, znaky místa, uvědomění, vjemy, a chování před, během a poté. Výsledky naznačují, že vnímání místa, jako části osobního *heritage*, je spojováno s návštěvními modely. Obzvláště ti, kteří vidí místo svázané s jejich vlastním *heritage*, se pravděpodobně chovají podstatně odlišněji od ostatních. Porozumění tomuto problému je důležité pro studium chování turistů a pro management míst (Poria, Butler & Airey, 2003).

Heritage Tourism je prostorový a časový fenomén. Protože je pojem *heritage* neodlučitelně spojován s minulostí (historičností), je možné diskutovat o tom, že *Heritage Tourism* je skutečně o životě, existenci, majetku a změně, a to od minulosti do současnosti a budoucnosti. Komodifikace *heritage* cestovním ruchem je založena především na provádění přiměřených, ztvárňujících a komunikačních úkonů, zpřístupňujících minulé prostřednictvím představení, legendárních textů, reálných míst a materiálních artefaktů. Tyto prvky jsou další podstatou *Heritage Tourism* a jeho studia (Jamal & Kim, 2005).

V dosavadním výzkumu *Heritage Tourism* se ukázalo, že tento typ cestovního ruchu je nejlepší příležitostí, jak také porozumět (post-)modernosti. V dnešní době je průmyslem takových globálních rozměrů, že jeho lokální důsledky vyvolaly živé diskuse o jeho definici, organizaci a udržitelnosti. Konflikt (jeho management, vyjasnění a důsledky) je znovu opakujícím se tématem v těchto rozhovorech a zůstává pro vědce jedním z nejtěžších problémů. Následující výzkumy *Heritage Tourism* jsou upoutány epizodami konfliktu, které se objevují mezi účastníky (návštěvníky, hostiteli, rozvojovými organizacemi a místními komunitami) přes místní přístup, rozvoj až po management (Porter & Salazar, 2005).

Historická místa slouží jako jakési „okno“ do minulosti, spoléhající na materiální kulturu, a vypráví minulost veřejnosti. Toto vyprávění slouží jako dialog mezi archeology a veřejností, vytváří vztah, jenž utváří komunitu a individuální vnímání *heritage*. Avšak, *heritage* je zprostředkované a sestavené pojetí, které vyjadřuje specifické dějiny, aby podpořilo specifické programy, od archeologického vědeckého výzkumu po městskou obnovu a přestavbu. (Levine, Britt & Delle, 2005).

Dark Tourism

Dark Tourism je cestovní ruch týkající se cestování do míst spojených se smrtí, utrpením a dalšími morbidnostmi. Cestování za událostmi spojenými se smrtí, bolestí nebo utrpením není novým fenoménem. Z emocionálních a spirituálních důvodů už náboženská putování přitahovala po staletí lidi do míst smrti a násilí. Za prvopočátky *Dark Tourism* jsou považovány např. už římské gladiátorské hry a středověké veřejné popravy. V současnosti se *Dark Tourism* projevuje v různých formách, kterými jsou *holocaust tourism*, *battlefield tourism*, *cemetery tourism*, *slavery-heritage tourism* a *prison tourism*. Je to teprve nedávno, kdy se tento typ cestovního ruchu rozvinul a stal se populárnějším. Stále nevyjasněnou věcí zůstává však to, zda rozšíření *Dark Tourism* je zapříčiněno zvýšenou nabídkou atrakcí a míst nebo zda spotřebitelé stále více dychtí po hrůzostrašnosti. Výzkum v oblasti *Dark Tourism* sílí a přitahuje stále větší pozornost akademické komunity stejně jako médií (The Dark Tourism Forum, 2007).

V dnešní době lákají miliony návštěvníků z celého světa četná místa smrti a katastrof, jako např.: Auschwitz-Birkenau, Anne Frank's House, Graceland, Oklahoma City, Gettysburg, Vimy Ridge, the Somme, Arlington National Cemetery. Díky stále vzrůstající popularitě tohoto typu cestovního ruchu začal malý počet akademických pracovníků se studiem tohoto fenoménu. Aktivita *Dark Tourism* byly klasifikovány a zobecněny, v jejich rámci byl vyčleněn tzv. *Thanatourism* a prokázán byl význam tzv. *Black Spots* (Yuill, 2003).

Úmrtí, katastrofy a ukrutnosti se z turistického pohledu stávají stále všudypřítomnějším rysem v současné turistické krajině a poskytují stále více potenciálních spirituálních cest pro turistu, který si přeje zírat na skutečnou a obnovenou smrt. Ve skutečnosti tu hrůzostrašnost v cestovním ruchu představují lidé zírající na místa brutality na bývalých bojištích severní Francie, návštěvníci nakupující suvenýry ukrutností v Ground Zero, turisté prohlížející si zříceniny New Orleans (po hurikánu Katrina) nebo turisté cestující na místa masového vraždění a tragédie, takové jako Auschwitz-Birkenau nebo the Killing Fields of Cambodia. Morbidní cestovní ruch je definován na jedné straně jako cestovní ruch zaměřený na náhlou smrt, který rychle přitáhne mnoho lidí a na druhé straně jako atrakce zaměřená na vyumělkovanou turistickou morbiditu. Stone ve své studii hovoří o pěti kategoriích aktivit *Dark Tourism*. První aktivitou jsou cesty za veřejnými popravami, ačkoliv se nyní odehrávají v relativně málo zemích. Druhou aktivitu představuje cestování do míst individuálních či masových úmrtí (od bitevních polí, koncentračních táborů, míst genocidy, přes místa, kde umřeli slavné osobnosti, místa uveřejněných vražd až po domy odporných vražd). Třetí

aktivitou zamýšlí návštěvy památníků nebo internačních míst (hřbitovy, památníky padlým, krypty a válečné památníky). Čtvrtou aktivitou jsou návštěvy muzeí se smrtícími zbraněmi nebo výstavy rekonstruuující specifické události nebo aktivity. Poslední pátou aktivitu zastupují cesty za znovuoopakováním či simulací smrti, jakousi formou her nebo festivalů připomínající slavné bitvy, které se staly populárními (Stone, 2006).

Otázkou je, proč lidé tato místa navštěvují. Philip Stone argumentuje, že smrt byla téměř úplně ukrývána před každodenním veřejným životem ve většině západních společnostech. Stone tedy navrhuje, že by se lidé mohli zapojit do *Dark Tourism*, aby byla nastolena rovnováha – zkoumáním významu jejich vlastní smrtelnosti a vychutnáváním si zvláštnosti smrti v sociálně a veřejně přijatelném kontextu, ne však v kontextu soukromém, kdy takové uvažování pravděpodobněji vede k hrůze či teroru (Stone, 2006). Jedním ze zkoumaných problémů je také image smrti v současných médiích. Převzetím příkladů z Palestiny, Sierra Leone, jižní Afriky a Súdánu je kladen důraz na sociální kontext v konstrukci obrázkového významu, což polemizuje s konvenčními názory, které považují média za přesycené tematikou smrti a tím přispívající k redukci provokace v intenzitě fotografování. Protínání jak ekonomiky lhostejnosti k ostatním, ekonomiky „vkusu a slušnosti“, pomocí níž média regulují zobrazování smrti a ukrutnosti, a ekonomiky projevu vládnoucí detailům image produkce, znamená, že jsme byli svědky vymizení smrti v současné reportáži, která brání možnosti pro etickou politiku uplatňující odpovědnosti s ohledem na zločiny proti humanitě (Campbell, 2004).

Návštěvy, které obydlují neurčitou a relativně neprozkoumanou oblast překračující hranice mezi sférami poutě, vzpomínky a hledání potěšení, se rozvinuly v reakci na traumatické historky a také odrazily růst světských forem duševního zážitku, ve kterém je snaha o odhalení spíše osobní než hierofantická. Místa připomínání si holocaustu vyvolávají otázky vzpomínky a zapomenutí, viny a spásy, významu a vlastnictví s obzvláště pronikavou silou. Avšak, dokonce tato nejzasvěcenější a vysoce emocionálně energická místa jsou zkušené vyjednáváním mimetických forem a procesů zobrazení, které podstatně reorganizují svědectví a důkaz. Mimo to, základ společné vzpomínky na posvátných místech a v budovách má tendenci k odstupu, uskutečnění a zbavení se traumatické vzpomínky. Za těchto podmínek, motivace a zkušenosti návštěvníků jsou mnohoznačné: zničené, rozpolcené, proměnlivé a odporující paradigmátům buď posvátným nebo bezbožným (Keil, 2005).

Úmrtí jedinců jako atraktivita cestovního ruchu

Téma „Úmrtí jedinců jako atraktivita cestovního ruchu“ je věnováno problematice účasti turistů na popravách, pohřbech, návštěvě památníků a muzeí v místech úmrtí významných osobností politického nebo kulturního života a také návštěvě hrobů.

Za tzv. tmavá místa odpočinku lze považovat hřbitovy nebo náhrobní pamětní desky jako potenciální produkty pro *Dark Tourism*. Hřbitov v soudobé společnosti působí jako romantizovaný, ne-li spíše hrůzostrašný, městský obnovní nástroj. Obzvláště organizátoři v cestovním ruchu často využívají hřbitov jako mechanismus k podpoře návštěvnosti dané oblasti, zachování strukturální integrity krajiny a architektury a také k ekologické udržitelnosti místního životního prostředí. Hřbitov se rychle stává místem, kde jsou žijící okouzleni mrtvými. Podle ASCE (Association of Significant Cemeteries in Europe) jsou hřbitovy nedílnou součástí kulturního dědictví a tyto hřbitovy, s historickým a uměleckým významem, by měly být zachovány. Základem pro většinu míst odpočinku je podpora a zachování romantické a gotické architektury a sochařství prostřednictvím údržby náhrobků, hrobek a mauzoleí. Navíc, udržitelnost místního ekologického prostředí je primárním zájmem. Salford City Council uvádí hřbitov primárně jako místo respektu a vzpomínky na milované osoby, které jsme ztratili. Lidé také navštěvují hřbitovy za účelem relaxace, studia přírody a místní historie. Cílem je nabídnout příhodné životní prostředí pro pozůstalé a také povznést život komunity (Stone, 2006).

Česká republika se může chlubit dostatečným potenciálem úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu. Tento dostatečný potenciál je dán především bohatou historií našeho národa, jenž mnohými památkami připomíná významné osobnosti spojené právě s touto historií. Významnými osobnostmi naší minulosti jsou zde míněny osoby, které vykonaly pro náš národ významné činy v oblasti politiky, kultury, vědy a techniky. Vzpomínku na tyto osobnosti nám zanechávají některé typy památek:

- památník - stavba většinou bohatě umělecky zdobená a postavená k připomenutí nebo oslavě historické události, významné osobnosti (Pásková & Zelenka, 2002),
- muzeum - ústav shromažďující na vědeckých základech sbírky hmotného dokladového materiálu, který uchovává a vystavuje (Linhart & kol., 2004),
- pomník - sochařské nebo architektonické dílo, většinou monumentální, zbudované na památku nějaké osoby nebo události (Kolektiv autorů, 1995),
- hřbitov nebo-li pohřebiště - pietní místo, kde se pohřbívají mrtví lidé, respektive ostatky jejich těl, např. popel po kremaci (Wikipedie, 2007a),

- hrobka - stavba určena pro uložení zesnulého a často se zaměňuje s pojmem hrob, přestože mezi nimi existují drobné rozdíly. Do hrobu se ukládají pouze ostatky po pohřbu žehem (tedy urny), zatímco těla zemřelých při pohřbu do země se ukládají v rakvích do hrobek (Wikipedie, 2007b).
- krypta - podzemní nebo polozapuštěný klenutý prostor či podzemní hrobka (Linhart & kol., 2004),
- tumba - náhrobek v podobě sarkofágu nebo vyvýšená schránka na ostatky (Linhart & kol., 2004).

Z již výše zmíněných památek zaznamenává největší potenciál pochopitelně hlavní město Praha jako kulturní centrum České republiky. Všeobecně návštěvnost památkových objektů v Praze stále roste. Rok od roku přichází do Prahy více Čechů a cizinců, přičemž velkou část tvoří cizinci. V regionech naopak převládají domácí hosté. Z památek významných osobností převládají v hlavním městě pomníky. Tyto pomníky ztělesňují hlavně proslulé osobnosti literárního života, tedy spisovatele a básníky, a také umělce (hudební skladatele a malíře). Praha je také místem několika velkých známých hřbitovů s hroby mnoha významných osobností českého kulturního a vědeckého dění. Za zmínku určitě stojí Vyšehradský hřbitov, kterému dominuje hrobka Slavín (společná hrobka zemřelých osobností české literatury). Na tento hřbitov zavítají denně stovky návštěvníků nejen z České republiky, ale i jiných zemí (Judinyová, 2007). V Praze mohou turisté navštívit také Muzeum Bedřicha Smetany a Antonína Dvořáka přibližující jejich život a dílo. Památník Františka Palackého a Františka Ladislava Riegra představuje byt v barokním městském paláci Mac Newenův, kde tito významní historici, politici a spisovatelé tvořili a žili (Pražská informační služba, 2007g).

V četnosti výskytu atraktivit úmrtí jedinců následuje za Prahou Středočeský kraj. Nejvýznamnější památkou tohoto kraje je Muzeum Tomáše Garrigua Masaryka v Lánech, mezi jehož nejvýznamnější sbírky patří posmrtné masky prezidenta T.G. Masaryka a jeho manželky Charlotty G. Masarykové (Muzeum T.G. Masaryka Rakovník, 2007a). Toto muzeum má také své pravidelné akce, např. „Den s T.G.M.“, jehož součástí je také pietní akt u hrobu T. G. Masaryka na hřbitově v Lánech (Muzeum T.G. Masaryka Rakovník, 2007b). V Rožmitálu pod Třemšínem se nachází hrob hudebního skladatele Jakuba Jana Ryby, v Sázavě krypta světského kněze sv. Prokopa. V bazilice sv. Václava ve Staré Boleslavi, místě vraždy patrona české země, najdeme jeho tumbu, která byla původně hrobem.

Jihočeský kraj se stává významnou turistickou a rekreační oblastí (Jihočeský kraj, 2007), v které také nalezneme památku na druhého československého prezidenta Edvarda Beneše

v podobě památníku, a to v Sezimově Ústí. V Orlíku nad Vltavou a Třeboni nám připomíná vládu šlechtického rodu Schwarzenberků jejich společná hrobka. Šlechtický rod Rožmberků má svou hrobku ve Vyšším Brodě.

Na Vysočině zanechala historie množství památek (Kraj Vysočina, 2007). Obec Pacov v okresním městě Pelhřimov zanechala vzpomínku na našeho básníka a prozaika Antonína Sovu. Tuto osobnost nám připomíná jeho hrob, památník a muzeum.

Poloha Plzeňského kraje je také významná pro rozvoj cestovního ruchu. K hlavním cílovým skupinám klientů cestovního ruchu patří občané SRN a v rámci domácího cestovního ruchu se pravidelně vracející obyvatelé větších měst ČR (Portál Plzeňského kraje, 2007). Z již zmiňovaných krajů má Plzeňský kraj nejmenší potenciál památek významných osobností v místech jejich úmrtí. Tento kraj nabízí dvě muzea slavných osobností literatury a umění. Jedním z nich je Muzeum Josefa Václava Sládka, známého spisovatele, básníka, novináře a překladatele, nacházející se v obci Zbiroh. Muzeum Jindřicha Jindřicha, proslulého hudebního skladatele, klavíristy, ale i etnografa, lze navštívit v Domažlicích.

Postoje turistů

Postoje a názory jsou složitějšími aspekty dotazníkového nástroje. Existuje řada postupů, jak prozkoumat názory a postoje lidí. Jsou to přímé otázky s otevřeným koncem, kontrolní seznam, kde vybíráme z výčtu položek tu, pro nás nejvhodnější, k dané otázce. Dále je to hodnocení, kde respondenti ohodnocují dané položky od těch nejdůležitějších po nejméně důležité. V likertově stupnici označují respondenti svůj souhlas či nesouhlas s výrokem nebo důležitost přikládanou odpovědím ze seznamu. Jedním z postupů je také sémantický diferenciál s dvojicemi slov opačného významu (Veal, 1997).

Zážitky návštěvníků v přírodních krajinách jsou považovány za neodlučitelné složky výzkumu spokojenosti návštěvníků. Spokojenost je považována za poznávací proces vedoucí k emočnímu stavu. Tyto emoční stavy jsou představovány v četných formách. Jsou ovlivněny preferencemi, hodnotami, vírou a postoji či společenským poznáváním návštěvníků. Ke sběru dat ukazující stav emocí (zážitků) byly využity četné postupy. Z jednoduchých postupů to jsou dotazníky a v nedávné době bylo použito video a senzory užívající přepážky (Chhetri, Arrowsmith & Jackson, 2004).

Michael Hughes a Angus Morrison-Saunders ve své studii zkoumali postoje návštěvníků k pozměněné přírodní atrakci zaměřující se na tu skutečnost, zda-li konkrétní místo přineslo nějaké výhody spojené s tradiční ekoturistikou. Návštěvníci rozvinuté lesní atrakce v západní Austrálii „Tree Top Walk“ (TTW) byli zkoumáni před a po své zkušenosti v daném místě.

Návštěvníci zaujímali místo v řadě výroků vztahujících se k potenciálním výhodám zkušeností s přírodní lesní atrakcí. Po zkušenosti s tímto místem byly některé klíčové aspekty ekoturistiky vysoce ohodnoceny. Pravidelní návštěvníci přírodní oblasti zařadili duchovní význam oživující duševní pohodu podstatně výše než ti, kteří nenavštěvovali pravidelně přírodní oblasti. Tito pravidelní návštěvníci přírodní oblasti měli složitější úroveň interakce s lesní oblastí ve srovnání se svými protějšky. Hodnocení duchovního aspektu bylo po zkušenosti s daným místem podstatně sníženo (Hughes & Morrison-Saunders, 2003).

Hypotetický model rozkládá motivaci do dvou konceptů: „tlačící“ cestovní stimul a „táhnoucí“ cestovní stimul. Následně model zkoumá strukturální, příčinné vztahy mezi „tlačícími“ a „táhnoucími“ turistickými stimuly, spokojeností a destinační loajalitou. Hypoteticky lze říci, že motivace ovlivňuje spokojenost turistů s cestovními zážitky, která poté ovlivňuje destinační loajalitu. „Tlačící“ stimuly mohou být chápány jako touha po útěku, odpočinku a relaxaci, prestiži, zdraví a kondici, dobrodružství a společenské interakci, rodinné soudržnosti a vzrušení. Turisté tedy mohou cestovat proto, aby unikli všední rutině a pátrali po autentických zážitcích. „Táhnoucí“ stimuly jsou ty, které jsou inspirovány přitažlivostí destinace, jako jsou pláže, rekreační zařízení, kulturní atrakce, zábava, přírodní scenérie, nakupování a parky. Tyto destinační znaky mohou stimulovat a posílit základní „tlačící“ stimuly (Yoon & Uysal, 2005).

Útok z 11. září na World Trade Center byl následován poklesem leteckých cest do Spojených států a nárůstem obav týkajících se bezpečnosti cestování, obzvláště ve vzduchu. Po události 11. září byly ve skupině častých cestovatelů (jedné univerzitní fakulty v USA), pro něž je cestování velmi důležité, sledovány jejich postoje k cestování. Většina fakulty odsouhlasila, že cestování bylo vzrušující, menšina vyjádřila k cestování negativní postoj. Obecně nebylo považováno cestování za frustrující nebo nepohodlné a někteří byli znepokojeni únosem letadel nebo bezpečnostními záležitostmi. Většina fakulty netvrdila, že by více cestovala autem než letadlem po 11. září a také plánovala do budoucna cestovat stejně tak intenzivně jako v minulosti před danou událostí 11. září. Většina také souhlasila s tím, že cestování jim dovolilo demonstrovat jakési oprávnění (Staats, Panek & Cosmar, 2006).

2.2 Výzkumné otázky, cíle a hypotézy

2.2.1 Cíle práce

Zhodnocení možností komercializace úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu.

1. Posouzení předpokladů a zhodnocení potenciálu úmrtí jedinců pro rozvoj aktivit Dark Tourism.
2. Srovnání postojů obyvatel České republiky ke komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu a k jiným aktivitám Heritage Tourism a Dark Tourism.
3. Zjištění potenciální ochoty k účasti obyvatel České republiky na těchto aktivitách.

2.2.2 Výzkumné otázky, dílčí cíle a hypotézy

C1. Jaké jsou možnosti nabídky produktů komercializace úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu?

Kvantitativní zhodnocení potenciálu a současné nabídky produktů komercializace úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu.

H1.1 V České republice existuje potenciál pro tvorbu produktů zařaditelných do komercializace úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu.

H1.2 V České republice je potenciál pro tvorbu diverzifikovaných produktů zařaditelných do komercializace úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu.

H1.3 V České republice je potenciál pro tvorbu produktů zařaditelných do komercializace úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu rozmístěn více méně rovnoměrně.

H1.4 Potenciál je, pro tvorbu produktů zařaditelných do komercializace úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu, v České republice odlišný od světového, popř. evropského potenciálu.

C2. Jaké jsou postoje obyvatel České republiky ke komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu?

Srovnání postojů obyvatel České republiky ke komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu s aktivitami jiných typů Thanatourism/Dark Tourism a aktivitami Heritage Tourism.

H2.1 Komercializace úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu patří k významným aktivitám mezi ostatními aktivitami Thanatourism/Dark Tourism a Heritage Tourism.

C3. Jaká je reálná a potenciální účast na komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu?

Zjištění deklarované účasti nebo potenciální ochoty k účasti obyvateli České republiky na komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu.

H3.1 Obyvatelé České republiky se komercializace úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu neúčastní.

H3.2 Obyvatelé České republiky nemají o účast na komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu zájem.

C4. Existuje rozdíl v postojích obyvatel České republiky ke komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu podle jejich ekonomického nebo sociálního statutu?

Srovnání postojů obyvatel České republiky ke komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu podle jejich ekonomického a sociálního statutu.

H4.1 Existuje rozdíl v postojích obyvatel České republiky ke komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu podle jejich ekonomického statutu.

H4.2 Existuje rozdíl v postojích obyvatel České republiky ke komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu podle jejich sociálního statutu.

3. Data a metody

3.1 Metodika

V přípravné fázi bakalářské práce bylo nutné identifikovat výzkumný problém a stanovit cíle a pracovní hypotézy výzkumu. Z důvodu lepšího a hlubšího porozumění zkoumané problematice následoval sběr a utřídění sekundárních dat. Jako zdroje sekundárních dat byly využity odborná literatura o marketingovém výzkumu a *Dark Tourism/Thanatourism* a *Heritage Tourism*, dále internetové stránky věnované výzkumnému problému, internetové vyhledávače a v rámci fulltextových databází aktuální vědecké články v anglickém jazyce. Na základě studia sekundárních dat byla vypracována literární rešerše představující přehled vědomostí o dané problematice a také kriticky zhodnocený stav zkoumání. Metoda zpracování dat byla provedena zpracováním databáze potenciálů a produktů do programu MS Excel. Tato databáze tedy obsahuje možnosti nabídky produktů konkrétní problematiky *Dark Tourism*. Tvorba této databáze byla založena opět na studiu sekundárních dat.

Zpracování marketingového výzkumu bylo založeno na týmové spolupráci osmi studentů zkoumajících analogický tematický okruh. Pro získání nových aktuálních informací byl prováděn primární kvantitativní výzkum. Za účelem co nejefektivnějšího zjišťování informací o zkoumané problematice byla zvolena jako výzkumná metoda dotazníkové šetření s možnostmi otázek za použití likertovy stupnice. Primární data byla sbírána pomocí dotazování tváří v tvář z důvodu lepšího vysvětlení, hloubky a větší přesnosti. Dotazovací nástroj byl sestaven v rozsahu 994 kompletních dotazníků, tzn. ± 130 dotazníků na studenta.

Jako tým jsme si museli stanovit způsob výběru vzorku, tzn. kdo nám bude informace poskytovat a jak se k němu dostaneme (Vojtko, 2007). Jako základní soubor byl určen pravděpodobnostní nebo-li náhodný vzorek. Určením vzorku byl uzavřen plán marketingového výzkumu a bylo možné přistoupit k jeho samotné realizaci.

V rámci realizace marketingového výzkumu byl uskutečněn sběr primárních dat za pomoci sestavených dotazníků. Po sběru dat následovalo zakódování dat do počítače, konkrétněji do programu MS Excel. Po počítačovém zakódování bylo možné provést statistickou analýzu v programu Statistica. Pro získání výsledků byly použity techniky deskriptivní statistiky (průměry, mediány) a srovnávací statistika (jednocestná ANOVA).

Analýza dat je vstupem pro zpracování závěrečné zprávy, tedy vlastní bakalářské práce. V rámci této závěrečné zprávy byly zpracovány zbývající kapitoly práce, a to data a metody práce, výsledky v podobě grafů a tabulek s komentáři, dále diskuse komentující a vysvětlující

výsledky výzkumu vztahující se k daným hypotézám a v poslední řadě závěr shrnující celou práci.

3.2 Databáze potenciálů a produktů

Pro sestavení databáze potenciálů a produktů bylo nutné prostudovat veškeré dostupné sekundární zdroje a následně shromáždit požadovaná data do přehledné podoby. Za účelem získání přesných a aktuálních dat byla použita nejen odborná literatura, ale také internetové stránky. Z odborné literatury byla prostudována velká cestovní kniha – průvodce po Čechách, Moravě a Slezsku (David & Soukup, 2002/2003), dále monografie rozum do kapsy (Kolektiv autorů, 1995) a výkladový slovník cestovního ruchu (Pásková & Zelenka, 2002). Z internetových stránek byla využita pražská informační služba, průvodce po Česku, atlas Česka, internetová encyklopedie Wikipedie, vlastní stránky Národního památkového ústavu, stránky s přehledem krajů, okresů a měst České republiky a samozřejmě také webové stránky daných atraktivit, příslušných měst a obcí, kde se zkoumané atraktivity nachází. Z odborné literatury byl získán přehled jednotlivých památek významných osobností jako atraktivit cestovního ruchu a vysvětlení daných typů památek. Prostřednictvím internetových stránek byla, včetně přehledu památek, poskytnuta charakteristika jak atraktivit úmrtí jedinců, tak také konkrétních významných osobností.

Při vyhledávání informací byla věnována pozornost konkrétním produktům *Dark Tourism*, tedy památkám připomínajícím významné osobnosti v místech jejich úmrtí. Z těchto památek byly vyhledávány především muzea, památníky, pomníky, ale také hřbitovy a jednotlivé hroby či hrobky, krypty apod. V rámci těchto památek byla rovněž zaměřena pozornost na to, jakou významnou osobnost daná památka vlastně připomíná, čím se tato určitá osobnost proslavila. Pro lepší pochopení problematiky nebyly při vyhledávání opomenuty stručné informace o jednotlivých památkách.

Databáze byla vytvořena v programu MS Excel zapsáním zjištěných dat do tabulky. Tato tabulka je rozdělena do sedmi sloupců. První sloupec obsahuje jednotlivé kraje České republiky, v nichž se některá ze zkoumaných atraktivit vyskytuje. Tyto kraje byly navíc seřazeny podle četnosti výskytu památek, a to od nejvyšší četnosti, tedy sestupně. V druhém a třetím sloupci jsou uvedeny už konkrétní okresní města a do nich spadající obce. Název příslušných památek je zahrnut ve čtvrtém sloupci a pátý sloupec s jednotlivými odstavci odkazuje na MS Word se stručnou charakteristikou těchto památek. Šestý sloupec udává typ památky a sedmý sloupec typ osobnosti. Osobnosti jsou zde zaznamenávány podle jejich politické, kulturní, vědecké či technické činnosti, díky níž se proslavily.

3.3 Postoje obyvatel

3.3.1 Dotazníkové šetření

K naplnění dílčích cílů C2 až C4 nemohlo být využito sekundárních zdrojů, proto bylo přistoupeno ke sběru primárních dat. Ty byly shromážděny s využitím řízených rozhovorů zapisovaných do standardizovaných formulářů (Flowerdew & Martin, 1997). S ohledem na prostorové zaměření Ekonomické fakulty JU v ČB bylo zvoleno obyvatelstvo regionu NUTS II Jihozápad základním souborem. Z důvodů absence finančních zdrojů výzkumu bylo nutné provést skupinový výběr (Ferjenčík, 2000) na úrovni správních obvodů obcí s rozšířenou působností (ORP) v oblasti NUTS II Jihozápad. Vybráno jich bylo 11. Reprezentativnost vzorku je podpořena stratifikovaným náhodným výběrem obcí (s výjimkou nejvyšší kategorie) ve všech vybraných správních obvodech. Stratifikace obcí byla provedena na základě metodiky typologie obcí ČSÚ (Český statistický úřad, 2007) podle počtu obyvatel do devíti kategorií (Tab. 1). Počet řízených rozhovorů na každý typ byl přepočítán podle podílu počtu obyvatel dané kategorie obcí na počtu obyvatel všech obcí NUTS II Jihozápad. Počet obcí pro řízené rozhovory byl stanoven podle následujícího klíče:

- v případě kategorie nad 50 tisíc obyvatel výše byla vybrána všechna města (Plzeň, České Budějovice),
- v ostatních případech byly obce vybrány náhodně tak, aby byla splněna podmínka alespoň jednoho zástupce kategorie v ORP a maximálního počtu 7 – 8 zástupců kategorie v celkovém počtu vybraných obcí s výjimkou poslední kategorie, již byl vyrovnán počet řízených rozhovorů na jednotlivé ORP při zachování poměrného počtu řízených rozhovorů na tuto kategorii (Tab. 2).

Z celkového počtu plánovaných řízených rozhovorů v dané velikostní kategorii obce byly učiněny podíly řízených rozhovorů v jednotlivých obcích velikostní kategorie tak, aby v každé obci dané velikostní kategorie byl proveden stejný počet řízených rozhovorů. V obcích kategorie 1000 až 1999 obyvatel a v obcích vyšších kategorií byly náhodně vybrány vždy čtyři ulice, kde byly provedeny konkrétní řízené rozhovory až do naplnění požadovaného počtu rozhovorů za danou obec. V obcích nižších velikostních kategorií byly prováděny řízené rozhovory s obyvateli ulic nejbližší poště a pokud se pošta v obci nenacházela, tak s obyvateli ulic nejbližší centrální autobusové zastávky obce.

Vlastnímu terénnímu dotazování předcházela pilotní výzkum na 25 členném vzorku (Hudečková & kol., 2004) dotazovaném v červnu 2007. Po nutných úpravách struktury, obsahu i formy dotazovacího nástroje bylo v průběhu měsíců července až října 2007 provedeno, podle požadavků plynoucích ze stratifikovaného výběru, 1033 řízených rozhovorů. Z tohoto počtu získaných formulářů muselo být 39 odstraněno z důvodu neúplnosti nebo formálních chyb. K posouzení dílčích cílů C2 až C4 bylo k dispozici 994 formulářů řízených rozhovorů. Na provádění řízených rozhovorů se podílelo osm tazatelů, mnou bylo konkrétně provedeno dotazování v obcích Týn nad Vltavou, Lišov, Zliv a Hluboká nad Vltavou, Dolní Bukovsko, Všemyslice, Hosty a Březnice, kde bylo sebráno celkem 128 dotazníků.

Tab. 1: Kategorie obcí

kategorie obce	podíl obyvatel v kategorii	počet obcí
50000 a více	21,83	2
20000 - 49999	11,41	5
10000 - 19999	6,29	6
5000 - 9999	11,71	20
2000 - 4999	15,52	59
1000 - 1999	10,68	92
500 - 999	9,07	155
200 - 499	9,41	354
do 199	4,08	431

Zdroj dat: ČSÚ, www.czso.cz.

Tab. 2: Obce

Kategorie obce					
50000 a více	Plzeň	České Budějovice			
20000 - 49999	Tábor	Jindřichův Hradec	Písek	Strakonice	Klatovy
10000 - 19999	Sušice				
5000 - 9999	Sezimovo Ústí	Bechyně	Dačice	Vodňany	Nýrsko
2000 - 4999	Rudolfov	Studená	Protivín	Netolice	Lišov
1000 - 1999	Malšice	Kunžak	Strmilov	Mirovice	Mirotice
500 - 999	Sudoměřice u Bechyně	Stádlec	Číměř	Čížová	Velhartice
200 - 499	Úsilné	Slapy	Člunek	Putim	Ražice
do 199	Řípec	Dráčov	Dolní Žďár	Tálín	Paseky

Kategorie obce						
50000 a více						
20000 - 49999						
10000 - 19999						
5000 - 9999	Týn n. Vlt.					
2000 - 4999	Zliv	Hluboká n. Vlt.				
1000 - 1999	Bavorov	Dolní Bukovsko				
500 - 999	Všemyslice					
200 - 499	Libějovice	Číčenice	Chelčice			
do 199	Zvíkovské Podhradí	Újezdec u Číčenic	Skočice	Milínov	Březnice	Hosty

3.3.2 Dotazovací nástroj

Dotazník obsahuje uzavřené otázky, a to jak otázky dichotomické, tak i otázky polytomické. Tyto otázky jsou přesně definované, lépe se zpracovávají a rychleji vyplňují (Vojtko, 2007). Otevřené otázky jsou v dotazníku pouze dvě, které vyžadují volnou odpověď a nachází se v poslední části dotazníku. Dotazník začíná úvodním sdělením představujícím mou osobu jako tazatele, vysvětluje účel výzkumu a ujišťuje respondenta o anonymitě jeho odpovědí (Vojtko, 2007).

V první části dotazníku bylo využito osmi obrázků (Akropole v Athénách, Kasemata-Špilberk, Bodies-The Exhibition, Povodeň-Morava 1997, Památník ve Verdunu, J.V. Stalin, Koncentrační tábor-Dachau, Hřbitov-Slavín). Na základě těchto obrázků vyjadřovali respondenti své pocity na pětistupňové škále (1 = zažívám určitě pocit uvedený vlevo, 2 = zažívám spíše pocit uvedený vlevo, 3 = nedokážu se rozhodnout, 4 = zažívám spíše pocit uvedený vpravo, 5 = zažívám určitě pocit uvedený vpravo). Odpovědi byly zaznamenávány u šesti dvojic pocitů (vzrušující-uklidňující, ohyzdný-krásný, tísnivý-povznášející, nudný-zajímavý, nepříjemný-příjemný, vtíravý-nevtíravý).

Druhá část dotazníku je rozdělena do dvou částí. V první části označovali respondenti opět na pětistupňové škále míru svého souhlasu se čtyřmi hlavními důvody (zábava, odpočinek, poučení, pieta), proč lidé navštěvují následující místa nebo akce (1 = je to určitě dobrý důvod návštěvy místa nebo účasti na akci, 2 = je to spíše dobrý důvod návštěvy, 3 = nevím, 4 = je to spíše špatný důvod návštěvy, 5 = je to určitě špatný důvod návštěvy). Své odpovědi označovali respondenti u 14 aktivit (Návštěva představení „středověkých“ rytířských soubojů nebo rekonstrukce bitvy (např. bitva u Slavkova), Návštěva výstavy typu Bodies-The Exhibition (plastinace tkání), Návštěva historických staveb (např. egyptské pyramidy, u nás hrady a zámky), Návštěva místa válečných střetnutí a bitev (např. Waterloo, Lipany), Návštěva místa smrti známé osoby (př. Princezna Diana, Elvis Presley), Návštěva muzeí a galerií, Návštěva místa, kde žila a tvořila významná osobnost (např. kde hráli Beatles nebo kde tvořil Bedřich Smetana), Návštěva hřbitovů, mauzoleí, krypt, památníků katastrof nebo válek, Návštěva místa masového vraždění (např. koncentrační tábory, masové hroby), Návštěva místa právě probíhající katastrofy (např. povodně), Návštěva muzeí a expozic válek a zbraní, Přítomnost při veřejné popravě v zemích, které to umožňují, Návštěva památníků a muzeí významných nebo známých osobností, Návštěva místa medializované vraždy, např. významné osobnosti jako byl J.F. Kennedy nebo Olof Palme). V druhé části odpovídali respondenti na to, zda se v posledních pěti letech takové akce zúčastnili nebo takové místo

navštívili. Měli čtyři možnosti odpovědi (ano, byl to jeden z hlavních cílů mé dovolené; ano, jako zpestření jinak orientované dovolené; ne; nevěděl/-a jsem, že je něco takového možné, ale myšlenka mne zaujala).

Třetí a zároveň závěrečná část dotazníku obsahuje identifikační otázky. Tyto otázky jsou umístěny v závěru dotazníku záměrně, snižuje se tím totiž riziko odmítnutí ze strany respondentů. Tato třetí část zahrnuje geografické a sociodemografické informace o respondentovi (Vojtko, 2007): pohlaví (žena, muž), věková kategorie (18-20, 21-30, 31-40, 41-50, 51-60, 61-70, nad 70 let), nejvyšší dosažené vzdělání (základní, střední bez maturity, střední s maturitou, vyšší odborné, vysokoškolské), zdroje příjmů domácnosti (zaměstnání, podnikání a samostatná výdělečná činnost, majetková renta, důchod, sociální podpora, kapesné, dary, jiné příjmy), počet členů domácnosti (otevřená otázka), příslušnost k některému z náboženství (ano, ne) – pokud ano, ke kterému (otevřená otázka), cestování v letošním nebo loňském roce na dovolenou či alespoň dvoudenní výlet mimo hranice kraje (ano, ne), preference při výběru dovolené (nejlevnější nabídka uspokojující jen minimální nároky, nabídka nejvyšší kvality, nabídka nejlepšího poměru kvalita/cena). V poslední otázce této třetí části vyjadřovali respondenti svůj názor na historii na pětistupňové škále v případě dvou dvojic názorů (1 = nudná, 5 = zajímavá; 1 = nepodstatná, 5 = důležitá). V úplném závěru dotazníku je zahrnuto poděkování respondentům za jejich čas a spolupráci a také informace identifikující dotazník (datum, lokalita).

3.3.3 Zpracování výsledků

Dotazník byl kódován číselnými hodnotami seřazenými vždy vzestupně, a to do programu MS Excel. První část dotazníku byla kódována tak, že každá otázka byla rozdělena do šesti částí (a-f), pro každou z nichž byla vkládána číselná hodnota odpovědi (1-5), kódování tedy odpovídala příslušná pětistupňová škála. V druhé části dotazníku byla každá ze 14 otázek rozdělena do pěti částí (a-e), v nichž byla vkládána opět číselná hodnota odpovědi (1-5). Třetí část dotazníku byla rozdělena do devíti otázek. Pro první až třetí otázku byla vkládána číselná hodnota odpovědi vzestupně. Čtvrtá otázka byla rozdělena do osmi částí (a-h), v nichž byla vkládána číselná hodnota odpovědi (1-2), podle toho, zda byla daná odpověď označena či nikoliv (ano = 1, ne = 2). V páté otázce se jednalo o otevřenou odpověď, a tudíž bylo vkládáno číslo volné odpovědi každého z respondentů. Šestá otázka byla rozdělena do dvou částí (a-b), kdy v první části byla vkládána číselná hodnota odpovědi a v případě druhé části číselná hodnota volné odpovědi každého z respondentů. Pro sedmou a osmou otázku byla

vkládána číselná hodnota odpovědi. Devátá otázka byla rozdělena do dvou částí (a-b), v nichž byla vkládána číselná hodnota odpovědi odpovídající pětistupňové škále.

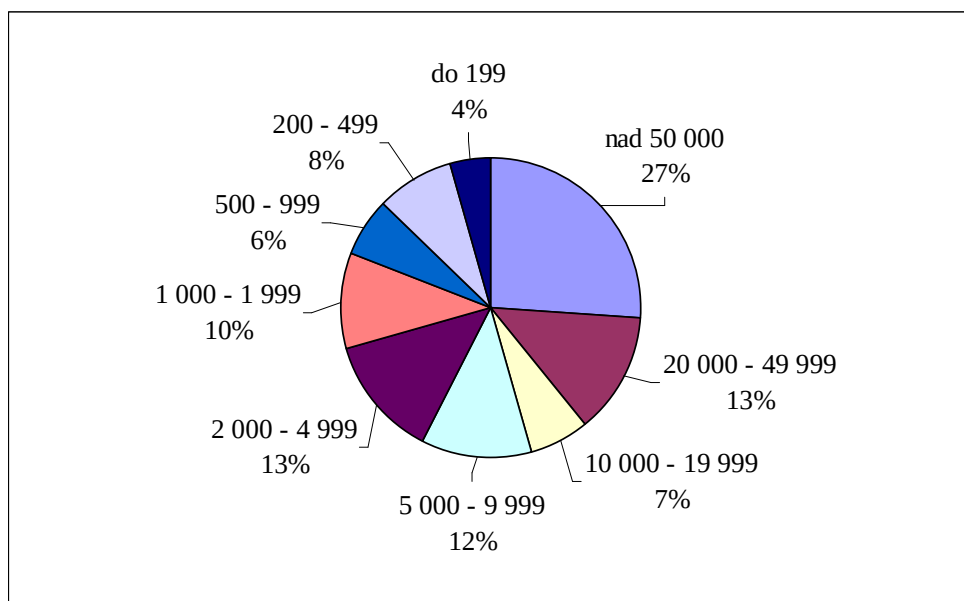
Po počítačovém zakódování bylo možné provést statistickou analýzu získaných odpovědí. Pocitová složka postojů respondentů k daným osmi obrázkům byla posuzována na základě deskriptivní statistiky. Deskriptivní statistika zjišťuje a sumarizuje informace, zpracovává je ve formě grafů a tabulek a vypočítává jejich číselné charakteristiky, nejčastěji průměr, vážený průměr, modus (hodnota vyskytující se v souboru nejčastěji), geometrický průměr a medián (prostřední hodnota). Účelem deskriptivní statistiky je většinou najít určitou střední hodnotu, kolem které se naše data soustřeďují (Hindls & kol., 2006). Pro každou dvojici pocitů u každého obrázku byla spočítána hodnota aritmetického průměru v programu Statistica. Aritmetický průměr vyjadřuje těžiště dat statistického souboru a udává podíl součtu všech hodnot souboru dělený počtem všech hodnot (Hindls & kol., 2006). Na základě vytvořené tabulky s průměry v programu MS Excel byly výsledky vyjádřeny graficky s využitím bodového grafu se spojnicemi. Rozdíly stejných bipolárních pocitů mezi obrázky byly analyzovány pomocí jednocestné ANOVY. ANOVA (jednofaktorová analýza rozptylu) ověřuje významnost rozdílů mezi výběrovými průměry většího počtu náhodných výběrů. V ekonomických aplikacích umožňuje posoudit vliv různých faktorů na hospodářský proces, hodnotit účinky různých přijatých opatření apod. (Hindls & Seger, 1995). Pomocí této analýzy bylo zjištěno, zda jednotlivý pocit dosahuje stejných hodnot u jednotlivých obrázků. Jako výsledek této analýzy byla zpracována tabulka s hodnotami průměrů, hodnotami F, hodnotami p a symbolikou pro rozlišení vzájemných rozdílů. Analytický nástroj dvouvýběrový F-test pro rozptyl provede F-test pro dva výběry a porovná rozptyly dvou souborů. Tento nástroj umožňuje získat výsledek testu nulové hypotézy, která předpokládá, že tyto dva výběry pocházejí z rozdělení se shodnými rozptyly, ve srovnání s alternativou, která předpokládá, že rozptyly nejsou v základních rozděleních stejné (Microsoft Office Excel, 2008). Hodnota p (p-value), nebo-li dosažená hladina testu, vyjadřuje pravděpodobnost, s jakou bychom dostali výsledek stejně nebo ještě více odporující nulové hypotéze. Je-li $p \leq \alpha$, pak se nulová hypotéza zamítá (Zvára, 2003). Signifikance rozdílů byla zjišťována prostřednictvím Tukeyho HSD testu, což je parametrický post hoc test, který je používán pro určování rozdílů. Tukeyova metoda je často používanou metodou mnohonásobných porovnání (Zvára, 2003). Veškeré hodnoty nižší než 0,05 jsou signifikantní. Jako symbolika pro rozlišení vzájemných rozdílů byla používána písmena vyjadřující rozdílné skupiny odpovědí na úrovni 0,05 založeny na Tukeyho post-hoc testu.

Pro zhodnocení kompletního přesvědčení o motivech byla využita opět deskriptivní statistika, kdy pro každý ze čtyřech motivů byla spočítána hodnota aritmetického průměru. Výsledky deskriptivní statistiky byly zobrazeny graficky s využitím paprskového grafu o čtyřech paprscích. Byly vytvořeny tři tyto grafy, přičemž první dva po šesti subotázkách a ten třetí pro poslední dvě otázky (dt2.13 a dt2.14) konkrétně k mému tématu (tedy ze vzorku v rozsahu 128 dotazníků). Pro porovnání rozdílů stejných motivů mezi aktivitami byla využita opět jednocestná ANOVA, pomocí níž bylo zjištěno, jestli jednotlivé motivy dosahují stejných hodnot u jednotlivých aktivit. Jako výstup této analýzy byla vytvořena tabulka s hodnotami průměrů, hodnotami F, hodnotami p a symbolikou pro rozlišení vzájemných rozdílů.

Účast nebo potenciální ochota k účasti obyvateli České republiky na aktivitách vybraného typu *Dark Tourism* byla zjišťována četnostně, kdy byla v programu Statistica vytvořena tabulka četností. Tabulka četností podává informace o počtu (četnosti) výskytu jednotlivých variant znaku v souboru (Hindls & kol., 2004). Četnostně byly zpracovány odpovědi v jednotlivých čtyřech kategoriích návštěvy. Data z tabulky četností byla vykopírována do programu MS Excel, na základě nichž byl sestaven stoprocentní pruhový graf skládaný.

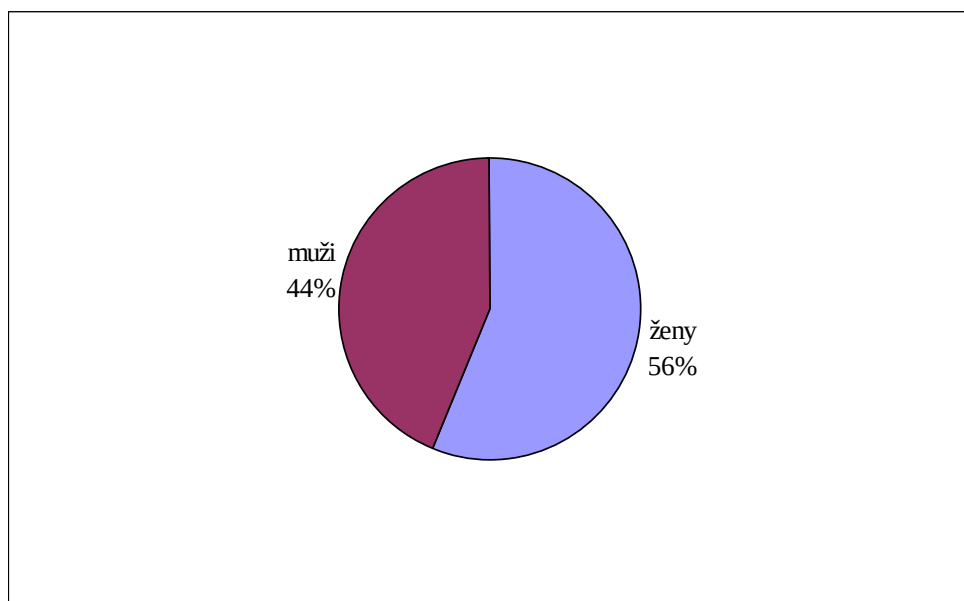
Rozdíly postojů obyvatel České republiky k aktivitám vybraného typu *Dark Tourism* podle jejich ekonomického a sociálního statutu byly určeny pomocí jednofaktorové ANOVY. Z první části dotazníku byl vybrán obrázek Hřbitov-Slavín, z druhé části dotazníku aktivity, jako přítomnost při veřejné popravě v zemích, které to umožňují, návštěva památníků a muzeí významných nebo známých osobností a návštěva místa medializované vraždy, které mají přímou spojitost s mnou sledovanou aktivitou *Dark Tourism*. Následně byly pro ně otestovány rozdíly v odpovědích, pomocí již zmiňované analýzy rozptylu, podle sociálního statutu (pohlaví, věku, vzdělání, velikostní kategorie obce, přihlášení se k náboženství, cest na dovolenou) a podle ekonomického statutu (zdroje příjmů, upřednostňovaného výběru dovolené). Výstupem této analýzy byla pro každou posuzovanou otázku tabulka s hodnotami průměrů, hodnotami F, hodnotami p a symbolikou pro rozlišení vzájemných rozdílů. Pro dvě poslední aktivity (otázky 2.13 a 2.14), týkající se konkrétně mého tématu, byly zjišťovány výsledky z jiného vzorku (128 dotazníků) na rozdíl od ostatních aktivit (994 dotazníků). Jednotlivá data byla z ANOVY vykopírována do programu MS Excel a z těchto dat bylo sestaveno celkem 32 tabulek.

3.3.4 Výsledky marketingového výzkumu



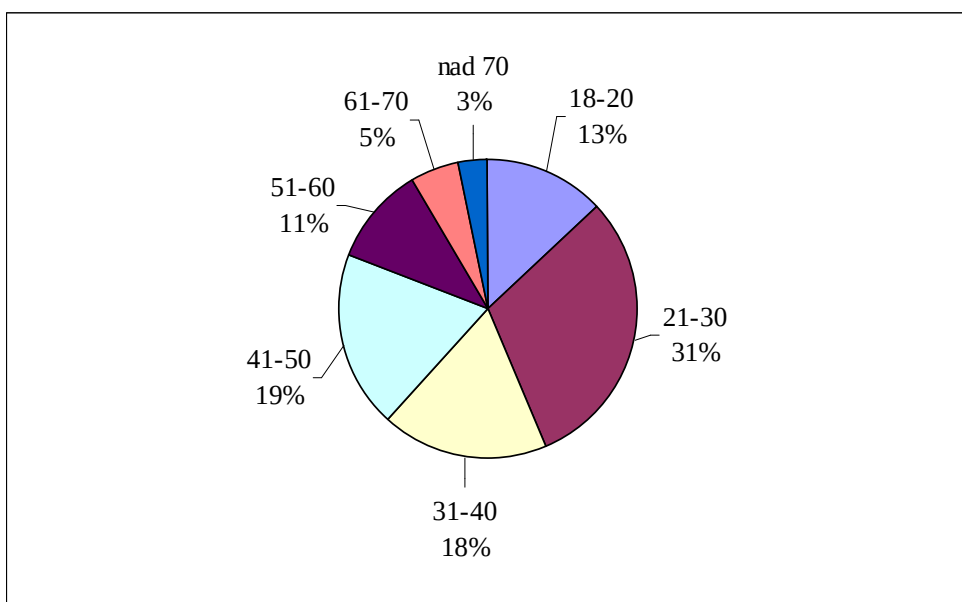
Obr. 1 : Velikost obce bydliště respondenta, $n=994$.

Velikosti obcí jsou vyjádřeny v devíti velikostních kategoriích (obr. 1).



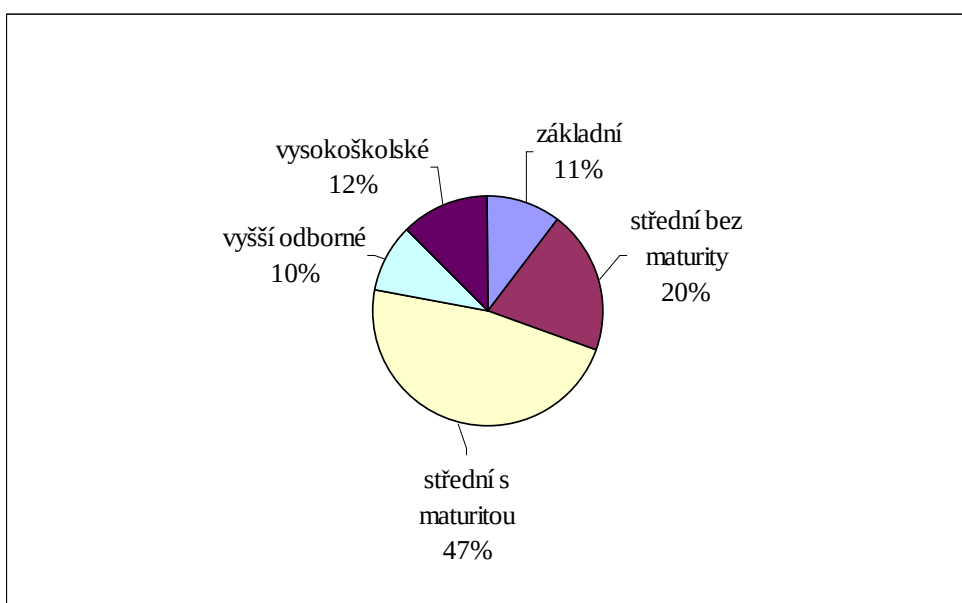
Obr. 2 : Skupiny respondentů podle pohlaví, $n=994$.

V případě pohlaví respondentů mírně převažují ženy. Z celého souboru, tedy 994 dotazovaných, odpovídalo 557 žen a 437 mužů (Obr. 2).



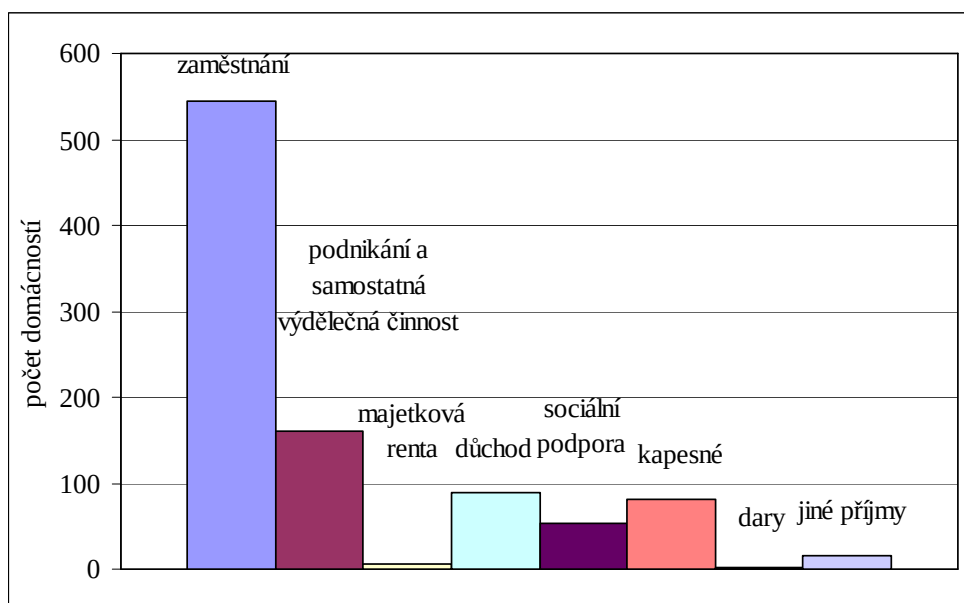
Obr. 3 : Věk respondentů, n=994.

Věk dotazovaných je rozdělen do 7 věkových kategorií. Nejčastěji dotazované osoby představují obyvatelé ve věku od 21 do 30 let a pouze 30 dotazovaných jsou obyvatelé ve věku nad 70 let (Obr. 3).



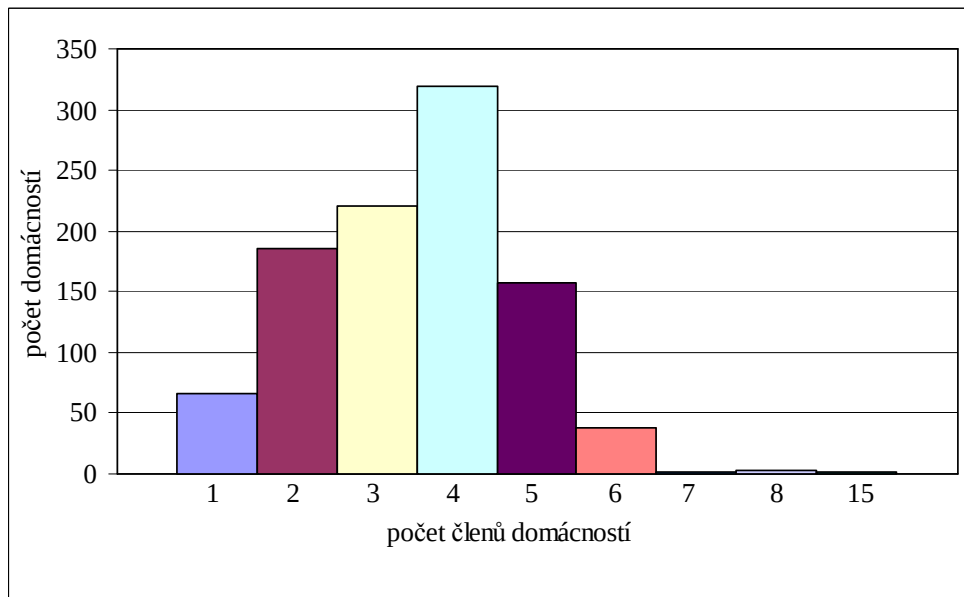
Obr. 4: Vzdělání respondentů, n=994.

Nejčastěji dotazovanými osobami jsou obyvatelé s maturitním vzděláním a naopak nejméně s vyšším odborným vzděláním (Obr. 4).



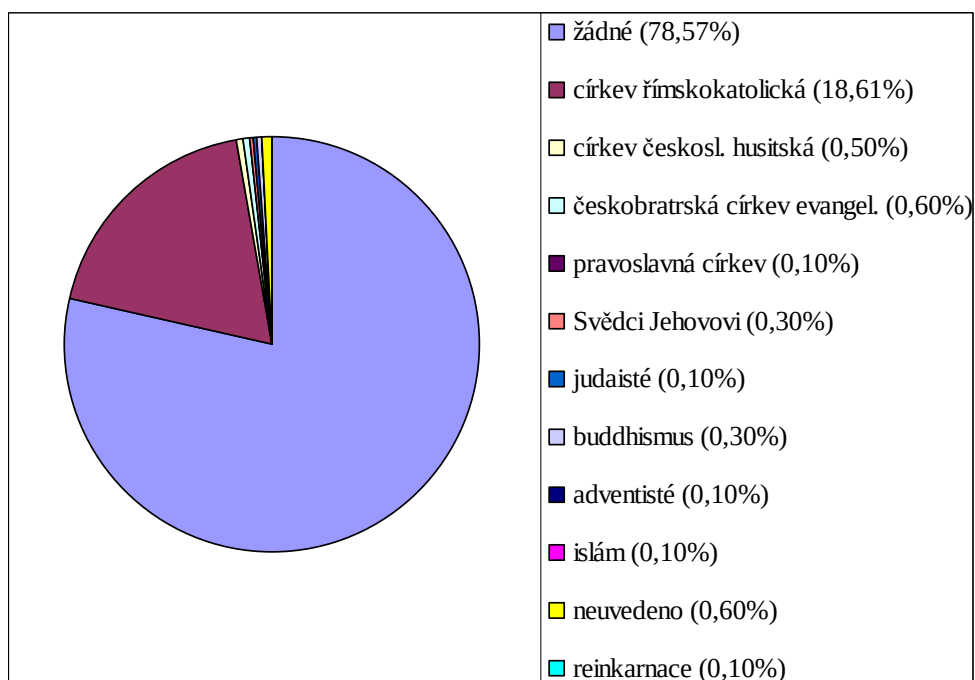
Obr. 5: Zdroje příjmů domácností, $n=994$.

Nejčastější zdroj příjmů dotazovaných domácností představuje zaměstnání, za nímž následuje podnikání a samostatná výdělečná činnost. Naopak nejméně častým zdrojem jsou dary a majetková renta (Obr. 5).



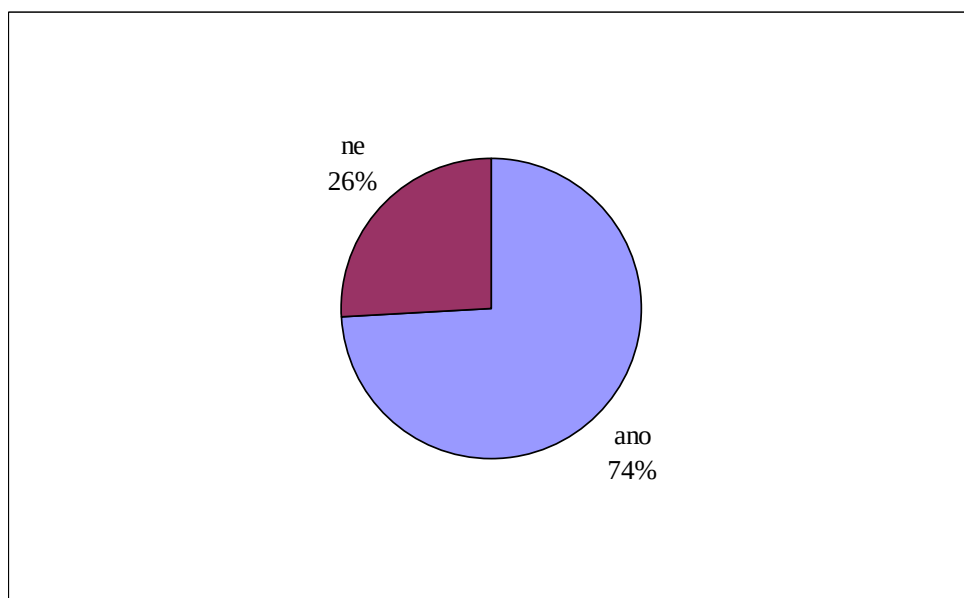
Obr. 6: Počet členů domácností, $n=994$.

Osa x zobrazuje uváděný počet členů domácností a osa y počet těchto domácností. Většina dotazovaných domácností má 4 členy a poté 3 členy. Největší počet členů, tedy 15, má jen 1 domácnost (Obr. 6).



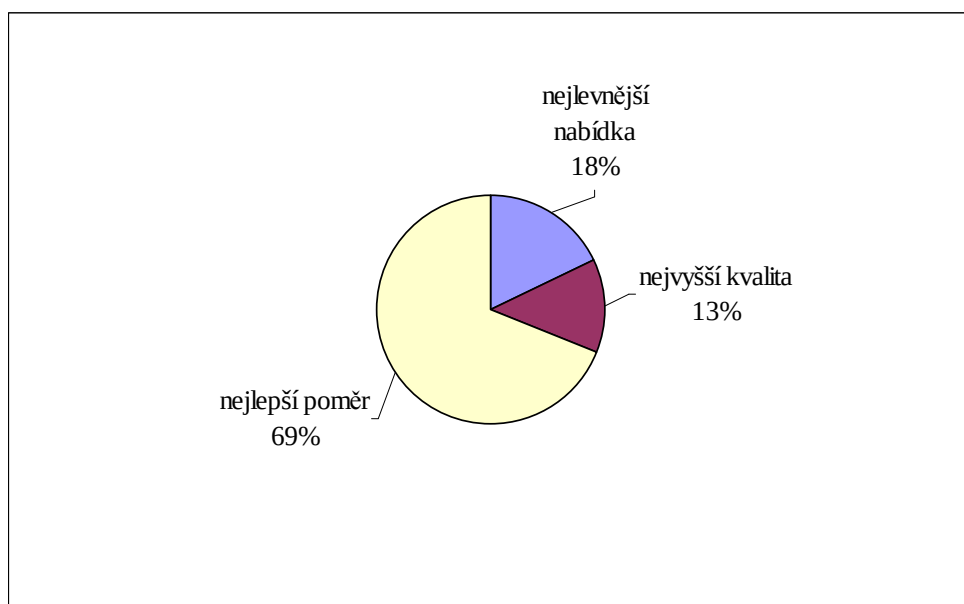
Obr. 7: Příslušnost k náboženství, n=994.

Velká část respondentů žádné náboženství nevyznává. Když už se respondenti k nějakému náboženství hlásí, tak je to náboženství římskokatolické (Obr.7).



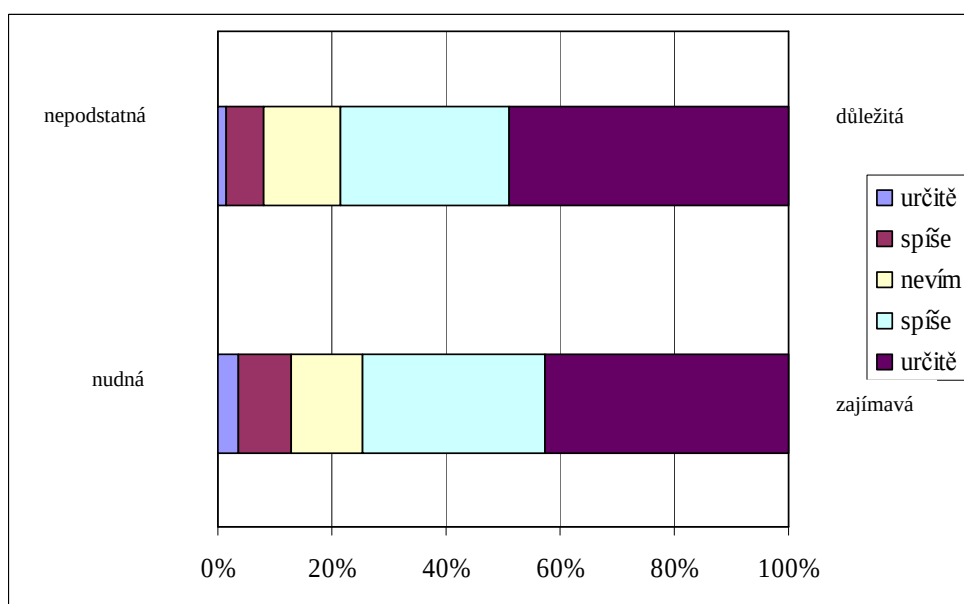
Obr. 8: Cestování za hranice kraje, n=994.

Většina respondentů cestovala na dovolenou nebo alespoň dvoudenní výlet mimo hranice kraje v letošním nebo loňském roce. Pouhých 256 respondentů je ve vztahu k cestovnímu ruchu pasivnější (Obr. 8).



Obr. 9: Výběr dovolené, $n=994$.

Většina dotazovaných preferuje při výběru dovolené nabídky s nejlepším poměrem mezi kvalitou a cenou. Menšina pravděpodobně movitějších respondentů upřednostňuje nabídky nejvyšší kvality (Obr. 9).



Obr. 10: Názor na historii, $n=994$.

Nejvíce respondentů považuje historii za důležitou a zajímavou. Nejméně respondentů si myslí, že je historie nudná a nepodstatná (Obr. 10).

4. Výsledky

4.1 Možnosti nabídky produktů

Česká republika se může chlubit dostatečným potenciálem úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu. Tento dostatečný potenciál je dán především bohatou historií našeho národa, jenž mnohými památkami připomíná významné osobnosti spojené právě s touto historií. Významnými osobnostmi naší minulosti jsou zde míněny osoby, které vykonaly pro náš národ významné činy v oblasti politiky, kultury, vědy a techniky. Vzpomínku na tyto osobnosti nám zanechávají některé typy památek, jako jsou památníky, muzea, pomníky apod. Za památník se označuje stavba většinou bohatě umělecky zdobená a postavená k připomenutí nebo oslavě historické události, významné osobnosti (Pásková & Zelenka, 2002). Dalším typem takové památky je muzeum. Muzeum je ústav shromažďující na vědeckých základech sbírky hmotného dokladového materiálu, který uchovává a vystavuje (Linhart & kol., 2004). Mezi čteně se vyskytující památky patří pomníky. Pomníky představují sochařská nebo architektonická díla, většinou monumentální, zbudované na památku nějaké osoby nebo události (Kolektiv autorů, 1995). K těmto památkám, vyskytujícím se na našem území, patří také místa posledního odpočinku významných osobností, jako hřbitovy, hrobky, jednotlivé hroby, krypty a tumby. Hřbitov nebo-li pohřebiště označuje pietní místo, kde se pohřbívají mrtví lidé, respektive ostatky jejich těl, např. popel po kremaci (Wikipedie, 2007a). Hrobka je stavba určena pro uložení zesnulého a často se zaměňuje s pojmem hrob, přestože mezi nimi existují drobné rozdíly. Do hrobu se ukládají pouze ostatky po pohřbu žehem (tedy urny), zatímco těla zemřelých při pohřbu do země se ukládají v rakvích do hrobek (Wikipedie, 2007b). Krypta představuje podzemní nebo polozapuštěný klenutý prostor či podzemní hrobku. Tumbou rozumíme náhrobek v podobě sarkofágu nebo vyvýšenou schránku na ostatky (Linhart & kol., 2004).

Z již výše zmíněných památek zaznamenává největší potenciál pochopitelně hlavní město Praha jako kulturní centrum České republiky. Všeobecně návštěvnost památkových objektů v Praze stále roste. Rok od roku přichází do Prahy více Čechů a cizinců, přičemž velkou část tvoří cizinci. V regionech naopak převládají domácí hosté. Z památek významných osobností převládají v hlavním městě pomníky. Tyto pomníky ztělesňují hlavně proslulé osobnosti literárního života, tedy spisovatele a básníky, a také umělce (hudební skladatele a malíře). Praha je také místem několika velkých známých hřbitovů s hroby mnoha význačných osobností českého kulturního a vědeckého dění. Za zmínku určitě stojí Vyšehradský hřbitov, kterému dominuje hrobka Slavín (společná hrobka zemřelých osobností české literatury). Na

tento hřbitov zavítají denně stovky návštěvníků nejen z České republiky, ale i jiných zemí (Judinyová, 2007). V Praze mohou turisté navštívit také Muzeum Bedřicha Smetany a Antonína Dvořáka přibližující jejich život a dílo. Památník Františka Palackého a Františka Ladislava Riegra představuje byt v barokním městském paláci Mac Newenův, kde tito významní historici, politici a spisovatelé tvořili a žili (Pražská informační služba, 2007g).

V četnosti výskytu atraktivit úmrtí jedinců následuje za Prahou Středočeský kraj. Nejvýznamnější památkou tohoto kraje je Muzeum Tomáše Garrigua Masaryka v Lánech, mezi jehož nejvýznamnější sbírky patří posmrtné masky prezidenta T.G. Masaryka a jeho manželky Charlotty G. Masarykové (Muzeum T.G. Masaryka Rakovník, 2007a). Toto muzeum má také své pravidelné akce, např. „Den s T.G.M.“, jehož součástí je také pietní akt u hrobu T. G. Masaryka na hřbitově v Lánech (Muzeum T.G. Masaryka Rakovník, 2007b). V Rožmitálu pod Třemšínem se nachází hrob hudebního skladatele Jakuba Jana Ryby, v Sázavě krypta světského kněze sv. Prokopa. V bazilice sv. Václava ve Staré Boleslavi, místě vraždy patrona české země, najdeme jeho tumbu, která byla původně hrobem.

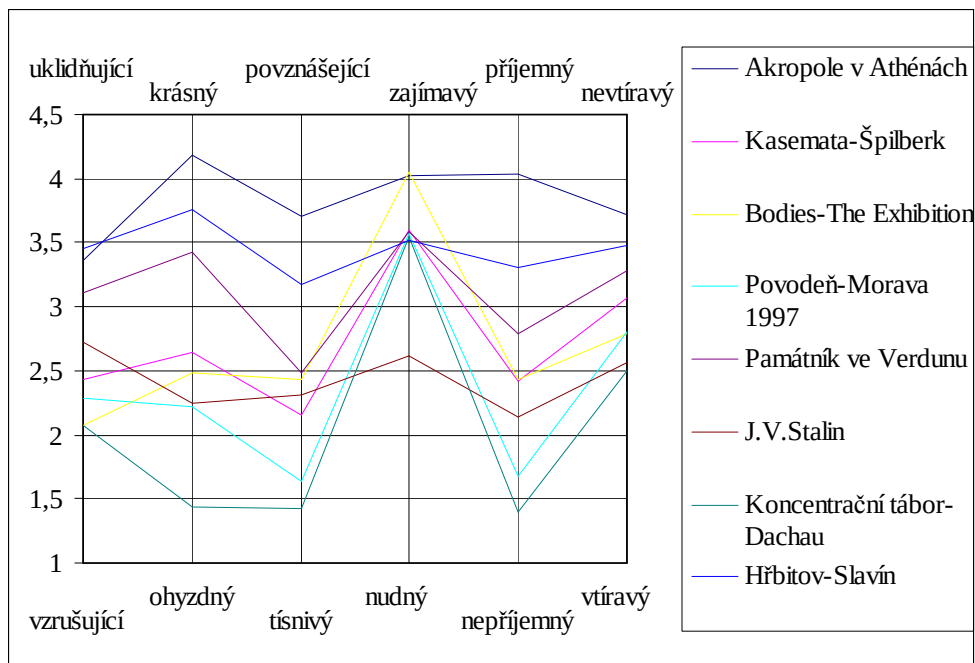
Jihočeský kraj se stává významnou turistickou a rekreační oblastí (Jihočeský kraj, 2007), v které také nalezneme památku na druhého československého prezidenta Edvarda Beneše v podobě památníku, a to v Sezimově Ústí. V Orlíku nad Vltavou a Třeboni nám připomíná vládu šlechtického rodu Schwarzenberků jejich společná hrobka. Šlechtický rod Rožmberků má svou hrobku ve Vyšším Brodě.

Na Vysočině zanechala historie množství památek (Kraj Vysočina, 2007). Obec Pacov v okresním městě Pelhřimov zanechala vzpomínku na našeho básníka a prozaika Antonína Sovu. Tuto osobnost nám připomíná jeho hrob, památník a muzeum.

Poloha Plzeňského kraje je také významná pro rozvoj cestovního ruchu. K hlavním cílovým skupinám klientů cestovního ruchu patří občané SRN a v rámci domácího cestovního ruchu se pravidelně vracejí obyvatelé větších měst ČR (Portál Plzeňského kraje, 2007). Z již zmiňovaných krajů má Plzeňský kraj nejmenší potenciál památek významných osobností v místech jejich úmrtí. Tento kraj nabízí dvě muzea slavných osobností literatury a umění. Jedním z nich je Muzeum Josefa Václava Sládka, známého spisovatele, básníka, novináře a překladatele, nacházející se v obci Zbiroh. Muzeum Jindřicha Jindřicha, proslulého hudebního skladatele, klavíristy, ale i etnografa, lze navštívit v Domažlicích.

4.2 Postoje obyvatel České republiky ke komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu

4.2.1 Emoční složka postojů



Obr. 11: Bipolární pocity mezi obrázky, $n=994$.

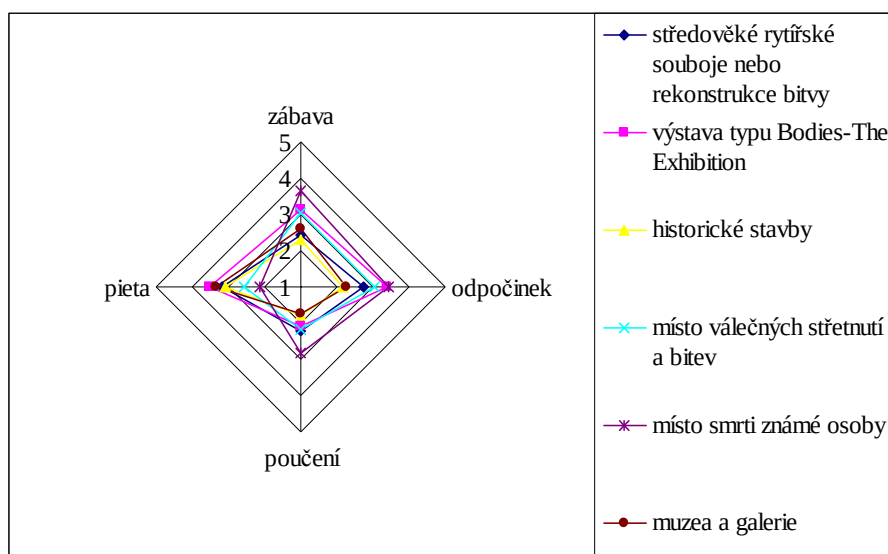
Osa x znázorňuje dvojice pocitů, které vzbuzuje v respondentech daných osm obrázků. Své pocity označovali na stupnici 1-5 (1 = určitě pocit uvedený dole, 5 = určitě pocit uvedený nahoře). Čísla na ose y vyjadřují průměry, které byly spočítány pro každou dvojici pocitů u každého obrázku. Velmi negativně působil na respondenty snímek „Dachau“, který u nich vyvolával tísnivé a nepříjemné pocity. Naopak snímek „Akropole“ na ně působil příjemným, povznášejícím a uklidňujícím dojmem (Obr. 11).

Tab. 3: Rozdíly bipolárních pocitů mezi obrázky, n=994.

V tabulce jsou čísla vyjádřeny průměrné hodnoty odpovědí. Písmena pod nimi vyjadřují rozdílné skupiny odpovědí na úrovni 0,05 založeny na Tukeyho post-hoc testu pro nestejný počet n. Písmeno F představuje F-test, který je vyjádřen čísly v pravé části tabulky. Hvězdičky označují signifikaci rozdílů, kdy hodnoty na $p < 0,05$ jsou signifikantní ($p < 0,01$ je označeno jako ***, $p < 0,05$ jako ** a $p > 0,05$ jako *). V případě pocitů tísnivý-povznášející se od sebe všech osm obrázků navzájem liší. Obrázky Kasemata, Povodeň, Památník ve Verdunu, Dachau a Slavín se od sebe neliší a co se týče pocitů nudný-zajímavý, na respondenty působí spíše jako zajímavé. Z hlediska pocitů vzrušující-uklidňující jsou identické obrázky Dachau a Bodies, které vzbuzují spíše vzrušující pocity (Tab. 3).

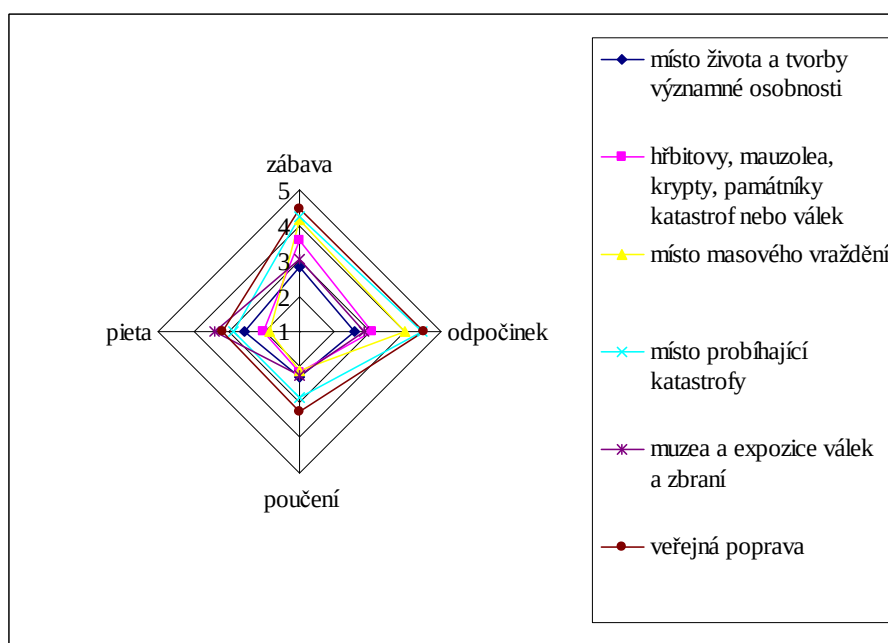
	Akropole	Kasemata	Bodies	Povodeň	Památník	J.V.Stalin	Dachau	Slavín	F	
vzrušující-uklidňující	3,36	2,44	2,08	2,28	3,11	2,72	2,07	3,45	292,12	***
	f	c	a	b	e	d	a	f		
ohybný-krásný	4,18	2,65	2,49	2,23	3,43	2,25	1,44	3,76	870,01	***
	g	d	c	b	e	b	a	f		
tísnivý-povznášející	3,71	2,15	2,43	1,63	2,48	2,32	1,43	3,18	550,20	***
	g	c	de	b	e	d	a	f		
nudný-zajímavý	4,03	3,60	4,05	3,57	3,59	2,62	3,55	3,52	158,74	***
	c	b	c	b	b	a	b	b		
nepříjemný-příjemný	4,04	2,42	2,43	1,68	2,79	2,14	1,40	3,30	738,48	***
	g	d	d	b	e	c	a	f		
vtíravý-nevtíravý	3,71	3,07	2,79	2,81	3,28	2,57	2,50	3,48	139,57	***
	f	c	b	b	d	a	a	e		

4.2.2 Složka přesvědčení postojů



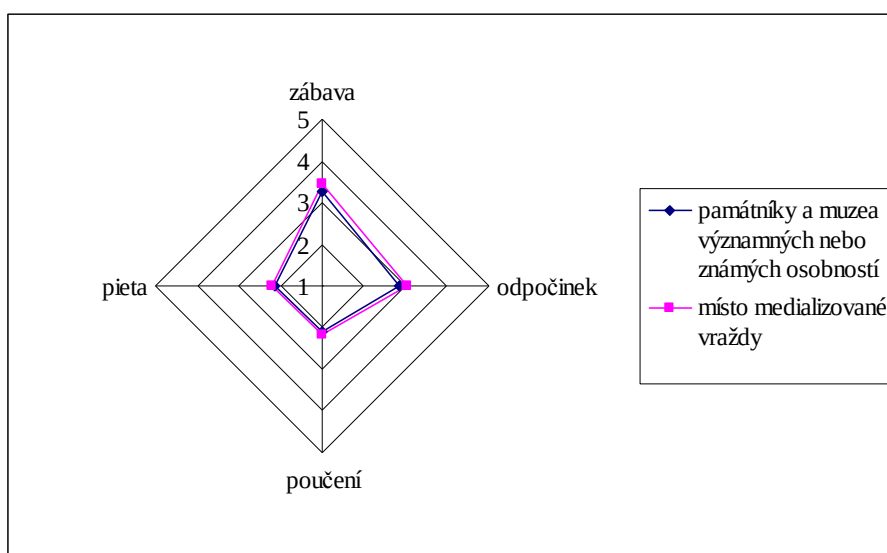
Obr. 12: Motivy mezi aktivitami Dark Tourism 1-6, $n=994$.

Místo smrti známé osoby je považováno za určitě dobrý důvod návštěvy pro pietu a za spíše špatný důvod návštěvy pro zábavu. Muzea galerie jsou dobrým důvodem návštěvy pro poučení a odpočinek stejně jako historické stavby. Výstavu typu Bodies považují dotazovaní za určitě dobrý důvod návštěvy pro poučení (Obr. 12).



Obr. 13: Motivy mezi aktivitami Dark Tourism 7-12, $n=994$.

Veřejnou popravu označovali respondenti spíše za špatný důvod návštěvy pro zábavu či odpočinek podobně jako místo probíhající katastrofy. Místo masového vraždění je považováno za určitě dobrý důvod návštěvy pro pietu a poučení (Obr. 13).



Obr. 14: Motivy mezi aktivitami Dark Tourism 13-14, $n=128$.

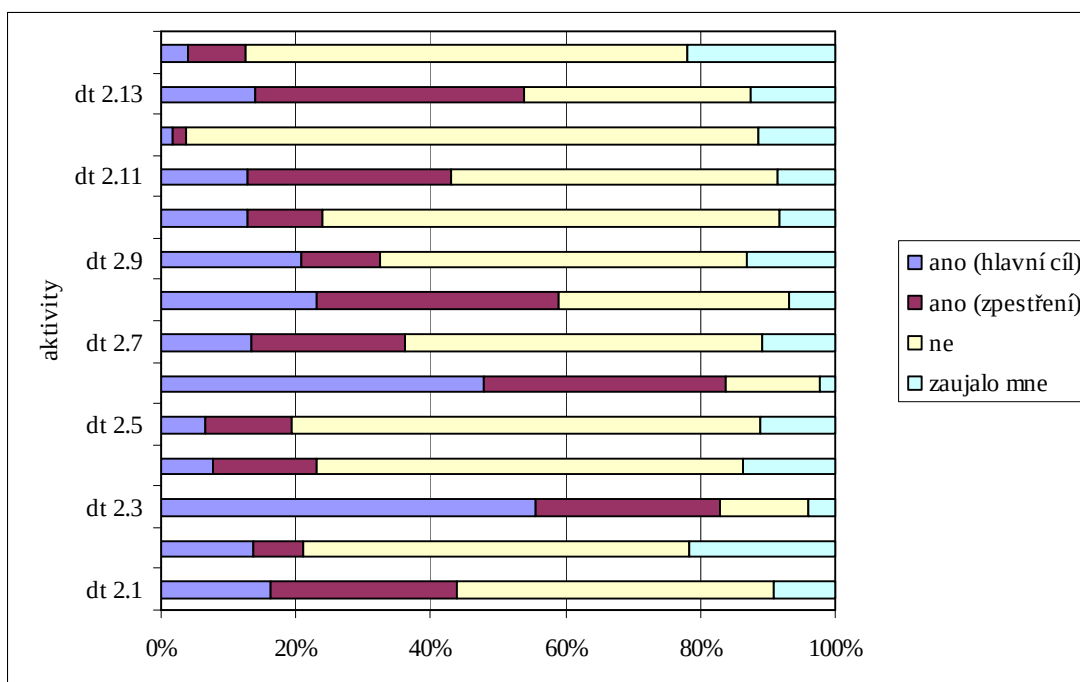
Památníky a muzea známých osobností stejně jako místo medializované vraždy jsou navštěvovány hlavně pro pietu a poučení (Obr. 14).

Tab. 4: Rozdíly motivů mezi aktivitami Dark Tourism, $n=994$ u 1-12, $n=128$ u 13-14.

Označení dt2.1-dt2.14 představuje následujících 14 aktivit: rytířské souboje; výstava typu Bodies; historické stavby; místo bitev; místo smrti známé osoby; muzea a galerie; místo významné osobnosti; hřbitovy, památníky katastrof nebo válek; místo masového vraždění; místo probíhající katastrofy; muzea a expozice válek a zbraní; veřejná poprava; památníky a muzea známých osobností; místo medializované vraždy. Většina aktivit jako rytířské souboje, výstavy Bodies, místa bitev, významných osobností, masového vraždění, hřbitovy, památníky, muzea a další se od sebe neliší z pohledu odpočinku jako motivu. Spoustu aktivit či památných míst se spolu shodují v tom, že motivem jejich návštěvy bývá pieta. Například místa masových vraždění, probíhající katastrof či veřejná poprava se liší od klasických aktivit jako jsou návštěvy historických staveb, muzeí a galerií, které jsou navštěvovány spíše pro zábavu a odpočinek (Tab. 4).

	dt2.1	dt2.2	dt2.3	dt2.4	dt2.5	dt2.6	dt2.7	dt2.8	dt2.9	dt2.10	dt2.11	dt2.12	dt2.13	dt2.14	F	
zábava	2,45	3,12	2,31	3,05	3,66	2,59	2,82	3,56	4,16	4,26	3,04	4,45	3,25	3,45	290,05	***
	ab	de	a	d	g	b	c	fg	h	hi	d	i	def	efg		
odpočinek	2,72	3,38	2,17	3,03	3,45	2,28	2,56	3,06	3,99	4,48	2,82	4,49	2,84	3,02	396,08	***
	bc	ef	a	d	f	a	b	d	g	h	c	h	bcd	cde		
poučení	2,22	2,11	1,78	2,19	2,84	1,76	2,27	2,17	2,1	2,87	2,25	3,28	2,09	2,18	109,69	***
	b	b	ac	b	d	a	b	b	b	d	b	e	abc	bc		
pieta	3,15	3,53	3,1	2,59	2,12	3,35	2,55	2,01	1,85	2,88	3,38	3,17	2,13	2,2	168,01	***
	ef	g	e	c	b	fg	c	ab	a	d	g	ef	ab	abc		

4.3 Reálná a potenciální účast na komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu



Obr. 15: Účast na aktivitách Dark Tourism, $n=994$ u 1-12, $n=128$ u 13-14.

Označení dt2.1-2.14 představuje 14 aktivit (viz Tabulka 2.2.2). Nejfrekventovanějším hlavním cílem respondentů jsou návštěvy historických staveb a hned poté návštěvy muzeí a galerií. Pro zpestření navštěvují hlavně hřbitovy, mauzolea, krypty a památníky a opět muzea a galerie. Pochopitelně se většina respondentů neúčastnila žádné veřejné popravy. Ze všech 14 aktivit respondenty nejvíce zaujala výstava typu Bodies, kterou by rádi navštívily (Obr. 15).

4.4 Sociální a ekonomický statut v postojích obyvatel České republiky ke komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu

4.4.1 Obrázek Hřbitov - Slavín

Tab. 5: Vyjádření pocitů podle pohlaví, $n=994$.

Ženy i muži se od sebe vyjádřením pocitů k danému obrázku neliší. Jejich pohled na Slavín je spíše uklidňující, krásný, povznášející a příjemný (Tab. 5).

	ženy	muži	F	
vzrušující-uklidňující	3,47	3,43	0,33	
ohyzný-krásný	3,84 b	3,65 a	9,30	**
tísňový-povznášející	3,21	3,14	1,18	
nudný-zajímavý	3,66 b	3,34 a	19,12	***
nepříjemný-příjemný	3,38 b	3,20 ab	6,33	*
vtíravý-nevtíravý	3,51	3,43	1,22	

Tab. 6: Vyjádření pocitů podle věku, $n=994$.

Pro respondenty ve věku 18-20 let je pohled na Slavín nepříjemnější než pro věkovou kategorii nad 70 let. Jinak se v tomto pohledu ostatní věkové kategorie od předchozích neliší. Co se týče ostatních pocitů, jednotlivé věkové kategorie se od sebe neliší (Tab. 6).

	18-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61-70	nad 70	F	
vzrušující-uklidňující	3,21	3,53	3,38	3,45	3,36	3,76	4,00	3,27	**
ohyzný-krásný	3,63	3,73	3,68	3,85	3,71	3,94	4,33	3,16	**
tísňový-povznášející	3,02	3,04	3,27	3,18	3,23	3,54	3,87	4,23	***
nudný-zajímavý	3,51	3,39	3,51	3,59	3,59	3,67	4,07	2,07	
nepříjemný-příjemný	3,08 a	3,30 ab	3,28 ab	3,34 ab	3,35 ab	3,41 ab	4,03 b	3,18	**
vtíravý-nevtíravý	3,47	3,46	3,44	3,52	3,44	3,50	3,80	0,58	

Tab. 7: Vyjádření pocitů podle vzdělání, n=994.

Pro respondenty se středním vzděláním bez maturity a respondenty s vyšším odborným vzděláním je pohled na Slavín nudnější než pro respondenty se základním vzděláním. Ostatní respondenti se od předchozích neliší. U ostatních pocitů se respondenti různého vzdělání od sebe neliší (Tab. 7).

	základní	stř. bez maturity	stř. s maturitou	VOŠ	VŠ	F	
vzrušující-uklidňující	3,33	3,49	3,44	3,36	3,60	1,06	
ohyzný-krásný	3,81	3,62	3,81	3,55	3,91	3,36	**
tísňový-povznášející	3,27	3,16	3,17	3,04	3,27	0,78	
nudný-zajímavý	3,88	3,31	3,53	3,32	3,69	5,55	***
	b	a	ab	a	ab		
nepříjemný-příjemný	3,26	3,21	3,35	3,08	3,48	2,28	
vtíravý-nevtíravý	3,49	3,44	3,48	3,46	3,54	0,17	

Tab. 8: Vyjádření pocitů podle velikosti obce, n=994.

Jednotlivých 9 sloupců v tabulce představuje velikostní kategorie obcí, a to sestupně (nad 50 000, 20 000-49 999, 10 000-19 999, 5 000-9 999, 2 000-4 999, 1 000-1 999, 500-999, 200-499, do 199 obyvatel). Respondenti pocházející z obcí s 10 000-19 999 obyvateli pohlíží na Slavín jako na zajímavější v porovnání s respondenty z obcí ostatních velikostních kategorií. Pro respondenty z obcí velikostní kategorie nad 50 000 obyvatel je pohled na Slavín příjemnější než pro respondenty z obcí velikostní kategorie 20 000-49 999, 2000-4999, 1000-1999 a do 199 obyvatel. Pro respondenty z obcí velikostní kategorie 500-999 obyvatel je pohled na Slavín vtíravější než pro respondenty z obcí s 10 000-19 999 obyvateli (Tab. 8).

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	F	
vzrušující-uklidňující	3,63	3,58	3,34	3,51	3,25	3,34	3,05	3,52	3,35	2,87	**
ohyzný-krásný	3,80	3,66	3,80	3,82	3,83	3,80	3,52	3,76	3,63	1,05	
tísňový-povznášející	3,31	3,06	3,31	3,23	3,17	2,93	3,27	3,19	2,86	1,84	
nudný-zajímavý	3,27	3,62	4,25	3,55	3,58	3,57	3,42	3,58	3,40	5,32	***
	a	a	b	a	a	a	a	a	a		
nepříjemný-příjemný	3,62	3,11	3,57	3,38	3,15	2,90	3,39	3,24	2,81	6,80	***
	c	ab	bc	abc	ab	a	abc	abc	a		
vtíravý-nevtíravý	3,49	3,62	3,82	3,53	3,52	3,43	3,20	3,27	3,12	2,66	**
	ab	ab	b	ab	ab	ab	a	ab	ab		

Tab. 9: Vyjádření pocitů podle přihlášení se k náboženství, n=994.

Respondenti hlásící se k některému z náboženství a respondenti, kteří se nehlásí k žádnému náboženství se od sebe v pohledu na daný obrázek neliší. Obě skupiny respondentů pohlíží na Slavín spíše jako na příjemný, uklidňující a krásný (Tab. 9).

	ano	ne	F
vzrušující-uklidňující	3,51	3,44	0,59
ohyzný-krásný	3,83	3,74	1,55
tísňový-povznášející	3,23	3,16	0,65
nudný-zajímavý	3,63	3,49	2,55
nepříjemný-příjemný	3,29	3,31	0,07
vtíravý-nevtíravý	3,42	3,49	0,82

Tab. 10: Vyjádření pocitů podle cest na dovolenou, n=994.

Respondenti, kteří cestovali v letošním nebo loňském roce na dovolenou za hranice kraje se od respondentů, kteří za hranice kraje necestovali, neliší ve vyjádření pocitů ohledně obrázku Slavín. Obě skupiny respondentů pohlíží na Slavín jako na krásný a povznášející (Tab. 10).

	ano	ne	F
vzrušující-uklidňující	3,46	3,45	0,01
ohyzný-krásný	3,74	3,80	0,80
tísňový-povznášející	3,16	3,24	1,07
nudný-zajímavý	3,54	3,48	0,54
nepříjemný-příjemný	3,29	3,34	0,41
vtíravý-nevtíravý	3,50	3,41	1,49

Tab. 11: Vyjádření pocitů podle zdroje příjmů, n=994.

Pro respondenty, jejichž zdrojem příjmů je důchod, je pohled na Slavín krásnější než pro respondenty, jejichž příjmy plynou z kapesného. Respondenti s příjmem plynoucím z důchodu pohlíží na Slavín jako na zajímavější než respondenti s kapesným (Tab. 11).

	zaměstnání	podnikání...	maj. renta	důchod	podpora	kapesné	dary	jiné příjmy	F	
vzrušující-uklidňující	3,43	3,32	3,40	3,73	3,75	3,41	4,00	3,53	1,70	
ohybný-krásný	3,75 ab	3,78 ab	3,60 ab	4,08 b	3,83 ab	3,57 a	4,00 ab	3,47 ab	2,16	*
tísňový-povznášející	3,15	3,17	3,00	3,56	3,28	3,12	3,00	3,13	1,57	
nudný-zajímavý	3,54 ab	3,56 ab	3,40 ab	3,87 b	3,30 ab	3,10 a	2,00 ab	3,67 ab	3,41	**
nepříjemný-příjemný	3,26	3,34	3,40	3,64	3,49	3,22	4,00	3,00	1,78	
vtíravý-nevtíravý	3,46	3,54	3,60	3,71	3,47	3,43	5,00	3,07	1,27	

Tab. 12: Vyjádření pocitů podle upřednostňovaného výběru dovolené, n=994.

Pro respondenty, kteří při výběru dovolené upřednostňují nejvyšší kvalitu a nejlepší poměr kvality a ceny, je pohled na Slavín více nevtíravý oproti respondentům upřednostňujícím nejlevnější nabídku. V ostatních pocitech se od sebe tyto 3 skupiny respondentů při pohledu na Slavín navzájem neliší (Tab. 12).

	nejlevnější nabídka	nejvyšší kvalita	nejlepší poměr	F	
vzrušující-uklidňující	3,30	3,36	3,51	3,11	*
ohybný-krásný	3,65	3,70	3,80	1,80	
tísňový-povznášející	3,09	3,26	3,19	0,86	
nudný-zajímavý	3,48	3,52	3,53	0,17	
nepříjemný-příjemný	3,18	3,33	3,33	1,40	
vtíravý-nevtíravý	3,23 a	3,64 b	3,51 b	6,55	**

4.4.2 Přítomnost při veřejné popravě v zemích, které to umožňují

Tab. 13: Zhodnocení motivů podle pohlaví, $n=994$.

Ženy a muži se v jednotlivých motivech pro přítomnost při veřejné popravě neliší. Mají například stejný názor, že zábava a odpočinek je špatný důvod pro přítomnost při veřejné popravě (Tab. 13).

	ženy	muži	F	
zábava	4,57	4,29	17,70	***
	b	a		
odpočinek	4,56	4,41	6,36	*
	b	a		
poučení	3,43	3,10	11,83	***
	b	a		
pieta	3,26	3,05	4,56	*
	b	a		

Tab. 14: Zhodnocení motivů podle věku, $n=994$.

Respondenti ve věku 31-40 a 41-50 let zastávají více ten názor, že odpočinek je špatným důvodem pro přítomnost při veřejné popravě oproti mladým ve věku 18-20 let. Mladí ve věku 18-20 let se více přiklání k tomu, že poučení je dobrý důvod pro přítomnost při veřejné popravě než respondenti ve věku 51-60 let (Tab. 14).

	18-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61-70	nad 70	F	
zábava	4,21	4,39	4,53	4,51	4,55	4,54	4,60	2,07	
odpočinek	4,18	4,48	4,56	4,58	4,55	4,63	4,63	3,18	**
	a	ab	b	b	ab	ab	ab		
poučení	2,87	3,33	3,28	3,25	3,52	3,44	3,67	2,62	*
	a	ab	ab	ab	b	ab	ab		
pieta	3,02	3,38	2,99	3,01	3,18	3,28	3,57	2,44	*

Tab. 15: Zhodnocení motivů podle vzdělání, n=994.

Respondenti se základním vzděláním se více přiklánějí k názoru, že pieta, poučení a zábava jsou dobrými důvody pro přítomnost při veřejné popravě než respondenti s vysokoškolským vzděláním. Respondenti se středním vzděláním bez maturity, s maturitou, vyšším odborným a vysokoškolským vzděláním více zastávají názor, že odpočinek je špatný důvod pro přítomnost při veřejné popravě než respondenti se základním vzděláním (Tab. 15).

	základní	stř. bez maturity	stř. s maturitou	VOŠ	VŠ	F	
zábava	4,22	4,30	4,52	4,45	4,61	3,71	**
	a	ab	ab	ab	b		
odpočinek	4,11	4,47	4,52	4,56	4,72	6,39	***
	a	b	b	b	b		
poučení	2,92	3,32	3,25	3,31	3,65	3,44	**
	a	ab	ab	ab	b		
pieta	2,73	3,27	3,20	3,08	3,35	3,08	*
	a	ab	ab	ab	b		

Tab. 16: Zhodnocení motivů podle velikosti obce, n=994.

Respondenti z obcí velikostní kategorie 5000-9999 obyvatel se více přiklánějí k názoru, že zábava je špatný důvod pro přítomnost při veřejné popravě než respondenti z obcí s 2000-4999 a 1000-1999 obyvateli. Respondenti z obcí s 500-999 obyvateli více souhlasí s tím, že poučení je dobrý důvod pro přítomnost při veřejné popravě než respondenti z obcí s 200-499 obyvateli (Tab. 16).

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	F	
zábava	4,57	4,40	4,32	4,66	4,22	4,15	4,45	4,61	4,49	3,56	***
	ab	ab	ab	b	a	a	ab	ab	ab		
odpočinek	4,60	4,46	4,38	4,67	4,24	4,44	4,31	4,63	4,56	2,84	**
	ab	ab	ab	b	a	ab	ab	ab	ab		
poučení	3,34	3,23	2,88	3,50	3,24	3,25	2,72	3,64	3,49	2,82	**
	ab	ab	ab	ab	ab	ab	a	b	ab		
pieta	3,28	3,33	2,32	3,10	3,16	3,48	2,64	3,16	3,58	5,04	***
	bc	bc	a	abc	bc	c	ab	bc	bc		

Tab. 17: Zhodnocení motivů podle přihlášení se k náboženství, n=994.

Obě skupiny respondentů, tedy ti, co se hlásí i nehlásí k některému z náboženství se od sebe vzájemně z hlediska souhlasu s motivy pro přítomnost při veřejné popravě neliší. Pietu a poučení považují za spíše špatné důvody, zábavu a odpočinek za určitě špatné důvody (Tab. 17).

	ano	ne	F	
zábava	4,54	4,42	2,46	
odpočinek	4,58	4,47	2,30	
poučení	3,50	3,22	5,56	*
pieta	3,31	3,13	2,33	

Tab. 18: Zhodnocení motivů podle cest na dovolenou, n=994.

Respondenti aktivnější v cestování se od pasivních respondentů v hodnocení motivů neliší. Zábavu a odpočinek považují za určitě špatné důvody pro přítomnost při veřejné popravě (Tab. 18).

	ano	ne	F	
zábava	4,47	4,37	1,86	
odpočinek	4,50	4,47	0,26	
poučení	3,28	3,29	0,02	
pieta	3,13	3,28	1,88	

Tab. 19: Zhodnocení motivů podle zdroje příjmů, n=994.

Respondenti s různými zdroji příjmů se od sebe vzájemně neliší v hodnocení motivů. Zábavu a odpočinek považují za určitě špatné důvody pro přítomnost při veřejné popravě (Tab. 19).

	zaměstnání	podnikání...	maj. renta	důchod	podpora	kapesné	dary	jiné příjmy	F	
zábava	4,50	4,39	4,00	4,57	4,45	4,33	5,00	4,27	0,82	
odpočinek	4,56	4,51	4,80	4,62	4,42	4,27	2,00	4,20	2,73	**
poučení	3,29	3,30	4,40	3,44	3,13	3,04	2,00	3,53	1,09	
pieta	3,12	2,93	3,80	3,26	3,36	3,37	1,00	3,27	1,38	

Tab. 20: Zhodnocení motivů podle upřednostňovaného výběru dovolené, n=994.

Respondenti upřednostňující nejlepší poměr kvality a ceny při výběru dovolené se více přiklání k názoru, že zábava je špatný důvod pro přítomnost při veřejné dopravě než respondenti upřednostňující nejvyšší kvalitu. Respondenti upřednostňující nejlepší poměr se také více přiklání k názoru, že odpočinek je špatný důvod než respondenti, kteří preferují nejlevnější nabídku (Tab. 20).

	nejlevnější nabídka	nejvyšší kvalita	nejlepší poměr	F	
zábava	4,30	4,22	4,53	7,41	***
	ab	a	b		
odpočinek	4,31	4,39	4,56	6,22	**
	a	ab	b		
poučení	3,01	3,21	3,37	4,08	*
pieta	3,06	2,98	3,24	2,24	

4.4.3 Návštěva památníků a muzeí významných nebo známých osobností

Tab. 21: Zhodnocení motivů podle pohlaví, n=128.

Ženy i muži se v hodnocení motivů pro návštěvu památníků a muzeí významných osobností vzájemně neliší. Obě skupiny respondentů považují poučení, pietu a odpočinek za spíše dobré důvody pro tuto návštěvu (Tab. 21).

	ženy	muži	F	
zábava	3,06	3,57	7,93	**
	a	b		
odpočinek	2,77	2,98	1,90	
poučení	2,01	2,21	1,05	
pieta	2,19	2,02	0,66	

Tab. 22: Zhodnocení motivů podle věku, n=128.

Respondenti jednotlivých věkových kategorií se v hodnocení motivů od sebe vzájemně neliší. Zábavu považují za spíše špatný důvod a pietu za dobrý důvod návštěvy památníků a muzeí významných osobností (Tab. 22).

	18-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61-70	nad 70	F	
zábava	3,50	3,00	3,41	3,53	3,55	2,50	3,00	1,64	
odpočinek	2,95	2,75	2,76	3,21	3,00	2,00	2,33	1,76	
poučení	2,68	2,04	2,00	2,11	1,64	1,50	1,33	2,06	
pieta	2,14	2,48	1,82	1,95	1,73	1,50	1,00	2,31	*

Tab. 23: Zhodnocení motivů podle vzdělání, n=128.

Respondenti různého vzdělání se od sebe v hodnocení motivů vzájemně neliší. Odpočinek, poučení a pietu považují za spíše dobrý důvod návštěvy památníků a muzeí významných osobností (Tab. 23).

	základní	stř. bez maturity	stř. s maturitou	VOŠ	VŠ	F
zábava	3,71	3,00	3,13	3,50	2,92	2,30
odpočinek	3,00	2,69	2,83	2,94	2,67	0,52
poučení	2,21	2,25	1,95	2,44	1,83	1,02
pieta	1,88	2,50	2,02	2,50	2,17	1,40

Tab. 24: Zhodnocení motivů podle velikosti obce, n=128.

Respondenti z obcí velikostní kategorie 5000-9999, 2000-4999 a 500-999 obyvatel se více přiklání k názoru, že pieta je dobrý důvod návštěvy památníků a muzeí významných osobností než respondenti z obcí s 1000-1999 obyvateli. Respondenti obcí s 500-999 obyvateli považují poučení více za dobrý důvod návštěvy než respondenti obcí s 1000-1999 obyvateli (Tab. 24).

	5 000-9 999	2 000-4 999	1 000-1 999	500-999	do 199	F	
zábava	3,25	3,22	3,19	3,47	3,25	0,20	
odpočinek	2,85	2,84	2,88	2,67	3,13	0,38	
poučení	2,10	2,10	2,50	1,40	2,38	2,42	
	ab	ab	b	a	ab		
pieta	2,00	2,09	3,00	1,40	2,38	4,87	**
	a	a	b	a	ab		

Tab. 25: Zhodnocení motivů podle přihlášení se k náboženství, n=128.

Respondenti, kteří se hlásí k některému z náboženství s v hodnocení motivů neliší od respondentů nehlásících se k žádnému z náboženství. Poučení, odpočinek a pietu považují za spíše dobré důvody, zatímco zábavu za spíše špatný důvod návštěvy památníků a muzeí významných osobností (Tab. 25).

	ano	ne	F
zábava	3,09	3,29	0,72
odpočinek	2,61	2,90	2,19
poučení	2,00	2,10	0,18
pieta	2,52	2,04	3,72

Tab. 26: Zhodnocení motivů podle cest na dovolenou, n=128.

V hodnocení motivů se od sebe aktivně a pasivně cestující respondenti neliší. Odpočinek, poučení a pietu považují za spíše dobré důvody, zábavu za spíše špatný důvod návštěvy památníků a muzeí významných osobností (Tab. 26).

	ano	ne	F
zábava	3,31	3,07	1,27
odpočinek	2,90	2,67	1,73
poučení	2,11	2,00	0,25
pieta	2,16	2,00	0,50

Tab. 27: Zhodnocení motivů podle zdroje příjmů, n=128.

Respondenti, jejichž zdrojem příjmů je sociální podpora považují pietu více za dobrý důvod návštěvy než respondenti s příjmy z kapesného a darů. Stejně pohlíží na pietu respondenti s příjmy ze zaměstnání, kteří ji považují také více za dobrý důvod návštěvy památníků a muzeí významných osobností než respondenti s příjmy z darů (Tab. 27).

	zaměstnání	podnikání...	soc. podpora	kapesné	dary	F	
zábava	3,34	3,67	2,89	2,78	2,75	2,03	
odpočinek	2,96	2,80	2,33	2,56	2,63	1,63	
poučení	2,09	1,93	1,33	2,44	2,63	2,01	
pieta	2,00	2,07	1,22	2,78	3,25	5,22	***
	ab	abc	a	bc	c		

Tab. 28: Zhodnocení motivů podle upřednostňovaného výběru dovolené, n=128.

Respondenti upřednostňující nejlevnější nabídku při výběru dovolené zastávají více ten názor, že pieta je dobrý důvod návštěvy památníků a muzeí významných osobností než respondenti preferující nejlepší poměr kvality a ceny (Tab. 28).

	nejlevnější nabídka	nejvyšší kvalita	nejlepší poměr	F	
zábava	3,50	3,77	3,12	3,23	*
odpočinek	2,77	3,15	2,82	1,00	
poučení	1,64	2,00	2,20	2,64	
pieta	1,55	1,62	2,33	6,65	**
	a	ab	b		

4.4.4 Návštěva místa medializované vraždy významných osobností

Tab. 29: Zhodnocení motivů podle pohlaví, $n=128$.

Ženy a muži se od sebe v hodnocení motivů návštěvy místa medializované vraždy vzájemně neliší. Pietu a poučení považují za spíše dobré důvody, zábavu a odpočinek za spíše špatné důvody návštěvy takového místa (Tab. 29).

	ženy	muži	F
zábava	3,42	3,51	0,23
odpočinek	3,04	3,00	0,04
poučení	2,15	2,23	0,24
pieta	2,12	2,32	0,94

Tab. 30: Zhodnocení motivů podle věku, $n=128$.

Respondenti jednotlivých věkových kategorií se od sebe v hodnocení motivů neliší. Zábavu považují za spíše špatný důvod, ostatní motivy za spíše dobrý důvod návštěvy místa medializované vraždy (Tab. 30).

	18-20	21-30	31-40	41-50	51-60	61-70	nad 70	F
zábava	3,27	3,54	3,47	3,53	3,45	3,25	3,00	0,30
odpočinek	2,68	3,17	3,00	3,16	2,91	3,00	2,67	0,74
poučení	2,27	2,42	1,94	1,89	1,91	2,00	1,67	1,38
pieta	2,05	2,54	2,18	2,00	1,64	1,75	1,33	1,98

Tab. 31: Zhodnocení motivů podle vzdělání, $n=128$.

Respondenti se základním vzděláním více zastávají názor, že odpočinek je dobrý důvod návštěvy místa medializované vraždy než respondenti se středním vzděláním bez maturity (Tab. 31).

	základní	stř. bez maturity	stř. s maturitou	VOŠ	VŠ	F	
zábava	3,33	3,69	3,38	3,63	3,50	0,47	
odpočinek	2,50	3,50	2,98	3,25	3,33	3,18	*
	a	b	ab	ab	ab		
poučení	1,96	2,38	1,97	2,69	2,75	3,70	**
pieta	1,96	2,38	2,13	2,25	2,67	0,99	

Tab. 32: Zhodnocení motivů podle velikosti obce, $n=128$.

Respondenti z obcí velikostní kategorie 500-999 obyvatel více zastávají názor, že zábava a odpočinek je dobrý důvod návštěvy místa medializované vraždy než respondenti z obcí s 5000-9999 obyvateli. Respondenti z obcí s 500-999 obyvateli se více přiklánějí k názoru, že pieta je dobrý důvod návštěvy takového místa než respondenti z obcí s 1000-1999 a 2000-4999 obyvateli (Tab. 32).

	5 000 - 9 999	2 000 - 4 999	1 000 - 1 999	500 - 999	do 199	F	
zábava	3,90	3,46	3,44	2,87	3,38	2,28	
	b	ab	ab	a	ab		
odpočinek	3,35	2,97	3,31	2,33	3,38	3,04	*
	b	ab	b	a	ab		
poučení	2,20	2,19	2,31	1,53	3,00	3,50	**
	ab	ab	ab	a	b		
pieta	2,10	2,22	2,94	1,33	2,38	4,70	**
	ab	b	b	a	ab		

Tab. 33: Zhodnocení motivů podle přihlášení se k náboženství, $n=128$.

V hodnocení motivů se respondenti vyznávající některé z náboženství neliší od respondentů nevyznávající žádné náboženství. Obě skupiny více souhlasí s tím, že poučení a pieta jsou dobrými důvody a zábava spíše špatným důvodem návštěvy místa medializované vraždy (Tab. 33).

	ano	ne	F
zábava	3,17	3,51	2,09
odpočinek	2,87	3,06	0,64
poučení	2,13	2,19	0,07
pieta	2,52	2,12	2,49

Tab. 34: Zhodnocení motivů podle cest na dovolenou, n=128.

Dotazovaní, kteří v letošním nebo loňském roce cestovali na dovolenou za hranice kraje se v hodnocení motivů neliší od respondentů, kteří za hranice kraje necestovali. Zábavu a odpočinek považují za spíše špatné důvody, poučení a pietu za spíše dobré důvody návštěvy místa medializované vraždy (Tab. 34).

	ano	ne	F
zábava	3,50	3,30	0,87
odpočinek	3,01	3,07	0,07
poučení	2,22	2,03	0,91
pieta	2,26	2,00	1,23

Tab. 35: Zhodnocení motivů podle zdroje příjmů, n=128.

Dotazovaní, jejichž zdrojem příjmů je kapesné, zastávají více ten názor, že pieta je špatný důvod návštěvy místa medializované vraždy než dotazovaní s příjmy ze sociální podpory a zaměstnání (Tab. 35).

	zaměstnání	podnikání...	soc. podpora	kapesné	dary	F	
zábava	3,62	3,40	3,00	2,67	3,25	2,40	
odpočinek	3,11	2,93	2,67	2,67	3,00	0,74	
poučení	2,19	2,07	1,78	2,22	2,63	0,88	
pieta	2,09	2,13	1,56	3,22	2,63	3,39	*
	a	ab	a	b	ab		

Tab. 36: Zhodnocení motivů podle upřednostňovaného výběru dovolené, n=128.

Respondenti se svými různými preferencemi při výběru dovolené se od sebe vzájemně neliší. Poučení a pietu považují za spíše dobré důvody a zábavu za spíše špatný důvod návštěvy místa medializované vraždy (Tab. 36).

	nejlevnější nabídka	nejvyšší kvalita	nejlepší poměr	F	
zábava	3,27	3,38	3,51	0,49	
odpočinek	2,91	2,85	3,08	0,45	
poučení	1,95	2,00	2,26	1,15	
pieta	1,91	1,54	2,35	4,23	*

5. Diskuse

Díky své jedinečné historii má Česká republika potenciál pro tvorbu produktů zařaditelných do komercializace úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu. Spousta míst po republice nám připomíná významné činy osobností minulosti. Na jejich počest jsou zakládány muzea věnující se životu a dílu známých politiků, vědců, básníků, hudebních skladatelů apod. Památníky a pomníky vypodobňují významné postavy historie a můžeme navštívit i velké hřbitovy, hrobky či jednotlivé hroby významných osobností. Tyto diverzifikované produkty jsou nejen rozšiřovány, ale také renovovány za účelem zvyšující se návštěvnosti nejen místních obyvatel, ale i turistů, kteří historii považují za zajímavou a důležitou minulou etapu českého státu a mají tedy zájem poznat ji v co nejkvalitnější podobě. Nelze však říci, že potenciál pro tvorbu produktů zařaditelných do komercializace úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu je rozmístěn rovnoměrně. Značným převažujícím potenciálem pro tvorbu těchto produktů se může chlubit především hlavní město Praha, ostatní kraje České republiky se významnosti pražského potenciálu nevyrovnají (kapitola 4.1 a příloha č.1). Byla také potvrzena odlišnost potenciálu pro tvorbu daných produktů v České republice od světového potenciálu, pro který jsou produkty cestovního ruchu spojené se smrtí stále všudypřítomnějším rysem turistických oblastí (Stone, 2006).

Úmrtí jedinců jako atraktivita cestovního ruchu představuje významnou aktivitu *Dark Tourism*. Obyvatelé ČR navštěvují místa smrti známých osob, památníky a muzea, hřbitovy, místa medializované vraždy významných osobností hlavně proto, aby uctili jejich památku a připomenuli si jejich významné činy, ať už kulturní, politické, vědecké, náboženské či technické. Podle ASCE (Association of Significant Cemeteries in Europe) jsou hřbitovy nedílnou součástí kulturního dědictví a tyto hřbitovy, s historickým a uměleckým významem, by měly být zachovány (Stone, 2006). Postoj obyvatel k veřejným popravám je pochopitelně negativní a podle jejich názoru by pieta mohla být jediným možným a dobrým důvodem přítomnosti na této veřejné podívané v zemích, které to umožňují. Místa úmrtí známých osobností jsou pro turisty významná z důvodu odpočinku, piety a poučení. Atraktivita úmrtí významných osobností, jako je hřbitov Slavín, vyvolává u obyvatel ČR povznášející a příjemné pocity oproti jiným atraktivitám, které působí na obyvatele negativním dojmem (např. koncentrační tábor Dachau nebo J.V. Stalin), což je jasným důvodem toho, proč se těchto aktivit účastní. Yuill ve své studii dospěl ke stejnému zjištění. Hovoří o tom, že v dnešní době miliony návštěvníků z celého světa lákají četná místa smrti a katastrof (Yuill, 2003), což dokládá i Stone (2006). Veřejné popravy, provozované v evropském civilizačním

okruhu od starověku, bývají považovány za prvopočátky *Dark Tourism*. Tato veřejná podívaná měla odstrašovací funkci a s postupným opatřením ubytování pro návštěvníky začaly veřejné popravy nabývat charakteru divácké události. Stále nevyjasněnou věcí zůstává však to, zda rozšíření *Dark Tourism* je zapříčiněno zvýšenou nabídkou atrakcí a míst nebo zda spotřebitelé stále více dychtí po hrůzostrašnosti (Stone, 2006). Srovnání postojů obyvatel ČR ke komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu s aktivitami jiných typů *Thanatourism/Dark Tourism* a aktivitami *Heritage Tourism* je znázorněno ve výsledcích (Tab. 3 a Tab.4).

Z výsledků dotazníkového šetření je zřejmé, že využití aktuálních produktů cestovního ruchu spojených s úmrtími jedinců je mezi obyvatelstvem ČR velmi malé. Převážná část obyvatel nenavštěvuje místa smrti známých osob. Ti obyvatelé, kteří taková místa navštěvují, tak jen z důvodu zpestření jejich cestování. Jak se dalo předpokládat, obyvatelé se veřejných poprav neúčastní, jelikož to naše země ani neumožňuje. I když některé země veřejné popravy provádějí, nebyl zaznamenán jediný případ, že by se jí někdo z respondentů zúčastnil. Tuto skutečnost si lze vysvětlit tím, že tato aktivita není pro ně natolik atraktivní, aby za ní jezdily do vzdálených míst. Památníky a muzea významných nebo známých osobností obyvatelé navštěvují pro zpestření nebo je nenavštěvují vůbec. Místa medializované vraždy nebo úmrtí významných osobností obyvatelé taktéž nenavštěvují. Dark Tourism Forum, posuzující *Dark Tourism* z globálního hlediska, prohlašuje, že je to teprve nedávno, kdy se tento typ cestovního ruchu rozvinul a stal se populárnějším. Za jeho prvopočátky lze považovat např. už náboženská putování, římské gladiátorské hry a veřejné popravy v období středověku. Roste počet míst spojených se smrtí, které lákají turisty toužící po shlédnutí skutečné či uměle vyobrazené smrti. (The Dark Tourism Forum, 2007). Tedy, zatímco *Dark Tourism* je už celosvětově rozšířen a stal se významným typem cestovního ruchu, do České republiky tento fenomén ještě do tak značné míry nepronikl. I když Česká republika nepostrádá dostatečný potenciál těchto produktů, přesto se nevyrovná celosvětové nabídce. Tato fakta mohou být rozumným vysvětlením neúčasti obyvatel České republiky na těchto aktivitách, kteří zatím nemají značné povědomí o možnostech účasti na aktivitách *Dark Tourism*.

Ačkoliv se obyvatelé ČR komercializace úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu neúčastní, vyjádřili o ně naopak svůj zájem. Jak bylo uvedeno výše, zmíněných aktivit se velká část dotazovaných obyvatel neúčastní. Pokud se menšina těchto aktivit účastní, je to z důvodu zpestření jejich cesty. Tato jejich pasivita spočívá v tom, že vůbec nevědí, že je možné takové atraktivity navštívit. Většina dotazovaných, která se dozvěděla o této skutečnosti, projevila o tyto atraktivity *Dark Tourism* zájem. Analogicky k zahraničním

zjištěním (Yoon & Uysal, 2005) lze konstatovat, že právě touha po útěku z reality a alespoň chvilkovém ztotožnění se s minulostí vyvolávají v lidech zájem poznat úmrtí jedinců jako atraktivitu cestovního ruchu. Ostatní aktivity *Dark Tourism* se v případě účasti a zájmu od mnohou zkoumaných aktivit nějak výrazně neodlišují (Obr. 15).

V některých případech existuje rozdíl v postojích obyvatel ČR ke komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu podle jejich ekonomického statutu. Z hlediska zdroje příjmů se obyvatelé ve svých postojích k atraktivitám úmrtí jedinců liší. Obyvatelé s příjmy ze sociální podpory se staví k těmto atraktivitám v porovnání s obyvateli s příjmy z kapesného a darů odlišně. Je jasné, že bohatší lidé se od těch chudších ve svých názorech na cestování neztotožňují. Bohatí si mohou dovolit více cestovat, a proto také mají jiné důvody k návštěvě atraktivit cestovního ruchu. Jen v postojích k veřejné popravě se neliší, což vyplývá z absence veřejných poprav v České republice. Co se týče upřednostňované dovolené, obyvatelé se k těmto atraktivitám staví odlišně, jelikož bohatší obyvatelé mají vyšší požadavky na dovolenou oproti chudším. Zásadním důvodem návštěvy památníků a muzeí významných osobností pro chudší obyvatele upřednostňující nejlevnější nabídku je pieta k danému místu a poučení, které touto návštěvou mohou získat. Naopak bohatší obyvatelé vyžadují kvalitnější dovolenou spojenou s nějakým zážitkem. Jen na místa medializované vraždy projevují stejný názor. To může být způsobeno neznalostí obyvatelstva o známých místech medializovaných vražd.

Stejně jako u ekonomického statutu existuje v některých případech rozdíl i v postojích obyvatel ČR ke komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu podle jejich sociálního statutu. Dalo by se předpokládat, že ženy, jako „křehčí“ pohlaví, budou vyjadřovat silnější a dosti odlišné emoce k atraktivitám úmrtí jedinců v porovnání s muži. Naopak, i když byl očekáván markantní rozdíl v postojích mezi muži a ženami, žádný rozdíl mezi pohlavími zjištěn nebyl. Mezi jednotlivými věkovými kategoriemi respondentů byl zjištěn rozdíl, konkrétně v postojích ke hřbitovu Slavín a veřejným popravám. Pro mladé lidi je pohled na atraktivity úmrtí jedinců spíše nepříjemný oproti starým lidem (nad 70 let). Může to být odůvodněno tím, že starší lidé vnímají smrt jako něco samozřejmého, co čeká každého z nás a k těmto památkám také chovají větší úctu. Veřejné popravy vnímají mladí lidé s větším nadhledem oproti lidem středního a staršího věku, kteří se k této atraktivitě staví negativněji. Podle názoru mladých lidí ve věku 18 – 20 let může být veřejná poprava dobrým důvodem návštěvy pro poučení. Je tedy možné říci, že příležitosti shlédnutí takového podívaného by se nebránili. Lze také konstatovat, že mladí lidé více touží po shlédnutí nějaké hrůzostrašnosti. Obyvatelé různého vzdělání se k těmto atraktivitám úmrtí jedinců staví odlišně, jen v případě

památníků a muzeí významných osobností zastávají stejný názor. Lidé s vyšším vzděláním se k těmto atraktivitám staví s větším nezájmem oproti lidem se základním vzděláním. Ti považují odpočinek a zábavu za dobré důvody návštěvy míst úmrtí jedinců. Obyvatelé pocházející z menších obcí mají odlišné názory od obyvatel z větších a velkých obcí, což se také předpokládalo. Atraktivity úmrtí jedinců vyvolávají v obyvatelích větších obcí příjemnější pocity než v obyvatelích malých obcí. Avšak obyvatelé z menších obcí se staví k těmto atraktivitám aktivněji než obyvatelé z větších obcí. Pravděpodobně obyvatelé malých obcí vidí v navštěvování míst úmrtí jedinců větší smysl, kdy v těchto místech mohou projevit úctu k zesnulým, spojit jejich návštěvu s odpočinkem a poučením. Překvapivě byla zjištěna skutečnost, že obyvatelé hlásící se k některému z náboženství se výrazně neliší od obyvatel nehlásících se k žádnému z nich. Alespoň pro malé porovnání lze říci, že obyvatelé s náboženským vyznáním vyjádřili nepatrně kladnější vzrušující pocity při pohledu na atraktivity úmrtí jedinců než obyvatelé bez vyznání. Aktivně cestující obyvatelé se ve svém postavení k atraktivitám úmrtí jedinců neliší od pasivně cestujících obyvatel. Tato skutečnost by mohla vypovídat o tom, že cestovatelská aktivita obyvatel ČR nemá vliv na jejich postoje k atraktivitám úmrtí jedinců. Postoje obyvatelstva ČR jsou zobrazeny v kapitole výsledky (Tab. 5 až Tab. 36).

6. Závěr

Možnosti nabídky produktů komercializace úmrtí jedinců jako atraktivit cestovního ruchu lze považovat za uspokojující. Česká republika disponuje potenciálem pro tvorbu takových produktů a největší potenciál zaznamenává ve svém hlavním městě. Nelze porovnávat světovou nabídku produktů *Dark Tourism* s nabídkou České republiky, ale lze očekávat silnější průnik tohoto světového fenoménu také do cestovního ruchu naší země.

Postoje obyvatel k atraktivitám úmrtí jedinců byly efektivně zjištěny díky osobnímu kontaktu, prostřednictvím kterého vyjádřili své autentické pocity ke snímkům, zobrazujícím vazby na tyto atraktivity, a sdělili důvody návštěvy míst nebo akcí *Dark Tourism*. Právě vzrušující pocity, které turisté zažívají při účasti na těchto aktivitách, pieta, jež mohou vyjádřit k daným místům, a odpočinek či odreagování se od reality ukazují postoje obyvatel ČR stimulující je k poznávání produktů úmrtí jedinců.

Většina respondentů v posledních 5 letech atraktivity úmrtí jedinců nenavštívila. Na základě této skutečnosti byla zjištěna pasivní reálná účast na komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivit cestovního ruchu. Naopak ale velká část dotazovaných, jež se akcí *Dark Tourism* neúčastnila, o této možnosti návštěvy ani nevěděla a následně o tuto novou možnost projevila zájem. Na základě tohoto zjištění byla potvrzena potenciální ochota k účasti obyvatel ČR na aktivitách úmrtí jedinců, přičemž realizace této účasti je blokována právě nejen jejich, ale obecně i v České republice, nedostatečným povědomím o možnostech tohoto druhu cestovního ruchu.

Pomocí identifikačních otázek v dotazníku byl získán přehled o ekonomickém a sociálním statutu obyvatel ČR. Prostřednictvím zodpovězení výzkumných otázek respondenty různých statutů byl naplněn poslední cíl, tedy zjištěn rozdíl v jejich postojích ke komercializaci úmrtí jedinců jako atraktivit cestovního ruchu. Nejvýraznější rozdíly v postojích obyvatel byly zjištěny mezi mladými lidmi a lidmi středního věku či důchodci, mezi obyvateli malých a velkých obcí, mezi obyvateli s vyšším a základním vzděláním, samozřejmě také mezi obyvateli s příjmy ze zaměstnání a darů a obyvateli upřednostňujícími jinou kvalitu dovolené. Na základě rozdílných postojů obyvatel ČR lze sestavit jednotlivé spotřebitelské segmenty projevující zájem o některé atraktivity úmrtí jedinců. V komunikačním mixu bude třeba v budoucnu zohlednit na jedné straně segment starších obyvatel (nejlépe s náboženským vyznáním) s nižším vzděláním, pocházejících z malých obcí, upřednostňujících při výběru dovolené nejlevnější nabídku, s příjmy ze zaměstnání, důchodu či sociální podpory, v kterých atraktivity úmrtí jedinců, jako hřbitovy, památníky a muzea významných osobností,

vyvolávají silné a pozitivně vzrušující pocity a chtějí těmto místům vzdát úctu. Naopak segment mladých obyvatel s vyšším příjmem, upřednostňujících při výběru dovolené nejlepší poměr kvality a ceny nebo nejvyšší kvalitu, netouží po navštěvování standardních atraktivit úmrtí jedinců. Tento segment pravděpodobně očekává od návštěvy míst úmrtí jedinců zábavu a nějaký zážitek, popřípadě poučení, touží po shlédnutí nějaké veřejné události, kterou může být např. veřejná poprava či jiný druh zábavy.

Stanovené cíle práce byly splněny a její zajímavé a důležité výsledky mohou být přínosem pro profesionály v cestovním ruchu, kteří se chtějí dozvědět něco nového i o té „nejtemnější“ turistické problematice. Získané výsledky charakterizují postavení českého trhu *Dark Tourism* vůči trhu světovému. Postoje českých obyvatel jsou ovlivněny především jejich mizivou informovaností o tomto typu cestovního ruchu, která indikuje výraznou mezeru v marketingové komunikaci organizací a podniků cestovního ruchu a dále možnost existence výklenku na trhu (Kotler, 2004). Právě marketingová komunikace by prostřednictvím svých efektivních nástrojů mohla pozitivním směrem ovlivnit spotřební chování obyvatel ČR v oblasti *Dark Tourism* (Jakubíková, 2005) a tím potenciálně přispět k rozvoji a diverzifikaci nabídky produktů regionů cestovního ruchu v ČR (Holešinská, 2007). Primárním výzkumem bylo zjištěno rozdílné vnímání *Dark Tourism* atraktivit jednotlivými spotřebitelskými segmenty. Znalost těchto segmentů poskytuje českému trhu možnost provedení kvalitního promotion *Dark Tourism* zaměřeného na potřeby těchto segmentů.

Postupné globální rozšíření fenoménu *Dark Tourism* povede pravděpodobně ke změně postojů turistů k atraktivitám úmrtí jedinců stejně jako k rozšíření nabídky těchto atraktivit. Je jen otázkou budoucnosti, jakým směrem se tento typ cestovního ruchu bude ubírat a jak na jeho vývoj budou turisté reagovat. Z tohoto důvodu by bylo zajímavé pokračovat ve výzkumu této problematiky, který by mohl být zaměřen jak na návrh zvýšení zájmu obyvatel ČR o atraktivitu *Dark Tourism*, tak také na návrh rozšíření nabídky tohoto typu cestovního ruchu v České republice.

7. Summary

This bachelor thesis deals with the processing the theme *Dark Tourism* introducing an unusual and so far not very well-known type of tourism in the Czech Republic. The concept *Dark Tourism* (also known as *Thanatourism*) refers to visiting sites which offer a presentation of death or suffering and it is identified with visitations to places where tragedies or historically noteworthy death has occurred and that continue to impact our lives (The Dark Tourism Forum, 2007).

This thesis researches preconditions of commercial use in tourism of individual's death. Through secondary resources there was discovered an adequate individual's death potential for *Dark Tourism* activities development. Through a primary marketing research there was implemented a face-to-face questioning with 994 informants. Marketing research results show Czech Republic inhabitants' attitudes towards individual's death activities. The inhabitants expressed their feelings by looking photos of these activities and sites, participation in these activities and interest in a visitation individual's death sites. Majority of Czech inhabitants do not visit individual's death sites but they manifested their willingness to participation in these activities.

Key words

Dark Tourism, death, attitude, participation, activity

8. Seznam použitých informačních zdrojů

Literatura

- Campbell, D. Horrific Blindness: Images of Death in Contemporary Media. *Journal for Cultural Research*, 2004, roč. 8, č. 1, s. 55–74.
- Ferjenčík, J. Úvod do metodologie psychologického výzkumu. 1. vyd. Praha: Portál, 2000. 255 s. ISBN 80-7178-367-6.
- Flowerdew, R. & Martin, D. *Methods in human geography: a guide for students doing research projects*. Harlow: Longman, 1997.
- Hesková, M., Beránek, J., Dvořák, V., Novacká, L., Oriška, J. & Šittler, E. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
- Hindls, R., Hronová, S. & Seger, J. *Statistika pro ekonomy*. 5. vyd. VŠE Praha: Professional Publishing, 2004. 415 s. ISBN 80-86419-59-2.
- Hindls, R., Hronová, S., Seger, J. & Fischer, J. *Statistika pro ekonomy*. 7. vyd. VŠE Praha: Professional Publishing, 2006. 418 s. ISBN 80-86946-16-9.
- Hindls, R. & Seger, J. *Statistické metody v tržním hospodářství*. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1995. 435 s. ISBN 80-7187-058-7.
- Holešinská, A. *Destinační management aneb Jak řídit turistickou destinaci*. Brno : ESF MU, 2007. 80 s. ISBN 978-80-210-4500-2.
- Hudečková, H., Kučerová, E. & Kříž, L. *Metodologie sociologického výzkumu pro nesociology*. 1. vyd. ČZU Praha: Credit, 2004. 116 s. ISBN 80-213-0791-9.
- Hughes, M. & Morrison-Saunders, A. Visitor attitudes toward a modified natural attraction. *Society & Natural Resources*, 2003, roč. 16, č. 3, s. 191–203.
- Chhetri, P., Arrowsmith, C. & Jackson, M. Determining hiking experiences in nature-based tourist destinations. *Tourism Management*, 2004, roč. 25, s. 31–43.
- Jakubíková, D. & kol. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Plzeň: ZČU, 1995. 281 s. ISBN 80-7082-185-X.
- Jakubíková, D. *Strategický marketing*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2005. 209 s. ISBN 80-245-0902-4.
- Jamal, T. & Kim, H. Bridging the interdisciplinary divide. Towards an integrated framework for heritage tourism research. *Tourist studies*, 2005, roč. 5, č. 1, s. 55–83.

- Keil, Ch. Sightseeing in the mansions of the dead. *Social & Cultural Geography*, 2005, roč. 6, č. 4, s. 479–494.
- Kolektiv autorů. Rozum do kapsy: malá encyklopedie. 6. vyd. Praha: Albatros, 1995. 656 s. ISBN 80-00-00241-8.
- Kotler, P. Marketing. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. 855 s. ISBN 80-247-0513-3.
- Levine, M.A., Britt, K. M. & Delle, J. A. Heritage Tourism and Community Outreach: Public Archeology at the Thaddeus Stevens and Lydia Hamilton Smith Site in Lancaster, Pennsylvania, USA. *International Journal of Heritage Studies*, 2005, roč. 11, č. 5, s. 399–414.
- Linhart, J. & kol. Slovník cizích slov pro nové století. Litvínov: Dialog, 2004. 416 s. ISBN 80-85843-61-7.
- Pásková, M. & Zelenka, J. Cestovní ruch: výkladový slovník. ČR: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s.
- Poria, Y., Butler, R. & Airey, D. The core of heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 2003, roč. 30, č. 1, s. 238–254.
- Porter, B. W. & Salazar, N B. Heritage Tourism, Conflict, and the Puclic Interest: An Introduction. *International Journal of Heritage Studies*, 2005, roč. 11, č. 5, s. 361–370.
- David, P. & Soukup, V. Průvodce po Čechách, Moravě a Slezsku: velká cestovní kniha Česká republika. Praha: Soukup & David, 2002/2003. 384 s. ISSN 1212-3264.
- Staats, S., Panek, P. E. & Cosmar, D. Predicting travel attitudes among university faculty after 9/11. *Journal of Psychology*, 2006, roč. 140, č. 2, s. 121–132.
- Stone, P. R. A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism*, 2006, roč. 54, č. 2, s. 145–160.
- Trnková, O. Území a cestovní ruch. 1. vyd. Praha: VŠE, 1993. 95 s. ISBN 80-7079-123-3.
- Veal, A. J. Research Methods for Leisure and Tourism. A Practical Guide. Harlow: Pearson Education, 1997. 448 s. ISBN: 9780273682004.
- Vojtko, V. Marketingový výzkum v kognitivních mapách, 2007. 54 s.
- Yoon, Y. & Uysal, M. An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 2005, roč. 26, č. 1, s. 45–56.

- Yuill, S. M. Dark tourism: understanding visitor motivation at sites of death and disaster. Texas A&M University: Master's thesis, 2003. 278 s.
- Zvára, K. Biostatistika. 2. vyd. Univerzita Karlova v Praze: Karolinum, 2003. 214s. ISBN 80-246-0739-5.

Internetové stránky

- Atlas Česka^{a)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.atlasceska.cz/praha/bedrich-smetana/>>.
- Atlas Česka^{b)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.atlasceska.cz/praha/dvorak-antonin-10532/>>.
- Atlas Česka^{c)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.atlasceska.cz/praha/jan-evangelista-purkyne/>>.
- Atlas Česka^{d)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.atlasceska.cz/praha/jungmann-josef-7220/>>.
- Atlas Česka^{e)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.atlasceska.cz/praha/krasnohorska-eliska/>>.
- Atlas Česka^{f)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.atlasceska.cz/praha/naprstek-vojta/>>.
- Atlas Česka^{g)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.atlasceska.cz/praha/nemcova-bozena/>>.
- Atlas Česka^{h)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.atlasceska.cz/praha/neruda-jan/>>.
- Atlas Českaⁱ⁾, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.atlasceska.cz/praha/roezl-benedikt/>>.
- Atlas Česka^{j)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.atlasceska.cz/praha/svatopluk-cech/>>.
- Atlas Česka^{k)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.atlasceska.cz/praha/svetla-karolina/>>.
- Atlas Česka^{l)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.atlasceska.cz/praha/vancura-vladislav/>>.
- Castles, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.castles.cz/otherobjects.php?pg=2&sl=&listpos=0&obid=437>>.

- Cultural Heritage Tourism, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.culturalheritagetourism.org/howToGetStarted.htm>>.
- Český Krumlov, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <http://www.ckrumlov.cz/cz1250/mesto/histor/t_rozmbe.htm>.
- Český statistický úřad, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <www.czso.cz>.
- Husitské muzeum v Táboře, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://benes.husmuzeum.cz/>>.
- Info Česko, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.infocesko.cz/Czechia/Content/clanek.aspx?clanekid=17001&lid=1>>.
- Jihočeský kraj, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <[http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par\[id_v\]=134&par\[lang\]=CS](http://www.kraj-jihocesky.cz/index.php?par[id_v]=134&par[lang]=CS)>.
- Judinyová, J. Pražské zahrady, zastavení patnácté - Vyšehradský hřbitov a Slavín, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.cestovatel.cz/clanky/prazske-zahrady-vysehradsky-hrbitov-a-slavin/>>.
- Kraj Vysočina, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://extranet.kr-vysocina.cz/jazykoveverze/cz/>>.
- Kulturní Akce, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.kulturniakce.cz/info.php?IDZ=2513>>.
- MČ Praha-Zbraslav, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://stary.mc-zbraslav.cz/src/turista/pamatky/halek>>.
- Město Domažlice, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.domazlice.info/o-domazlicich/pamatky/muzeum-j-jindricha.html>>.
- Město Zbiroh, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <http://www.zbiroh.zbiroh.cz/index.php?page=zarizeni_sekce&zarizeni=8>.
- Microsoft Office Excel, staženo dne 4.2.2008. Dostupné na World Wide Web: <<http://office.microsoft.com/cs-cz/excel/HP052038731029.aspx>>.
- Municipal, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://municipal.cz/osobnosti/ryba.htm>>.
- Muzeum T.G. Masaryka Rakovník^{a)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.muzeumtgm.cz/index.php?id=2&pgid=4>>.
- Muzeum T.G. Masaryka Rakovník^{b)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.muzeumtgm.cz/index.php?id=101&pgid=16>>.

- Národní muzeum, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.nm.cz/ceske-muzeum-hudby/bedrich-smetana.php>>.
- National Trust for Historic Preservation, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <http://www.nationaltrust.org/heritage_tourism/index.html>.
- Pomníky a sochy v Praze, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://web.quick.cz/qliska/pomniky.sochy.v.praze/>>.
- Portál Plzeňského kraje, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.kr-plzensky.cz/article.asp?sec=245>>.
- Pražská informační služba^{a)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <http://www.pis.cz/cz/ceska-republika/pamatky/brandys_nad_labem_stara_boleslav_bazilika_sv_vaclava>.
- Pražská informační služba^{b)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <http://www.pis.cz/cz/praha/pamatky/brevnovsky_hrbitov_u_sv_markety>.
- Pražská informační služba^{c)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <http://www.pis.cz/cz/praha/pamatky/hrbitov_dablice_ustredni_hrbitov>.
- Pražská informační služba^{d)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <http://www.pis.cz/cz/praha/pamatky/hrbitov_malvazinky>.
- Pražská informační služba^{e)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <http://www.pis.cz/cz/praha/pamatky/novy_zidovsky_hrbitov>.
- Pražská informační služba^{f)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <http://www.pis.cz/cz/praha/pamatky/olsanske_hrbitovy>.
- Pražská informační služba^{g)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <http://www.pis.cz/cz/praha/pamatky/pomniky_a_sochy>.
- Pražská informační služba^{h)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <http://www.pis.cz/cz/praha/pamatky/vinohradsky_hrbitov>.
- Pražský kulturní přehled Praha, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.pragueout.cz/events/pamatnik-palacky-rie-gr>>.
- Průvodce po Česku, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.pruvodce.com/domanin/>>.
- Radio Praha-Český rozhlas 7, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://archiv.radio.cz/hrbitov/malost.html>>.
- Reportáže pro časopis Naše rodina, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <http://www.sweb.cz/marketa21/bilkova_vila.htm>.

- Robinson, M. & Picard, D. Tourism, Culture and Sustainable Development, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001475/147578E.pdf>>.
- Římskokatolická farnost, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.svprokop-sazava.cz/krypta.htm>>.
- Sezimovo Ústí, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://old.tabor.cz/1historie/60.htm>>.
- The Dark Tourism Forum, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.dark-tourism.org.uk/>>.
- Turyna, P. Pomník Karla IV. Staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.hrady.cz/index.php?OID=2082>>.
- UNESCO World Heritage Convention, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://whc.unesco.org/en/conventiontext/>>.
- Urbánek, M. Poznejte Sovovo město Pacov. Staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://www.novinky.cz/clanek/121744-poznejte-sovovo-mesto-pacov.html>>.
- Wikipedie^{a)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/H%C5%99bitov>>.
- Wikipedie^{b)}, staženo dne 5.4. 2007. Dostupné na World Wide Web: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Hrobka>>.

Seznam obrázků a tabulek

Obr. 1 : Velikost obce bydliště respondenta, n=994.	28
Obr. 2 : Skupiny respondentů podle pohlaví, n=994.	28
Obr. 3 : Věk respondentů, n=994.	29
Obr. 4: Vzdělání respondentů, n=994.	29
Obr. 5: Zdroje příjmů domácností, n=994.	30
Obr. 6: Počet členů domácností, n=994.	30
Obr. 7: Příslušnost k náboženství, n=994.	31
Obr. 8: Cestování za hranice kraje, n=994.	31
Obr. 9: Výběr dovolené, n=994.	32
Obr. 10: Názor na historii, n=994.	32
Obr. 11: Bipolární pocity mezi obrázky, n=994.	35
Obr. 12: Motivy mezi aktivitami Dark Tourism 1-6, n=994.	37
Obr. 13: Motivy mezi aktivitami Dark Tourism 7-12, n=994.	37
Obr. 14: Motivy mezi aktivitami Dark Tourism 13-14, n=128.	38
Obr. 15: Účast na aktivitách Dark Tourism, n=994 u 1-12, n=128 u 13-14.	39
Tab. 1: Kategorie obcí	23
Tab. 2: Obce	23
Tab. 3: Rozdíly bipolárních pocitů mezi obrázky, n=994.	36
Tab. 4: Rozdíly motivů mezi aktivitami Dark Tourism, n=994 u 1-12, n=128 u 13-14.	38
Tab. 5: Vyjádření pocitů podle pohlaví, n=994.	40
Tab. 6: Vyjádření pocitů podle věku, n=994.	40
Tab. 7: Vyjádření pocitů podle vzdělání, n=994.	41
Tab. 8: Vyjádření pocitů podle velikosti obce, n=994.	41
Tab. 9: Vyjádření pocitů podle přihlášení se k náboženství, n=994.	42
Tab. 10: Vyjádření pocitů podle cest na dovolenou, n=994.	42
Tab. 11: Vyjádření pocitů podle zdroje příjmů, n=994.	43
Tab. 12: Vyjádření pocitů podle upřednostňovaného výběru dovolené, n=994.	43
Tab. 13: Zhodnocení motivů podle pohlaví, n=994.	44
Tab. 14: Zhodnocení motivů podle věku, n=994.	44
Tab. 15: Zhodnocení motivů podle vzdělání, n=994.	45
Tab. 16: Zhodnocení motivů podle velikosti obce, n=994.	45
Tab. 17: Zhodnocení motivů podle přihlášení se k náboženství, n=994.	46
Tab. 18: Zhodnocení motivů podle cest na dovolenou, n=994.	46
Tab. 19: Zhodnocení motivů podle zdroje příjmů, n=994.	46
Tab. 20: Zhodnocení motivů podle upřednostňovaného výběru dovolené, n=994.	47
Tab. 21: Zhodnocení motivů podle pohlaví, n=128.	47
Tab. 22: Zhodnocení motivů podle věku, n=128.	47
Tab. 23: Zhodnocení motivů podle vzdělání, n=128.	48
Tab. 24: Zhodnocení motivů podle velikosti obce, n=128.	48
Tab. 25: Zhodnocení motivů podle přihlášení se k náboženství, n=128.	48
Tab. 26: Zhodnocení motivů podle cest na dovolenou, n=128.	49
Tab. 27: Zhodnocení motivů podle zdroje příjmů, n=128.	49
Tab. 28: Zhodnocení motivů podle upřednostňovaného výběru dovolené, n=128.	49
Tab. 29: Zhodnocení motivů podle pohlaví, n=128.	50
Tab. 30: Zhodnocení motivů podle věku, n=128.	50
Tab. 31: Zhodnocení motivů podle vzdělání, n=128.	50
Tab. 32: Zhodnocení motivů podle velikosti obce, n=128.	51

Tab. 33: Zhodnocení motivů podle přihlášení se k náboženství, n=128.	51
Tab. 34: Zhodnocení motivů podle cest na dovolenou, n=128.	52
Tab. 35: Zhodnocení motivů podle zdroje příjmů, n=128.....	52
Tab. 36: Zhodnocení motivů podle upřednostňovaného výběru dovolené, n=128.	52

Seznam příloh

Příloha č. 1: Databáze produktů úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu	69
Příloha č. 2: Charakteristika produktů úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu.....	70
Příloha č. 3: Obrázky vybraných produktů úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu	80

Příloha č. 1: Databáze produktů úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu

Příloha č. 2: Charakteristika produktů úmrtí jedinců jako atraktivity cestovního ruchu

Odst. 1.1

Tento hřbitov se nachází na Vyšehradě u kostela sv. Petra a Pavla. Dnes je zde pochováno přes 600 významných osobností české národní kultury. Z nejvýznamnějších spisovatelů jsou zde pohřbeni Karel Čapek, Karel Hynek Mácha, Jan Neruda, Božena Němcová, Vítězslav Nezval. Poslední odpočinek tu našli malíři Mikoláš Aleš, Antonín Chittussi, Julius Mařák, Karel Purkyně, Miloslav Holý, sochaři Václav Levý, Otakar Španiel a hudební skladatelé Antonín Dvořák, Bedřich Smetana, Zdeněk Fibich, housloví virtuosoové František Ondříček, Josef Slavík. Z vědců pak fyziolog Jan Evangelista Purkyně a Jaroslav Heyrovský, nositel Nobelovy ceny v oboru polarografie. Součástí hřbitova je známý Slavín, společná hrobka osobností českého národa. Do dnešního dne je zde pohřbeno přes 50 významných osobností. Jsou zde například spisovatelé Julius Zeyer, Jaroslav Vrchlický, Josef Hora, malíři Vojtěch Hynais, Alfons Mucha, Václav Špála, sochaři J. V. Myslbek, Jan Štursa, Bohumil Kafka, Ladislav Šaloun, Jan Louda, architekti Kamil Hilbert, Josef Gočár, Jaroslav Fragner. Z hudebníků jsou zde pohřbeni housloví virtuosoové Jan Kubelík, Jaroslav Kocián, klavíristé Jan Heřman, František Maxián, operní pěvci Ema Destinová, Vilém Zítek, Zdeněk Otava. Z herců zde najdeme například Zdeňka Štěpánka nebo Eduarda Kohouta. Pohřben je zde i vynálezce František Křižík (Judinyová, 2007).

Odst. 1.2

Pro bohatý soubor náhrobků i pro svůj duchovní význam jsou Olšanské hřbitovy památkově chráněné. Jak rostla Praha, rostl i hřbitov. Od r. 1835 do r. 1910 byly připojovány další parcely, které byly číslovány římskými čísly III. - X. Olšanské hřbitovy jsou přístupny třemi vchody z Vinohradské třídy. Rozloha současných Olšanských hřbitovů je 50,17 ha. V evidenci je zde 112 000 pohřbených, odhaduje se však, že za dobu existence hřbitovů zde bylo pochováno na dva miliony mrtvých. Celkem je zde 110 000 pohřbívacích míst, z toho 200 hrobek tvaru kaple, 25 000 ostatních hrobek, 65 000 hrobů, 20 000 urnových hrobů a 6 kolumbárií u zdí. Jsou zde pohřbeny stovky významných osobností: např. František Ladislav Čelakovský, Klement Gottwald, Josef Jungmann, Václav Kliment Klicpera, Matěj Kopecký, Josef Lada a další (Pražská informační služba, 2007f).

Odst. 1.3

Podle počtu pohřbených je Vinohradský hřbitov druhým největším v Praze. Má rozlohu asi 10 ha a je zde kolem 16 000 hrobů, přes 900 hrobek, 4300 urnových míst a 1850 míst v kolumbáriích. Hřbitov je zapsán ve státním seznamu nemovitých kulturních památek. Byl založen r. 1885 a byl třikrát rozšiřován. Sloužil zejména k pohřbívání rodin bohatých pražských měšťanů. Nejvíce hrobů a hrobek pochází z přelomu 19. a 20. st. a z první republiky. V arkádách je 14 arkádových hrobek, mj. i hrobka rodiny Václava Havla. Pozoruhodností hřbitova je Popelnicová alej, pruh zeleně táhnoucí se napříč celým hřbitovem s urnovým hájem na konci. Úzkou brankou je hřbitov propojen s urnovým hájem krematoria z r. 1932. Významnými osobnostmi pohřbenými na Vinohradském hřbitově jsou Vlasta Burian, Jaroslav Foglar, Jiří Grossmann, Václav M. Havel (otec Václava Havla), Olga Havlová, Jiří Šlitr a další (Pražská informační služba, 2007i).

Odst. 1.4

Byl založen v r. 1891, když dosloužil Starý židovský hřbitov v dnešní Fibichově ulici. K dalším nejvyhledávanějším místům patří hrob spisovatele Franze Kafky a jeho rodičů ve tvaru šestibokého krystalu s daty pohřbených na čelní stěně. Odpočívá zde také např. spisovatel Ota Pavel, v urnovém háji např. básník Jiří Orten. Tento hřbitov má zvláštní povolení provozovat urnový háj, přestože židovská tradice zakazuje kremace mrtvých. Této možnosti využívají zejména smíšená manželství. Nový židovský hřbitov je jako celek zapsán mezi chráněné kulturní památky. Na hřbitově se pohřbívá dodnes. Mnohé umělecky hodnotné náhrobky jsou díly předních českých sochařů a architektů - Jana Kotěry, Josefa Zasche, Josefa Fanty, Čenka Vosmíka aj (Pražská informační služba, 2007e).

Odst 1.5

V r. 1897 byl hřbitov rozšířen, takže dnes má rozlohu 7,6ha. Je čtvrtým největším pohřebištěm v Praze (po Olšanech, Ďáblickém a Vinohradském hřbitově). Je zde 13 357 pohřbívacích míst. Jsou zde pohřbeny významné osobnosti, jako K. Weiss, Jakub Arbes a další (Pražská informační služba, 2007d).

Odst. 1.6

Hřbitov byl založen v zahradě kláštera U Sv. Markéty r. 1739. Jeho současná rozloha je 1,72ha. Je zde 2 520 hrobů, 970 urnových hrobů a 880 míst v kolumbáriu. Na hřbitově jsou pohřbeni mniši benediktini z břevnovského kláštera, církevní hodnostáři, kanovníci svatovítské metropolitní kapituly, benediktinky, anglické panny, bosé karmelitánky, kapucíni

z Hradčan i obyvatelky Ústavu šlechticů z Pražského hradu i z Nového Města. Z významných osobností jsou zde pohřbeni např. Ivan Diviš a Karel Kryl (Pražská informační služba, 2007b).

Odst. 1.7

Stejně jako Olšanské hřbitovy, byl i Malostranský hřbitov zřízen za doby morové epidemie v r. 1680. Malostranský hřbitov však dlouho svému účelu nesloužil – r. 1786 byl vysvěcen, r. 1863 rozšířen, ale již v r. 1884 zrušen a zrušený hřbitov nahradil hřbitov na Malvazinkách. Návštěvníci tohoto dnes opuštěného hřbitova zde mohou vzpomenout například na přední architektu otce a syna Dienzenhoffery - Kryštofa a Kiliána Ignáce. Nevelká oválná deska prozradí, že zde leží i F. X. Dušek, klavírista a skladatel a jeho žena Josefina, klavíristka, harfistka a především komorní pěvkyně, kteří v Praze hostili Johanna Wolfganga Mozarta na Bertramce. Hřbitov se stal místem posledního odpočinku i dalších hudebníků i malířů - například Adolfa Kosárka a Josefa Hellicha (Radio Praha-Český rozhlas 7, 2007).

Odst. 1.8

Ďáblický hřbitov je po Olšanech druhý největší v Praze s rozlohou 29,3 ha. Je zde více než 20 000 pohřbených. Větší část hřbitova je zatím hroby neobsazena. V kruhovém prostoru uprostřed je Čestné pohřebiště s hroby jugoslávských a italských partyzánů a obětí revoluce 1945 od mostu Barikádníků. Při severní zdi bylo upraveno Čestné pohřebiště třetího odboje - popravených a umučených obětí komunismu v 50. letech, které zde byly tehdy tajně pohřbívány, včetně dětí zemřelých v komunistických věznicích. Jsou zde pochovány také některé významné osobnosti, např. Kamil Bednář, Leopold Jelínek a další (Pražská informační služba, 2007c).

Odst. 1.9

K unikátně dochovanému původnímu zařízení bytu v barokním městském paláci Mac Newenův patří společenský a hudební salón, jídelna, ložnice a pracovny historika Františka Palackého a jeho zetě, advokáta, politika a encyklopedisty Františka Ladislava Riegra. Pozoruhodné sbírky umělecké, historické a rodové portréty 19. století obsahují mimo jiné obrazy Josefa Mánesa, Julia Mařáka či sochy J. V. Myslbeka a nábytek od klasicismu a biedermeieru až po secesi. V samostatném pokoji je vystavena kolekce nábytku, plastiky, keramiky a skla z národopisné sbírky Riegrovy dcery Libuše Bráfové a její společnosti, do níž patřila například výtvarnice Zdenka Braunerová. V době prohlídek si návštěvníci mohou zakoupit pohlednice, celobarevného průvodce památkem i starší publikaci s rodokmenem Palackých a Riegrů (Pražský kulturní přehled Praha, 2007).

Odst. 1.10

Kamenný jehlanec s portrétním reliéfem od J.V. Myslbeka a nápisem „Vítězslavu Hálkovi vděčné studentstvo“, oplocený kovovou mříží, byl vztyčen v r. 1876. Básník, který v domě č.p. 84 na Závisti trávil dovolenou, v těchto místech čerpal inspiraci k svému lyrickému dílu „V přírodě“ (MČ Praha-Zbraslav, 2007).

Odst 1.11

Socha Jana Nerudy v Petřínských sadech je dílem sochaře J. Simoty a architekta K. Lapky. Pomník tomuto významnému českému literátovi zde byl slavnostně odhalen 22.10.1970. Socha je symbolicky orientována tak, že postava hledí na Malou Stranu, se kterou byl Jan Neruda životně spojen (Atlas Česka, 2007h).

Odst. 1.12

Čtyřmetrová socha panovníka opírající se o meč v ruce svírá zakládací listinu pražské university. Podstavec je zdoben alegorickými postavami, které znázorňují jednotlivé universitní fakulty (teologickou, lékařskou, právnickou a filozofickou). Další menší sochy jsou umístěny v rozích - vždy se jedná o významné osobnosti doby Karla IV., např. Jan Očko z Vlašimi či Matyáš z Arrasu (Turyna, 2007).

Odst. 1.13

Na stupňovité základně na soklu je bronzová busta malíře, kterou vytvořil r. 1914 Josef Rada. Je to vůbec první pomník slavnému malíři. Pomník stojí poblíž výletního hostince Daliborka, jehož majitel Josef Vojtěch se s Alešem přátelsky stýkal (Pomníky a sochy v Praze, 2007).

Odst. 1.14

Plastika Bedřicha Smetany na Novotného lávce před muzeem tohoto českého hudebního génia je dílem architekta B. Hanáka a sochaře J. Malejovského. Je zhotovena z bronzu. Odlita byla v bývalé umělecké kovovýrobě v Holešovicích. Je vysoká 2,35 m a váží více než jednu tunu. Socha byla odhalena v r. 1984 u příležitosti sta let mistrova úmrtí. Zajímavé je, že spolek, který usiloval o postavení pomníku Bedřichu Smetanovi vznikl již v r. 1909. Trvalo tedy celých 75 let, než byl pomník skutečně odhalen. Socha je na Novotného lávce umístěna na kruhové plošině a její přítomnost spoluvytváří tento malebný kout pražského nábřeží (Atlas Česka, 2007a).

Odst. 1.15

Socha, pomník českého vědce Jana Evangelisty Purkyně na Karlově náměstí je umístěn v jeho jižní části. Je dílem sochařů O. Kozáka a V. Štrunce z r. 1961 (Atlas Česka, 2007c).

Odst. 1.16

Socha Antonína Dvořáka před Rudolfinem je dílem Josefa Wagnera a jeho syna Jana. Otec Josef Wagner zemřel před dokončením díla v r. 1957. Je vysoká 3 metry a váží 500 kg. Od padesátých let až do současnosti se vedou diskuze o umístění této pocty jednomu z velikánů nejen české, ale i světové hudby. Na současném místě před Rudolfinem byla odhalena 4.6.2000. O jejím definitivním umístění se má teprve rozhodnout (Atlas Česka, 2007b).

Odst. 1.17

Na žulovém hranolovém soklu je umístěna bronzová socha spisovatele s pláštěm přes ruku a kloboukem v ruce. Autorem je sochař Jan Černý a architektem ing. arch. Jaroslav Koreček, socha pochází z r. 1962, slavnostní odhalení se konalo r. 1964 k 50. výročí spisovatelova úmrtí (Pomníky a sochy v Praze, 2007).

Odst. 1.18

Pomník se nachází na Jiráskově náměstí. Autorem pomníku je prof. Karel Pokorný. Bronzový pomník představuje spisovatele v nadživotní velikosti, sedícího a píšícího na vysokém žulovém soklu. Pomník vznikl v r. 1954, osazen byl v r. 1960. V pozadí pomníku je dům, v němž v letech 1903 - 1930 Jirásek bydlel (Pomníky a sochy v Praze, 2007).

Odst. 1.19

Před radnicí na Havlíčkově náměstí stojí třímetrová bronzová socha, jejímž autorem je Josef Strachovský, odlila ji Maškova slévárna v Karlíně. Socha byla odhalena 16. května 1911. Nápis na podstavci sochy vyjadřuje Havlíčkovu celoživotní krédo: „Přislibujte si mně, vyhrožujte si mně, přece zrádcem nebudu“. Tak jako mnoho jiných měla být i tato socha za protektorátu odstraněna a její materiál použit pro válečné účely. Díky statečným Pražanům však byla uschována ve skladišti na Maninách a po opravě znovu slavnostně instalována na původní místo 19. července 1946. V r. 1979 byla z důvodu výstavby kolektoru inženýrských sítí na 6 let odstavena a zpět instalována v r. 1985 (Pomníky a sochy v Praze, 2007).

Odst. 1.20

Bronzová socha Josefa Jungmanna je dílem sochaře Ludvíka Šimka, architekta Antonína Barvitia a Václava Levého. Podstavec je zhotoven ze žuly a syenitu. Dílo je sedm metrů vysoké. Pomník nechal vybudovat spolek Svatobor. Základní kámen položil v r. 1873 František Palacký u příležitosti stého výročí Jungmannova narození. Pomník byl slavnostně

odhalen v r. 1878. Stojí na náměstí nazvaném po Jungmannovi, nedaleko místa, kde učenec žil (Atlas Česka, 2007d).

Odst. 1.21

Sochu Elišky Krásnohorské, české spisovatelky, vytvořila v r. 1931 Karla Vobišová. Je umístěna v parku na Karlově náměstí, severně od křižovatky s Ječnou ulicí (Atlas Česka, 2007e).

Odst. 1.22

Za Domem umělců v parčíku před Mánesovým mostem je pomník malíře Josefa Mánesa od Bohumila Kafky (1878 - 1942) z roku 1930. Architektonická úprava od arch. Josefa Havlíčka. Z celkem pěti soutěží na pomník byl akceptován až návrh Bohumila Kafky v poslední soutěži v r. 1929. Realizaci pomníku zabránila hospodářská krize a poté 2. světová válka, takže byl slavnostně odhalen až v r. 1951. Autor se odhalení pomníku nedočkal (Pražská informační služba, 2007g).

Odst. 1.23

Pomník, zdobený stůl ze žuly a mramoru, Vojty Náprstka byl umístěn na Petřín v r. 1896. Stalo se tak u příležitosti jeho nedožitých sedmdesátých narozenin z podnětu Žofie Podlipské, členky Amerického klubu českých dam, který stavbu pomníku podporoval. Návrh pomníku s nápisem: „Na památku pohoštění, jež poskytoval Vojta Náprstek v letech 1865 - 1883 mládeži škol pražských“, vypracoval Josef Fanta (Atlas Česka, 2007f).

Odst. 1.24

Socha české spisovatelky Boženy Němcové je umístěna v severní části Slovanského ostrova. Je dílem sochaře Karla Pokorného z let 1941 – 1952. Na Slovanský ostrov byla osazena v r. 1955. Právě tady se v r. 1843 Božena Němcová zúčastnila svého prvního velkého plesu (Atlas Česka, 2007g).

Odst. 1.25

Socha, pomník botanika a cestovatele Benedikta Roezla je dílem architekta Sochora a sochařů Č. Vosmíka a G. Zouly. Je umístěn v jižní části Karlova náměstí, poblíž Faustova domu (Atlas Česka, 2007i).

Odst. 1.26

Sousoší Svatopluk Čech je dílem sochaře Jana Štursy. Tvoří ho postava básníka a mužský akt. Nachází se v sadech, které nesou jméno po Svatoplukovi Čechovi. Sousoší bylo odhaleno v r. 1924. Na kompozici se podílel architekt Pavel Janák. V době německé okupace Československa musel být pomník odstraněn (Atlas Česka, 2007j).

Odst. 1.27

Bysta spisovatelky Karoliny Světlé je dílem sochaře Gustava Zouly z r. 1910. Architektonické řešení navrhl Josef Fanta. Obsahuje i základní data literátky a nápis: „Památce slavné spisovatelky a z vděku zásluhám velké Česky věnováno MDCCCCX“. Pomník je umístěn v parku na Karlově náměstí, jižně od křižovatky s Ječnou ulicí (Atlas Česka, 2007k).

Odst. 1.28

Socha je umístěna proti severnímu portálu Týnského chrámu, jejímž autorem je bratr sochaře Františka Bílka, sochař a malíř Antonín Bílek. Slavnostní odhalení se konalo r. 1927. Václav Budovec z Budova byl předním vůdcem stavovského povstání proti Habsburkům po bitvě na Bílé Hoře a byl spolu s ostatními sťat. Stojící Budovcova postava se opírá pravou rukou o popravčí špalek, levicí si rozhaluje košili na prsou. Na podstavci zdobeném jeho rodovým erbem je text: „Pane, vezmi ode mne ducha mého, ať nevidím těch zlých věcí, které přijítí mají na vlast mou“. Níže na bronzové desce je jeho krátký životopis, přilbice, bible, kalich, meč a palma jako atribut mučednictví (Pomníky a sochy v Praze, 2007).

Odst. 1.29

Pomník českého lékaře, spisovatele, člena Komunistické strany Českoslovenka a vlastence V. Vančury, popraveného německými okupanty na Kobyliské střelnici, je dílem K. Lidického z r. 1959. Bysta je zhotovena z bronzu a je umístěna na čtyřbokém žulovém podstavci. Nachází se v ulici V. Vančury mezi domy čp. 635 a 632 (Atlas Česka, 2007l).

Odst. 1.30

Muzeum Bedřicha Smetany, založené 1926 Sborem pro postavení pomníku Bedřichu Smetanovi, sídlí od r. 1936 v překrásné novorenesanční budově bývalé Staroměstské vodárny z 80.let 19.století na vltavském břehu v těsném sousedství Karlova mostu, v místě s překrásným výhledem na řeku Vltavu a na panorama Pražského Hradu. Prostory expozice jsou tematicky i architektonickým řešením rozčleněny do čtyř částí. První je věnována Smetanovu dětství, studiím, uměleckým začátkům v Praze 1. poloviny 19. století a jeho pětiletému působení v Göteborgu ve Švédsku, na něž navázaly jeho koncertní cesty do Německa a Holandska. Druhá zachycuje Smetanovy aktivity v letech 1862-1874, jimiž se významně podílel na budování pražského hudebního života (např. činnost v některých uměleckých spolcích, obnovení tradice filharmonických koncertů, působení v čele opery Prozatímního divadla). Ve třetí části je pojednáno poslední období Smetanova života, kdy po ohluchnutí žil a tvořil mimo Prahu.

V expozici jsou vystaveny v kopiích ukázky ze Smetanovy korespondence, deníků a notových rukopisů, množství dobových vyobrazení a dalších dokumentů. V originálech jsou tu portréty

Smetany a dalších členů rodiny, některé jeho osobní památky a čestné dary, které dostal od svých ctitelů, a klavír ze Smetanova majetku (Národní muzeum, 2007).

Odst. 1.31

Muzeum Antonína Dvořáka je součástí Národního muzea od r. 1976. Jeho vlastní historie však sahá o několik desetiletí nazpět. Vzniklo začátkem 30. let z podnětu Spolku pro postavení pomníku Antonína Dvořáka v Praze. Dnes, po více než šedesáti letech činnosti, disponuje muzeum především unikátním souborem Dvořákových notových autografů, které představují téměř 80% všech dnes na světě dochovaných skladatelových rukopisů, dále též podstatnou část jeho knihovny a notového archivu včetně tiskové dokumentace, jež dokládá nejen skladatelovy úspěchy v době života, ale svědčí o vzrůstající popularitě jeho díla až do současnosti (Kulturní Akce, 2007).

Odst. 2.1

Hrob se nachází na hřbitově v Lánech. U tohoto hrobu se každým rokem, v rámci programu Den s T.G.M., koná pietní akt připomínající výročí narození Masaryka (Muzeum T.G. Masaryka Rakovník, 2007b).

Odst. 2.2

R. 1593 získal Obděnice Jakub Krčín. V kostele Nanebevzetí Panny Marie v Obděnicích má umístěnou náhrobní desku a údajně je zde i pohřbený (Castles, 2007).

Odst. 2.3

Hrob byl Jakubu Janu Rybovi jako sebevrahu vykázán na „starém krchově“, někdejší morovém hřbitově, severozápadně od Starého Rožmitála. V r. 1855, z podnětu jeho syna Josefa Arnošta Ryby, universitního profesora a očního lékaře, se farář Jan Fährnich postaral o přenesení ostatků na nový starorožmitálský hřbitov (Municipal, 2007).

Odst. 2.4

Centrem Sázavského kláštera je kostel, ve kterém jsou v kryptě uloženy ostatky sv. Prokopa. Poloha krypty odpovídá původní kryptě, kde byl sv. Prokop pochován. V kryptě, kde byl pohřben sv. Prokop, byly později pohřbeny i jiné význačné osobnosti. V 15. století chrám zpustl. Strop chrámu se zhroutil a probořil i strop krypty. Koncem 16. stol. byli požádáni horníci, aby z rumiště vyprostili ostatky sv. Prokopa. Byly odtud nevědomky vyzvednuty i různé kosti jiných zemřelých a převezeny dne 29.05.1588 do Prahy. Dne 25. března 2003, v den 950. výročí smrti světce, byl v kryptě chrámu na Sázavě symbolicky obnoven Prokopův hrob (Římskokatolická farnost, 2007).

Odst. 2.5

Kostel sv. Václava je trojlodní bazilika se zvýšeným presbytářem, na který vedou dvě schodiště, mezi nimiž je vchod do krypty. Románská krypta z 12. stol. se čtyřmi řadami sloupů je nejstarší částí kostela - byl zde původně hrob knížete Václava, dnes je na jeho místě tumba z r. 1657 (Pražská informační služba, 2007a).

Odst. 2.6

V expozici věnované osobnosti prvního československého prezidenta T. G. Masaryka mohou návštěvníci vidět rekonstrukci bytu rodiny Masarykových z let 1895 – 1910, kdy rodina bydlela v Thunovské ulici na Malé Straně v Praze a seznámit se s jednotlivými členy rodiny. Období profesorských let T. G. Masaryka přibližuje část expozice T. G. Masaryk a Hilsneriáda, kde dobovou atmosféru dokresluje rekonstrukce trafiky z konce 19. století a dobový tisk. Nechybí ani prezentace Masarykova pobytu na zámku v Lánech. Kromě autentického jezdeckého obleku prezidenta Masaryka muzeum vystavuje také některé jeho osobní předměty, jako je cvikr, ostruhy, slavný panama klobouk, posmrtnou masku T. G. Masaryka a jeho ženy Charlotty, ale i šaty Ch. G. Masarykové, stolní diář Jana Masaryka a mnoho dalších (Muzeum T.G. Masaryka Rakovník, 2007a).

Odst. 3.1

Rožmberkové patřili mezi nejvýznamnější, nejstarobylejší, nejurozenější a nejvlivnější české šlechtické rody. Členové zastávali funkce u českého královského či říšského císařského dvora, a tak se často velmi výrazně zapsali do dějin českého státu. Jejich rodovou hrobku lze navštívit v areálu kostela Nanebevzetí P. Marie. Znakem tohoto rodu byla červená pětিলistá růže na stříbrném poli (Český Krumlov, 2007).

Odst. 3.2

Dne 29. července 1877 hrobku slavnostně vysvětil pražský arcibiskup Bedřich Schwarzenberg. V hrobce, v nedalekém kostelíku sv. Jiljí, bylo postupně uloženo (nebo připomenuto) 27 příslušníků rodu Schwarzenbergů. Zakladatelkou hrobky byla kněžna Eleonora Schwarzenbergová (Průvodce po Česku, 2007).

Odst. 3.3

Expozice s originálním filmovým programem je věnována státnickému dílu a demokratickému odkazu druhého československého prezidenta a zároveň rodinnému životu manželů Edvarda a Hany Benešových ve vile v Sezimově Ústí. Jedenáctkrát v roce jsou v rámci památníku dr. E. Beneše veřejnosti přístupny dvě dobově rekonstruované místnosti v prvním patře: pracovna prezidenta Beneše a jeho ložnice. V parku, areálu vily Benešových, je přístupna jejich společná hrobka. (Husitské muzeum v Táboře, 2007).

Odst. 3.4

Pozemské dílo Františka Bílka se navždy uzavřelo v rodném Chýnově 13.10 1941. Sochařův hrob na místním hřbitově zdobí monumentální plastika Modlitba nad hroby, vlastní práce umělce z r. 1905 (Reportáže pro časopis Naše rodina, 2007).

Odst. 4.1

Město Pacov pochází z 13. století a je rodištěm i místem posledního odpočinku básníka a prozaika Antonína Sovy (autora děl Zpěvy domova, Drsná láska a dalších). Jeho pomník najdeme na náměstí, jeho hrob v Parku Antonína Sovy (dnes již bez desky a schránky s popelem) a jeho literární archiv v městském muzeu (Urbánek, 2007).

Odst. 5.1

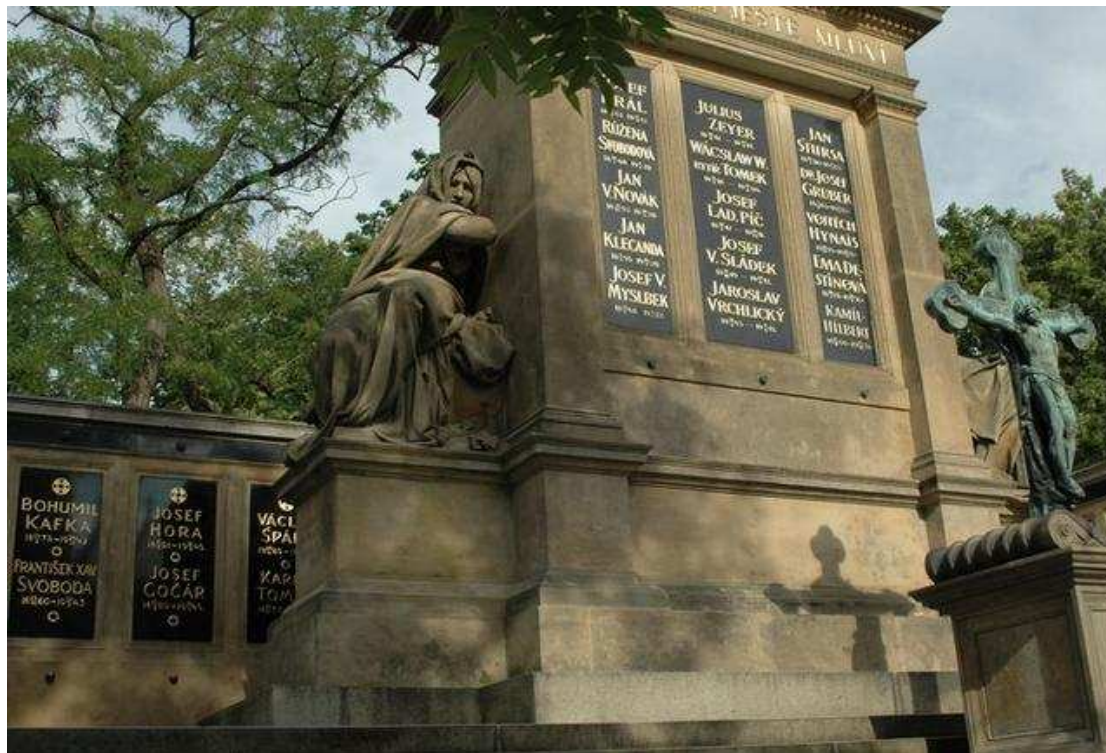
Muzeum J. V. Sládka se nachází na původním místě rodného domku básníka v obci Zbiroh a bylo zřízeno v r. 1952. Dům přestavěl na jednopatrovou budovu básníkův otec Petr Sládek. Na domě je umístěna pamětní deska básníka od sochaře Antonína Odehnala. Stálá expozice představuje nábytek a zařízení z pražského bytu, bohaté dokumenty, které na 12 panelech zachycují celé Sládkovo dětství, rodiště, sociální poměry v kraji, studia, literární začátky, pobyt v Americe, básnickou a překladatelskou činnost a rodinný život. Nechybí ani Sládkovy amatérské fotografie, které dokazují, že nebyl jen velkým básníkem, ale i pohotovým fotografem, který na tehdejší dobu mistrně ovládal techniku fotografie a kompozice. V expozici je také stálá výstava „Fotograf J. V. Sládek“ (Město Zbiroh, 2007).

Odst. 5.2

Muzeum J. Jindřicha představuje návštěvníkům velké množství předmětů lidové kultury, které zakladatel muzea nasbíral na rázovitém Chodsku. Unikátní je rozsáhlá sbírka obrázků malovaných na skle. Část expozice muzea představuje bývalý byt hudebního skladatele a folkloristy J. Jindřicha (Město Domažlice, 2007).

Příloha č. 3: Obrázky vybraných produktů úmrtí jedinců jako atraktivit cestovního ruchu

Vyšehradský hřbitov a Slavín



Zdroj: www.cestovatel.cz



Zdroj: www.cestovatel.cz



Zdroj: www.cestovatel.cz

Pomník Karla IV.



Zdroj: www.hrady.cz

Pomník Bedřicha Smetany



Zdroj: www.atlasceska.cz

Pomník Josefa Jungmanna



Zdroj: www.atlasceska.cz

Muzeum T.G. Masaryka



Zdroj: www.muzeumtgm.cz



Zdroj: www.muzeumtgm.cz

Hrobka manželů Benešových



Zdroj: www.old.tabor.cz

Památník Dr. Edvarda Beneše



Zdroj: www.infocesko.cz