

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

Kultura jako motivační faktor návštěvy Mexika

Bakalářská práce

Autor: Kateřina Schusterová
Studijní obor: Management cestovního ruchu – německý jazyk

Vedoucí práce: Mgr. Pavlína Chaloupská, Ph.D.

Prohlášení:

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

V Hradci Králové dne 11. 4. 2023

Kateřina Schusterová

Poděkování:

Děkuji vedoucí bakalářské práce Mgr. Pavlíně Chaloupské, Ph.D. za metodické vedení a mé rodině a přátelům za jejich podporu při psaní této práce.

Anotace

Tato bakalářská práce je zaměřená na zjištění motivačních faktorů k návštěvě Mexika a na mexickou kulturu. Hlavním cílem práce bylo zjistit, jakým způsobem působí motivační faktory na návštěvníky při cestě do této turistické destinace. Dílčím cílem v teoretické části bylo vysvětlení základních pojmů pojících se k tomuto tématu a v praktické části následně zjistit význam mexické kultury pro motivaci návštěvníka.

První kapitoly teoretické části byly věnovány tématu motivace a roli motivačních faktorů působících na návštěvníky v cestovním ruchu. Další podkapitoly teoretické části byly věnovány potenciálu cestovního ruchu a také kultuře obecně.

V praktické části byl proveden nejprve sekundární a poté kvalitativní výzkum ve formě řízených rozhovorů. Byl zjištěn způsob, jakým právě mexická kultura ovlivňuje návštěvníky při rozhodování a plánování cesty do Mexika. Následující kapitoly se zaměřily na popis mexické kultury (například mexických tradičních tanců, svátků, jídel, hudby), místní architektury, geografie a ekonomiky.

Z výzkumu této bakalářské práce bylo zjištěno, že nejvýznamnějšími motivačními faktory k návštěvě Mexika jsou nejen relaxace na pláži či místní příroda, ale především mexické kulturní a historické památky.

Získané poznatky mohou být využity odborníky v oblasti cestovního ruchu za účelem pochopení potřeb turistů a vyvinutí účinných strategií k přilákání nových návštěvníků.

Klíčová slova: Mexiko, mexická kultura, motivace, motivační faktory, cestovní ruch

Annotation

Title: Culture as a motivating factor for a visit to Mexico

This thesis is focused on finding motivational factors for visiting Mexico and on Mexican culture. The main goal was to find out how motivational factors affect visitors when traveling to this tourist destination (Mexico). The partial goal in the theoretical part was to explain the basic concepts related to this topic, and in the practical part to find out the importance of Mexican culture for the motivation of the visitors.

The first chapters of the theoretical part were devoted to the topic of motivation and the role of motivational factors affecting visitors in the tourism industry. Other subsections of the theoretical part were devoted to the potential of tourism and culture in general.

In the practical part, secondary and then qualitative research was carried out in the form of interviews. The way in which Mexican culture influences visitors when making decisions and planning a trip to Mexico has been identified. Subsequent chapters focused on describing Mexican culture (such as Mexican traditional dances, holidays, food, music), local architecture, geography, and economy.

From the research of the thesis, it was found out that the most common reasons for visiting Mexico are not only relaxation on the beach or local nature, but above all Mexican cultural and historical monuments.

The knowledge gained can be used by tourism professionals to understand the needs of tourists and develop effective strategies to attract new visitors.

Key words: Mexico, Mexican culture, motivation, motivating factors, tourism

Obsah

1	Úvod.....	1
2	Cíl práce a metodika zpracování	2
2.1	Cíl práce.....	2
2.2	Metodika zpracování.....	2
3	Teoretická východiska	4
3.1	Motivace.....	4
3.2	Motivace a motivační faktory v cestovním ruchu.....	6
3.2.1	Potenciál cestovního ruchu	7
3.3	Kultura.....	8
3.4	Mexiko	11
4	Praktická část.....	12
4.1	Sběr informací	12
4.2	Analýza mexické kultury	13
4.2.1	Motivační faktory pro návštěvu Mexika	13
4.2.2	Kulturní předpoklady Mexika jako motivační faktor	14
4.2.3	Architektonické předpoklady Mexika jako motivační faktor	21
4.2.4	Přírodní předpoklady Mexika jako motivační faktor	23
4.2.5	Ekonomické předpoklady Mexika jako motivační faktor	25
4.3	Zpracování výsledků	26
4.3.1	Interpretace rozhovorů.....	26
4.3.2	Kódování rozhovorů.....	30
5	Shrnutí výsledků.....	38
6	Závěry a doporučení	42
7	Seznam použité literatury.....	44

1 Úvod

Mexiko je zemí nacházející se ve Střední a zároveň Latinské Americe. Oficiálním jazykem je španělština. Mexiko má rozmanitou geografii, která zahrnuje pohoří, pouště, deštné lesy i pláže. Mezi jeho sousední státy patří Spojené státy americké, Belize a Guatemala. Mexiko je ze západu omýváno Tichým oceánem a z východu Karibským mořem a Mexickým zálivem.

Země má bohatou historii, která sahá až do předkolumbovské éry. Tehdejší původní obyvatelé Mexika, jako Aztékové, Mayové a Olmékové, zde postavili propracovaná města, chrámy a další stavby, které jsou dodnes obdivovány. Mexiko je dnes známé i svými pestrými festivaly, jako je Den Mrtvých, Karneval či Cinco de Mayo. Také mexická kuchyně a její chutné recepty jsou vyhlášené a populární po celém světě.

Jedná se tedy o fascinující exotickou zemi s bohatým kulturním dědictvím, mnohými přírodními krásami a přátelským obyvatelstvem. Právě díky tomu je jednou z nejoblíbenějších destinací lákající návštěvníky z celého světa.

Autorka této bakalářské práce se o Mexiko již dlouhodobě zajímá a má k němu velmi pozitivní vztah. Rozhodla se tedy prostudovat kořeny a základy mexické kultury a zároveň zjistit, které její aspekty jsou pro turisty z ostatních zemí nejvíce atraktivní.

Studium turistické motivace je oblastí zájmu výzkumníků cestovního ruchu již mnoho let a byly vyvinuty různé teorie a modely, které vysvětlují faktory ovlivňující rozhodování turistů. Pochopení motivačních faktorů, které ovlivňují potenciální návštěvníky Mexika, je pro odborníky v oblasti cestovního ruchu velmi zásadní. Mohou tak například vyvinout účinné marketingové strategie k přilákání nových návštěvníků.

2 Cíl práce a metodika zpracování

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem bakalářské práce je zjistit významnost různých motivačních faktorů pro návštěvníky při cestě do turistické destinace Mexiko. Dílčím cílem je charakterizovat základní specifika mexické kultury a zjistit jejich význam pro motivaci návštěvníka. Pro účely výzkumu bylo autorkou práce stanoveno celkem sedm výzkumných otázek.

Výzkumné otázky

1. Jaké motivační faktory nejvíce ovlivňují turisty při plánování návštěvy Mexika?
2. Jaké aspekty mexické gastronomie nejvíce motivují turisty k návštěvě Mexika?
3. Jaké aspekty mexické architektury jsou nejvýznamnějším motivačním faktorem pro turisty plánující návštěvu Mexika?
4. Jaké mexické svátky či tradice nejvíce motivují turisty k návštěvě Mexika?
5. Jaké aspekty mexické přírody jsou nejvýznamnějším motivačním faktorem pro turisty plánující návštěvu Mexika?
6. Jaké faktory odrazují turisty od návštěvy Mexika?
7. Jaký vliv má povaha a chování Mexičanů na motivaci turistů k navštívení Mexika?

2.2 Metodika zpracování

Byla zvolena kombinovaná forma výzkumu. Pro získání velkého objemu objektivních informací byl uskutečněn sekundární výzkum. Nejdříve byly pomocí sekundárních zdrojů dostupných na internetových stránkách a v literatuře získány detailní informace o mexické kultuře a jednotlivých motivačních faktorech

působících na turisty cestující do Mexika. Proběhla rešerše odborných a vědeckých článků souvisejících s tématy motivace, cestovního ruchu a mexické kultury.

Následně byl zvolen kvalitativní výzkum pro hlubší porozumění zkoumané skutečnosti. Toho bylo možné dosáhnout pomocí delšího a intenzivního kontaktu s jednotlivými informátory. Byly zorganizovány metodicky vedené strukturované rozhovory s cílem získat větší množství potřebných informací pro prohloubení a obohacení již nabytých znalostí ze sekundárních zdrojů. Pro analýzu rozhovorů byly využity metody interpretace a kódování (přiřazování kódů kvalitativním informacím získaných při rozhovorech). Bližší informace ke sběru dat se nachází v kapitole číslo 4.1.

3 Teoretická východiska

3.1 Motivace

Motivace je hnací síla uvnitř nás, která nám pomáhá dělat různé činnosti. Nedostatek motivace oproti tomu znamená, že danou aktivitu neděláme, přestože bychom s ní měli začít.

Nakonečný (2014) uvádí, že motivace slouží k uspokojování potřeb člověka. Jsou dle něj vyvolané možnými fyzickými či sociálními nedostatky a jejich cílem je vyřešit tyto pocity. Tvrdí, že motivace ovlivňují také chování i postoje lidí (při správném pochopení a pozorování lze odhalit postoje a názory daného člověka).

Dle Stejskalové (2010) může motivace chování člověka vycházet buďto z vnitřních pohnutek (z vnitřní potřeby) či z vnějšího popudu. Jako vnitřní činitelé motivace se dle ní označují motivy neboli vnitřní pohnutky, které nejsou vždy vědomé a vyskytují se v rámci celého souboru motivů v hierarchických, někdy i konfliktních vztazích. Uvádí, že vnitřní motivaci lze pozorovat, když člověk vykonává určitou činnost jen kvůli sobě, aniž by očekával vnější podnět, pochvalu, ocenění nebo jinou odměnu.

Pavlišta (2008) tvrdí, že existuje mnoho druhů motivů a také způsobů, jak je dělit, nejčastěji je však rozděluje na motivy primární a sekundární. Uvádí, že základem primárních motivů jsou biologické potřeby, ať už pozitivní (získat uspokojující objekt), nebo negativní (vyhnout se nežádoucímu objektu či stavu). Základními primárními motivy jsou dle něj instinkt a pud.

Instinkt popisuje Ševčíková (2005) jako vrozené, geneticky dané tendence provádět určité aktivity nebo specificky reagovat na typické podnětové vzorce. Instinkt je dle ní pohotovost, která se aktualizuje v chování jen za určitých podmínek, které se nejčastěji rozdělují na dva typy, a to vnitřní (např. pohlavními hormony) nebo vnější spouštěcí podněty. Uvádí, že typické jsou instinkty spojené s přežitím a rozmnožováním, jako je hledání potravy, vyhýbání se nebezpečí nebo hledání si partnera. Instinkty dle jejích slov nejsou nijak naučené, ale jsou přítomné v člověku od narození. U některých zvířat představuje instinkty jako migraci nebo hibernaci. Informuje, že u lidí se instinkty mohou projevat různě, jako je touha

chránit své potomky nebo reakce na boj nebo útěk v reakci na vnímané nebezpečí. Potvrzuje také, že instinkty je v případě nutnosti možné potlačit naučeným chováním.

Na rozdíl od motivů primárních, které jsou zaměřeny přímo na objekty vhodné k uspokojení, sekundární motivy jsou dle Pavlišty (2008) zaměřené na objekty, které usnadňují získání předmětů/objektů potřebných pro uspokojení primárních potřeb. Jako vhodný příklad sekundárních motivů uvádí peníze. Sekundární motivy jsou dle něj psychologické, ale jsou odvozené z motivů biologických.

Vnější motivaci (oproti motivaci vnitřní) Stejskalová (2010) pozoruje v situaci, kdy jednotlivec není motivován vlastním zájmem, ale je pod vlivem vnějších motivačních činitelů (incentiv), neboli vnějších podnětů, vlivů a událostí. Incentivy mají dle ní schopnost vzbudit a většinou i uspokojit potřeby člověka. Uvádí také, že chování motivované vnějšími motivačními činiteli je instrumentální – je nástrojem pro dosažení nějakých vnějších motivačních činitelů např. odměny nebo vyhnutí se trestu.

Stejskalová (2010) definuje potřeby jako vnitřně prožívané, a ne vždy uvědomované stavy nedostatku něčeho, co je pro člověka důležité, a z toho důvodu je lze vnímat jako základní zdroj veškeré lidské činnosti. Potřeba je tak dle ní stav nedostatku, jehož odstranění je žádoucí, nutí osobu k jednání a na jejím základě se vytvářejí snahy, tužby, cíle, které ve svém jednání člověk uskutečňuje. Sděluje, že potřeba vyjadřuje určité nedostatky biologické (nedostatek pohybu, jídla, spánku), či nedostatky v sociálním životě jedince (zázemí, opora, projevy úcty a lásky).

V odborné literatuře se velmi často objevuje Hierarchie potřeb A. H. Maslowa (1943). Tento koncept je jednou z nejpoužívanějších obecně uznávaných teorií na téma motivace. Jak uvádí Maslow (1943, in Research History, 2023), teorie rozděluje lidské potřeby do pěti různých úrovní, kde splnění jednoho stupně vede k následujícímu stupni. Tvrdí, že prvním stupněm jsou fyziologické potřeby, mezi které patří například jídlo, voda, vzduch, spánek, oblečení a přístřeší. Dále sděluje, že druhým stupněm je bezpečnost (zdraví, zaměstnanost a rodina) a třetím stupněm vztahy s lidmi a schopnost vytváření zdravých vazeb, jako přátelství apod. Do čtvrtého stupně řadí sociální status, získání prestiže a do pátého stupně seberealizaci (morálku, kreativitu, spontánnost a vnitřní potenciál).

Mnoho teorií o motivaci a potřebách používá tento model jako základní osnovu. Pearce (1988, in *Tourism Theories*, 2014) ji aplikoval na případ cestovního ruchu a zkombinoval ji se zkušenostmi turistů. Navrhl pět vrstev motivace k dovolené: relaxace (odpočinek nebo aktivní relaxace), stimulace (silnější emoce), sociální potřeby (rodina, přátelé), sebeúcta (seberozvoj prostřednictvím kulturních, přírodních nebo jiných aktivit) a seberealizace (hledání štěstí). Dále uvádí, že původní cestovní potřeby a motivy sledují tyto různé úrovně, první dvě jsou nejběžnější. Poznává, že tento model je založen na západním světě a v těch částech, kde je komunitní život obzvláště ceněn, není konečným cílem seberealizace.

3.2 Motivace a motivační faktory v cestovním ruchu

Petrusová (2022) shrnuje hlavní motivaci k cestování jedním slovem, a to únik. Tvrdí, že tato motivace byla vytyčena ještě dříve, než na toto téma začal jakýkoliv výzkum. Únikem je dle ní myšlen útek od každodenní rutiny, práce, a dalších povinností.

Výzkumu definice motivace k cestování se zúčastnilo velké množství autorů, jedním z nich je například Crompton (1979, in Řepa, 2014). Ten orientoval svou studii ohledně motivací lidí cestovat na „push“ a „pull“ faktory. Push faktory jsou dle něj ty, které vnitřně motivují návštěvníka k opuštění daného místa (únik, nuda) a pull faktory jsou na druhou stranu ty, které přitahují turistu do destinace.

Koncept Travel Career Ladder (TCL), který vytvořil autor Pearce (1988, in Krupičková, 2021), původně vychází z teorie potřeb pana Maslowa. Uvádí celkem pět potřeb cestovatele, mezi které zařazuje relaxaci (odpočinek, spánek), stimulaci (zážitky, dobrodružství), vztahy (budování nových a zároveň prohlubování vztahů), uznání a rozvoj (poznávání, rozvíjení schopností) a naplnění (plnění svých snů, poznávání sebe sama). Dále tvrdí, že se dají tyto potřeby třídit na ty, které jsou zaměřené na člověka samotného anebo na ty, které jsou zaměřené na ostatní lidi.

Jednou ze základních teorií v rámci cestovního ruchu, která je všeobecně uznávaná, je však teorie push a pull faktorů. Jak již bylo zmíněno výše, Push faktory jsou dle Cromptona (1979, in Řepa, 2014) ty, které vnitřně motivují návštěvníka

k opuštění aktuálního místa a navštívení nové destinace. Graham Dann (1981, in Řepa, 2014) však provedl výzkum a nalezené motivace k navštívení určité destinace v této teorii push a pull faktorů interpretoval rozdílně. Dle jeho teorie jsou push faktory socio-psychologické potřeby člověka. Tvrdí, že se jedná o nutkání, které pohání člověka k návštěvě nových či zajímavých míst. Zařazuje do nich touhu po odpočinku a rekreaci, po dobrodružství a útěku od běžného života a jsou to tedy důvody, kvůli kterým chtějí turisté na dovolenou vyrazit.

Petrusová (2022) tvrdí, že pull faktory na rozdíl od push faktorů vycházejí přímo z destinace (jako je například infrastruktura, památky, služby destinace, její prestiž či ceny). Tyto motivace dle ní nenutí turisty cestovat, ale destinace může pull faktory využít a skrz ně podpořit push faktory turistů. To by prý mohla ztělesňovat významná památka, nebo služba, na kterou se často upozorňuje v médiích a na sociálních sítích a člověka tak láká k jejímu navštívení a vzbuzuje jeho potřebu vycestovat. V současnosti jsou prý z těchto dvou skupin zkoumané spíše pull faktory, protože uvádějí, co návštěvníky do destinace přivádí a jak je k tomu lépe motivovat. Přiznává však, že pochopení toho, proč vlastně turisté na dovolené vyrážejí, by mohlo být velmi zajímavé i výhodné.

3.2.1 Potenciál cestovního ruchu

Jak uvádí Zelenka a Pásková (2012), cestovní ruch je nutné chápat jako jev, který zasahuje jak účastníky cestovního ruchu, tak současně poskytovatele služeb v turistických destinacích, kde je realizován, a to včetně tranzitních míst. Dále tvrdí, že se jedná se o široký okruh aktivit, na jedné straně účastníků cestovního ruchu, a na druhé straně poskytovatelů služeb, vč. činností provozování a procesů rozvoje obslužných zařízení. Potenciál, či předpoklady lokality pro cestovní ruch se dle nich dají rozdělit na lokalizační, selektivní a realizační.

Hrala (2001) definuje lokalizační předpoklady jako předpoklady krajiny, regionu či destinace poskytovat přírodní a kulturní atraktivity, které zaujmou a přilákají turisty, a díky kterým bude mít daná lokalita potenciál jako destinace cestovního ruchu. Lokalizační předpoklady dělí na přírodní předpoklady

(geografická poloha destinace, reliéfem, podnebím, vodstvo, fauna a flóra), a na kulturní předpoklady (výtvořiny lidské činnosti, kulturně – historický vývoj lokality).

Selektivní předpoklady dle Hraly (2001) vyjadřují, jak moc jsou dané oblasti či země způsobilé se aktivně i pasivně podílet na cestovním ruchu, například přijímáním turistů a poskytováním služeb. Tvrdí, že je lze rozdělit na objektivní (příznivé pro vznik a rozvoj cestovního ruchu v lokalitě) a na subjektivní (ovlivňující rozhodování potenciálních klientů o jejich účasti na cestovním ruchu). U subjektivních faktorů uvádí například ekonomické možnosti návštěvníků, jejich náboženství či reklamu, a u objektivních faktorů zmiňuje především bezpečnost a politickou stabilitu destinace.

Realizační předpoklady popisuje Hrala (2001) jako schopnost realizovat požadavky turistů v destinacích, které pozitivně splňují lokalizační i selektivní potenciál (dopravní dostupnost, infrastruktura, ubytovací služby, stravovací služby a také kulturní, sportovní, zábavní a relaxační zařízení). Kvalita výše zmíněných zařízení má dle něj vliv na počet návštěvníků a jejich případné opakované návraty.

3.3 Kultura

Kopová (2017) definuje kulturu jako složitý společenský jev a proces, který zahrnuje oblast vědění, jazyka, víry, práva, umění a zvyků. V podstatě se dle ní jedná o souhrn všech hmotných a duchovních hodnot vytvořených lidstvem.

Kopová (2017) dále sděluje, že studiem kultury se zabývá především takzvaná kulturologie, která zkoumá nejen samotné kultury a subkultury ale i veškeré odvětví, mezi které může být kultura řazena. Jak uvádí Procházková (2019), studiem kultury se zabývá však také sociologie, která zkoumá společenské chování lidí z jedné nebo více kultur. Tvrdí, že každá kultura má své jedinečné aspekty a studium kultur může poskytnout pohled na lidskou povahu a společenskou dynamiku. Kulturní výměna a interakce mezi různými kulturami se dle ní také mohou navzájem formovat a transformovat.

Do západní kultury autoři Pappas a McKelvie (2022) zařazují kulturu evropských zemí, nebo těch, které byly ovlivněny evropskou imigrací, jako

jsou například Spojené státy americké. Západní kultura má dle autorů své kořeny v klasickém období řecko-římské éry (čtvrté a páté století před naším letopočtem) a vzestupu křesťanství ve 14. století. Uvádí, že řada historických událostí pomohla utvářet západní kulturu, jako například Pád Říma, který uvolnil cestu pro založení řady často válčících států v Evropě nebo mor, který snížil populaci Evropy, přetvořil společnost a křesťanství se v Evropě stalo silnějším, s větším zaměřením na apokalyptická témata. Poté dle nich započaly obchodní cesty mezi Východem a Západem, nové průzkumy, a nakonec i vpád Evropanů do Severní a Jižní Ameriky.

Jak uvádí Britannica (2023 a), východní kultura obecně odkazuje na země na Dálném východě v Asii (včetně Číny, Japonska, Vietnamu, Severní Koreje a Jižní Koreje a Indie). Tvrdí, že stejně jako západní, tak i východní kultura byla během svého vývoje silně ovlivněna především náboženstvím. Za místo vzniku buddhismu označuje Indii, avšak po 12. století byl buddhismus v této zemi do značné míry překonán hinduismem. Sděluje, že v důsledku toho se hinduismus stal hlavním hnacím motorem kultury v Indii, zatímco buddhismus pokračoval v uplatňování vlivu v Číně a Japonsku.

Dle autorů Liu a Shao (1992) bylo náboženství v těchto oblastech ovlivněno také dříve existujícími kulturními myšlenkami. Uvádí, že například čínský buddhismus si vypůjčil z filozofie taoismu, která zdůrazňuje soucit, šetrnost a pokoru. Jak je však obecně známo, staletí interakcí v tomto regionu, jak mírumilovných, tak agresivních, začala vést k tomu, že se tyto kultury jednotlivých zemí začaly postupně navzájem ovlivňovat a mísit.

Geografická oblast zahrnující Latinskou kulturu je velmi rozsáhlá. Jak je obecně známo, do Latinské Ameriky se zařazují části Střední a Jižní Ameriky. Latinské kultury jsou dle autorů Pappas a McKelvie (2022) neuvěřitelně rozmanité a mnoho z nich mísí domorodé a španělské tradice s katolicismem, které přinesli španělští a portugalské kolonizátoři. Uvádí, že Brazílie a karibské země byly ovlivněny také africkými kulturami kvůli zotročeným Afričanům, kteří byli do Ameriky přivedeni po roce 1600.

Do kultury Blízkého východu bývá obecně zahrnována oblast Arabského poloostrova, východního Středomoří a severoafrických zemí. Dle Metropolitan Museum of Art (2023) je převládajícím náboženstvím na Blízkém východě islám,

který hraje velkou roli v kulturním rozvoji regionu. Sděluje, že islám vznikl na území dnešní Saúdské Arábie na počátku sedmého století. Dále uvádí, že vzestup islámu je vnitřně spojen s prorokem Mohamedem, o kterém muslimové věří, že je poslední v dlouhé řadě proroků, která zahrnuje Mojžíše a Ježíše. Tvrdí, že vzhledem k tomu, že Mohamed byl vyvoleným příjemcem a poslem Božího slova skrze božská zjevení, muslimové ze všech oblastí života se dnes snaží následovat jeho příkladu. Dále sděluje, že po svatém Koránu jsou nejdůležitějšími muslimskými texty výroky Proroka (hadísy) a popisy jeho způsobu života (sunna).

Afrika má dle Davise (2021) nejdelsí historii lidského osídlení ze všech kontinentů. Uvádí, že lidé tam původně vznikli a začali migrovat do jiných oblastí světa asi před 400 000 lety. Autoři Pappas a McKelvie (2022) tvrdí, že africká kultura je rozdílná nejen mezi národními hranicemi, ale i uvnitř nich, vzhledem k tomu, že jedním z klíčových rysů této kultury je velký počet etnických skupin. Jak uvádí The Field Museum (2023), Afrika po staletí dovážela a vyvážela svou kulturu; Východoafrické obchodní přístavy byly klíčovým spojením mezi Východem a Západem již v sedmém století. Dále tvrdí, že právě tato skutečnost vedla ke vzniku městských center podél východního pobřeží, často spojených převozem surovin a zboží z vnitrozemských částí kontinentu.

Jak uvádí Britannica (2023 b), bylo by nemožné charakterizovat celou africkou kulturu pouze jedním hromadným popisem. Tvrdí však, že Severozápadní Afrika má silné vazby především na Blízký východ, zatímco subsaharská Afrika sdílí historické, fyzické a sociální charakteristiky, které jsou velmi odlišné od severní Afriky. Autoři Pappas a McKelvie (2022) uvádí, že některé tradiční subsaharské africké kultury zahrnují Masaje v Tanzanii a Keni, Zulu v Jižní Africe a Batwa ve střední Africe. Tradice těchto kultur se dle nich vyvíjely ve velmi odlišných prostředích. Tvrdí, že Batwa jsou například jedním ze skupiny etnik tradičně žijícím sběračským životním stylem v deštném pralese, a naopak Masajové jsou typičtí pastevečtím ovcí a koz.

3.4 Mexiko

Mexiko je místem zrodu mnoha předkolumbovských civilizací a kultur, například Olméků, Zapotéků, Toltéků, Mayů a Aztéků. Celým názvem státu jsou Spojené státy mexické (Estados Unidos de México). Mexiko leží ve středu amerického kontinentu, sousedí na severu s USA, a na jihu s Guatemalou a Belize. Na západní straně vedle Mexika se nachází Tichý oceán a na východě Atlantský oceán s Mexickým zálivem a Karibským mořem. Mexiko je po Argentině a Brazílii třetí největší zemí Latinské Ameriky.

Jak uvádí autoři Parkes, Bernstein a Willey (2023), jedná se o federativní republiku, která se skládá z 31 států a jednoho federálního distriktu (Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Coahuila de Zaragoza, Colima, Durango, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, México, Michoacán de Ocampo, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro de Arteaga, Quintana Roo, San Luís Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz de Ignacio de la Llave, Yucatán, Zacatecas a federální distrikt Mexico City).

Podle oficiálních údajů The World Bank (2022) žije v Mexiku v roce 2022 celkem 130 262 220 obyvatel, což jej dělá 10. nejlidnatější zemí na světě. Autoři Parkes, Bernstein a Willey (2023) sdělují, že etnické složení mexické populace je velmi rozmanité – žijí tu mesticové (62 %), etničtí indiáni (31 %) a ostatní rasy (7 %). Dále uvádí, že španělštinou, která je oficiálním národním jazykem a vyučovacím jazykem ve školách, mluví drtivá většina populace. Méně, než desetina amerických indiánů dle nich mluví domorodým jazykem. Tvrdí také, že zde existuje více než 50 domorodých jazyků, kterými mluví více než 100 000 lidí, včetně Mayů na Yucatánu; Huastec v severním Veracruz; Nahuatl, Tarascan, Totonac, Otomí a Mazahua hlavně na Mesa Central; Zapotec, Mixtec a Mazatec v Oaxace; a Tzeltal a Tzotzil v Chiapasu.

4 Praktická část

Pro praktickou část této bakalářské práce byla zvolena kombinovaná forma výzkumu. Pro získání velkého objemu objektivních dat byl uskutečněn sekundární výzkum za účelem získání informací o mexické kultuře a jednotlivých motivačních faktorech působících na turisty cestující do Mexika. Proběhla rešerše odborných a vědeckých článků souvisejících s tématy motivace, cestovního ruchu a mexické kultury.

Jako primární zdroj informací byl následně zvolen kvalitativní výzkum pro hlubší porozumění zkoumané skutečnosti. Byly zorganizovány metodicky vedené strukturované rozhovory s cílem získat větší množství potřebných informací pro prohloubení již nabytých znalostí ze sekundárních zdrojů.

4.1 Sběr informací

Byla zvolena kombinovaná forma výzkumu. Pro získání velkého objemu objektivních informací byl zvolen sekundární výzkum. Nejdříve byly pomocí sekundárních zdrojů dostupných na internetových stránkách získány podrobné informace o mexické kultuře a jednotlivých motivačních faktorech působících na turisty cestující do Mexika. Proběhla rešerše odborných a vědeckých článků souvisejících s tématy motivace, cestovního ruchu a mexické kultury.

Jako primární zdroj informací byl následně zvolen kvalitativní výzkum pro hlubší porozumění zkoumané skutečnosti. Toho lze dosáhnout pomocí delšího a intenzivního kontaktu s jedincem. Byly zorganizovány metodicky vedené strukturované rozhovory s cílem získat větší množství potřebných informací pro prohloubení již nabytých znalostí ze sekundárních zdrojů. Rozhovory se všemi informátory proběhly ve dnech 24. a 25. března 2023. Celkem byli osloveni tři lidé, každý s jiným vztahem k Mexiku a s jinou zkušeností s cestováním a turismem. Dva rozhovory proběhly ústně během osobního setkání a jeden online formou videohovoru.

První setkání proběhlo dne 24. března 2023 v Hradci Králové s informátorkou číslo 1, Simonou Kolekovou. Ta je nadšenou slovenskou cestovatelkou plánující svou první cestu do Mexika, které prozatím neměla možnost navštívit. Výzkum probíhal během osobního setkání formou ústního česko-slovenského rozhovoru. Odpovědi informátorky byly pro účely přehlednějšího zpracování informací do této práce přepsány do českého jazyka.

Druhý strukturovaný rozhovor se uskutečnil ve stejný den, tedy 24. března 2023 v Hradci Králové s informátorem číslo 2, jímž je pan Antonín Kolář. Jedná se o velmi zkušeného českého cestovatele, který již v Mexiku strávil více než měsíc jako turista. Výzkum probíhal opět během osobního setkání formou ústního rozhovoru v českém jazyce.

Třetí a poslední interview proběhlo dne 25. března 2023 online s informátorem číslo 3, panem Alfonsem Alamillou. Je Mexičanem, který žije v Mexiku celý svůj život a má bohaté zkušenosti s prací s turisty z celého světa. Výzkum probíhal v anglickém jazyce pomocí video hovoru. Pro následné zpracování informací byly poté otázky i odpovědi od informátora přeloženy do českého jazyka.

Obsahu a rozboru jednotlivých rozhovorů, jejich podobností i odlišností se podrobněji věnuje kapitola Zpracování výsledků.

4.2 Analýza mexické kultury

4.2.1 Motivační faktory pro návštěvu Mexika

Jak již bylo naznačeno v předchozích kapitolách, mezi motivační faktory pro realizaci cestovního ruchu patří dle Kajzara (2017) motivy rekreační, kulturní, společenské, sportovní, ekonomické a specifické.

Paštiková (2015) konstatuje, že Mexiko je teoreticky schopné uspokojit všechny motivy, kvůli kterým návštěvníci vyhledávají cestovní ruch. Uvádí, že pro milovníky slunečného počasí, moře, odpočinku a pláží jsou ideální mexickou destinací přímořská letoviska u Tichého oceánu, Karibského moře či Mexického zálivu. Mexiko však dle ní nabízí i poznávací cesty za kulturou a historií (například

koloniální města, ruiny starých Mayů či Aztéků, turistiku v přírodě v horách či pralesech), luxusní dovolenou, adrenalinové outdoorové zážitky, či ekoturismus.

Paštiková (2015) také tvrdí, že návštěvníci jezdí do Mexika i ze zdravotních důvodů, především za zlepšením duševního zdraví a za celkovou relaxací duše i těla nebo na medicínské úkony z důvodu nižších cen a zároveň stejné úrovně provedení úkonu.

4.2.2 Kulturní předpoklady Mexika jako motivační faktor

Kulturní předpoklady cestovního ruchu souvisejí s kulturně – historickým vývojem dané lokality a s lidskou činností, a Mexiko má právě těchto předpokladů velké množství. Návštěvníky kromě architektonických památek, historických částí měst, hradů, zámků a muzeí lákají také další kulturní projevy jako jsou tradice, zvyky, umění, svátky a místní gastronomie. Mexická kuchyně je totiž jednou z nejrozmanitějších a nejoblíbenějších na světě. Mexická kultura je velmi rozmanitá, místní architektura originální a ohromující, a tradiční hudba a tance v lidech dokážou vzbudit velmi silné emoce. Lidé přijíždějí do Mexika také na oslavy světoznámých svátků, jako je například Día de Muertos (Den mrtvých).

Návštěvníky sem přitahuje také pověstná mexická pohostinnost, přátelská, energická a veselá povaha obyvatel, a právě díky tomu je každá návštěva této destinace nezapomenutelným zážitkem.

V kapitolách níže jsou charakterizovány jednotlivé aspekty mexické kultury (mexická hudba, tance, jídla, svátky a architektura). Popsán je i způsob, jakým tyto aspekty fungují jako motivační faktory podporující návštěvnost v této destinaci.

4.2.2.1 Mexická hudba a tance jako motivační faktor

Jednou z nejtypičtějších mexických nehmotných památek mezinárodního významu jsou dle UNESCO (2022 a) Mariachi, smyčcová hudba s trubkou a zpěvem. Uvádí, že tato památka byla zapsána v roce 2011 na reprezentativní seznam nehmotného kulturního dědictví. Dále tvrdí, že Mariachi představují tradiční hudbu

a základní prvek mexické kultury. Sděluje, že se jedná o tradiční skupinu dvou nebo více hudebníků oblečených v regionálních oděvech, inspirovaných kostýmem charro, kteří hrají široký repertoár písní za doprovodu strunných nástrojů. Jak uvádí Mulholland (2007), Mariachis nosí „gala“ (neboli elegantní) verzi obleku, která je nejčastěji černá a skládá se z krátkého saka, motýlka, přiléhavých kalhot zdobených stříbrnými přezkami na noze (botanadura), kovbojských bot a speciálního klobouku (sombbrero).

Orchestra, které hrají "moderní" mariachi hudbu, dle UNESCO (2022 a) obsahují trubky, housle a kytary a jsou obvykle složeny ze čtyř nebo více hudebníků. Informuje, že rozsáhlý repertoár mariachis zahrnuje písně z různých oblastí Mexika, menuety, polky, valony, chotis, valčíky, serenády, corridos (typicky mexické balady, které popisují boje, hrdinské činy a milostné příběhy) a tradiční písně z každodenního venkovského života. Též tvrdí, že moderní mariachi hudbu přijaly i další hudební žánry, jako je ranchera, bolero ranchero a dokonce i kolumbijská cumbia. Informuje, že texty písní Mariachi mluví především o lásce k rodné zemi, městu, náboženství, přírodě či mexickým ženám. Mariachi hudba prý vyjadřuje hodnoty, které podporují respekt k přírodnímu dědictví mexických regionů a místní historii, a to jak ve španělštině, tak v různých domorodých jazycích západní části země.

Během zpěvu ve skladbě mariachi Mulholland (2007) upozorňuje také na tzv. gritos, což jsou specifické, emocemi nabitě momenty v hudbě, kdy posluchači nebo hudebníci mohou spontánně vydávat výkřiky, když jsou emočně zasaženi hudbou anebo pro dodání dramatického efektu. Uvádí, že i když mohou být gritos spontánní a mají rozmanitý zvuk, přesto mají tendenci spadat do určitých kulturně determinovaných stylových parametrů.

Nejrozšířenějším způsobem uchování původní podoby tradiční mariachi hudby je dle UNESCO (2022 a) předávání zkušeností a dovedností z generace na generaci, a to nejen ústní formou, ale i prostřednictvím představení pořádaných u příležitosti slavností, ať už náboženských nebo občanských.

Zasadilová (2013) informuje, že nejznámějším festivalem je Mezinárodní setkání mariachi ve městě Guadalajara, které má tradici už od roku 1994 a každoročně se sem sjíždí mariachi z celého světa (například z Japonska nebo také

Slovenska). Uvádí, že v současnosti mariachi vystupují převážně na regionálních společenských akcích, při významných událostech jako jsou oslavy patronů a také doprovází milostné serenády.

UNESCO (2022 b) sděluje, že v roce 2009 byl zapsán na reprezentativní seznam nehmotného kulturního dědictví také rituální tanec Voladores (neboli tanec "létajících mužů"). Jedná se prý o tanec plodnosti prováděný několika etnickými skupinami v Mexiku, zejména lidmi Totonac ve východním státě Veracruz, aby vyjádřili respekt a harmonii s přírodními a duchovními světy. Dále uvádí, že během tohoto obřadu čtyři vybraní mladí muži šplhají na dřevěný kůl vysoký osmnáct až čtyřicet metrů, čerstvě useknutý z vysokého stromu v lese s odpuštěním horského boha. Dále je uvedeno, že pátý muž, Caporal, se postaví až na samotný vrchol kůlu, a hraje na flétnu a malý bubínek písně věnované slunci, čtyřem větrům a každé ze světových stran, přičemž se ostatní muži vrhají z plošiny "do prázdna". Dle UNESCO (2022 b) jsou muži přivázáni k plošině dlouhými lany a visí z ní, otáčejí se, při tom napodobují pohyby letu (ptáků) a postupně se spouštějí na zem. Informuje, že každá varianta tance oživuje mýtus o zrození vesmíru, takže rituální obřad Voladorů vyjadřuje světonázor a hodnoty komunity, usnadňuje komunikaci s bohy a vyzývá k prosperitě. Pro samotné tanečnický a mnoho dalších, kteří se účastní spirituality rituálu jako pozorovatelé, to tak prý vzbuzuje hrdost a úctu k vlastnímu kulturnímu dědictví a identitě.

4.2.2.2 Mexické svátky jako motivační faktor

Mexiko je světově známé jako země oslav. Mezi nejvýznamnější mexické státní svátky Preza (2022) zařazuje: Nový rok (1. ledna), Den ústavy–Día de la Constitución (5. února), Den vlajky–Día de la Bandera (24. února), Památka narozenin Benita Juáreze (21. března), Svátek práce (1. května), Cinco de Mayo (5. května), Den nezávislosti (16. září), Svátek objevení Ameriky–Día de la Raza (12. října), Den revoluce (20. listopadu) a Silvestr –Fiesta de Fin de Año (31. prosince).

Mezi mexické křesťanské svátky dle Prezy (2022) patří: Den svatých králů–Día de los Santos Reyes (6. ledna), Popeleční středa– Miércoles de Ceniza, Květná

neděle–Domingo de Ramo (7 dní před Velikonocemi), Zelený čtvrtek–Jueves Santo, Velký pátek–Viernes Santo, Bílá sobota–Sábado Santo, Velikonoční neděle–Domingo de Pascua, Den Nanebevstoupení Páně–Día de la Ascensión, Boží tělo, Nanebevzetí Panny Marie–Día de la Asunción de María (15. srpna), Svátek Všech svatých –Día de Todos los Santos (1. listopadu), Dušičky/Den mrtvých – Día de los Muertos (2. listopadu), Den Krista Krále–El Día de Cristo Rey (neděle před adventem), Den Panny Marie Guadalupské–Día de la Virgen de Guadalupe (12. prosinec), Štědrý den–Navidad (25. prosince) a Svátek svatých neviňátek–Día de los Santos Inocentes (28. prosince).

Jedním z nejvýznamnějších výše zmíněných mexických svátků, který je oblíbený po celém světě, je Día de Muertos, aneb Den Mrtvých. Jak sděluje Molina (2020), tento mexický svátek byl v roce 2008 uveden na seznam UNESCO jako nehmotné kulturní dědictví. Den Mrtvých představuje Gobierno de México (2018) jako posvátný a privilegovaný okamžik setkání lidské bytosti s jejími předky a zároveň příležitost k soužití mezi členy samotného společenství. Uvádí také, že kulturní bohatství těchto oslav se nachází v umělecké tvorbě, kterou v poslední době tvořili mexičtí hudebníci, malíři a básníci.

Molina (2020) však informuje, že kult smrti má svůj původ dlouho předtím, než Mexiko osídlili španělští dobyvatelé, protože existují záznamy o této slavnosti uskutečňované v kulturách, jako je například mayská. Ta také uvádí, že smrt byla koncipována jako začátek cesty do Mictlánu (místo mrtvého), při kterém musela duše zesnulého překonávat různé překážky, než se dostala k Mictlantecuhtli (panu mrtvých) a Mictecacíhuatl (paní mrtvých). Po příchodu k bohům Mictlánu jim bylo dle ní třeba předložit oběť, aby dosáhli věčného odpočinku.

Molina (2020) představuje El Mictlán jako posvátné místo, kam chodí mrtví, je rozděleno tak, aby měl každý člověk v závislosti na příčině smrti své zvláštní místo. Samotný Mictlán byl podle ní vyhrazen pro všechny, kteří zemřeli přirozenou smrtí, Tonatiuh Ichan byl určen pro bojovníky zabitě v bitvě a Tonacatecutli bylo vyhrazeno pro všechny nevinné duše (děti, které zemřely v raném věku). Představu o podobě podsvětí (Mictlánu) si dle ní každý zesnulý vytvářel před smrtí podle sebe, protože v domorodých kulturách neexistovala konotace nebe ani pekla, avšak s příchodem Španělů a evangelizací domorodého obyvatelstva se tato skutečnost

změnila. Zdůrazňuje také jistou podobnost se svátky v katolickém náboženství, kdy se obdobný svátek slaví 1. a 2. listopadu jako Svátek všech svatých nebo Dušiček. Mimo jiné také upozorňuje na fakt, že data těchto svátků se tedy kryjí s předhispánskými oslavami a v současnosti tak často dochází k jejich záměně nebo propojení.

Día de los Muertos je vícedenním svátkem, který se v Mexiku slaví každoročně první dva listopadové dny. Jak již bylo zmíněno výše, v zásadě jde o oslavu života i smrti, při níž si rodiny připomínají své zesnulé blízké. Popularita tohoto svátku trvá již od nepaměti. Není překvapením, že s touto událostí je i nyní spojena spousta tradic a zvyků.

Jedním z hlavních zvyků této oslavy je stavba oltářů. Cocking (2018) uvádí, že tyto altares (oltáře) jsou často zdobené zářivými oranžovými a fialovými barvami, svíčkami, květinami a osobními předměty, které patřily zemřelé osobě, nebo se kterými je pomyslně tato osoba spojována. Dle ní se oltáře většinou připravují v domě dané rodiny, ale v mnoha komunitách je zvykem, že rodiny staví oltář přímo u hrobu zesnulého. Plánování a příprava těchto altares sice může často trvat i několik týdnů, zato výsledky práce bývají opravdu velkolepé. Prvního listopadu na Día de los Inocentes jsou podle ní zesnulým dětem pokládány na oltář hračky a sladkosti, zatímco druhého listopadu jsou chystány předměty pro zesnulé dospělé, jako je alkohol, cigarety a fotbalová trička, svíčky, pan de muerto (tradiční chléb) a také mexické květiny cempasúchil (aksamitník). Uvádí, že Mexičané totiž věří, že tato květina pomáhá vést duše jejich milovaných zpět do světa živých a vzhledem k tomu, že kvete pouze během období dešťů, které předchází Dni mrtvých, je nyní často spojována právě se Dnem mrtvých.

V Mexiku jsou dle Fajrové (2018) také Vánoce velmi významnou náboženskou tradicí – začínají první adventní nedělí, ve které si věřící přinesou do kostela k požehnání ozdobený adventní věnec s pěti svíčkami, tři z nich jsou fialové, jedna je růžová a jedna bílá, přičemž každou neděli se jedna z nich zapálí. Sděluje dále, že od 16. do 24. prosince se rodiny a přátelé schází v hostinci a konají se slavnosti s názvem La posada navideña – Vánoční hostinec či Vánoční ubytování. Dále informuje, že tato setkání jsou nedílnou součástí mexických tradic a dodnes se jedná o symbol jednoty, pospolitosti, míru a rozjímání s přáteli, jelikož podle

evangelií Marie a Josef před narozením Ježíše putovali z Nazaretu do Betléma a dům od domu hledali ubytování, ve kterém by Marie mohla v klidu porodit. Aktivitou, která je populární během las posadas, je dle ní rozbíjení piñaty (hliněné nádoby plné překvapení).

Fajrová (2018) dále informuje, že na Štědrý den 24. prosince probíhají půlnoční mše (Misa de gallo), po které se rodiny vrací zpět domů na vánoční večeři, která se může skládat z krevetového vývaru, plněného krocana, tresky, vepřové kýty, marinovaných žebírek, jablečného salátu, těstovin a dezertu. Zdůrazňuje, že tím nejdůležitějším aktem Štědrého dne je uložení malého Ježíška do jeslí.

O novoroční půlnoci Fajrová (2018) tvrdí, že si všichni zúčastnění připijí a jedí dvanáct kuliček hroznového vína, což představuje dvanáct měsíců v následujícím roce. S každým spolknutým hroznem si dle ní každý v duchu něco přeje. Dále sděluje, že 5. ledna všechny mexické děti píší dopis Třem králům, aby jim přinesli hračky, které si přejí. Uvádí, že 6. ledna se také krájí La rosca de reyes (speciální koláč), ve které je zapečeno několik malých panenek, představujících Boží dítě; ten, kdo ji ve svém kousku dezertu najde, by měl všechny pozvat na oslavu Hromnic dne 2. února. Na Hromnice se připravují tradiční tamales, které popisuje jako závitky vyráběné z kukuřičného těsta připravované naslano (plněné masem a rajčatovou omáčkou) nebo nasladko (plněné hrozkami a cukrem).

Fajrová (2018) také sděluje, že typická divadelní představení hraná během vánočního období jsou tzv. pastorely, jejichž hlavními postavami jsou pastýři, d'ábel a archanděl Gabriel. Lidé se zde dle ní setkávají s ironickým mexickým smyslem pro humor, neboť hlavní roli hraje d'ábel, součástí představení jsou písničky, anekdoty, přísloví, vtipy a diskuse s archandělem.

4.2.2.3 Mexická gastronomie jako motivační faktor

Dalším z důvodů, proč návštěvníci jezdí do Mexika, je gastronomie. Jak již bylo uvedeno výše, mexická kuchyně je jednou z nejlepších, nejrozmanitějších a nejoblíbenějších na světě. Paštiková (2015) uvádí, že v mnoha zemích lze navštívit spoustu mexických restaurací a lidé po celém světě si mexické pokrmy velmi oblíbili,

avšak pouze v Mexiku lze najít originální a tradiční podobu těchto pokrmů. Nejpopulárnějšími pokrmy jsou dle ní: tacos, enchiladas, quesadillas či pečený kaktus „nopal“.

Paštiková (2015) představuje gastronomický cestovní ruch jako novodobý trend, kdy lidé ochutnávají nové potraviny, a za účelem ochutnání exotického jídla cestují i do jiné země. Uvádí, že asi 25 % cestovatelů se rozhoduje, jakou destinaci navštíví, také podle místního jídla, a 58 % cestovatelů by zajímala cesta za kulinářskými zážitky. Mexická kuchyně je celosvětově vyhlášená, a návštěvníci sem jezdí převážně za ochutnáním tradiční pouliční kuchyně, tzv. street foodu. Zdůrazňuje, že mexická kuchyně byla dokonce v roce 2010 vyhlášena nehmotným dědictvím lidstva podle UNESCO.

Již před více než osmi tisíci lety se dle Zasadilové (2013) v Mexiku podařilo domestikovat plodinu, ze které se postupem času vyvinula dnešní kukuřice, která zároveň vytvořila základ indiánské kuchyně. Tvrdí, že spolu s kukuřicí se v tradiční kuchyni setkáváme také s fazolemi, s chilli, a po příchodu Španělů i s novými evropskými surovinami, jako je například obilí.

Strava Mexičanů se od té doby příliš nezměnila. Jak uvádí Allen (1992), kukuřice se používá převážně k přípravě tortill (kukuřičných placek), polévek, nápojů (např. atole) či dalších pokrmů (např. tamales). Sděluje, že mezi nejčastěji používané druhy zeleniny patří brambory, rajčata, papriky, fazole, dýně a v tropických oblastech Mexika i ovoce jako například ananas, avokádo, či mexický tuřín (jicama). Díky příjezdu Španělů do Mexika v 17. století se zde dle ní začaly pěstovat také citrusy, broskve, jablka, fíky, rýže, čočka, fazole, hrách, a k vaření se začal užívat například olivový olej a třtinový cukr. Sděluje, že tradiční nekvašené nápoje (nejčastěji požívané po jídle) se vyrábí z kukuřice, semínek, kaka, a jsou slazené medem či šťávou z agáve. Tvrdí, že kvašením šťávy z agáve dokonce vyrobí původní mexický alkoholický nápoj zvaný pulque.

Janečková (2019) informuje, že k dochucování používají Mexičané šťávu z citrusů, ananas, avokádo, koriandr, česnek, chilli papričky, pepř, skořici, vanilku a nové koření. Zmiňuje také zeleninové omáčky jako je například guacamole z avokáda, rajčatová salsa roja, zelená salsa verde a tradiční mole.

Nejtypičtějšími vánočními pokrmy jsou dle Fajrové (2018) vánoční salát a krabí palačinky, a velkou roli hraje vepřové maso, které je připravené na mnoho způsobů (na mnoha místech je velmi tradiční příprava vepřové kýty). Mezi další vánoční mexická jídla zařazuje krocana či oblíbené kuře v ananasu, v chilli omáčce, nebo studený kuřecí koláč.

Zasadilová (2013) však upozorňuje, že stále rostoucí popularita mexických pokrmů ve světě způsobuje jejich globalizaci/úpravu, která představuje zároveň i značné riziko. Tvrdí, že komercializace způsobuje degradaci, jejímž následkem mají připravované tzv. mexické pokrmy se svou tradiční podobou málo společného (například severoamerické fast-foodové řetězce Del Taco nebo Taco Bell) a proto se podpora zapsáním na seznam UNESCO jeví jako nezbytná v zájmu uchování povědomí o její původní podobě.

Dále však uvádí, že dle zprávy o integraci památek UNESCO převažuje v Mexiku v současnosti i nadále tradiční způsob přípravy jídel díky předávání znalostí, postupů a receptur z generace na generaci. Sděluje, že hlavní jídla se stále připravují v hliněných hrncích a na měděných pánvích, čokoláda a káva se podávají z tradičního džbánu, tortilly a chléb hospodyně uchovávají v pletených ošatkách, tak, jak tomu bylo dříve.

4.2.3 Architektonické předpoklady Mexika jako motivační faktor

Mezi místa v Mexiku s velkým potenciálem pro cestovní ruch Paštiková (2015) zařazuje například historická centra měst, hrady, zámky, architektonické památky, sakrální architektura, muzea a zejména památky na seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. Uvádí, že mezi nejoblíbenější turistické atrakce patří ruiny starých měst mezoamerických kultur (například město Teotihuacán, pozůstatky aztéckého města Tenochtitlán v historickém centru hlavního města, dále Monte Albán, či jeden z novodobých divů světa Chichen-Itzá na poloostrově Yucatán). Součková (2007) uvádí, že Chichen-Itzá je hlavním mayským městem se slavnou pyramidou Castillo. Dle Paštikové (2015) se kromě Chichen-Itzá se na poloostrově Yucatán nachází také ruiny Tulúm na břehu Karibského moře, Edzná,

Ek-Balam, Cobá, Uxmal a v džungli státu Chiapas impozantní archeologické naleziště Palenque. Níže je uvedeno a popsáno několik vybraných mexických architektonických památek ze seznamu UNESCO.

Terasy, přehrady, kanály, pyramidy a umělé mohyly Monte Albánu, obývané po dobu 1 500 let řadou národů – Olméků, Zapotéků a Mixtéků – byly dle UNESCO (2022 c) doslova vytesány z hory a jsou symbolem posvátné topografie. Uvádí, že nedaleké město Oaxaca, které je postaveno na mřížkovém vzoru, je příkladem španělského koloniálního městského plánování. Centrum města prý zůstává centrem ekonomických, politických, sociálních, náboženských a kulturních aktivit, které dodávají městu dynamiku. Informuje také, že centrum si zachovává svou ikonickou architekturu a budovy reprezentující kulturní tradici více než čtyř století umění a historie.

UNESCO (2022 d) představuje také Pueblu, která byla založena v roce 1531, a nachází se asi 100 km východně od Mexico City, na úpatí známé sopky Popocatepetl. Uvádí, že si zachovala své velké náboženské stavby, jako je katedrála ze 16.–17. století a budovy, jako je starý arcibiskupský palác, stejně jako řada domů se zdmi pokrytými dlaždicemi (azulejos).

Mexico City, jedno z největších a nejhustěji obydlených měst na světě, je dle UNESCO (2022 e) postavené v 16. století Španěly na ruinách Tenochtitlánu, starého aztéckého hlavního města. Informuje, že město má pět aztéckých chrámů, katedrálu (největší na kontinentu) a veřejné budovy z 19. a 20. století, jako je Palacio de las Bellas Artes. Xochimilco. Jeho charakteristické městské a venkovské struktury stavěné od 16. století a během koloniálního období prý byly zachovány výjimečným způsobem.

Svaté město Teotihuacán ("místo, kde byli stvořeni bohové") se dle UNESCO (2022 f) nachází asi 50 km severovýchodně od Mexico City. Uvádí, že bylo vybudováno mezi 1. a 7. stoletím našeho letopočtu a je typické velikostí svých památek-zejména chrámu Quetzalcoatl a pyramid Slunce a Měsíce, postavených na geometrických a symbolických principech. Informuje také, že jako jedno z nejmocnějších kulturních center v Mezoamerice rozšířil Teotihuacán svůj kulturní a umělecký vliv po celém regionu, a dokonce i mimo něj.

UNESCO (2022 g) představuje dále Palenque, příklad mayské svatyně klasického období, který byl na svém vrcholu mezi lety 500 a 700 n. l., kdy se jeho vliv rozšířil po celém povodí řeky Usumacinta. Elegance zpracování budov, stejně jako lehkost vyřezávaných reliéfů s mayskými mytologickými tématy, prý svědčí o tvůrčím géniu této civilizace.

Posvátné místo Chichén-Itzá bylo dle UNESCO (2022 h) jedním z největších mayských center poloostrova Yucatán a během své téměř 1000leté historie zanechaly různé národy na tomto místě své stopy. Uvádí, že mayská a toltécká vize světa a vesmíru se zjevuje v jejich kamenných památkách a uměleckých dílech. Spojení mayských stavebních technik s novými prvky ze středního Mexika tak prý činí z Chichén-Itzá jeden z nejdůležitějších příkladů maysko-toltécké civilizace na Yucatánu. Informuje, že několik budov přežilo, jako je například chrám válečníků, El Castillo a kruhová observatoř známá jako El Caracol.

UNESCO (2022 i) představuje také Mayské město Uxmal v Yucatánu, které bylo založeno roku 700 n.l. a mělo asi 25 000 obyvatel. Uvádí, že půdorys budov, které pocházejí z let 700 až 1000 prozrazuje znalost astronomie. Zdůrazňuje, že Pyramida věštce, jak ji nazývali Španělé, dominuje slavnostnímu centru, kde lze nalézt budovy zdobené množstvím symbolických motivů a soch zobrazujících Chaaca, boha deště. Obřadní místa Uxmal, Kabah, Labna a Sayil jsou dle UNESCO považována za vrcholy mayského umění a architektury.

4.2.4 Přírodní předpoklady Mexika jako motivační faktor

Mexiko se nachází v samotném středu amerického kontinentu, čímž spojuje Severní Ameriku s Jižní a umožňuje tak cestování či obchodování mezi těmito světadíly. Paštiková (2015) sděluje, že vzhledem ke své geografické poloze a přírodnímu i kulturnímu bohatství je Mexiko zemí s velkým potenciálem pro cestovní ruch. Uvádí, že se v Mexiku propojuje kulturní dědictví starých prehispanských kultur s kulturou evropskou (především španělskou), exotická příroda a příjemné podnebí.

Turisté dle Paštikové (2015) často vyhledávají výškové rozdíly krajiny za účelem ohromujících výhledů. Zmiňuje, že Mexiko se pyšní horskými masivy, například Sierra Madre Occidental nebo Sierra Madre del Sur s výhledy do hlubokých údolí a na severu Mexika ležící Barranca del Cobre v Sierra Tarahumara, což je systém šesti kaňonů s větší rozlohou než Grand Canyon v USA. Prohlašuje, že nejnižším bodem je Laguna Salada (- 10 metrů) a nejvyšším bodem je sopka Pico de Orizaba (5 700 metrů) jejíž vrchol tvoří ledovec, a jedná se tak o jeden ze tří stále zasněžených vrcholů v Mexiku (ostatní dva jsou sopky Popocatepetl a Iztaccíhuatl).

Paštiková (2015) upozorňuje, že na mexickém území se nachází mnoho sopek, z nichž některé jsou aktivní (jako například Volcán de Colima s neustále se měnící výškou kolem 3 900 metrů), ale většina sopek je nečinných. Sděluje, že další známou činnou sopkou je Popocatepetl, v jejíž nečinném období je na ni turistům umožněn výstup, stejně jako na vedlejší vyhaslou sopku Iztaccíhuatl. Uvádí, že atraktivním lokalizačním předpokladem jsou také krasové jeskyně, kterých po celém Mexiku najdeme více než 270 (například krasové zatopené jeskyně cenotes na Yucatánu jsou lákadlem pro spoustu turistů ke koupání, šnorchlování či potápění).

Dalším geografickým motivačním faktorem pro navštívení Mexika, který Paštiková (2015) představuje, je tamní příjemné podnebí a počasí způsobené polohou částečně v subtropickém (sever země) a částečně v tropickém pásu (jih země). Dle ní je teplota vzduchu a vody v přímořských destinacích vhodná ke koupání a relaxování na pláži téměř po celý rok, avšak za těmito účely se doporučuje do Mexika cestovat spíše v období sucha. Naopak tvrdí, že pro obdivování zelené přírody, rozkvetlých rostlin a zavodněných říčních koryt se nejvíce hodí období dešťů. Uvádí také, že na jihu jsou největšími a nejvýznamnějšími řekami Usumacinta a řeka Grijalva se známým Cañonem del Sumidero, který každoročně navštíví více než 300 000 turistů.

Jak zdůrazňuje Paštiková (2015), významným lákadlem pro turisty jsou také pláže na pobřežích Tichého oceánu, Mexického zálivu a Karibského moře. Jako nejoblíbenější destinace návštěvníků označuje Cancún, Mayskou riviéru a ostrovy Isla Mujeres či Holbox.

4.2.5 Ekonomické předpoklady Mexika jako motivační faktor

Cestovní ruch je dle Paštikové (2015) pro Mexiko jednou z nejdůležitějších ekonomických aktivit, jelikož počet turistů, kteří každý rok navštíví Mexiko, je jeden z nejvyšších na světě (v celosvětovém měřítku se Mexiko pohybuje okolo 10. - 13. místa v počtu příchozích turistů). Potvrzuje, že cestovní ruch v Mexiku představuje 9 % národního HDP.

Uvádí, že Mexiko je výhodnou zemí pro investice díky jeho stabilním ekonomickým základům a demokratickému politickému zřízení, výhodné geografické poloze a velmi dobré dostupnosti z USA (největšího trhu světa).

Paštiková (2015) informuje, že během deseti let mexická vláda zvýšila úsilí o diverzifikaci národní cestovního ruchu s cílem posílit mezinárodní image země, přilákat turisty z nových zemí a také převážně investory, s důrazem na nové možnosti cestovního ruchu v oblasti kultury či sportu, podporu investic a vytvoření pracovních míst.

Mexperience (2022) zdůrazňuje, že již od dob Aztéků bylo Mexiko prosperujícím centrem obchodu a ten je i nadále nedílnou součástí každodenní mexické kultury. Tvrdí, že jedním z největších lákadel pro zahraniční nakupující v Mexiku je enormní nabídka místních trhů, jejichž historické kořeny sahají až do aztéckých dob.

Dle Mexperience (2022) jsou mexičtí stánkaři velmi podnikaví a prodají téměř vše, co si myslí, že si lidé koupí (při umění smlouvat tam tak levně nakoupíte například deštníky, ohřívače rukou, vlněné svetry a koberečky z ovčí kůže, během svátků jako je Den mrtvých uvidíte předměty přímo související s oslavami, dále elektro zboží, cukrovinky, hodinky, šperky, hračky, hry, parfémy, líčidla apod.). Další možností, jak dle Mexperience (2022) v Mexiku levně nakoupit, je od pouličních prodejců. Tvrdí, že na pouliční prodejce můžete narazit téměř kdekoli (na zastávce autobusu, v metru, či dokonce mezi auty na semaforech) a z jejich přeplněné brašny nabízí obvykle malé snadno přenosné předměty (například cukrovinky) za nejnižší možnou cenu, za kterou se tato položka dá pořídit. Mnoho prý turistů také láká nákup levného oblečení v Mexiku a nízké ceny služeb a lékařských zákroků.

4.3 Zpracování výsledků

Byly uskutečněny metodicky vedené strukturované rozhovory s cílem získat množství informací potřebných pro prohloubení a obohacení již nabytých znalostí ze sekundárních zdrojů. Pro účinnou analýzu výsledků kvalitativního výzkumu byly použity dvě různé metody. První z nich byla interpretace rozhovorů a druhou bylo takzvané kódování.

4.3.1 Interpretace rozhovorů

V této kapitole byla provedena výše zmíněná interpretace jednotlivých rozhovorů s informátory.

Informátorka číslo 1: S. Koleková

První rozhovor proběhl dne 24. března 2023 v Hradci Králové s nadšenou cestovatelkou Simonou Kolekovou (informátorkou číslo 1). Výzkum probíhal během osobního setkání formou ústního rozhovoru.

Interpretace analyzovaného rozhovoru číslo 1:

Informátorka č. 1 uvedla, že je nadšenou cestovatelkou, má blízký vztah k cestování a Mexiko je jednou z destinací, kterou chtěla vždy navštívit. V Mexiku sice ještě nikdy nebyla, ale dvoutýdenní výlet do Mexico City má již naplánovaný, a to na období oslav Día de Muertos.

Mezi hlavní důvody, které ji přiměly k naplánování cesty, patří dřívější seznámení se s přátelskými mexickými Erasmus studenty, možnost procvičení její španělštiny s tamním obyvatelstvem a oslavy Día de Muertos, které jsou úzce spojené s projevy tradiční mexické kultury. Souhlasí, že právě mexická kultura je pro většinu turistů hlavním důvodem k návštěvě Mexika.

Z mexické kuchyně by nejradši ochutnala tacos, omáčku guacamole, quesadillu či burrito. Lákají ji také typické mexické cukrovinky, nebo ochutnání tradiční mexické verze nápoje horchata.

Co se týče hudby a tance, ráda by zažila vystoupení tradičních hudebníků mariachi nebo tradičních tanců. Jako příklad uvedla velmi atypický tanec Danza de los Voladores. Ze svátků ji nejvíce zaujaly mexické oslavy Día de Muertos (Dne Mrtvých) a karneval.

Chtěla by navštívit mayské pyramidy na Yucatánském poloostrově, zatopené jeskyně cenotes, nebo Chiapas s proslulými vodopády a deštnými pralesy.

O Mexičanech, které informátorka č. 1 doposud poznala, tvrdí, že jsou velmi přátelští, otevření, milí, komunikativní, nápomocní a zábavní. Líbí se jí na nich, že věci řeší vždy s nadhledem a z ničeho si nedělají těžkou hlavu. Myslí si, že když turisté poznají, jací Mexičané jsou, získají si jejich důvěru a rádi se do Mexika jistě vrátí.

Informátorka č. 1 uvedla, že momentálně neexistuje žádný faktor, který by ji od návštěvy Mexika mohl odradit. Přestože slyšela o mexické kriminalitě a nepříznivé ekonomické situaci, je vždy opatrná a cestu si pečlivě a detailně plánuje. Jejím snem je navštívit všechny země, a poznala již několik zemí, od kterých ji ostatní odrazovali. Ráda si však utváří vlastní názor na destinace sama za sebe.

Informátor číslo 2: A. Kolář

Druhý rozhovor se uskutečnil ve stejný den, tedy 24. března 2023 v Hradci Králové se zkušeným cestovatelem Antonínem Kolářem (informátorem číslo 2), který již Mexiko navštívil. Výzkum probíhal během osobního setkání formou ústního rozhovoru.

Interpretace analyzovaného rozhovoru číslo 2:

Informátor č. 2 uvedl, že má k Mexiku velmi kladný vztah. Strávil zde celkem jeden měsíc během léta roku 2022. Navštívil oblast Yucatánu – Cancún, Tulum, Playa del Carmen, Holbox a Isla Mujeres. Do Mexika by se chtěl opět vrátit a prozkoumat i další oblasti jako například Mexico City či Oaxacu.

Do Mexika se dle jeho slov vydal, protože předchozí semestr strávil studiem v USA a léto chtěl strávit cestováním po zajímavé, i když ne příliš vzdálené exotické destinaci. Dalším důvodem pro jeho návštěvu byl také fakt, že již dříve poznal spoustu lidí z Mexika zhlédl mnoho dokumentů o jejich zemi a kultuře, která ho velmi zaujala, a tak se ji následně rozhodl poznat blíže.

Z mexické kultury ho nejvíce zajímají místní tradice, typické jídlo a poznávání Mexičanů a jejich povah. Uznává, že právě jedinečná historie a kulturní dědictví Mexika je hlavním lákadlem pro turisty plánující cestu do této země.

Z mexické kuchyně mu prý nejvíce budou chybět tortilla chipsy se salsou a avokádový dip guacamole. Zaujala ho pikantnost jídel a způsob, jakým místní lidé pokrmy jedí – rukama. Uznává také, že mezi nejčastěji používané ingredience patří fazole a tortilla – kukuřičná placka, která je součástí všech nejpobulárnějších jídel.

Co se týče hudby, informátor č. 2 si oblíbil místní populární hudbu, styl reggaeton, který hraje prý téměř vždy a všude. Zaujal ho také večerní program s ukázkami klasické mexické hudby. Nejvýraznějším rysem této tradiční hudby je prý typický rytmus a nástroje jako housle, buben a marimba (bicí hudební nástroj). Zúčastnil se také hodin tance salsy, který ho zaujal natolik, že by se mu chtěl věnovat i v budoucnu.

Informátor č. 2 se osobně zúčastnil menších oslav výročí měst a podobných událostí. Z populárních svátků ho však láká oslava Dne mrtvých a La Feria Nacional de San Marcos, což je známý mexický festival doprovázený karnevaelem, hudbou, tancem a zábavou.

Z architektonických památek ho zaujaly mayské ruiny, hlavně návštěva jedné z nejvýznamnějších mayských městských ruin s názvem Chichen Itza.

Z přírodních krás byl prý nejvíce fascinován bioluminiscencí (světélkováním mořské vody) na ostrově Holbox. Vzhledem k jeho zálibě v potápění navštívil ostrov Cozumel, zatopené jeskyně cenotes a dle mnohých nejkrásnější pláž světa na ostrově Isla Mujeres.

O Mexičanech tvrdí, že jsou velmi vstřícní, i když přiznává, že vzhledem k velkému množství turistů v této konkrétní oblasti by mohlo být chování Mexičanů vůči nim trochu hrané za účely zvýšení prodeje zboží. Přesto však tvrdí, že obecně

je povaha Mexičanů opravdu velmi vřelá a pohostinná. Souhlasí tedy s tvrzením, že právě povaha a chování místních obyvatel povzbuzuje turisty, aby se vraceli a doporučovali Mexiko k návštěvě.

Mezi faktory, které by ho nebo ostatní turisty mohly teoreticky odradit od další návštěvy Mexika, uvedl vysokou cenu letenek do destinace a také bezpečnostní faktor (občasná nebezpečí krádeží). Přestože mnoho lidí by se dle něj nechala těmito faktory zaručeně odradit, on sám má v plánu Mexiko opakovaně navštívit.

Informátor číslo 3: A. Alamilla

Třetí rozhovor proběhl dne 25. března 2023 online s panem Alfonsem Alamillou (informátorem č. 3), rodilým Mexičanem se zkušeností v cestovním ruchu v Mexiku. Výzkum probíhal pomocí video hovoru.

Interpretace analyzovaného rozhovoru číslo 3:

Informátor č. 3 uvedl, že Mexiko velmi dobře zná, jelikož v této zemi žije celý svůj život a má k ní velmi pozitivní vztah. Rád poznává nové lidi, pomáhá cizincům při jejich cestách do Mexika a ukazuje jim krásy a zajímavosti této země. Nejčastěji prý turisté jezdí do Mexika kvůli jeho bohaté kultuře a samozřejmě i architektonickým památkám. Někteří rádi poznávají historii, jiné naopak nejvíce láká relaxace na pláži u moře. Někteří nejvíce ocení dobrodružné výpravy do tropických deštných lesů či hor. Pro většinu návštěvníků je prý významným motivačním faktorem mexická kuchyně. Velké množství turistů plánuje cesty do Mexika i na velké oslavy/festivally, jako je Den Mrtvých či karneval. Informátor č. 3 potvrzuje, že právě jedinečná historie a kulturní dědictví Mexika přitahuje návštěvníky do země.

Z mexické kuchyně jsou dle něj pro turisty nejlákavější tacos, enchiladas, quessadillas nebo guacamole omáčka. Z nápojů rádi ochutnávají mexickou margaritu, tequilu, horchatu nebo mezcal.

Co se týče mexické hudby, turisty dle informátora č. 3 nejvíce lákají vystoupení mariachi skupin anebo tradičních mexických tanců, které jsou rozdílné a originální v každém regionu Mexika.

Mezi turisty oblíbené svátky a oslavy dle něj patří především oslavy Dne Mrtvých, Karneval anebo Cinco de Mayo.

Informátor č. 3 uvedl, že nejnavštěvovanějšími architektonickými klenoty jsou Chichen Itza s Kukulkánovou pyramidou a Chrámem válečníků, Palacio de Bellas Artes v Mexico City, Templo Mayor nebo také Teotihuacán s Pyramidou Slunce a Měsíce.

Nejlákavějšími přírodními úkazy jsou písečné pláže na Yucatánu, jeskyně cenotes, džungle, národní parky jako Copper Canyon, Rezervace motýlů monarchů nebo El Vizcaíno a v neposlední řadě také pouště.

O Mexičanech tvrdí, že jsou velmi pohostinní a vstřícní vůči turistům. Místní obyvatelé prý často rádi pomohou turistům, ať už se jedná o radu, či doporučení. Myslí si také, že spousta lidí si Mexičany, jejich chování a styl života zamiluje natolik, že se do Mexika vrací opakovaně i z tohoto důvodu.

Mezi faktory odrazující turisty od návštěvy Mexika dle něj patří obavy o bezpečnost, strach z exotických nemocí, z politické nestability a sociálních nepokojů či z jazykové bariéry. Některé prý odrazuje i finanční náročnost výletu do Mexika.

Informátor č. 3 tedy před cestou do Mexika všem turistům doporučuje zachovat chladnou hlavu, připravit se na potenciální bezpečnostní rizika aplikací bezpečnostních opatření a dodržovat místní směrnice, předpisy a doporučení místních.

4.3.2 Kódování rozhovorů

Ústní rozhovory byly nejprve přepsány, vytisknuty a poté analyzovány. Tento typ analýzy se nazývá otevřené kódování. Strauss a Corbinová (1999) ho definují jako část analýzy, která se zabývá označováním a následnou kategorizací pojmů pomocí pečlivého studia údajů. Během otevřeného kódování jsou údaje rozebrány na samostatné části a pečlivě prostudovány, porovnáním jsou zjištěny podobnosti a rozdíly a také jsou kladeny otázky o jevech údají reprezentovaných. V průběhu kódování byly označeny opakující se informace, kolem nichž byly seskupeny další související pojmy, a následně byly vytvořeny takzvané kategorie. Takové tvoření

kategorií se definuje jako kategorizace. Strauss a Corbinová (1999) tvrdí, že se jedná o proces seskupování pojmů, které se zdají příslušet stejnému jevu. Pro účely zpracování informací pro tuto bakalářskou práci bylo vytvořeno celkem 7 kategorií.

Kategorie číslo 1: Hlavní motivační faktory

Informátorka číslo 1 potvrdila, že Mexiko ji zajímá již delší dobu, ale po seznámení se s Erasmus studenty z Mexika se její zájem o navštívení této destinace ještě zvýšil. Na sociálních sítích viděla spousty příspěvků z oslav Día de Muertos a to ji inspirovalo k naplánování této návštěvy Mexika. Dalším důvodem pro ni byl fakt, že Mexiko je španělsky mluvící země, takže zde může procvičit španělštinu v praxi s rodilými mluvčími. Největší zájem jeví o mexické svátky, především o již zmíněné oslavy Día de Muertos.

Informátor číslo 2 uvedl, že Do Mexika se chtěl podívat již dlouho. Poznal několik lidí z Mexika, viděl spousty dokumentů a moc ho lákalo poznat jejich kulturu blíže. Lákalo ho především jejich jídlo, tradice, i vstřícnost, emocionálnost a vášnivost povahy Mexičanů. Po ukončení studia v USA měl ideální příležitost právě pro cestování Amerikou, především Mexikem.

Informátor číslo 3 oproti tomu sdělil, že jeho hlavním motivačním faktorem pro život v Mexiku je ten, že zde má svou rodinu, přátele a vlastní firmu. Mexiko však především považuje za svůj opravdový domov, a proto se do něj vždy vrací. Dle informátora číslo 3 turisté nejčastěji jezdí do Mexika kvůli jeho bohaté kultuře a architektonickým památkám. Někteří rádi poznávají historii, jiné nejvíce láká relaxace na pláži u moře. Někteří nejvíce ocení dobrodružné výpravy do tropických deštných lesů a hor. Pro většinu návštěvníků je prý významným motivačním faktorem i mexická kuchyně, která je známá po celém světě. Velké množství turistů plánuje cesty do Mexika i na velké oslavy/festivally, jako je Den Mrtvých či karneval.

Informátoři se tedy shodují na tom, že hlavním důvodem pro návštěvu Mexika je bezesporu místní kultura a její součásti, především mexické svátky a gastronomie.

Kategorie číslo 2: Mexická gastronomie

Informátorka číslo 1 uvedla, že již navštívila pár mexických restaurací v Evropě, ale slyšela, že pokrmy v Mexiku mají jinou chuť a obsahují tradiční ingredience, které se v Evropě obtížně shání. Má ráda pikantní jídla a mexická kuchyně je pro ni tedy velmi lákavá. Nejvíce by chtěla ochutnat mexické tacos, guacamole, quesadilla a burrito. Ochutnala také pikantní mexické cukrovinky, které jí chutnaly, protože se velmi lišily od těch slovenských. Ve Španělsku ochutnala i nápoj horchata, o kterém slyšela, že je velmi populární i v Mexiku, a proto bych jej chtěla vyzkoušet a zjistit, jak moc podobné si tyto dvě verze horchaty jsou.

Informátor číslo 2 sdělil, že v porovnání s českou kuchyní se v Mexiku jí většina jídel rukama. Pokrmy jsou ale často hodně pálivé a pro něj osobně byly po měsíci stráveném v Mexiku už velmi podobné jak vizuálně, tak chuťově. Uvedl, že velmi často se zde jí tortilla a téměř v každém jídle jsou prý fazole. Nejvíce mu prý budou chybět chipsy se salsou či avokádový dip guacamole.

Informátor číslo 3 potvrdil, že mexická kuchyně je velmi rozmanitá se širokou škálou pokrmů a je pro něj tedy těžké určit, která jídla jsou ta nejpobulárnější mezi turisty. Konstatoval však, že mezi ty nejoblíbenější patří určitě tacos. Mezi populární pokrmy patří dle něj i enchiladas či quesadillas. Většinou se prý plní sýrem a masem nebo zeleninou. Nakonec zmínil omáčku Guacamole, dip, který je součástí mnoha tradičních pokrmů, a zároveň je jednou z ikon mexické kuchyně. Mezi nejpobulárnější nápoje uvedl margaritu (mexický koktejl z tequily, limetkového džusu a pomerančového likéru), koktejl tequila sunrise (z tequily a pomerančového džusu s grenadinou) či mezcal (destilovaný alkoholický nápoj, který se vyrábí z rostlin agáve). V létě turisté nejradši ochutnávají horchatu (osvěžující nápoj z rýže, mandlí a skořice).

Pomocí analýzy kódováním byla odhalena shoda názorů informátorů, že z mexických jídel jsou nejpobulárnější tacos, guacamole, quesadilla, či chlazený nápoj horchata a především tequila.

Kategorie číslo 3: Nehmotné památky Mexika

Informátorka číslo 1 by ráda zažila vystoupení mariachi, které viděla v mnohých filmech z mexického prostředí. Ráda by si prohlédla také vystoupení některých tradičních mexických tanců. Na hodinách španělštiny ji pak velmi zaujal zajímavý tanec Danza de los Voladores. Ze svátků ji nejvíce oslovily oslavy Día de Muertos, ale v budoucnu by se chtěla zúčastnit také mexického karnevalu.

Informátor číslo 2 sdělil, že se zúčastnil večerního programu, který byl doprovázen mexickými hudebními ukázkami a bylo to pro něj velmi zajímavý zážitek. Nejvýraznějším rysem mexické hudby jsou prý typické rytmy a nástroje v podobě houslí, marimby a bubnů. Co se týče tance, absolvoval hodiny salsy a rád by se jí věnoval i nadále. Hudebně ho pak zaujal svým rytmem i reggaeton, populární hudba, která se prý hraje v Mexiku téměř všude a pořád. Co se týče mexických oslav, nejvíce ho lákalo Día de los Muertos (Den mrtvých) a La Feria Nacional de San Marcos – zřejmě největší festival v Mexiku doprovázen karnevalem.

Informátor číslo 3 uvedl, že mezi ty nejoblíbenější a nejlákavější aspekty mexické hudby patří tradiční mariachi hudba. Popularitu si prý mariachi získali díky speciálním tradičním kostýmům se sombrery, které tito hudebníci mají na sobě. Co se týče tanců, tak Mexiko má velkou spoustu typických tradičních tanců, které se liší region od regionu, od tance huapango ve Veracruzů až po například jarabe tapatio v Jalisco. Návštěvníci dle něj rádi navštěvují tradiční představení či festivaly, kde si právě takové tance mohou prohlédnout naživo. Mexiko také popisuje jako zemi zábavy, oslav a festivalů. Turisté však prý nejčastěji navštěvují Mexiko kvůli oslavě Dne mrtvých. Tento svátek je pro Mexiko až ikonický, proto si ho žádný turista nechce nechat ujít. Návštěvníci mají rádi i karneval či oslavy Cinco de Mayo.

Informátoři se shodli, že co se týče mexických nehmotných památek, nejvýznamnějšími motivačními faktory pro turisty jsou především písně tradiční skupiny mariachi a poznávání tradičních regionálních tanců či salsa. Mezi nejlákavější svátky a události patří oslava Dne mrtvých či Karneval.

Kategorie číslo 4: Architektura Mexika jako motivační faktor

Informátorka číslo 1 na toto téma uvádí, že ji nejvíce láká návštěva mayských pyramid na Yucatánském poloostrově.

Informátor číslo 2 sdělil, že měl možnost navštívit Chichen Itza, tedy jednu z nejvýznamnějších mayských ruin v Mexiku zapsanou na seznamu světového dědictví UNESCO. Bylo pro něj prý velmi obohacující si k této architektonické památce vyslechnout výklad a různé příběhy vztahující se k tomuto místu. Informátor číslo 2 prý navštívil i spousty dalších i když menších mayských ruin, a i přesto každá z nich prý měla své vlastní kouzlo.

Informátor číslo 3 uvedl, že Mexiko vlastní spoustu architektonických památek. Uznává však, že mezi nejnavštěvovanější patří Chichen Itza. Tato zřícenina je prý známá stavbami jako Kukulkánova pyramida anebo Chrám válečníků a turisté ji mohou navštívit na Yucatánském poloostrově. Návštěvníci, kteří jsou v Mexico City si většinou nenechají ujít Palacio de Bellas Artes. Dle informátora číslo 3 se jedná o krásný architektonický kousek zvenku i zevnitř. Turisté nacházející se v této oblasti většinou navštěvují i starověký aztécký chrám Templo Mayor nebo starověké město Teotihuacan. Tam lze obdivovat stavby jako Pyramida Slunce, Pyramida Měsíce anebo Chrám opeřeného hada.

Nejpopulárnějším aspektem mexické architektury pro turisty jsou dle informátorů tohoto výzkumu obecně všechny mayské pyramidy, a především starověké mayské město Chichen Itza.

Kategorie číslo 5: Příroda Mexika jako motivační faktor

Informátorku číslo 1 na sociálních sítích zaujaly příspěvky ze zatopených jeskyní cenotes. Vzhledem k jejich unikátnosti bych je prý chtěla rozhodně navštívit. Ráda by viděla i Chiapas, známý svými vodopády a okolními deštnými pralesy.

Informátor číslo 2 navštívil ostrov Holbox, kde ho fascinovala především bioluminiscence, dle jeho slov „světélkování mořské vody“. Vzhledem k jeho zálibě v potápění navštívil populární ostrov Cozumel a zatopené jeskyně cenotes. Potvrdil,

že se jedná o nezapomenutelný zážitek. Spousta turistů (včetně něj) si při návštěvě Mexika nenechá ujít ani „nejkrásnější pláž světa“ na Isla Mujeres.

Informátor číslo 3 uvádí, že Mexiko má krásnou přírodu a spoustu magických míst. Turisté však samozřejmě milují místní pláže, které jsou rozsáhlé, čisté, písčité a jedny z nejkrásnějších na světě. Turisté, kteří vyhledávají především odpočinek a relaxaci vyráží do Mexika právě kvůli plážím (hlavně do oblasti Cancun, Tulum a Playa del Carmen). Milovníci plavání a potápění často vyráží také do jeskyní Cenotes na poloostrově Yucatán. V Mexiku se prý nachází i spousta národních parků jako Copper Canyon, Rezervace motýlů monarchů nebo El Vizcaíno, známé jako velrybí útočiště. Některé návštěvníky velmi lákají také dobrodružné výlety do pouště nebo do divoké přírody.

Informátoři se shodují, že hlavním motivačním aspektem mexické přírody pro turisty jsou cenotes (zatopené jeskyně) a samozřejmě exotické pláže s průzračnou vodou na Yucatánském poloostrově.

Kategorie číslo 6: Odrazující faktory

Informátorka číslo 1 tvrdí, že momentálně neexistuje žádný faktor, který by ji od návštěvy Mexika mohl odradit, přestože o kriminalitě v Mexiku již slyšela. Navštívila však prý již spoustu zemí, od kterých ji lidé odrazovali a po navštívení několika z těchto zemí však ví, že je důležité vytvořit si vlastní názor sám za sebe. Zdůrazňuje však, že je nutné být opatrný a zjistit si, kterým místům a oblastem se vyhnout.

Informátor číslo 2 uvádí, že nejzásadnějším odrazujícím faktorem je vysoká cena letenek do Mexika. Uznává, že si prožil i momenty, kdy se necítil v bezpečí. To se však dle jeho slov může stát kdekoli ve světě. Myslí si, že mnoho lidí právě tato situace může odradit. Tvrdí však, že při dodržování určitých bezpečnostních principů převažují přínosy nad nebezpečím, a proto chce Mexiko navštívit opakovaně.

Informátor číslo 3 potvrzuje, že bohužel existuje hned několik faktorů, které turisty od návštěvy Mexika mohou odradit. Někteří lidé mají obavy o svou bezpečnost. V některých oblastech Mexika je prý problém s násilím a zločinem, únosy, pašováním drog a loupežemi. Tvrdí, že je tedy důležité si předem zjistit, které

oblasti Mexika jsou bezpečné navštívit a které nikoli. Návštěvníci také mají občas strach například z nemocí přenášených bodavým hmyzem, z politické nestability Mexika, sociálních nepokojů, demonstrací, a podobně. Turisté, kteří se vydávají mimo turistické oblasti mívají strach z jazykové bariéry, protože v těchto místech se mluví převážně španělsky. Většinu turistů z Evropy však prý nejvíce odrazují cestovní náklady, jelikož už jen samotná letenka přes oceán představuje velký, pro někoho nepředstavitelný výdaj.

Shrnutím odpovědí od informátorů lze potvrdit, že mezi nejčastější faktory odrazující turisty od návštěvy této země patří bezpečnostní situace a vysoká cena letenek do destinace. Přesto však všichni přiznávají, že by se od další návštěvy nenechali odradit žádným z těchto faktorů a již teď plánují další cestu do Mexika.

Kategorie číslo 7: Mexické obyvatelstvo jako motivační faktor

Informátorka číslo 1 uvedla, že vzhledem k tomu, že měla možnost poznat blíže studenty z Mexika studující v Česku, usuzuje, že jsou to velmi přátelští, otevření, milí, nápomocní a zábavní lidé. Líbí se jí na nich, že věci řeší vždy s nadhledem a z ničeho si nedělají těžkou hlavu a jejich hladina stresu je tak prý velmi nízká. Myslí, že když turisté poznají, jací Mexičané jsou, získají si jejich důvěru a rádi se do Mexika vrátí.

Informátor číslo 2 usoudil, že chování Mexičanů je velmi vstřícné. I přesto se prý nemohl zbavit dojmu, že je jejich chování (hlavně v turistických oblastech) trošku hrané za účelem zvýšení prodeje zboží a služeb turistům. Souhlasí však, že povaha a chování Mexičanů je jednoznačně motivačním faktorem pro návštěvu Mexika.

Informátor číslo 3 potvrdil, že Mexičané jsou opravdu pohostinní a vstřícní vůči turistům. Kladou prý velký důraz na rodinu, komunitu a sociální interakci. Jsou hodně společenští a rádi tráví čas s ostatními lidmi. S návštěvníky se zde dle jeho slov většinou zachází s vřelostí a respektem. Uvedl, že místní obyvatelé často rádi pomohou turistům, ať už se jedná o radu, či doporučení o tom, co navštívit. Mexičané prý totiž považují cestující za nezbytnou součást ekonomiky a kultury země. Jsou většinou hrdí, když cizincům představují krásy Mexika. Proto je často vítají

s úsměvem a snaží se jim zajistit příjemný zážitek. Jako v každé zemi, i zde se prý mohou občas vyskytnout případy špatného zacházení s turisty. Tyto incidenty jsou však poměrně vzácné a naprostá většina návštěvníků má tak z Mexika pozitivní zkušenost. Tvrdí, že spousta lidí si Mexičany, jejich chování a styl života zamiluje natolik, že se do Mexika vrací opakovaně právě z těchto důvodů.

Shrnutí odpovědí od informátorů potvrdilo, že mexičtí obyvatelé jsou obecně velmi milí, přátelští a nápomocní. Z toho důvodu se všichni informátoři shodli, že i Mexičané samotní jsou jedním z motivačních faktorů pro návštěvu Mexika.

5 Shrnutí výsledků

V teoretické části této bakalářské práce bylo zjištěno, že motivace je hnací síla uvnitř nás, která nám pomáhá dělat různé činnosti. Slouží k uspokojení potřeb člověka, ať už fyzických nebo sociálních. Motivace může vycházet buďto z vnitřních pohnutek (motivů) nebo z vnějšího popudu. Do primárních motivů patří biologické potřeby, například instinkty. Na rozdíl od motivů primárních, které jsou zaměřeny přímo na objekty vhodné k uspokojení, sekundární motivy jsou zaměřené na objekty, které usnadňují získání objektů potřebných pro uspokojení primárních potřeb.

V praktické části této práce byly díky kombinované strategii získány odpovědi na všechny stanovené výzkumné otázky. Výsledky kvalitativního výzkumu byly z části ovlivněny typem a počtem informátorů. Byly zorganizovány metodicky vedené strukturované rozhovory s cílem získat větší množství potřebných informací pro prohloubení již nabytých znalostí ze sekundárních zdrojů. Celkem byli osloveni tři informátoři, každý s jiným vztahem k Mexiku a s jinou zkušeností s cestováním do této země. Díky tomu se podařilo získat informace z několika rozdílných úhlů pohledu.

Níže jsou uvedeny výzkumné otázky a shrnuté výsledky dosažené kombinovaným výzkumem.

1. Jaké motivační faktory nejvíce ovlivňují turisty při plánování návštěvy Mexika?

Mexiko má bohatou a rozmanitou kulturu s mnoha fascinujícími tradicemi a historickými památkami k prozkoumání. V praktické části bylo zjištěno, že Mexiko je schopné uspokojit téměř všechny motivy, kvůli kterým návštěvníci vyhledávají cestovní ruch. Mezi hlavní motivační faktory pro turisty patří slunné počasí, průzračné moře, písčité pláže, bohatá kultura, historie, i krásná příroda.

Z toho vyplývá, že co se týče potenciálu cestovního ruchu Mexika, nejsilnějšími předpoklady této země jsou bezesporu předpoklady lokalizační.

Mezi ně patří právě mexická příroda, podnebí, architektura, historie a hmotné či nehmotné kulturní památky.

2. Jaké aspekty mexické gastronomie nejvíce motivují turisty k návštěvě Mexika?

Mexická gastronomie je velmi rozmanitá a světově proslulá pro své odvážné chutě a jedinečné ingredience. Mnoho turistů přijíždí do této země právě proto, aby ochutnali mexické kulinářské speciality. Nejlákavějšími pokrmy pro turisty jsou plněné tacos, avokádová omáčka guacamole, enchiladas, quesadilla či alkoholické nápoje jako tequila, mezcal či sladká osvěžující horchata.

3. Jaké aspekty mexické architektury jsou nejvýznamnějším motivačním faktorem pro turisty plánující návštěvu Mexika?

Mexická architektura je také jedním z hlavních motivačních faktorů pro návštěvu této země. Mezi nejoblíbenější turistické atrakce patří ruiny starých měst mezoamerických kultur, například Teotihuacán. Chichen Itzá je hlavním mayským městem se slavnou pyramidou Castillo. Mayské pyramidy jsou světově známé a populární, a nelze tedy zpochybnit, že jsou jedním z klíčových architektonických motivačních faktorů.

4. Jaké nehmotné kulturní památky nejvíce motivují turisty k návštěvě Mexika?

Mexiko je světově známé jako země oslav. Mezi nejpopulárnější mexické svátky patří Den mrtvých, karneval, či Cinco de Mayo. Co se týče mexické hudby, jednou z nejtypičtějších mexických nehmotných památek mezinárodního významu jsou Mariachi. Každý region Mexika má také své tradiční tance. Jedním z nich je specifický tanec Voladores, neboli tanec létajících mužů, při kterém je několik z nich přivázáno ke kůlu, ze kterého se následně vrhají dolů.

5. Jaké aspekty mexické přírody jsou nejvýznamnějším motivačním faktorem pro turisty plánující návštěvu Mexika?

Mexiko láká především svou exotickou přírodou a příjemným podnebím. Nabízí písčité pláže a průzračnou vodu jako má Cancún, Tulum či Playa del Carmen, dále zatopené jeskyně cenotes které motivují turisty k potápění, nebo také deštné lesy, horské masivy i pouště.

6. Jaké faktory naopak odrazují turisty od návštěvy Mexika?

Odrážející faktory, které limitují návštěvnost Mexika, lze zařadit v tomto případě do selektivních a realizačních předpokladů. Do selektivních předpokladů patří politická a bezpečnostní situace země, životní úroveň v této zemi, hustota zalidnění a do realizačních například dostupnost destinace. Odrážejícím faktorem, který je tedy v tomto případě nutné zmínit, jsou obavy o bezpečnost. Jak již bylo uvedeno, Mexiko je obecně poměrně bezpečným místem k návštěvě, ale v některých oblastech země došlo k problémům s násilím souvisejícím s drogami a jinými zločiny. To by mohlo přimět některé turisty, aby uvažovali o návštěvě jiných destinací. Mexiko také v minulosti zažilo určitou politickou nestabilitu, která by také mohla některé turisty odstrašovat. Stejně jako u mnoha jiných destinací mohou mít někteří turisté obavy ze zdravotních rizik při cestování do Mexika, jako jsou nemoci po požití určitých potravin nebo nemoci přenášené znečištěnou vodou. Životní úroveň v této zemi je poměrně nízká. Ceny letenek z ostatních zemí jsou velmi vysoké, tudíž lze tuto skutečnost opět označit jako odrážející faktor.

7. Jaký vliv má povaha a chování Mexičanů k turistům na návštěvnost Mexika?

O Mexičanech bylo zjištěno, že jsou obecně velmi milí, přátelští, otevření a nápomocní turistům. Z toho důvodu se všichni informátoři shodli, že i Mexičané samotní jsou jedním z motivačních faktorů pro návštěvu Mexika. Problémy prý Mexičané řeší vždy s nadhledem a s ničím si nedělají těžkou hlavu. Když tedy turisté poznají, jací Mexičané jsou, získají si většinou jejich důvěru a rádi se do Mexika vrátí.

Celkově lze tedy potvrdit, že turisté navštěvují Mexiko z velkého množství různých důvodů. Patří mezi ně především bohaté kulturní dědictví, krásná krajina, pláže, chutná jídla i samotný mexický styl života. Mexiko má dlouhou a fascinující historii, starověké civilizace jako Aztékové a Mayové za sebou zanechali působivé architektonické a umělecké dědictví, které nadále přitahuje návštěvníky z celého světa. I když mohou existovat určité faktory, které by mohly odradit některé turisty od návštěvy Mexika, jedinečná směsice historie, kultury, přírodních krás a pohostinnosti místních obyvatel z Mexika dělá oblíbenou destinaci pro turisty a cestovatele všech věkových kategorií i zájmů.

6 Závěry a doporučení

Pro nalezení odpovědí na výzkumnou otázku byla zvolena kombinovaná forma výzkumu. K získání velkého objemu odborných informací byl zvolen sekundární výzkum. Nejdříve byly pomocí sekundárních zdrojů dostupných na internetových stránkách získány detailní informace o mexické kultuře a jednotlivých motivačních faktorech působících na turisty cestující do Mexika. Proběhla rešerše odborných a vědeckých článků souvisejících s tématy motivace, cestovního ruchu a mexické kultury.

Jako primární zdroj informací byl následně zvolen kvalitativní výzkum pro hlubší porozumění zkoumané skutečnosti. Toho bylo možné dosáhnout pomocí delšího kontaktu s jedincem. Byly zorganizovány metodicky vedené strukturované rozhovory s cílem získat větší množství potřebných informací pro prohloubení již nabytých znalostí ze sekundárních zdrojů. Kvalita nalezených informací ze sekundárních zdrojů a odpovědí informátorů byla natolik vysoká, aby bylo možné dosáhnout cíle práce a vyvodit ucelené závěry a odpovědi na výzkumné otázky. Dle autorky práce byly získané výsledky z rozhovorů v souladu s informacemi nalezenými v odborné literatuře. Mezi okolnosti, které mohly ovlivnit výsledky výzkumu patří typ informátorů při rozhovorech, jejich ochota, sdílnost, zkušenosti, věk, národnost, či jejich osobní hodnoty. Vliv na průběh rozhovoru a získané informace mohlo mít i prostředí, kde se interview odehrálo, nebo formulace a srozumitelnost otázek.

Existují samozřejmě další případné možnosti hlubšího zkoumání této problematiky. Některými z nich je oslovení a uskutečnění rozhovorů s více informátory, s více různými typy informátorů a závěry práce by se mohly doplnit i o data z dotazníků. V případě sekundárního výzkumu existuje možnost provedení ještě hlubší a důkladnější rešerše jednotlivých aspektů mexické kultury a motivačních faktorů působících na turisty při jejich cestách.

Z výsledků praktické části této bakalářské práce byly vyvozeny také následující doporučení. Vzhledem ke zjištěnému významu mexické kultury jakožto hlavního motivačního faktoru pro turisty je udržení a ochrana kulturního a přírodního

dědictví Mexika klíčovým faktorem. V opačném případě by mohlo dojít ke snížení cestovního ruchu, a tedy návštěvnosti a atraktivity Mexika pro návštěvníky. Existuje několik možností, jak chránit a uchovávat mexickou kulturu ve své původní tradiční podobě.

Například zaznamenávání a dokumentování kulturních praktik a tradic může pomoci zachovat je pro budoucí generace. To může zahrnovat shromažďování fotografií, artefaktů, či důležitých informací a pokynů ústní formou. Další činnosti, které mohou pomoci chránit kulturní a historické památky, jsou předávání kulturních znalostí a tradic mladším generacím, účast na kulturních akcích a festivalech, podpora kulturních institucí (muzea, galerie, kulturní centra) a také péče o historické památky, posvátná místa a tradiční vesnice.

Ochrana a zachování kultury však vyžaduje kolektivní úsilí jednotlivců, komunit i vlády. Proaktivními kroky k dokumentaci, vzdělávání a ochraně kulturního dědictví můžeme přispět k tomu, aby bylo předáváno dalším generacím, a i nadále lákalo turisty do Mexika z celého světa.

Výsledky výzkumu této bakalářské práce lze využít také pro další oblasti cestovního ruchu, včetně destinačních managementů, hotelů, cestovních kanceláří a průvodců, k navrhování a uvádění produktů na trh, které lépe uspokojí potřeby a přání cestovatelů plánujících cestu do Mexika.

Jednotlivé mexické státy tak mohou například úspěšněji propagovat své přírodní zajímavosti nebo kulturní dědictví, aby přilákaly ty návštěvníky, kteří hledají odpočinek, dobrodružství nebo kulturní zážitky. Hotely mohou například nabídnout balíčky, které poskytují relaxační a wellness služby, aby lépe zaujaly i ty, kteří hledají úlevu a únik od každodenního stresu. Cestovní kanceláře mohou navrhnout zájezdy, které uspokojí různé věkové skupiny, zájmy a rozpočty turistů.

Pochopení motivačních faktorů turistů navštěvujících Mexiko může pomoci zúčastněným stranám cestovního ruchu zlepšit jejich produkty a služby tím, že určí oblasti pro zlepšení.

Celkově může využití znalostí o motivačních faktorech turistů pomoci vytvářet pro cestovatele personalizovanější a příjemnější zážitky, což vede ke zvýšené spokojenosti, loajalitě a opakovaným návštěvám Mexika.

7 Seznam použité literatury

1. ALLEN, Lindsay (1992) – *The Mexican food system: Traditional and modern, Ecology of Food and Nutrition* [online]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03670244.1992.9991246>
2. BRITANNICA (2023 a) – *Buddhism* [online]. [cit. 14.03.2023]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Buddhism/additional-info#contributors>
3. BRITANNICA (2023 b) – *Africa – Demographic patterns* [online]. [cit. 24.03.2023]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/place/Africa/Demographic-patterns>
4. COCKING, Lauren (2018) – *Exploring the Traditions of Mexico's Day of the Dead* [online]. [cit. 12.3.2021]. Dostupné z: <https://theculturetrip.com/north-america/mexico/articles/day-of-the-dead-in-mexico-10-traditions-customs/>
5. CROMPTON, John L. (1979) – *Motivations for pleasure vacation. Annals of Tourism Research* [online]. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0160738379900045>
6. DANN, Graham (1981) – *Tourist motivation: An appraisal. Annals of Tourism Research* [online]. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0160738381900827>
7. DAVIS, Josh (2021) – *Oldest evidence of hominins in Arabie give clues to how humans left Africa* [online]. [cit. 1.9.2021] Dostupné z: <https://www.nhm.ac.uk/discover/news/2021/september/oldest-evidence-of-hominins-in-arabia-give-clues-humans-africa.html>
8. FAJROVÁ, Jana (2018) – *Zvyky a tradice španělských Vánoc, kulturní a sociální význam tohoto svátku* [online]. Dostupné z: https://dspace.tul.cz/bitstream/handle/15240/153745/BP_Fajfrova.pdf?sequence=1&isAllowed=y
9. GOBIERNO DE MÉXICO (2018) – *Fiesta del día de muertos, patrimonio cultural inmaterial de la humanidad.* [online]. [cit. 12.03.2021]. Dostupné

- z: <https://www.inali.gob.mx/en/comunicados/682-2018-10-31-18-10-36.html>
10. HRALA, Václav (2001) – *Geografie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis. ISBN 8085970368
 11. JANEČKOVÁ, Veronika (2019) – *Gastronomie jako součást kulturního dědictví v cestovním ruchu* [online]. [cit. 27.11.2022]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/d3eih8/STAG91383.pdf>
 12. KAJZAR, Patrik (2017) – *Cestovní ruch* [online] Dostupné z: [Cestovni ruch distanci-opora ISIP.pdf \(slu.cz\)](#)
 13. KOPOVÁ, Michaela (2017) – *Postoje mládeže k subkulturám* [online] Dostupné z: <https://theses.cz/id/oznb1r/21771330>
 14. KRUPIČKOVÁ, Dagmar (2021) – *Motivace účasti na cestovním ruchu – Studentské mobility* [online] Dostupné z: https://theses.cz/id/268qya/?zoomy_is=1
 15. LIU, Jiahe, SHAO, Dongfang (1992) – *Early Buddhism and Taoism in China* [online]. Copyright ©2000 [cit. 24.03.2023]. Dostupné z: <https://www.jstor.org/stable/1389953>
 16. MASLOW, Abraham, Harold (1943) – A theory of human motivation. *Psychological Review*. 50 (4), 370-396
 17. MEXPERIENCE (2022) – *Markets & Shopping in Mexico*. Mexperience Experience Living Lifestyle & Leisure in Mexico [online]. Copyright © 2022 Mexperience [cit. 07.11.2022]. Dostupné z: <https://www.mexperience.com/mexico-essentials/markets-shopping-in-mexico/>
 18. MOLINA, Alicia (2020) – *Día de muertos, el origen de la tradición y cómo celebrarla – Historia* [online]. [cit. 12.03.2021]. Dostupné z: <https://culturacolectiva.com/historia/dia-de-muertos-origen-de-la-tradicion-y-como-celebrarla>
 19. MULHOLLAND, Mary-Lee (2007) – *Mariachi, Myths and Mestizaje: Popular Culture and Mexican National Identity*. [online]. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/citedby/10.1080/14608940701406237?scroll=top&needAccess=true>

20. NAKONEČNÝ, Milan (2014) – *Motivace chování*. 3., přeprac. vyd. V Praze: Triton ISBN 9788073878306.
21. PAPPAS, Stephanie, MCKELVIE, Callum (2022) – *What is culture?* [online]. [cit. 17.10.2022]. Dostupné z: <https://www.livescience.com/21478-what-is-culture-definition-of-culture.html#section-eastern-culture>
22. PARKES, Henry, BERNSTEIN, Marvin, WILLEY, Gordon (2023) – *Mexico* [online]. [cit. 18.4.2023]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/place/Mexico>
23. PAŠTIKOVÁ, Barbora (2015) – *Potenciál CR v Mexiku z enviromentálního hlediska se zaměřením na region Oaxaca*. [online]. [cit. 11.11.2022]. Dostupné z: https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/63471/DPTX_2011_2_11210_0_311739_0_127192.pdf?sequence=1&isAllowed=y
24. PAVLIŠTA, Jan (2008) – *Výzkum některých aspektů motivace k výkonu povolání hasiče záchranáře* [online]. [cit. 31.3.2008]. Dostupné z: [50325-737119035.pdf \(theses.cz\)](https://theses.cz/50325-737119035.pdf)
25. PETRUSOVÁ, Barbora (2022) – *Motivační faktory účastníků ve vybraných formách cestovního ruchu* [online]. Dostupné z: <https://vskp.vse.cz/85999-motivacni-factory-ucastniku-ve-vybranych-formach-cestovniho-ruchu?order=year%2FDESC&page=24>
26. PEARCE, Philip (1988) – *The Ulysses factor: Evaluating tourists in visitor's settings*, Annals of tourism research. ISBN 0387968342.
27. PREZA, Renato (2022) – *Intercultural Management – Mexican Culture - Seminary Work Presentation* [online]. Dostupné z: <https://www.researchgate.net/publication/362382064-Intercultural-Management-Mexican-Culture-Seminary-Work-Presentation>
28. PROCHÁZKOVÁ, Markéta (2019) – *Potenciál kulturního cestovního ruchu Opolského volvodství* [online]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/hkg7k/Potencial-kulturniho-cestovniho-ruchu-ProchazkovaM.pdf>

29. RESEARCH HISTORY (2023) - *Maslow's Hierarchy of Needs* [online]. Copyright © [cit. 20.03.2023]. Dostupné z: <https://www.researchhistory.org/2012/06/16/maslows-hierarchy-of-needs/>
30. ŘEPA, Petr (2014) – *Cestování mladých do zahraničí* [online]. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/yuc0r/BP_Repa_Petr.pdf
31. SOUČKOVÁ, Kristina (2007) – *Druhy turismu: případová studie karibské lokality Tulum* [online]. [cit. 28.11.2022]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/12932/130008231.pdf?sequence=1>
32. STEJSKALOVÁ, Iveta (2010) – *Proměna vztahu vnitřní a vnější motivace ke studiu u studentů na SZŠ* [online]. Dostupné z: https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/25043/DPTX_2009_2_11210_0_255637_0_84650.pdf?sequence=1&isAllowed=y
33. STRAUSS, Anselm, CORBINOVÁ Juliet (1999) – *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Vyd. 1. Boskovice: Albert. ISBN 808583460X.
34. ŠEVČÍKOVÁ, Hana (2005) – *Mýtus dobré matky* [online]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/l2uut/scan.pdf>
35. THE FIELD MUSEUM (2023) – *Cultures of Africa – Research* [online]. Copyright © [cit. 24.03.2023]. Dostupné z: <https://www.fieldmuseum.org/science/research/area/cultures-africa/cultures-africa-research>
36. THE METROPOLITAN MUSEUM OF ART (2023) – *The Prophet Muhammad and the Origins of Islam* [online]. [cit. 24.03.2023]. Dostupné z: <https://www.metmuseum.org/learn/educators/curriculum-resources/art-of-the-islamic-world/unit-one/the-prophet-muhammad-and-the-origins-of-islam>
37. TOURISM THEORIES (2014) – *Motivation and Needs* [online]. [cit. 1.2.2014]. Dostupné z: [Turistické motivace, turistické potřeby. | Turismo en Teoría \(tourismtheories.org\)](http://www.tourismtheories.org)

38. UNESCO (2022 a) – *El Mariachi, música de cuerdas, canto y trompeta* [online]. [cit. 27.11.2022]. Dostupné z: <https://ich.unesco.org/es/RL/el-mariachi-musica-de-cuerdas-canto-y-trompeta-00575>
39. UNESCO (2022 b) – *Ritual ceremony of the Voladores* [online]. [cit. 27.11.2022]. Dostupné z: <https://ich.unesco.org/en/RL/ritual-ceremony-of-the-voladores-00175>
40. UNESCO (2022 c) – *Historic Centre of Oaxaca and Archaeological Site of Monte Albán* [online]. [cit. 28.11.2022]. Dostupné z: <https://whc.unesco.org/en/list/415/>
41. UNESCO (2022 d) – *Historic Centre of Puebla* [online]. [cit. 28.11.2022]. Dostupné z: <https://whc.unesco.org/en/list/416>
42. UNESCO (2022 e) – *Historic Centre of Mexico City and Xochimilco* [online]. [cit. 28.11.2022]. Dostupné z: <https://whc.unesco.org/en/list/412>
43. UNESCO (2022 f) – *Pre-Hispanic City of Teotihuacan* [online]. [cit. 28.11.2022]. Dostupné z: <https://whc.unesco.org/en/list/414>
44. UNESCO (2022 g) – *Pre-Hispanic City and National Park of Palenque* [online]. [cit. 28.11.2022]. Dostupné z: <https://whc.unesco.org/en/list/411>
45. UNESCO (2022 h) – *Pre-Hispanic City of Chichen-Itza* [online]. [cit. 28.11.2022]. Dostupné z: <https://whc.unesco.org/en/list/483/>
46. UNESCO (2022 i) – *Pre-Hispanic Town of Uxmal* [online]. [cit. 28.11.2022]. Dostupné z: <https://whc.unesco.org/en/list/791>
47. WORLD BANK OPEN DATA (2022) – *Population, total - Mexico* [online]. [cit. 06.12.2022]. Dostupné z: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=MX>
48. ZASADILOVÁ, Hana (2013) – *Kulturní dědictví nehmotného charakteru na seznamu UNESCO případová studie Mexika*. Praha, 2013. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta filozofická. [online]. [cit. 11.3.2021]. Dostupné z: https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/52245/DPTX_2010_2_11210_0_311824_0_137156.pdf?sequence=1&isAllowed=y

49. ZELENKA, Josef, PÁSKOVÁ, Martina (2002) – *Cestovní ruch: výkladový slovník*.
Česká republika: Ministerstvo pro místní rozvoj. Praha, 768 s., ISBN 978-80-
7201-880-2 [cit. 11.3.2021]



Zadání bakalářské práce

Autor: Kateřina Schusterová
Studium: I1900443
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Management cestovního ruchu
Název bakalářské práce: **Kultura jako motivační faktor návštěvy Mexika**
Název bakalářské práce AJ: Culture as a motivating factor for a visit to Mexico

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Bakalářská práce je zaměřená na zjištění motivačních faktorů při návštěvě Mexika a na mexickou kulturu. Hlavním cílem bakalářské práce je zjistit, jakým způsobem působí motivační faktory na návštěvníky při cestě do turistické destinace Mexika. Dílčím cílem v teoretické části je popsat mexickou kulturu a v praktické části zjistit její význam pro motivaci návštěvníka. 1. Úvod 2. Cíl a metodika práce 3. Teoretická část 3.1. Motivace a její rozdělení 3.2. Motivace a motivační faktory v cestovním ruchu 3.2.1. Potenciál cestovního ruchu 3.3. Mexiko 3.3.1. Motivační faktory pro návštěvu Mexika 3.3.2. Kultura Mexika jako motivační faktor 3.3.2.1. Mexická hudba a tance 3.3.2.2. Mexické svátky 3.3.2.3. Mexické jídlo 3.3.3. Architektura Mexika jako motivační faktor 3.3.4. Geografie Mexika jako motivační faktor 3.3.5. Ekonomika Mexika jako motivační faktor 4. Praktická část (řízené rozhovory) 4.1. Analýza rozhovoru 4.2. Odpověď na výzkumné otázky 5. Shrnutí výsledků práce 6. Závěry a doporučení 7. Seznam zdrojů 8. Přílohy

SAID, Jumrin, MARYONO, Maryono, 2018. Motivation and Perception of Tourists as Push and Pull Factors to Visit National Park. E3S Web of Conferences. Research Gate [online]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/323310887_Motivation_and_Perception_of_Tourists_as_Push_and_Pull_Factors_to_Visit_National_Park
BABOLIAN HENDIJANI, Roozbeh, 2015. Push and pull factors of inbound tourists to Indonesia. Journal of Environmental Management and Tourism. Research Gate [online]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/292464750_Push_and_pull_factors_of_inbound_tourists_to_Indonesia
ZELENKA, Josef, PÁSKOVÁ, Martina, 2012. Výkladový slovník cestovního ruchu. Linde Praha, ISBN 978-80-7201-880-2. BENEŠ, V., KUBÍK, L., 1981. Mexiko. Pressfoto Praha. ISBN 59-243-81. BINKOVÁ, Simona a OPATRŇÝ, Josef, 1988. 77 zajímavostí z Mexika. Albatros Praha: Nakladatelství pro děti a mládež. ISBN 13-765-88.

Zadávací pracoviště: Katedra rekreologie a cestovního ruchu,
Fakulta informatiky a managementu
Vedoucí práce: Mgr. Pavlína Chaloupská, Ph.D.
Oponent: Mgr. David Chaloupský, Ph.D.
Datum zadání závěrečné práce: 15.10.2022