



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

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

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Tradice a zvyky v produktech cestovního ruchu na Jižní Moravě - Mohelno

Vypracovala: Lenka Hošková
Vedoucí práce: Ing. Petr Janeček

České Budějovice 2016

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lenka HOŠKOVÁ**

Osobní číslo: **E13222**

Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Obchodní podnikání**

Název tématu: **Tradice a zvyky v produktech cestovního ruchu na Jižní Moravě - Mohelno**

Zadávací katedra: **Katedra obchodu a cestovního ruchu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Vytipovat potenciál cestovního ruchu ve zkoumané oblasti s důrazem na tradice a zvyky ve zvolené oblasti. Na základě terénního šetření zjistit možnosti využití tradic a zvyků v produktech cestovního ruchu. Navrhnout opatření ke zlepšení stavu.

Metodický postup:

1. Studium odborné literatury
2. Provedení situační analýzy destinace
3. Příprava a realizace terénního šetření
4. Návrhy a opatření

Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Vlastní návrhy. 6. Závěr. 7. Seznam literatury.

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**
Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**


Seznam odborné literatury:

Beránek a kol. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu.* **Praha: Mag Consulting**
Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. (2009). *Tourism. Principles, Practices, Philosophies.*
11th Edition. Hoboken: John Wiley & Sons.
Hesková, M. a kol. (2011). *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy.*
Praha: Fortuna.
Motlová, M. (2010). *Český rok od jara do zimy.* **Praha: Fortuna Libri.**
Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu.* **Praha: Idea servis.**

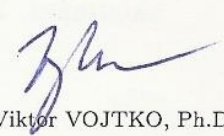
Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Petr Janeček**
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: **16. ledna 2015**

Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2016**

07 
doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (26)
370 05 České Budějovice


Ing. Viktor VOJTKO, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 3. března 2015

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury. Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích, duben 2016

.....

Lenka Hošková

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych poděkovala vedoucímu mé bakalářské práce Ing. Petru Janečkovi za odborné vedení, cenné rady a podnětné připomínky, kterými přispěl k vypracování této bakalářské práce. Dále chci poděkovat panu starostovi Mohelna Jiřímu Kostelníkovi za významné informace a spolupráci při zpracování této práce. V neposlední řadě chci poděkovat své rodině a svým blízkým za pomoc a podporu, kterou mi po celou dobu studia poskytovali.

Obsah

1	Úvod	3
2	Přehled řešené problematiky	5
2.1	Cestovní ruch	5
2.2	Udržitelný rozvoj cestovního ruchu	6
2.3	Cestovní ruch venkova	6
2.4	Kulturní cestovní ruch	7
2.5	Tradice a zvyky	8
2.5.1.	Význam pojmu tradice	8
2.5.2.	Význam pojmu zvyky	9
2.6	Destinace cestovního ruchu	23
2.7	Produkt destinace	24
2.7.1.	Vlastnosti produktu	25
2.7.2.	Složení produktu	25
2.8	Jižní Morava	26
2.8.1	Brno a okolí	27
2.8.2	Moravský kras a okolí	28
2.8.3.	Lednicko-valtický areál	28
2.8.4.	Podyjí	29
2.8.5.	Slovácko	29
2.9	Mohelno	30
2.9.1	Historie obce	30
3	Cíle a metodika práce	32
4	Výsledky šetření	33
4.1	Realizace dotazníkového šetření	33
4.1.1	Vyhodnocení dotazníku	33
4.2	Řízený rozhovor	43
4.2.1	Vyhodnocení řízeného rozhovoru	43
4.3	Vyhodnocení hypotéz	44
5	Návrhy a opatření	45
6	Závěr	50

I. Summary and keywords	52
II. Seznam použité literatury	54
III. Seznam použitých grafů, obrázků, tabulek a příloh	57
IV. Přílohy	59

1 Úvod

Tradice a zvyky byly v minulosti spjaty převážně s ročními obdobími, se sklizní úrody nebo s proměnami přírody. Dodržovaly se a dodržují se převážně na vesnici. Sama autorka na vesnici, konkrétně v Mohelně žije již od narození a pravidelně se tradic a zvyků účastní a pomáhá s jejich přípravami. Z těchto důvodů bylo zvolené téma bakalářské práce Tradice a zvyky v produktech cestovního ruchu na Jižní Moravě - Mohelno.

Lidové tradice a zvyky jsou pro Jižní Moravu typické. Pestrobarevné kroje, starodávné obyčeje a řemesla jsou v mnoha oblastech Jižní Moravy zřejmé na každém kroku. Nelze opomenout ani dobré víno, charakteristické nářečí, lidové písně, tanec a cimbálová muzika, jejichž kouzlo lze nejlépe prožít na moravských slavnostech.

Cílem této bakalářské práce je poukázat na význam lidové kultury pro rozvoj cestovního ruchu. Na základě výsledků šetření navrhnout možnosti lepšího a efektivnějšího využívání potenciálu lidové kultury v Mohelně a následné vytvoření produktu cestovního ruchu, který zvýší atraktivitu dané oblasti.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě hlavní části: teoretickou a praktickou. Cílem teoretické části je popsat tradice a zvyky charakteristické pro Českou republiku, na které navazuje popis zachovaných tradic a zvyků typických pro městyse Mohelno podle toho, jak jsou slaveny v průběhu roku. Dále jsou v této části zahrnuty pojmy jako cestovní ruch, kulturní cestovní ruch nebo produkt cestovního ruchu. Teoretická část dále zahrnuje charakteristiku Jižní Moravy a městyse Mohelno. V této části jsou získány informace zejména z odborných publikací českých historiků zabývajících se lidovou kulturou, jako jsou Dagmar Šottnerová, Jiřina Langhammerová nebo Vlastimil Vondruška.

V praktické části následuje analýza dotazníkového šetření, která byla provedena v období od prosince 2015 do února 2016 a analýza řízeného rozhovoru z března 2016. Pomocí dotazníkového šetření bylo třeba zjistit, zda je o tento kraj po stránce cestovního ruchu zájem. Hlavní náplní analýzy je identifikace respondentů z hlediska charakteristik, účel jejich návštěvy či co si představí pod pojmem tradice. Aby mohl být nový produkt navržen co nejlépe, muselo být zjištěno mnoho dalších informací jako například, jaká je znalost respondentů o Jižní Moravě, jaké zde znají zvyky, co je na Jižní Moravě láká nejvíce, spokojenost s infrastrukturou oblasti nebo zda by Jižní Moravu ještě někdy navštívili. U rozhovoru byla struktura postavena tak, aby co nejvíce obsáhla

zkoumanou oblast a pomohla tak získat informace ohledně tradic a jejich udržování v městysi Mohelno.

Díky těmto informacím byla autorka schopna navrhnout nová opatření, která by přispěla k větší atraktivitě městyse Mohelna.

2 Přehled řešené problematiky

2.1 Cestovní ruch

Kořeny cestování a cestovního ruchu sahají hluboko do historie a jsou spjaty s počátky naší civilizace. První cesty vedly po souši i po vodě, později také vzduchem a posléze i vesmírným prostorem. Jejich důvody byly různé. Ať už šlo o cesty obchodní, politické, náboženské, poznávací, sportovní či čistě prestižní, jako je například první výprava člověka na Měsíc. Nejznámější osoby patřící ke zrodu cestování jsou nepochybně Marco Polo a Kryštof Kolumbus. S rozvojem moderního cestovního ruchu, jeho hromadným organizováním a založením první cestovní kanceláře je nezapomenutelně spojen Angličan Thomas Cook, který dopřával svým zákazníkům dokonalý servis a všudypřítomnou péči. (Foret, Foretová, 2001)

K tomu aby mohl cestovní ruch existovat, musejí být splněny základní podmínky, kterými jsou především: svoboda pohybu, volné disponibilní prostředky, fond volného času zákazníků a dále potenciál turismus a jemu odpovídající infrastruktura. (Palátková, Zichová, 2011)

Když se řekne cestovní ruch nebo cestování máme na mysli především činnost lidí, kteří mají volný čas, navštěvují různá místa, ať už se jedná o návštěvu přírodních atraktivit nebo návštěvu památek a chtějí se bavit. Svůj volný čas mohou trávit opalováním, zapojením se do různých sportovních aktivit, společenským vyžitím, seznamováním se s novými lidmi, četbou, jízdou na koni apod. O cestovní ruch se jedná i v případě návštěvy konferencí, kongresů, seminářů a jimi podobných akcí. Účastníci cestovního ruchu mohou k cestování využít služby železniční dopravy, silniční, letecké, vodní nebo ostatních druhů dopravy ve formě městské hromadné dopravy, lanovky, vleku, apod. Ovšem nejen doprava, ale i ubytování, stravování, zábavní podniky, obchody, směnárny a další služby poskytují účastníkovi komplexní zážitek z pobytu. (Goeldner, Ritchie, 2009)

Cestovní ruch je významným jevem celé společnosti. Každý rok představuje největší pohyb obyvatelstva za poznáváním nových míst, odpočinkem a uskutečněním vlastních představ z příjemné dovolené. Vedle primární nabídky (nabídka přírodních a kulturně-historických předpokladů) cestovní ruch vyžaduje i možnost volného pohybu obyvatelstva, dostačující disponibilní fond volného času a volnou kupní sílu. (Hesková, 2011)

Beránek (2013) uvádí, že je cestovní ruch obtížné jednoznačně definovat, protože se projevuje v mnoha podobách a aspektech. Přitom vytyčení její přesnější definice je nezbytné. Mezinárodně uznávaná definice cestovního ruchu, zní takto: „*Cestovní ruch je činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávaní výdělečné činnosti v navštíveném místě.*“ (Beránek a kol., 2013, p. 15)

2.2 Udržitelný rozvoj cestovního ruchu

Existuje velké množství definic, které zachycují problematiku udržitelného rozvoje v cestovním ruchu, pro příklad zde uvádím některé z nich.

Udržitelný cestovní ruch se vyznačuje svými postoji k životnímu prostředí, neboť jeho cílem je v dlouhodobém hledisku nenarušovat přírodní, kulturní a sociální prostředí, ale též nenarušovat dosavadní způsob obživy a životní styl místních obyvatel. Snaží se také o schopnost destinace udržet si potenciál konkurence v soutěži a rovněž o přilákání nových a udržení si stávajících návštěvníků. (Zelenka, Pásková, 2012)

Mourek (2002) definuje trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu jako obstarání potřeb účastníků cestovního ruchu takovým způsobem, který napomáhá k rozvoji území, s přihlédnutím k ohleduplnému využívání přírodních a kulturních hodnot a vede k trvalé prosperitě dané oblasti, aniž by ohrozil uspokojení potřeb budoucích generací.

Výkladový slovník cestovního ruchu definuje udržitelný rozvoj jako „*takový rozvoj, který současným i budoucím generacím zachová možnost uspokojovat jejich základní potřeby a současně nesnižuje rozmanitost přírody a zachovává přirozené funkce.*“ (Zelenka, Pásková, 2012, p. 591)

Dle organizace CzechTourism (2015) je udržitelný rozvoj cestovního ruchu takový, který zajišťuje nynější potřeby účastníků cestovního ruchu a přitom pomáhá k rozvíjení oblasti. Věnuje také pozornost šetrnému využívání přírodních a kulturních atraktivit, které vedou k dlouhodobé prosperitě daného území.

2.3 Cestovní ruch venkova

Specifickou a rozvíjející se formou cestovního ruchu je venkovský cestovní ruch neboli cestovní ruch venkova. Cestovní ruch je spojován s venkovem už od poloviny 19. stole-

tí, tudíž není v těchto oblastech novým fenoménem, jak by se mohlo na první pohled zdát. (Navrátil, 2012)

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (2007) popisuje venkovský cestovní ruch jako „*druh cestovního ruchu s vícedenním pobytem a s rekreačními aktivitami na venkově. Jde např. o pěší turistiku, jízdu na kole či na koni, pozorování domácích zvířat a péče o ně, konzumace potravin vyprodukovaných na farmě. Jeho rozvoj souvisí s rozvojem venkova, budováním turistických tras a cyklostezek, s rozvoje farem a alternativního zemědělství.*“ (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007, p. 9)

Drobná s Morávkovou (2007) uvádějí venkovský cestovní ruch jako formu cestovního ruchu, která využívá zachovalou přírodu, kulturní a společenský potenciál krajiny ke zvýšení zájmu městských obyvatel o tento cestovní ruch.

Orieška (2010) ve své publikaci Služby v cestovním ruchu navíc rozděluje venkovský cestovní ruch do tří forem. První formou je agroturismus, který je spojený s dovolenou na statku, kde je účastník tohoto cestovního ruchu ubytovaný u agropodnikatele nebo v zemědělském hospodářství. Agroturismus využívá místní zdroje a suroviny, je spjat s poznáním života a práce na vesnici, s účastí na farmářských činnostech a také s poznáním místních zvyků a tradic. Má několik společných rysů s udržitelným cestovním ruchem. Formou agroturismu je ekoagroturismus, který se realizuje na ekologicky hospodařících farmách, které nevyužívají k pěstování rostlin a chovu zvířat žádná umělá hnojiva, chemikálie či hormonální přípravky. Poslední formou je ekoturismus, který je spojen s pozorováním, poznáváním a turistikou v přírodě. Uskutečňuje se především v přírodních rezervacích, národních parcích, chráněných krajinných oblastech apod. Je často spojován s cykloturistikou. Rozvoj venkovského cestovního ruchu pomáhá rozvoji venkova například vytvářením nových pěších tras, cyklostezek, místních muzeí a skanzenů, podporuje oživení tradičních řemesel, zvyků a tradic.

2.4 Kulturní cestovní ruch

Jednotlivé definice kulturního ruchu nejsou jednotné a dají se definovat mnoha způsoby. Světová organizace cestovního ruchu (WTO) definuje kulturní cestovní ruch jako „*pohyb osob především z kulturních důvodů: jako jsou studijní cesta, umělecké představení, kulturní zájezd, cestování na festival a další akce, návštěva památek a sídel, cesta*

za poznáváním přírody, folklórem, uměním či poutěmi.“ (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008)

Dle Oriěšky (2010) je kulturní cestovní ruch taková forma cestovního ruchu, která je zaměřená na poznávání památek a přírody, historie, tradic a zvyků, kulturně-společenských zařízení, ale také kultury jiných národů. Kulturně-společenské aktivity plní nejen zábavnou, ale i východně vzdělávací funkci a tím se podílejí na rozvíjení duchovní stránky obyvatele.

Hesková, Beránek, Dvořák, Novacká, Oriěška, Šittler (2011) uvádí, že kulturní cestovní ruch poskytuje uspokojování potřeb lidí, kteří jsou motivováni možnostmi poznávání kulturních atraktivit, kultury a způsobu života místních obyvatel navštívených cílových míst, příležitostí užít si zábavu, rozptýlení se apod. Vyznačuje se návštěvou muzeí, výstav, kulturních památek, archeologických nalezišť, hudebních, divadelních a filmových festivalů, společenských a náboženských akcí. Kulturní cestovní ruch také představuje vzdělávání účastníků cestovního ruchu a to nejen po stránce historické, ale i po stránce sociální a ekonomické, kdy seznamuje účastníky s ekonomickou situací navštíveného místa. Často se kombinuje i s jinými druhy cestovního ruchu, především lázeňským, rekreačním, zdravotním, kongresovým a incentivním cestovním ruchem. Tato definice je také doplněna o populární formu, která je v dnešní době stále více oblíbená, především mezi mladými lidmi, a jedná se o studium v zahraničí, odborné kurzy, letní univerzitní stáže apod.

Kulturní cestovní ruch umožňuje vzájemnou výměnu kulturních prvků, podporuje nárůst kulturní rozmanitosti a je také klíčovým nástrojem pro zachování a chápání hodnot kulturního dědictví. (European Association of Historic Towns and Regions, 2015)

2.5 Tradice a zvyky

2.5.1. Význam pojmu tradice

Ottův slovník naučný vymezuje pojem tradice jako „*Tradice (lat. traditiv), podání, zvl. Ústní podání čili vypravování z dob dávno minulých, jež přechází z pokolení na pokolení cestou pouze ústní, nesouc ustáleno písmem. V širším slova smyslu možno zahrnouti v pojem t. vše, co nazýváme moderním slovem folklóru, tj. nejen národní pověsti a po-*

hádky, písně a pořekadla, ale i zvyky, pověry a slavnosti, pomysly bájeslovné, ano i výkony řemeslné a umělecké, jaké se jeví na stavbách apod.“ (Otto, 1906, p. 626)

Také slovník spisovného jazyka českého (ÚJČ AV ČR) vysvětluje pojem tradice a to jako „*souhrn ustálených zvyklostí, obyčejů zachovávaných pokoleními, názorů a myšlenek přecházejících z generace na generaci.*“ (Ústav pro jazyk český, 2011)

2.5.2. Význam pojmu zvyky

Pojem zvyky nalezneme též na stránkách Akademie věd České republiky, kde je definovaný jako „*tradiční obyčeje charakteristické pro urč. společenský celek, přecházející z pokolení na pokolení.*“ (Ústav pro jazyk český, 2011)

Tradice a zvyky vychází z přehledu odborné literatury. Tyto tradice a zvyky budou doplněny o stále dodržované tradice v městysi Mohelno, které můžeme rozdělit do čtyř hlavních okruhů podle ročního období.

a. Jaro

Jarní období trvající tři měsíce bývá často označováno za nejkrásnější úsek českého roku. Nejen že se prodlužují dny, ale začíná se oteplovat, rodí se mláďata, kvetou stromy a keře a přilétají ptáci z teplých krajín. V řadě zvyků nacházíme motivy jara jako příslib šťastné budoucnosti. (Langhammerová, 2008)

- **Velikonoce**

Velikonoce jsou tradiční oslavou jara, současně také nazývané Svátky jara. V minulosti byly tyto svátky považovány za významnější než Vánoce. Například ve Francii a Německu je tomu tak dodnes. U nás se v současnosti tento svátek v rodinách dodržuje alespoň v minimální míře, převážně v podobě občůzek s pomlázkou po příbuzných a známých. (Šottnerová, 2009)

Velikonoce mají kořeny v pohanské tradici a jako ostatní náboženské svátky v průběhu let podlely křesťanské církvi. Jedná se o nejvýznamnější křesťanské svátky. Jsou oslavou vzkříšení Ježíše Krista. V dřívějších dobách křesťané toto vzkříšení slavili každou neděli. Až roku 352 našeho letopočtu církev určila, že na Kristovu mučednickou smrt budou všichni vzpomínat v jediném období v roce. Velikonocům není stanoveno konkrétní datum. V průběhu několika století rozhodla církev, že den Kristova vzkříšení by se měl uctívat vždy v první neděli po prvním jarním úplňku. Velikonocům se proto říká

pohyblivé svátky a mohou být kdykoliv mezi 22. březnem a 25. dubnem. (Tinková, 2010)

- **Velikonoce v Mohelně**

Nejdůležitějšími dny, které se slaví, jsou Bílá sobota, Velikonoční neděle a Velikonoční pondělí. Před těmito dny dělá většina domácností jarní úklid a zdobí své domy například vyfouklými a namalovanými vajíčky, které jsou jedním z nejtypičtějších atributů Velikonoc. Na Velký pátek se skupina dětí společně s místními dobrovolnými hasiči schází na řehtání, které bývá v pravidelných intervalech a to ráno a navečer. Toto se opakuje i na Bílou sobotu, kdy se většina rodin schází se svými příbuznými. Na Velikonoční pondělí pak kluci chodí na mrskut. S pomlázkou a košíkem chodí na místní děvčata, která je za vyšlehání a říkanku „Hody, hody, doprovody“ odmění malovaným vajíčkem nebo čokoládovým zajíčkem. Když chlapi nestihnou obejít děvčata do poledne, mají na ně děvčata nachystaný kbelík s vodou. Dříve také chodila po poledni na mrskut děvčata. Ta chodila na kluky s vařečkami. Tento zvyk se ale již nedodržuje.

- **Pálení čarodějnic**

Už od středověku lidé věřili, že existují dny, kdy mají zlé síly nejsilnější a největší moc, než v kterékoliv jiné dny. Jedním z nich byla poslední dubnová noc. V těchto dobách lidé věřili, že nejvíce škodí a ubližují čarodějnice. Představovali si je jako nadpřirozené bytosti nebo jako zlo seslané na zem v podobě staré ženy. (Vondruška, 2005)

Šottnerová (2009) ve své publikaci uvádí, že není přesně určeno, kdy tento zvyk vznikl. Důležitým znakem byl oheň a víra lidí v jeho sílu a ochrannou moc před zlem. Symbolem zla, negativní moci, původcem všech neduhů a nemocí byla čarodějnice. Pálení těchto figurín tak představovalo očistu lidí, přírody a zvířat. V minulosti existovala i sletišť čarodějnic, tedy oblasti kde se dříve čarodějnice slétávaly, k nejznámějším patří například Petrovy kameny v Jeseníkách.

- **Pálení čarodějnic v Mohelně**

Pálení čarodějnic je v Mohelně již dlouholetou tradicí. Den před 30. dubnem místní dobrovolní hasiči postaví u víceúčelového hřiště velkou vatru. Do hranice z dříví pak upevní slaměnou figurínu nastrojenou do různých starých hadrů, která má symbolizovat čarodějnici. 30. dubna se pak koná samotná slavnost, kdy se děti přestrojí za čarodějnice a společně se svými rodiči přijdou navečer na místní hřiště, kde se koná zábava. Součástí celé akce je i občerstvení a k poslechu a tanci hraje hudba. V minulých letech se na

slavnosti konalo i vyhlášení Miss čarodějnice. Vždy až se setmí, zapálí se vatra, ve které se spálí i vyrobená čarodějnice a celou akci pak završí ohňostroj a barevné dělobuchy. Pálení čarodějnic se původně konalo na hadcové stepi, což se ovšem nelíbilo ochranářům a konání této akce zde zakázali.

- **1. máj**

„Kořeny této tradice sahají pravděpodobně hluboko do minulosti. Předchůdcem byly nejspíš prastaré slavnosti vítající nové jaro. Ústředním zvykoslovným předmětem je máj neboli májka, májek - ověncený strom symbolizující jaro a lásku.“ Májky, teda menší máje byly věci spíše osobních vztahů. Mládenci je stavěli před domy nebo ve dvorech svých dívek a tím jim vyjadřovali svou lásku. Tradice, která pochází spíše z městského prostředí, jsou tzv. majálesy. Většinou se konají pod záštitou studentů, kteří doprovázejí hubou a zpěvem prochází městem v pestrobarevném průvodu masek a kostýmu. Tyto slavnosti se u nás drží dodnes. (Šottnerová, 2009, p. 58)

- 1. máj v Mohelně

Měsíc květen je symbolem pro čas lásky. Místní chlapi a muži proto berou svoje přítelkyně a manželky 1. máje pod kvetoucí strom, nejlépe pod rozkvetlou třešeň, kde musí být žena podle tradice políbena, jinak do roka „uschne“.

- b. Léto*

Jedná se o nejteplejší a nejplodnější část roku. V tomto období dozrává ovoce a obilí. Hlavními zvyky léta jsou poutě, letnice a svátky letního slunovratu. Součástí lidových slavností na prahu léta jsou různé druhy proseb – za úrodu, zdraví, sílu, hodnoty nutné ke zdárnému překonání nejvýznamnějších úkolů roku, sklizně. (Langhammerová, 2008)

- **Boží tělo**

Tato křesťanská slavnost se koná na počátku léta, čtyřicátý den po Zeleném čtvrtku a je uskutečněna k připomínce podstaty eucharistie, zpřítomnění Krista v hostii. „Hlavní veličinou obřadu je Kristovo tělo, reálně zpřítomněné v hostii, umístěné v monstranci. S ní kněz v obřadním průvodu kráčí obcí v pomyslném kruhu kolem kostela a návsi se zastávkami u čtyř polních oltářů. Uctívání Kristova těla je více než tradiční. V duchu starých mýtů je nejúčinnější prosba či oběť přinášena panenskými dívkami, u nás družkami. Symbolickou obětí jsou živé, čerstvě natrhané květy, které se sypou na zem jako živý koberec.“ Celá slavnost je doprovázena zvoněním zvonů, zpěvem nábožen-

ských písní, vůní kadidla a slavnostními kněžskými rouchy. (Langhammerová, 2008, p. 52)

- **Boží tělo v Mohelně**

Boží tělo je svátkem pohyblivým. Slaví se druhou nedělí po Svatodušní neděli, což bývá v rozmezí od 21. května do 24. června. V okruhu od kostela přes městečko, jak se říká místní návsi, stojí čtyři oltáře, ozdobené čerstvými květinami, které se v průvodu obcházejí. Tento okruh ale býval za minulého režimu zakázán a muselo se chodit jen okolo kostela. Po převratu se k chození po dědině vrátilo. Ve slavnostním průvodu jdou nejprve mladé dívky, které jsou svátečně oblečeny a v ruce nesou košíček s lístky růží a pivoňek, která házejí na cestu. Za nimi kráčí kněz s monstrancí s hostií a průvod pokračuje ostatními účastníky Božího těla. Slavnost končí u hlavního oltáře.

- **Pout'**

Podle Šottnerové (2009) je pout' cesta nebo putování do svatého místa. Tato místa se stala významná tím, že se zde stalo něco mimořádného, například nějaký zázrak nebo se zde zjevil svatý. Věřící člověk tam putoval, aby učinil pokání a v modlitbách děkoval Bohu. Nejprve se navštěvovala hlavně místa spojená s Ježíšem Kristem, později vznikala poutní místa i jinde. Motlová (2010) je doplňuje o poutě místní, které se začaly pořádat každoročně a to k počtě patrona, jemuž byl zasvěcený kostel v obci.

Současná doba dává poutím jiný smysl než jen náboženský. Lidé se sem chodí především bavit, vzpomínat nebo také rozjímat. K poutím neodmyslitelně patří různé stánky s perníkovým pečivem, cukrovou vatou, marcipánem, apod. Dále jsou součástí poutě kolotoče a různé atrakce pro děti nebo střelnice. (Šottnerová, 2009)

- **Pout' v Mohelně**

Pout' v Mohelně se každoročně koná druhý srpnový víkend. Přípravy na pout' začínají už v pátek, kdy místní mohelenská chasa připravuje radniční dvůr na pout'ovou zábavu. Zdobí se podium pro kapelu, chystají se prostory pro občerstvení, stoly na sezení nebo se staví přístřešky (stany), kdyby bylo nepříznivé počasí. Druhý den, tedy v sobotu ráno má chasa sraz před kostelem. Než se v průvodu přemístí na mši, děvčata s trojbarevných pentlí udělají mašli, takzvané právo, do které vsazují malou větvíčku krušpánku. Pentle jsou v barvách trikolory, tedy červené, bílé a modré. Právo dělají nejen pro sebe, ale i pro svého stárka. Na mohelenskou pout' jsou chlapi oblečeni do černých společenských kalhot a bílé košile, dívky na sobě mají bílou košili nebo halenku a černou sukni. Když se chasa seřadí do zástupu, vpředu s hlavním stárkem a s hlavní stárkovou, spo-

lečně se přesunou do kostele na mši. Po mši se opět shromáždí všichni stárci a stárky před kostelem, kde s připravenou kapelou zatancují valčík a polku. Poté se přemístí před místní hospodu, nacházející se kousek od kostela, kde se rozdělí do koleček. V každém kolečku bývají čtyři páry. Holky si na cestu nachystají košíčky či ošatky, do kterých si dají krušpánek a také dřevěné pokladničky, kam místní chasa přispívají nějakou částkou. Chasa s sebou také po Mohelně vozí demižon s vínem, které stárci nalévají místním obyvatelům. Když je vše připraveno a nachystáno, udělá chasa opět zástup, v čele s hlavními stárky a společně průvodem jdou k panu starostovi. Od pana starosty se pak rozdělí na určená kolečka, hlavní stárci určí, které kolečko půjde jakou stranu ulice a společně s kapelou obchází Mohelno. Chodí od domu k domu a zvou místní na večerní pouťovou zábavu na radničním dvoře. Rozdávají krušpánek a nalévají víno a místní jim za to přispějí do pokladničky či dá nějaké pohoštění. Když pak stárci zdárně obejdou celé Mohelno a pozvou všechny na zábavu, přemístí se společně na radniční dvůr, kde se koná zábava. Bujaré veselí trvá až do ranních hodin. Na obrázku č. 1 můžete vidět stárky společně s panem farářem o mohelenské pouti.

Obrázek 1: Mohelenská pouť



Zdroj: archiv autora

c. Podzim

Dny se začínají zkracovat a bývají chladnější, pro mnoho lidí nejméně oblíbená část roku – podzim. Ze stromů opadává listí, rostliny odkvétají, obilí je sklizeno a příslib šťastné budoucnosti je v nedohlednu. Pro lidi z venkova ovšem býval podzim obdobím

odpočinku, obdobím, kdy mívali velké zásoby potravin a měli čas na svou rodinu. Proto se cítili povinni za tyto dary matce Zemi poděkovat a řada tradic a zvyků je těmito podněty prostoupena. (Langhammerová, 2008)

- **Hody a posvícení**

Nejveselejšími dny na podzimu bylo v Čechách posvícení, na Moravě tomu byly hody. Jsou to oslavy hojnosti, radost nad uloženou sklizní z polí a zahrad. České posvícení či moravské hody byly brány jako výroční slavnost, které se účastnila celá vesnice. Této slavnosti předcházely náležitě přípravy, jako úklid domu i dvoru, příprava místa na tancování a místních zvyklostí nebo chystání jídla na velké vaření a pečení. Na Moravě měly a dodnes mají hody ráz slavnostnější a obřadnější. (Motlová, 2010)

- **Krojované hody v Mohelně**

Krojované hody v Mohelně mají již dlouholetou tradici. Konají se pravidelně o třetím říjnovém víkendu, na svátek Havla. Tato tradice je největší v Mohelně a sjíždí se na ni i příbuzní ze vzdálených měst. Krojované hody pořádá místní mohelenská chasa, která se skládá jen z místní mládeže. Nejvíce starostí má však hlavní stárek s hlavní stárkovou, kteří jsou stejní jako na srpnovou pouť a každý rok se mění. Pro většinu dívek a chlapců je to čest, být těmi hlavními. Přípravy na hody trvají už od září, kdy se chasa schází v místní sokolovně každý pátek, kde nacvičují moravskou besedu, učí nové stárky tancovat polku a valčík a společně zpívají lidové písně. Samotné hody začínají až v sobotu, chasa ale připravuje a zdobí sokolovnu už od středy či čtvrtka. V pátek pak naposledy nacvičují besedu i s nástupem.

SOBOTA

V sobotu ráno jezdí chlapci s hlavním stárkem do lesa pro máji. Smrk bývá vysoký většinou okolo 30 metrů. S velkou májí dovezou holkám na nazdobení ještě menší májky, které se umístí k cedulím Mohelna, k hlavní stárkové a k hlavnímu stárkovi před dům a také se jimi zdobí sokolovna. Mezitím než kluci dovezou máje holky dozdobují sokolovnu, chystají bary a uklízí všechny prostory. Poté co chlapci dorazí, jim dají děvčata nachystané svačiny, které si pro každého stárka stárková připravila. Holky pak nazdobí dovezené májky a velkou máj, kterou umístí do předem připravené díry před sokolovnou jeřáb. Ta se musí po celou dobu (i v noci) hlídat před zloději z okolí. Na májku, která je upevněna uprostřed sokolovny a kolem které se tančí moravská beseda, se kromě krepových barevných proužků věsí malé buchty, které pak stárci a stárky o večerní

zábavě jí. Když je vše v sokolovně nachystané, jdou se nachystat i stárci a stárky. Mohelno nemá místní kroje, a proto se každý rok půjčují. Holčičí kroj se skládá ze tří bílých naškrobených spodniček, bílé košile, naškrobené květované sukně, barevné vestičky, vyšívané zástěrky, dlouhé široké barevné pentle, která se zavazuje okolo pasu a vyšívaného límce, který si děvčata spínají vlastní broží. Je doplněn o černé punčochové kalhoty a černé kozačky. Hlavní stárková mívá o jednu spodničku více, její kroj je více barevný a vyšívaný. Děvčata většinou navštěvují i kadernici. Od ostatních děvčat se hlavní stárková liší čelenkou z květů, kterou má připevněnou k účesu. Chlapecký kroj se skládá z bílé košile, tmavě modrých až černých kalhot s koženým páskem, vyšívané vesty a zdobeného klobouku. Kroj je doplněn černými koženými holínkami. Hlavní stárek se od ostatních liší bílým kohoutím pérem zapíchnutým v klobouku. Poté co se stárci nachystají, sejdou se na domluvený čas v sokolovně, kde dívky uváží sobě i chlapcům na vestičku právo, stejně jako bývá na pouť, akorát uprostřed maše bývá místo krušpánu rozmarýn. Než začne hodová zábava, jdou stárci v průvodu na místní hřbitov, kde zapálí svíčku a dají květinu mladým lidem nebo dětem, kteří nedávno zemřeli. Od hřbitova se jde průvodem do místní hospody, kde se zaspívá a odtud se jde průvodem už do sokolovny. V sokolovně stárci zatancují moravskou besedu, od hodového policajta, který má chasu na starost převezmou hodové právo a poté co si zatančí hlavní stárek se svojí stárkovou a všichni stárci, začíná konečně hodová zábava.

NEDEĚLE

V neděli ráno chodí na osmou hodinu holky k hlavní stárkové a kluci k hlavnímu stárkovi na snídani. Poté co se chlapci nasnídají, jdou průvodem společně s kapelou k hlavní stárkové pro děvčata. Před domem utvoří všichni kruh, ve kterém tančí hlavní stárková s tatínkem a hlavní stárek s maminkou hlavní stárkové. Odtud se jde průvodem k panu starostovi, kde se dělá i společná fotografie. Poté se rozdělí do koleček a rozptýlí se po Mohelně. Holky nesou ošatky s rozmarýnem a dřevěné pokladničky, chlapci pak láhve s vínem, které nesmí na hody chybět. Zvoní od domu k domu a zvou místní navečer do sokolovny na cimbálovou muziku a moravskou besedu, která se večer opět tančuje. Místní pak stárky hostí různým občerstvením. Když zdárně obejdou celé Mohelno, udělá chasa opět zástup a společně jdou do sokolovny, kde zatancují besedu. Po besedě každý ze stárků předá svoje hodové právo. Právo může předat, komu chce, například tatínkovi, mamince, přítelkyni nebo kamarádovi, kteří s nimi pak musí jít tancovat. Po odtancování polky či valčíků nastává „pohřeb“ hlavního stárka. Na velkou dřevěnou

desku se hlavní stárek položí, ostatní stárce ho zvednou, děvčata udělají průvod za nimi a za doprovodu smutného pochodu obejdou dvakrát májku uprostřed sokolovny až nakonec vynesou stárka ven. Tam se za bujarého veselí a potlesku všech zvedne hlavní stárek a hlavní stárková do výšky. Ti pak poděkují za uplynulé hody a zvolí hlavního stárka a stárkovou na další rok. Společně pak při cimbálové muzice všichni slaví konec krojovaných hodů. Na obrázku č. 2 lze vidět krojované stárky společně s dvěma hodo- vými policajty a panem starostem Mohelna, kteří jsou foceni před mohelenskou radnicí. Na obrázku č. 3 je hlavní stárková s hlavním stárkem.

Obrázek 2: Mohelenské krojované hody



Zdroj: archiv autora

Obrázek 3: Hlavní stárek a hlavní stárková



Zdroj: archiv autora

d. Zima

Zima je nejchladnější období roku, její dny jsou krátké a brzy se stmívá. Pro české vesničani znamenala zima čas odpočinku a to jak duchovního, tak fyzického. V této část roku, která je často spjata se sněhem a ledem, nastává adventní čas, po kterém přichází nejdůležitější svátky zimy, Vánoce a Nový rok. Zima je období pro soustředění se na příští rok, kdy opět nastane nový vegetační cyklus. (Langhammerová, 2008)

- **Mikuláš**

Z vyprávění o štědrosti svatého Mikuláš, kterého si připomínáme v dnešním kalendáři 6. prosince, se zrodil zvyk dávat předvečer jeho svátku, tedy 5. prosince, dětem dárky. Oslavování tohoto laskavého a štědrého světce a zvyk mikulášské obchůzky s nadílkou je u nás datováno od 13. století. Spolu se svatým Mikulášem chodí v průvodu také anděl a čert. Společně chodí tam, kde jsou děti a má pro ně dárky, které nosí on nebo anděl v koši. Často s sebou mívá knihu, aby nespletl, kdo byl hodný a kdo naopak zlobil. Těm hodným v dřívějších dobách naděloval po odříkání modlitbičky jablka, perník, vlašské ořechy nebo jinou sladkost. Zlobivé děti napomínal, aby se polepšily a těm nejzlobivějším dával k nadílce ještě brambory nebo uhlí. (Motlová, 2010)

- **Mikuláš v Mohelně**

I na mohelenské děti chodí Mikuláš společně s andělem a čerty 5. prosince. V Mohelně bývá několik takových skupinek, které chodí od domu k domu nebo tam, kde byli dopředu domluvení s rodiči. Rodiče pak připraví pro svoje ratolesti balíčky s různými sladkostmi, ovocem a někdy i drobnými hračkami. Pro zlobivé děti nechybí v balíčku kousek uhlí. Balíčky nechají například u hlavních dveří nebo dají balíček Mikuláši předem. Mikuláš, v bílém nebo červeném plášti s křížem, bílými vlasy, vousy a zlatou berlou pak společně se svojí družinou, tedy čertem v huňatém kožichu, začerněných tvářích, s rohy, ocasem a řetězem a andělem, v bílých dlouhých šatech s křídly, blondatými vlasy a hvězdou na čele, obchází děti. Ty hodné má za úkol odměnit nadílkou, zlobivým k nadílce trochu pohrozí čert a Mikuláš pokará, aby se do příště polepšily. Než dostanou děti balíček, musí říct básničku nebo zazpívat nějakou písničku. Na obrázku č. 4 můžete vidět mikulášský průvod, který navštívil jednu z místních rodin.

Obrázek 4: Mikuláš v Mohelně



Zdroj: archiv autora

- **Vánoce**

„Vánoční svátky běžné, občanské, se slaví tři dny: Štědrý den, Boží hod vánoční a svátek svatého Štěpána. Církevní Vánoce však trvají od Kristova narození o svaté noci z 24. na 25. prosinec přes Boží hod vánoční (25. 12.), svátek sv. Štěpána (26. 12.), Jana Evangelisty (27. 12.), Mlád'átek betlémských (28. 12.), Nový rok, do svátku Tří králů - Zjevení Páně (6. 1.) - dne, kdy tři králové světu oznámili „zvěstovali“ narození Ježíše Nazaretského jako Spasitele.“ (Motlová, 2010, p. 257)

Na oslavu narození Ježíše Krista se lidé vždy pozorně připravovali. Před Vánocemi bylo potřeba pečlivě uklidit, nachystat potraviny k vaření a pečení, ozdobit dům nebo postavit betlém. Štědrý den pak patřil a patří k nejvýznamnějším dnům v roce. Je to svátek pokoje, míru a lásky. Dárky si lidé dávali na Vánoce již v dávných dobách. Dárky si nejprve dávaly k betlému, který později nahradil vánoční stromeček. Vánoční stromeček si lidé v minulosti zdobili především sušeným ovocem, sladkostmi, ořechy, perníčky či papírovými ozdobami. Ozdoby si lidé na venkově vyráběli i ze slámy, dřeva nebo jiných přírodních materiálů. Na Štědrovečerní tabuli pak nechyběla ryba - vánoční kapr a bramborový salát, jako je tomu dodnes. Stůl se po večeři neuklízěl, protože se na něm nechávalo jídlo „pro duše“ zemřelých příbuzných. Po večeři následovalo rozdávání dár-

ků, které bylo výrazem přátelství a lásky. U stromečku se také zpívaly koledy, které byly symbolem veselí a radosti. (Motlová, 2010)

▪ Vánoce v Mohelně

Vánoční čas je pro mnohé nejkrásnějším obdobím v roce. Těší se na něj nejen děti, ale i dospělí. Děti proto, že přijde Ježíšek a nadělí jim dárky, dospělí pak proto, že bývá celá rodina pohromadě a užívají si svátky společně. Tak je tomu i v Mohelně. K Vánocům neodmyslitelně patří stromeček. Rodiny, které mají malé děti, zdobí vánoční stromeček už v předvečer Štědrého dne a to pozdě večer, kdy děti spí. Ty si pak ráno myslí, že stromeček přinesl Ježíšek. Je ale spousta rodin, které zdobí stromeček společně s dětmi až na Štědrý den ráno. Na stromečku nechybí barevné vánoční ozdoby a blikající světýlka. Během dne se pak rodiny dívají společně na pohádky a čekají na večer. Než usednou ke štědrovečerní večeři, jdou obyvatelé Mohelna na místní hřbitov, zapálit svíčku těm, kteří s nimi u štědrovečerní večeře již nemohou být. Na hřbitově potkají spousty známých a přejí si vzájemně šťastné a veselé Vánoce. Po návratu už se všichni těší ke štědrovečerní tabuli, na které nechybí rybí polévka, smažený kapr a bramborový salát. Po večeři přichází nejdůležitější část a to rozbalování vánočních dárků. Jakmile všichni rozbalí dárky, co od Ježíška dostali, společně se usadí, jedí cukroví a dívají se na pohádky. V deset hodin večer se pak koná v místním kostele Půlnoční mše.

Každá rodina má na Vánoce svoje tradice a zvyky, které dodržuje. Někteří si věsí nad štědrovečerní tabuli jmelí, rozkrajují jablka, posílají lodičky z ořechových skořápek nebo lijí olovo. Také se traduje, že při štědrovečerní večeři nesmí nikdo stát od stolu, aby někdo z rodiny nezemřel. Dalším zvykem je házení střevícem. Pokud se děvčeti, které za sebe hodí střevíc, ukáže špička střevíce ke vchodovým dveřím, znamená to, že se dívka do roka vdá.

• Silvestr

Poslední den roku se začal oslavovat až ve 20. století. Dříve se Silvestr příliš neslavil, a to ani ve městech. Lidé trávili večer doma nebo oslavovali v hostincích. O půlnoci si společně slavnostně připíjeli a přáli si vše dobré do nového roku, což ovšem nebylo nic mimořádného. Velkolepé oslavy Silvestra i s odpočítáváním posledních vteřin jsou spojeny s koncem 19. století. Končil rok 1899 a začínala éra moderní doby. Od toho období je zvykem půlnoční přípitek šampaňským a také pořádání společenských oslav ve velkých prostorách. (Motlová, 2010)

▪ Silvestr v Mohelně

V Mohelně se již 6 let slaví Silvestr netradičně. Místní zastupitelstvo se rozhodlo, že místo příspěvku na půlnoční ohňostroj, raději investují peníze do silvestrovské zabijačky. A tak se už šestým rokem schází ve 14 hodin všichni místní u sochy svatého Jana Nepomuckého, kde mohou ochutnat zabijačkové speciality. Nechybí zde tlačěnka, tatarák s topinkou, jitrnice a jelita, klobásy a mnoho dalšího. Na zahřátí je tu připraven punč nebo svařák a pro děti ovocný čaj. Chodí sem mladí i staří a společně pak tráví poslední den v roce. Večer už slaví Silvestra každý dle svého gusta. Někdo doma s rodinou, jiní společně v místní restauraci. O půlnoci se pak všichni sejdou u rozsvíceného stromu před kostelem a přejí si šťastný nový rok.

Obrázek 5: Mohelenská silvestrovská zabijačka



Zdroj: archiv autora

• **Tři králové**

„Ježíšův apoštol Matouš se ve svém evangeliu zmiňuje o třech mudrcích, kteří prostřednictvím nové hvězdy hledali místo, kde se narodilo božské dítě. Chtěli se mu poklonit a předat vzácné dary: kadidlo, zlato a myrhu. V evangeliu sv. Matouše se nehovoří o tom, kolik jich bylo, jak se jmenovali. Vypravuje se zde o mudrcích z Východu, kteří vykonali u dítěte Ježíše svou obřadnou návštěvu. Až později vznikla křesťanská legenda, která ustálila počet na těch a dala jim jména - Caspar (Kašpar), Melichar a Baltazar. Tento den byl významný tím, že byl pokřtěn Ježíš, až později se 6. ledna začal slavit

lidový svátek Tří králů. Tímto svátkem je završeno vánoční období.“ (Šottnerová, 2009, p. 11)

Tříkrálová obchůzka byla posledním koledováním z vánočního období. Většinou chodili tři chlapci, přestrojeni za krále. Ty připomínali papírovými korunami na hlavách. Na sobě měli většinou přepásané bílé košile a ten třetí, „černý vzadu“ míval i kousek tmavšího oblečení. (Motlová, 2010)

- **Tři králové v Mohelně**

Pro většinu obyvatel Mohelna znamená 6. leden návrat do běžných životů po odpočinku o vánočních svátcích. 6. ledna, tedy na svátek Tří králů obcházejí koledníci domy a v každé domácnosti zpívají tříkrálovou koledu „My tři králové jdeme k Vám, štěstí, zdraví přejeme Vám.“ Koledníci pak dostanou od rodiny finanční příspěvek, který slouží k charitativním účelům. Mohelenští koledníci se skládají jak z chlapců, tak děvčat. Na sobě mají bílé kostýmy a žluté papírové koruny. Jeden z koledníků, který představuje Baltazara, má obličej a ruce učerněné barvou. Po zazpívání koledy a přijetí finančního příspěvku, napíší na horní rám dveří K + M + B (Kašpar, Melichar a Baltazar).

- **Masopust**

Masopust začíná vždy po svátku Tří králů, tedy 7. ledna a končí v závislosti na datu Velikonoc, tedy v rozmezí od 3. února do 9. března. Masopust je vytvořen ze dvou slov (maso a půst). V jiných slovanských jazycích je půst chápán jako upuštění od masa. V češtině má však význam opačný, tedy období hodování a zábavy. První zmínky o masopustu pocházejí ze středověku, ale tyto slavnosti veselí, jídla a dovádění v převlecích a maskách, jsou mnohem starší. (Motlová, 2010)

Dřívější masopustní zvyky se od těch nynější o moc neliší. Veselý masopustní průvod obcházel stavení po stavení s bujarým zpěvem a tancem. Zorganizovat masopustní zábavu dostala za úkol mládež, která v tomto období, kdy práce na poli měly teprve začít, měla dostatek nevyužitých energie. V období mezi Vánoce a Masopustem se na vesnici konaly také zabijačky. Zabijačkové pochoutky pak byly nedílnou součástí masopustního hodování. (Šottnerová, 2009)

- **Masopust v Mohelně**

Ostatky, jak se masopustu v Mohelně říká, mají v Mohelně dlouholetou tradici. Jejich datum je pohyblivé, ale převážně bývá na začátku února. Ostatky se konají v sobotu a pořádají je místní dobrovolní hasiči. Masky mají sraz v sobotu ráno před místní hos-

podou, odkud průvodem obchází celé Mohelno. Společně s kapelou, která jim po celou dobu hraje na cestu, obchází dům po domu, kde zvou místní na večerní ostatkovou zábavu. Ti jim za pozvání dají finanční příspěvek a nasmažené koblížky s marmeládou, které nesmí na ostatky chybět. Průvod je velmi pestrý a rok od roku jsou masky nápaditější. Nechybí ani nazdobená bryčka tažená dvěma koňmi. Po zdárném obejití Mohelna se všechny masky a místní sejdou na ostatkové zábavě, která se koná v hospodě. Součástí zábavy je i vyhlášení nejlepší masky ostatků.

Obrázek 6: Mohelenské ostatky



Zdroj: archiv autora

- **Karneval**

Karnevaly se konají nejčastěji v masopustním období. Český výraz „karneval“ má původ v latinských slovech „carne vale“, což v překladu znamená „sbohem maso“. Nejslavnější a také největší je karneval v Rio de Janeiru, který je vyhlášený obrovským průvodem se spoustou vozů a tanečníků v různých kostýmech a maskách. Společným znakem masopustu a karnevalu je zábava, tanec, zpěv a hudba. Maškarní karneval býval dříve záležitostí dospělých. V současnosti se však více organizují karnevaly pro děti. (Šottnerová, 2009)

- Karneval v Mohelně

Již tradičně pořádá základní škola Mohelno v únoru dětský karneval. Na maškarní bál se sjedou rodiče s dětmi i z okolních obcí a vesnic, proto je vždy účast vysoká. Pro děti je připravena spousta zábavy, her a nechybí ani hudba k tanci a poslechu. Dobře postaráno je i o rodiče dětí, kteří se nejen zúčastňují některých her společně s dětmi, ale je pro ně připraveno i občerstvení. Součástí karnevalu je i dětská tombola a nechybí ani vyhlášení nejhezčí a nejoriginálnější masky.

Obrázek 7: Mohelenský dětský karneval



Zdroj: archiv autora

2.6 Destinace cestovního ruchu

Ačkoliv faktory, které přitahují turisty do destinace cestovního ruchu, se mohou na první pohled lišit, je důležité si uvědomit, že skutečný zážitek, který prožíváme nám, poskytuje navštívené místo, město nebo země. V rámci odvětví cestovního ruchu mají destinace konkurenceschopné faktory. Cestovní ruch destinace obsahuje řadu prvků, které se navzájem kombinují a lákají tak návštěvníky k dovolené nebo k jednodenní návštěvě. Zpravidla existují čtyři základní prvky, které přitahují návštěvníky strávit jejich dovolenou v destinaci za určitým účelem: 1. atraktivita daného místa, to znamená

odlišnost hlavních atraktivit přitažlivých pro návštěvníky jedné destinace od druhé; 2. zastavené prostředí, tedy fyzické dispozice místa určení, včetně nábřeží, promenád, historických čtvrtí a komerčních zón, hlavních prvků infrastruktury, jako jsou silniční a železniční sítě; 3. poskytování služeb, tedy základních služeb usnadňujících návštěvníkovi pobyt jako je například ubytování, stravování, místní doprava, ale také služeb doplňkových jako jsou sportovně-rekreační služby, směnářské služby, apod. a 4. sociální rysy, například způsob života místních obyvatel, jazyk, místní tradice a zvyky a příležitosti společenského setkání. (Sigala, Leslie, 2005)

Hesková, Beránek, Dvořák, Novacká, Oriška, Šittler (2011) ve své publikaci vymezují pojem destinace cestovního ruchu z dvojího hlediska. Za prvé může tento pojem představovat cílové místo cestovního ruchu nebo za druhé také produkt cestovního ruchu spojený s daným místem. Obecně je to tedy místo, které si zvolil účastník cestovního ruchu pro svoji návštěvu a je vybaveno vhodnými atraktivitami ve spojitosti se zařízeními a službami cestovního ruchu.

Podobně vymezuje pojem destinace cestovního ruchu i Výkladový slovník cestovního ruchu, kdy autoři Zelenka a Pásková (2012) tuto definici rozšířili o mezinárodní návštěvníky, pro které je destinace buď celá navštívená země, region nebo jen město.

2.7 Produkt destinace

Produkt destinace je v nynější praxi turismu často používaným pojmem. Vymezení pojmu ovšem není jednoznačné a závisí na tom, v jakém významu se o produktu destinace hovoří. Produkt může být v určitém kontextu například koupání v moři, prohlídka zámku, prodloužený víkend v Paříži nebo leták s informací o Praze. Produkt lze vesměs vymezit jako „...*cokoli, co lze na trhu nabídnout, co získá pozornost, co může sloužit ke spotřebě, co může uspokojit nějaké přání nebo potřebu*“. (Palatková, 2011, p. 49)

Hesková, Beránek, Dvořák, Novacká, Oriška, Šittler (2011) popisují produkt cestovního ruchu jako vše, co vytvoří komplex zážitků, které jsou poskytovány na trhu cestovního ruchu a mají schopnost vyhovět potřebám návštěvníků.

Malá encyklopedie cestovního ruchu také vymezuje produkt cestovního ruchu jako souhrn konkrétních hodnot, které slouží k uspokojení účastníků cestovního ruchu, ale navíc hodnoty dělí na materiální (např. zboží) a nemateriální (služby). (Čech, 1998)

Je tedy zjevné, že se produkt cestovního ruchu značně liší od běžných spotřebitelských produktů. Zcela odlišné na něm je, že jsou do jeho ceny započítávány i hodnoty, které nejsou vytvářeny samotnými poskytovateli. Typickým příkladem může být situace, kdy si poskytovatel ubytovacího zařízení v přímořském letovisku účtuje příplatek za pokoj s výhledem na moře. Tento výhled přitom není ničím majetkem, jedná se o veřejný statek.

2.7.1. Vlastnosti produktu

Mezi základní vlastnosti produktu cestovního ruchu patří:

- *Neskladovatelnost*: Produkt není možné skladovat nebo někde uchovávat, zákazník cestovního ruchu musí za produktem přijet. Dochází tu k situaci, kdy si zákazník kupuje produkt ve chvíli, v níž ještě nebyl produkt vyprodukován. Je totiž vytvořen a spotřebováván současně v jednom okamžiku, a to teprve tehdy, kdy zákazník danou destinaci navštíví.
- *Nehmatatelnost*: Služby, které vstupují do produktu, nemůžeme vnímat smysly tak jako výrobek. Nemůžeme je například uchopit či osahat. Část služeb má však i materiální podstatu, například jejím zaznamenáním na fotografii, CD, DVD atd., jejímž prostřednictvím lze službu vidět, slyšet či uchopit.
- *Nemateriálnost*: Nemateriálnost souvisí s vysokou spotřebou živé práce, jelikož poskytování služeb vyžaduje přispění zástupců producenta nebo zprostředkovatele v místě jejich poskytování (číšník, delegát, recepční v hotelu, aj.).
- *Komplexnost*: Dalším významným znakem produktu cestovního ruchu je komplexní uspokojování různých, vzájemně se podmiňujících potřeb, kdy uspokojení jedné potřeby určitou službou podmiňuje uspokojení další potřeby jinou službou. Z toho vyplývá, že jedna špatně poskytnutá služba v balíčku služeb může mít negativní vliv na hodnocení celého produktu.
- *Zastupitelnost*: Možnost nahrazení jedné služby druhou, například místo vlakové přepravy, přeprava letadlem. (Orieška, 2010)

Palatková a Zichová (2011) dále zdůrazňují, že jsou služby cestovního ruchu výrazně sezónního charakteru.

2.7.2. Složení produktu

Palatková (2006) ve své publikaci dělí produkt do dvou oblastí, přičemž výsledná podoba produktu vzniká jejich kombinací:

- oblast fyzická – souhrn předpokladů destinace, ubytovací kapacity, infrastruktura;
- oblast symbolická – souhrn představ o obrazotvornosti o destinaci.

Podobně uvažují i Middleton, Fyall, Morgan a Ranchhod (2009), kteří dělí produkt cestovního ruchu do pěti částí:

- prostředí a atraktivity destinace;
- vybavení a služby v destinaci;
- přístup do destinace;
- představy o destinaci;
- cena produktu pro zákazníka.

Podle Palatkové a Zichové (2011) lze do pojmu produkt cestovního ruchu zahrnout i služby poskytované před zahájením pobytu (např. možnost rezervace, poskytování informací a jejich kvalita) a po ukončení pobytu (např. vyvolání fotografií, dodatečné benefity apod.).

2.8 Jižní Morava

Turistický region Jižní Morava se rozprostírá přes celé území Jihomoravského kraje a přes část kraje Zlínského. Ve středu jižní Moravy leží město Brno, druhé největší město v České republice. Pro účely cestovního ruchu je region Jižní Morava rozdělen do pěti turistických oblastí. Tou první oblastí je samotné město Brno a jeho okolí. Na jihu regionu se rozprostírá druhá oblast Jižní Moravy a to Lednicko-valtický areál s nejrozsáhlejší komponovanou krajinou na světě, zapsanou na seznamu světového dědictví UNESCO. Severně od Brna se rozkládá další turistická oblast, Moravský kras. Je to krasová oblast s více než tisícovkou jeskyní a proslulou propastí Macocha. Čtvrtou turistickou oblastí je Slovácko a poslední oblastí je Znojemsko s Národním parkem Podyjí. (CzechTourism, 2010)

Region se může pyšnit velkou zaměstnaností v oblasti služeb. Změna ekonomiky z průmyslu a zemědělství do oblasti služeb se kladně promítá v měřítku malých obcí do rozvoje cestovního ruchu. Jedinečností kraje jsou také dobré přírodní podmínky pro pěstování vinné révy, která je nejen symbolem Jižní Moravy, ale přispívá k rozmachu cestovního ruchu v regionu. Vinařských oblastí zde nalezneme celou řadu a to např.

Znojmo, Mikulov, Bzenec nebo Strážnice. Pro Jižní Moravu je též typický folklór. Ten není jen pouhým představením pro turisty, ale skutečnou součástí života místních obyvatel. Některé tradice a zvyky, předávané z generace na generaci, si získaly mezinárodní proslulost. Region je bohatý i na historické památky, které dokazují, že Jižní Morava byla jedním z nejvýznamnějších center osídlení ve všech obdobích pravěkého a středověkého vývoje. Na území se nachází množství hradů a zámků. Potenciálem pro tvorbu kulturně poznávacího turismu je historická urbanistická a architektonická struktura jak center větších měst, tak malých venkovských obcí. Nabídka využití památek v cestovním ruchu se zlepšuje, ale je poměrně hodně míst a objektů, které by mohly být lépe a více využívány. Za historickými památkami nezůstávají pozadu ani přírodní krásy. Nejnavštěvovanější přírodní atraktivita regionu jsou: lužní lesy na soutoku Moravy a Dyje, biosférická rezervace na Pálavě, Národní park Podyjí nebo oblast Moravského krasu. (Regionální Informační Servis, 2013b)

2.8.1 Brno a okolí

Převažující formou cestovního ruchu v této turistické oblasti je městská, kongresová a poznávací turistika. Brno je nejen centrem této turistické oblasti, ale je také krajským městem Jihomoravského kraje, ležícím na soutoku Svatky a Svitavy. Dominantu Brna tvoří dva vrchy - Špilberk a Petrov. Petrovu vévodí chrám sv. Petra a Pavla, druhému vrchu bývalá pevnost a věznice Špilberk. K zajímavým objektům patří i vila Tugendhat, památka zapsaná na seznamu UNESCO. V Brně se také nachází moderní areál Výstaviště, který je polohou a řešením jedním z nejkrásnějších v Evropě. Příznivce rychlých kol pak láká Brněnský autodrom s hlavní závodnickou trasou, nazvanou Masarykův okruh, která patří mezi špičková závodiště, a pravidelně se zde konají závody silničních motocyklů. Dále se v okolí Brna nachází několik naučných stezek pro pěší a cykloturistiku nebo možnost vykoupaní v brněnské přehradě. Brněnské okolí je významnou vinařskou oblastí, která díky svému klimatu umožňuje pěstování poměrně velkého množství odrůd a byla a stále ještě je významným centrem obchodu s vínem. V okolí Brna je pak i celá řada turistických cílů, jako např. Slavkov u Brna, kde se odehrála bitva tří císařů, hrad Veveří, hrad Pernštejn nebo zámek Bučovice. (Regionální Informační Servis, 2013a)

„Jednotlivé etapy vývoje městského prostoru v daných krajinách zanechávaly různě silné, ale vždy znatelné stopy v organismu města a dodnes pod nánosem nových funkcí

prosvítají a dávají Brnu a jeho jednotlivým součástem jedinečnost a ducha. Uchování či alespoň připomenutí těchto stop je proto zásadním úkolem.“ (Urbanismus a územní rozvoj, 2014, p. 14, 15)

2.8.2 Moravský kras a okolí

Turistická oblast Moravský kras je součástí Jihomoravského kraje a nachází se severně od Brna. Této oblasti vévodí především přírodní a poznávací cestovní ruch, individuální rekreace a léčebný turismus. Největším lákadlem této turistické oblasti, jak už napovídá sám název, je Moravský kras a jeho krápníkové jeskyně. Ty jsou součástí bohatého systému krasových jevů, do něhož spadají vedle jeskyň i hluboké kaňony, tzv. žleby, propasti a ponorné řeky. V severní části Moravského krasu se do podzemního jeskynního systému ztékají dva potoky, které vytvářejí ponornou řeku Punkvu vyvěrající u Punkevnických jeskyní. Tento jeskynní systém má téměř 35 km a je nejdelším v ČR. Na území je dnes zaznamenáno přes 1000 jeskyní. Přístupné jsou jeskyně Punkevnické, Balcarka, Kateřinská, Výпустek a Sloupsko-šošůvské jeskyně. Unikátní je i jeskynní fauna. V Moravském krasu se také nachází propast Macocha, hluboká 138,7 m. Oblast je známá i svým kulturně-historickým potenciálem a jeho atraktivitami, které jsou například zámky v Kunštátu, Lysicích, Rájci nad Svitavou, Boskovických nebo poutní chrám ve Křtinách. (Regionální Informační Servis, 2013d)

2.8.3. Lednicko-valtický areál

V nejj jižnějším cípu slunné Moravy se nachází kouzelná turistická oblast, která patří do Jihomoravského kraje a nachází se jižně od města Brna, Lednicko-valtický areál. Turisté volí toto území převážně pro poznávací a vinařskou turistiku, venkovskou turistiku a cykloturistiku. Na jedné straně Lednicko-valtického areálu se nachází novogotický zámek Lednice s bohatě zdobenými interiéry, na straně druhé barokní zámek Valtice, který je obklopen přírodním parkem s mnoha malebnými stavbami a skleníky s tropickými rostlinami, kde působí i vinařská škola. Oba zámky spojuje 6kilometrová kaštanová alej. V rozlehlém přírodním parku se nachází neobvyklé stavby, jako např. známý minaret nebo Janův hrad. Areál je zapsán na seznam kulturního dědictví UNESCO a patří mezi oblíbená místa ve střední Evropě. V této turistické oblasti se také nachází chráněná krajinná oblast a biosférická rezervace Pálava, která se řadí k nejatraktivnějším a nejnavštěvovanějším místům Jižní Moravy. Jedná se o součást Pavlovských vrchů, masivu bílého vápence s krasovými jevy, jeskyněmi a propastmi.

Nesmíme zde opomenout ani Mikulovickou a Velkopavlovickou vinařskou oblast, které svou rozlohou zaujímají první dvě příčky největších vinic v České republice. Tato část Jižní Moravy je obklopena i několika Národními přírodními rezervacemi. Za zmínku určitě stojí i samotné město Mikulov nebo město Břeclav. (Regionální Informační Servis, 2013c)

2.8.4. Podyjí

Turistická oblast Podyjí leží na jihozápadě Jižní Moravy a je také součástí Jihomoravského kraje. Podobně jako u Lednicko-valtického areálu převažuje v této zajímavé oblasti vinařská a poznávací turistika, venkovská turistika a cykloturistika. Centrem tohoto území je město Znojmo, které leží na břehu řeky Dyje. V historické části města se v podzemí nachází čtyřpodlažní labyrint chodeb, který patří k největším bludištím ve střední Evropě. Proslulá je také rotunda sv. Kateřiny s unikátními dochovanými románskými nástěnnými malbami. Ke Znojmu ovšem patří také znojemské okurky a Znojemské historické vinobraní. Znojemská vinařská oblast se svojí rozlohou vinic řadí na třetí místo v České republice. Táhne se od Moravského Krumlova až ke státním hranicím s Rakouskem a její půdní fond je velice rozmanitý. Proto se zde daří pěstovat více odrůd vinné révy. Důležitou součástí této turistické oblasti je Národní park Podyjí, který se nachází v údolí řeky Dyje mezi Vranovem a Znojmem. Svojí rozlohou je nejmenším Národním parkem v České republice. Díky nízké hustotě osídlení zde najdeme nedotčenou přírodu, který vyniká vysokou pestrostí rostlinných a živočišných společenstev. Součástí parku je řada malých chráněných území, kde najdeme několik vzácných živočichů a rostlin. Členitý kraj je součástí pahorkatiny jihovýchodního území Českomoravské vrchoviny, pouze východní okraj zasahuje do Dyjsko-svrateckého úvalu. Většina podobných údolí u nás byla změněna stavbou přehrad, komunikací a rekreačních objektů. Nad řekou Dyjí se tyčí několik mohutných hradů a romantických zámků, jako například hrad Bítov, Cornštejn, Nový Hrádek nebo zámek Vranov nad Dyjí. (Regionální Informační Servis, 2013e)

2.8.5. Slovácko

Slovácko je turistická oblast, ležící na jihovýchodě regionu Jižní Morava. Patří částečně do Jihomoravského kraje a také do kraje Zlínského. Největším lákadlem této oblasti je turistika za lidovou architekturou a folklorem, vinařská turistika, venkovská turistika, turistická vodní přeprava, pěší turistika a cykloturistika. Součástí Slovácka je chráněná

krajinná oblast Bílé Karpaty, kterou tvoří převážně ploché hřbety bez větších výškových rozdílů, jen centrální a severovýchodní část má charakter hornatiny. Je zde jedinečná a nepoškozená příroda. Slovácko je ale především oblastí vinohradů, starodávných poutních míst a krajových kulinářských specialit. Jednotlivé oblasti Slovácka se vzájemně odlišují. Každá má jiné kroje, pozoruhodné zvyky, lidové písně, hudbu i slovesnost. Nejznámější folklorní slavnosti, které se zde konají, jsou například: tradiční Jízda králů ve Vlčnově, masopustní slavnosti nebo Svatovavřínecké slavnosti. K velmi navštěvovaným místům patří také technická památka - Bařův kanál, který se využívá pro pravidelné vyhlídkové plavby. Pro léčbu nemoci horních cest dýchacích, trávicího ústrojí a pohybového aparátu, zde nalezneme významné a nejnavštěvovanější lázně na Moravě, Luhačovice. (Regionální Informační Servis, 2013f)

2.9 Mohelno

Městys Mohelno se nachází v západní části jižní Moravy, na Českomoravské vrchovině a spadá do okresu Třebíč, v Kraji Vysočina. V současné době žije v obci 1343 obyvatel. Mohelno je městysem, který se může pyšnit významnými historickými památkami. Dominantou je kostel Všech svatých s mohutnou třípatrovou hranolovou věží, který zde společně s přílehlou farou stál už ve 13. století. V první polovině 16. století byla postavena renesanční radnice, ve které se v současné době nachází úřad městyse Mohelna a veřejná knihovna. Ve stejném období byla postavena empírová škola, nacházející se vedle fary nebo socha svatého Jana Nepomuckého. Největším lákadlem obce, nejen pro milovníky přírody, je národní přírodní rezervace, Mohelenská hadcová step. Jedná se o přírodní rezervaci na strmých svazích řeky Jihlavy. Díky hadci, hornině s vysokým obsahem hořčíku, je místem výskytu různorodé vegetace a fauny. Bylo zde objeveno přes 90 druhů mravenců, 300 druhů pavouků nebo chráněná Ještěrka zelená. S některými endemity se setkáte v naší republice pouze na tomto místě. Mohelenská lokalita se řadí mezi nejvýznamnější archeologická naleziště v třebíčském okrese. (Youtube.com, 2011)

2.9.1 Historie obce

První lidé se usídlili na území dnešního Mohelna již ve starší době kamenné, tedy zhruba před 20 - 30 tisíci lety. Název obce je odvozen od pozůstatků halštatských mohyl, které zde byly postaveny v době železné. Největší z nich se nachází na pokraji městyse

a stojí na ní Boží muka nazývaná, svatý Antoníček. Ve středověku byla obec významově výrazně větší, než by se mohlo na první pohled zdát. Mohelno totiž leželo na důležité tzv. Brněnské obchodní cestě, která napomáhala k rozvoji městečka a vedla až do nitra Čech. V historii vyměnil městys několik majitelů. Roku 1527 prodal Jan z Pernštejna městečko Mohelno Václavu z Lomnice, který připojil městys ke svému panství v Náměšti a Mohelno bylo jeho součástí až do roku 1918. V minulosti bylo největším zdrojem obživy řemeslo. Působilo zde 24 řemeslníků, kteří vykonávali 15 různých řemesel. V Mohelně se také pěstovalo víno. Nejvíc se vinařství dařilo v období od 14. do 16. století. Vinice se rozkládaly na jižních svazích, stoupajících k dnešní přírodní rezervaci. Díky třicetileté válce a poté druhé světové válce více než polovina vinic zpustla. Nepřidal tomu ani ničivý mráz v roce 1945, který úrodu zcela zničil, a roku 1947 zaniklo vinařství v Mohelně úplně. V 60. letech 20. století byly snahy o opětovné obnovení mohelenského vinařství, ty však narazily na odpor přírodovědců hájících nedotknutelnost přírodní rezervace hadcová step. Mohelnu se v minulosti nevyhnuly ani přírodní katastrofy. Největší škody napáchal požár, díky němuž městečko třikrát téměř lehlo popelem. (Nováček, Sucharda, 2001)

3 Cíle a metodika práce

Hlavní cíl

Bakalářská práce si klade za cíl vytipovat potenciál cestovního ruchu v městysi Mohelno a možnosti využití tradic a zvyku v produktech cestovního ruchu.

Dílčí cíl

Na základě zjištěných skutečností navrhnout opatření, která by přispěla k vyšší návštěvnosti a atraktivitě městyse.

Hypotézy

Hypotéza je nástroj, jehož hlavní funkcí je vysvětlit určitý jev, a pokud se vysvětlení potvrdí, bude hypotéza nadále akceptována jako platný poznatek, než se ukáže, že jde o omyl nebo než se objeví lepší představa či se změní vědecký vzor. V kvantitativním výzkumu je hypotéza potvrzována měřením. (Hubík, 2006)

Na základě informací z dosud uskutečněných studií byly pro práci určeny dvě hypotézy:

- Alespoň polovina respondentů již několikrát Jižní Moravu navštívila.
- 60% návštěvníků zná nějaké tradiční události (zvyky) typické pro Jižní Moravu.

Metodika práce

Práce se skládá ze dvou částí: teoretické a praktické. Do teoretické části patří sběr sekundárních dat pomocí studia odborné literatury. Na základě nastudované literatury je zpracována literární rešerše. Do literární rešerše je dále zahrnuta charakteristika zachovaných a doposud dodržovaných tradic v městysi Mohelno.

V praktické části následuje vyhodnocení terénního šetření. Jako nástroj terénního šetření je použito dotazníkové šetření a řízený rozhovor. Dotazníkové šetření bylo provedeno na internetu, pomocí sociální sítě. Bylo zaměřeno na respondenty mladšího a středního věku. Záměrem bylo zjištění, zdali dnešní mladí lidé znají nějaké tradice či o ně mají zájem. Řízený rozhovor byl realizován na základě předem vytvořených otázek. Výsledky terénního šetření byly použity pro zpracování návrhu změn, které by vedly ke zlepšení rozvoje cestovního ruchu v městysi Mohelno a také k vyšší návštěvnosti dané oblasti.

4 Výsledky šetření

V rámci kvantitativního a kvalitativního výzkumu proběhlo terénní šetření, které bylo uskutečněno pomocí dotazníků a řízeného rozhovoru. Dotazníky s otázkami na Jižní Moravu byly připraveny pro širokou veřejnost. Řízený rozhovor pak proběhl se starostou městyse Mohelno. Dotazníkové šetření bylo realizováno od prosince roku 2015 do února roku 2016, řízený rozhovor proběhl v březnu roku 2016.

4.1 Realizace dotazníkového šetření

Základem pro realizaci dotazníkového šetření bylo sestavení vhodného dotazníku, z kterého byly získány potřebné odpovědi. Dotazník obsahoval 18 otázek. Skládal se jak z otázek uzavřených, tak i otevřených. Otázky byly určeny převážně lidem v mladším a středním věku a sloužily ke zjištění znalostí o lidové kultuře, povědomí o Jižní Moravě a zájmu o tradice a zvyky.

Před zahájením dotazníkového šetření byl proveden pilotní výzkum. Bylo sesbíráno 15 dotazníků a bylo zjištěno, že jsou otázky zformulovány správně. Poté bylo zahájeno samotné šetření. Dotazníkové šetření probíhalo přes internet. Dotazník byl zadán a vytvořen na internetovém serveru www.surveymonkey.com. Odkaz pro vyplnění tohoto dotazníku byl sdílen pomocí sociálních sítí. Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 201 respondentů. Vyřazeno bylo 18 dotazníků od respondentů z Jihomoravského kraje. Tyto odpovědi by mohly konečné výsledky zkreslovat. Konečný počet správně vyplněných dotazníků je tedy 183.

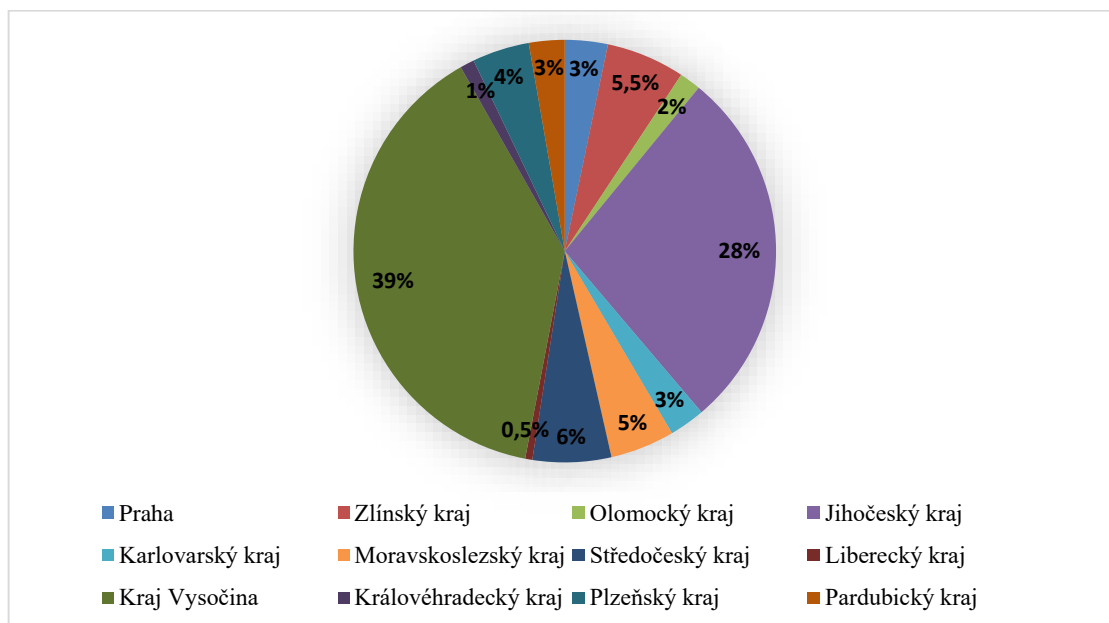
4.1.1 Vyhodnocení dotazníku

Pomocí dotazníkového šetření bylo třeba zjistit, zdali mají lidé v mladším a středním věku nějaké povědomí o lidové kultuře na Jižní Moravě. Jestli již někdy Jižní Moravu navštívili, mají o ní nějaké informace, za jakým účelem Jižní Moravu navštívili, v jakém ročním období, jakou kulturní či přírodní zajímavost zde navštívili či jaké znají moravské tradice. Důležité bylo také zjistit, zdali mají zájem se na Jižní Moravu ještě někdy vrátit. Pomocí těchto získaných výsledků bylo možné navrhnout nová opatření, která by vedla ke zlepšení.

Vyhodnocení dotazníkového šetření je rozděleno pomocí otázek na několik částí.

V první části byla pomocí otázek 16., 17. a 18. zjištěna identifikace dotazovaných respondentů. Z dotazníkového šetření vyplývá, že z 74% na dotazník odpovídaly ženy. Mužů bylo zastoupeno jen 26%. Uvědomuji si, že tento výsledek není optimální, ale vzhledem k nenadálé změně vedoucího bakalářské práce bylo třeba řešit dotazníkové šetření pomocí internetu, kde výběr respondentů nelze až tak dobře ovlivnit. Na otázku věku, byla nejvíce zastoupená cílová skupina ve věku od 18 - 26 let, kterou zvolilo 148 respondentů. Ve 33 případech byli dotazovaní ve věku od 27 - 40 let. Pouze dva respondenti byli ve věku do 18 let. Nejvíce respondentů (71) pochází z Kraje Vysočina. Druhou nejpočetnější skupinou byli respondenti z Jihočeského kraje, kterých bylo zaznamenáno 51. Třetí nejvyšší počet respondentů byl z kraje Jihomoravského, těchto 18 respondentů bylo ale z výzkumu vzhledem ke zkreslení výsledků vyřazeno. Dále bylo 11 respondentů ze Středočeského kraje, stejný počet respondentů byl z kraje Zlínského. Moravskoslezský kraj byl zastoupen 9 respondenty a kraj Plzeňský 8. Z hlavního města Prahy bylo respondentů 6. 5 respondentů, kteří odpověděli na dotazník, bylo z Karlovarského kraje, stejný počet pak z kraje Pardubického. Z Olomouckého kraje byli respondenti 3, z kraje Královéhradeckého 2. Pouze jeden respondent byl z kraje Libereckého. V grafu č. 1 lze vidět struktura odpovědí respondentů dle kraje, z kterého pochází.

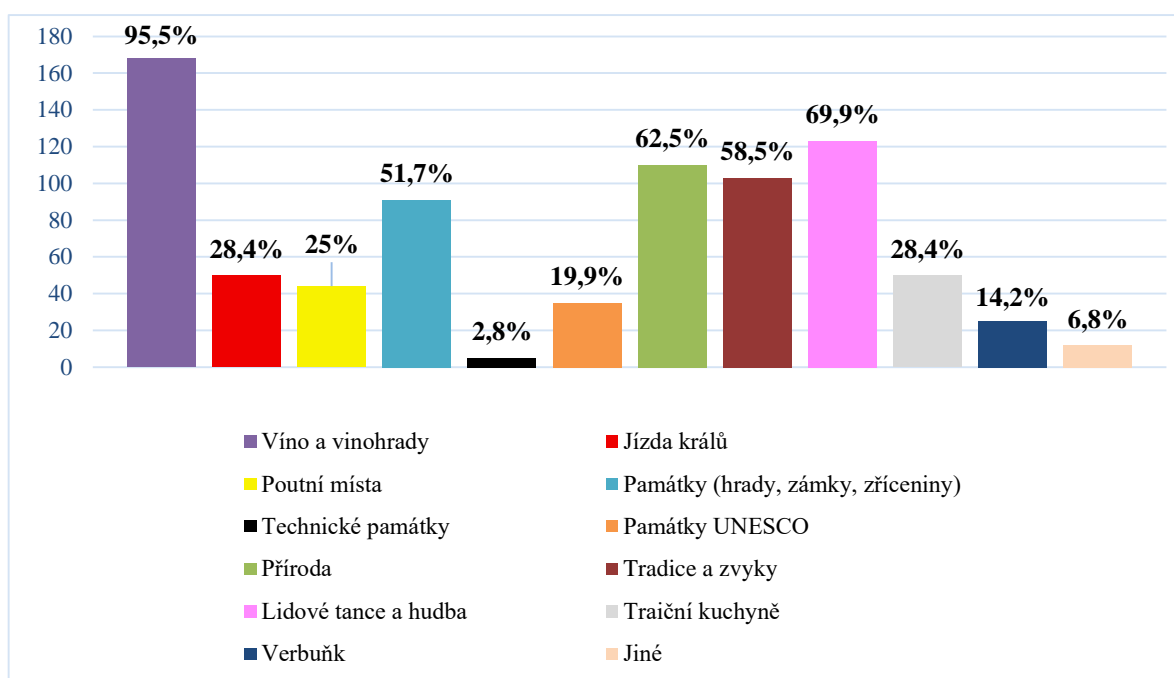
Graf 1: Struktura respondentů dle kraje, z kterého pochází (n = 183)



Zdroj: vlastní šetření, České Budějovice, 2016

Další část otázek byla zaměřena na získání informací od respondentů, co vědí o Jižní Moravě, návštěvnost Jižní Moravy či zájem respondentů se na Jižní Moravu ještě někdy vrátit. Když se řekne Jižní Morava, nejvíce respondentům (132) se vybaví slovo víno. Druhým nejčastějším slovem, které je podle respondentů pro Jižní Moravu typické, byla vinice, která se vybavila 12 dotazovaným. Pro 10 respondentů bylo tímto prvním slovem tradice. Dalších 8 respondentů odpovědělo příjemní lidé a atmosféra, která na Jižní Moravě panuje. Lidé neopomíjeli také krásnou přírodu, kterou zmínilo 7 dotazovaných. V odpovědích nechyběla ani Pálava a to v 6 případech a stejný počet dotazovaných odpovědělo na tuto otázku alkohol (slivovice). Pouze dva dotazovaní si jako první vybavili druhé největší město České republiky, Brno. Dále měli respondenti určit, co je podle nich pro Jižní Moravu typické. Na výběr měli více možností. Nejvíce respondentů (168) uvedlo, že je pro Jižní Moravu typické víno a vinohrady, což vyplývá i z předchozí otázky, kdy si lidé nejvíce ve spojení s Jižní Moravy vybaví víno. Dalším častým atributem byly lidové tance, uvedlo je 123 respondentů. 110 dotazovaných uvedlo přírodu. Pro 103 respondentů jsou typické tradice a zvyky. Památky označilo 91 dotazovaných. 50 dotazovaných uvedlo jako typický znak jízdu králů a stejný počet dotazovaných měla tradiční moravská kuchyně. Poutní místa se v odpovědích objevila 44x. Ze 183 respondentů pouze 35 označilo památky UNESCO. Je to velmi málo, vzhledem k tomu, že má Jižní Morava na svém území 6 památek UNESCO. Tanec verbuňk, který je zapsaný na seznamu nehmotných památek UNESCO, je typický pro 25 dotazovaných. 12 respondentů označilo odpověď jiné a mohli tedy napsat vlastní odpověď. 3 respondenti napsali jako typický atribut slivovici, pro další 3 jsou typičtí příjemní lidé, 2 dotazovaní napsali kroje, a po jedné odpovědi pak byl skanzen, řeka Dyje, oblíbená destinace pro odpočinek a nespisovná čeština. Pro pouhých 5 respondentů jsou typické technické památky na Jižní Moravě. Graf č. 2 ukazuje procentní podíl atributů, které jsou podle respondentů nejvíce typické pro Jižní Moravu.

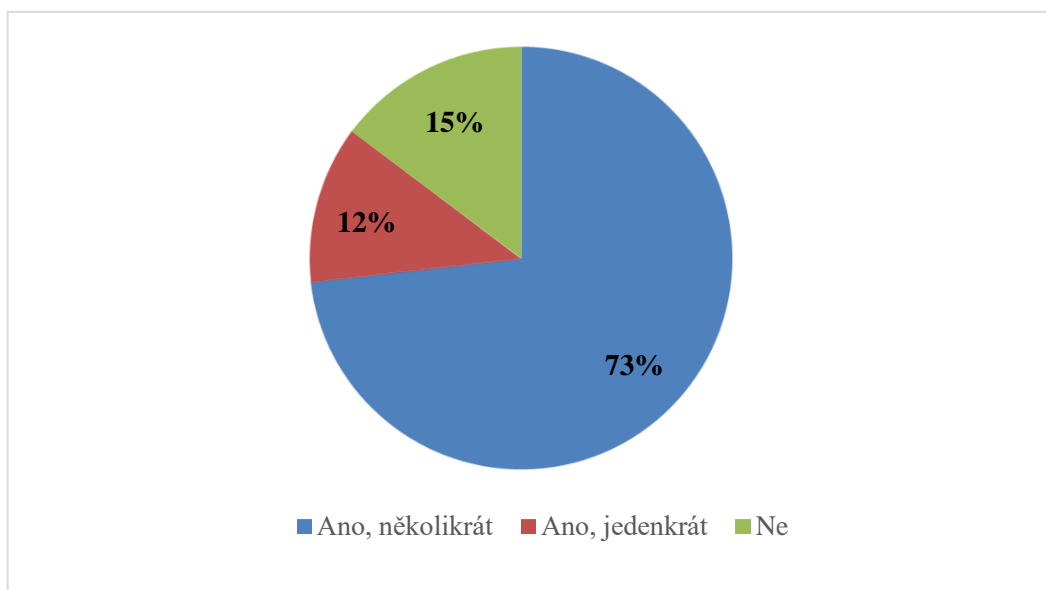
Graf 2: Typické atributy pro Jižní Moravu podle respondentů (n = 183)



Zdroj: vlastní šetření, České Budějovice, 2016

Dále bylo třeba zjistit, zda dotazovaní již někdy Jižní Moravu navštívili a tudíž jestli je o tuto oblast zájem. Z výsledků je patrné, že respondenti navštívili Jižní Moravu již několikrát. Tuto odpověď si zvolilo 134 dotazovaných. Tímto byla také potvrzena moje první hypotéza: „Alespoň polovina respondentů již několikrát Jižní Moravu navštívila.“ Pouze jedenkrát bylo na Jižní Moravě 22 dotazovaných. Ze 183 respondentů pouhých 27 Jižní Moravu ještě nikdy nenavštívilo. Pro těchto 27 respondentů byla určena otázka č. 15: Z jakého důvodu jste Jižní Moravu doposud nenavštívili? Z 27 respondentů, kteří Jižní Moravu ještě nikdy nenavštívili, označilo 15 z nich jako důvod velkou vzdálenost od jejich bydliště. Pro 7 respondentů byl důvod nenavštívení nedostatek času. 3 respondenti označili jako důvod malou propagaci oblasti. Jeden dotazovaný o tuto oblast neměl zájem a pro jednoho respondenta by byla návštěva Jižní Moravy finančně náročná. Na zbylé otázky tyto respondenti neodpovídali, jelikož byly otázky dále zaměřeny na respondenty, kteří Jižní Moravu již navštívili.

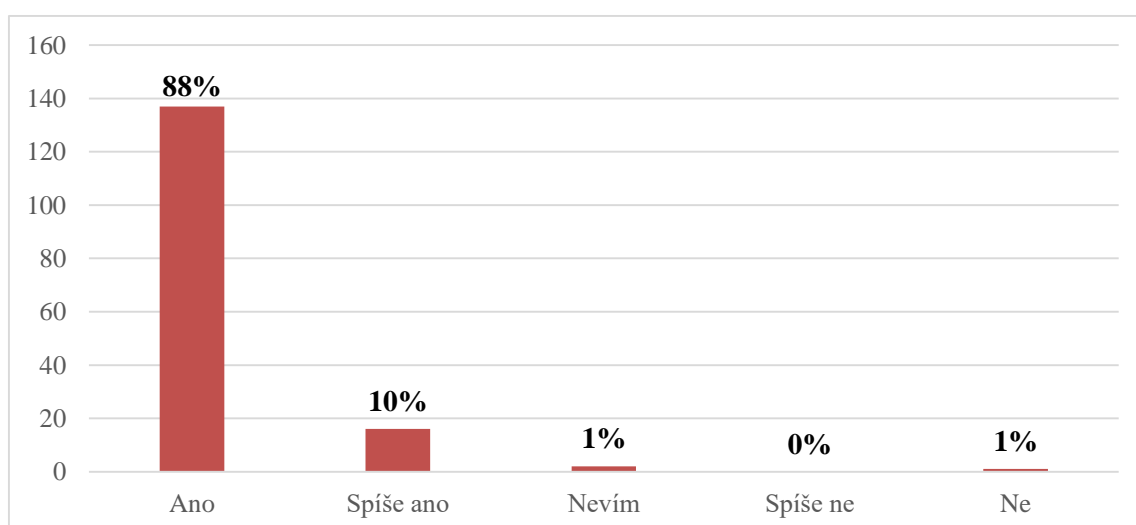
Graf 3: Struktura respondentů podle návštěvy Jižní Moravy (n = 183)



Zdroj: vlastní šetření, České Budějovice, 2016

Důležité bylo také zjistit, zda by chtěli respondenti Jižní Moravu ještě někdy navštívit, k čemuž sloužila otázka č. 14. V této otázce označilo 137 respondentů odpověď ano, tedy že by chtěli a měli zájem Jižní Moravu ještě někdy navštívit. Dalších 16 dotazovaných označilo odpověď spíše ano. 2 dotazovaní nevědí, jestli by Jižní Moravu ještě někdy navštívili. Na tuto otázku neodpověděl spíše ne, nikdo. Pouze 1 ze 156 respondentů označil odpověď ne. V grafu č. 4 můžete vidět procentní podíly návratnosti respondentů na Jižní Moravu.

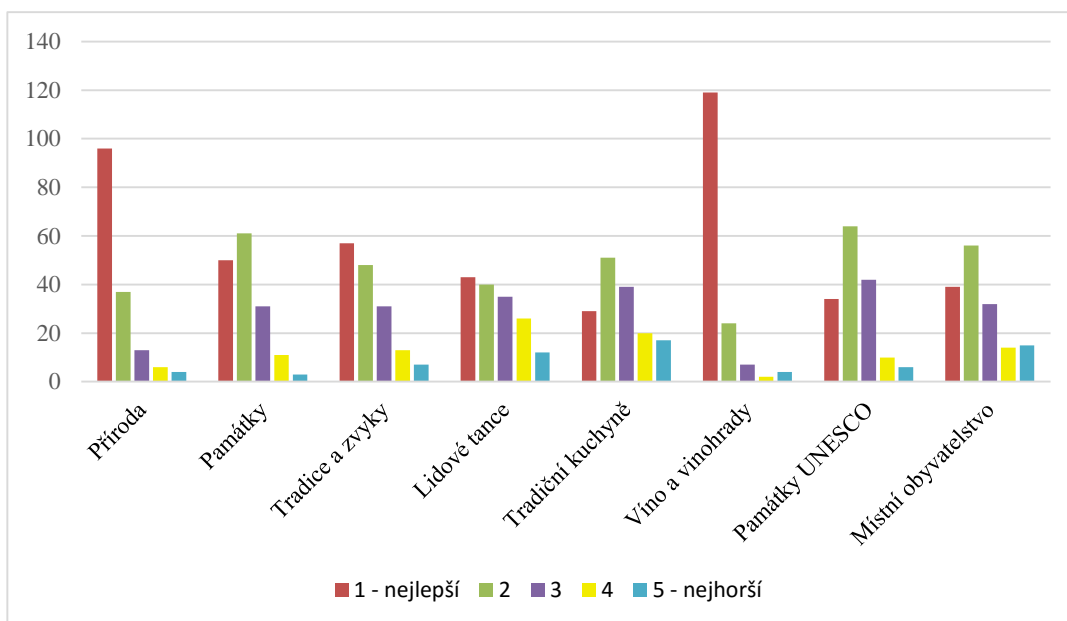
Graf 4: Návratnost respondentů na Jižní Moravu (n = 156)



Zdroj: vlastní šetření, České Budějovice, 2016

Respondenti byli také dotázáni, co je nejvíce ovlivňuje při volbě jet na Jižní Moravu. Na výběr měli 8 atributů, které jednotlivě známkovali čísly 1 - 5, kdy 1 byla jako nejlepší a 5 nejhorší. Atributem, který byl pro respondenty nejlepší, bylo opět víno a vinohrady, které označilo 119 respondentů. Pouze pro 4 respondentů je tento atribut nezajímavý. Druhý atribut, kvůli kterému by návštěvníci na Moravu jeli, byla příroda. Tu označilo číslem jedna 96 dotazovaných. Pro 4 respondentů je příroda při volbě důležitá nejméně. Na třetím místě se umístily tradice a zvyky. Ty jsou při rozhodování významné 57 dotazovaných. Dalším atributem byly památky, které označilo číslem jedna 50 dotazovaných a číslem pět pouze 3. Lidové tance jsou nejvíce důležité při rozhodování pro 43 respondentů. Dalším ovlivňujícím faktorem, který získal šestý nejvyšší počet označení „nejlepší“ byl místní obyvatelstvo, které je důležité pro 39 dotazových. Památky UNESCO ovlivňují nejvíce v 34 případech. Nejméně důležitým atributem pro dotazované je tradiční kuchyně, kterou označilo možností „nejlepší“ jen 29. Na grafu č. 5 můžeme vidět přesnou strukturu jednotlivých atributů, které ovlivňují dotazované při volbě jet na Jižní Moravu nejvíce a které nejméně.

Graf 5: Atributy ovlivňující respondenty při volbě jet na Jižní Moravu (n = 156)



Zdroj: vlastní šetření, České Budějovice, 2016

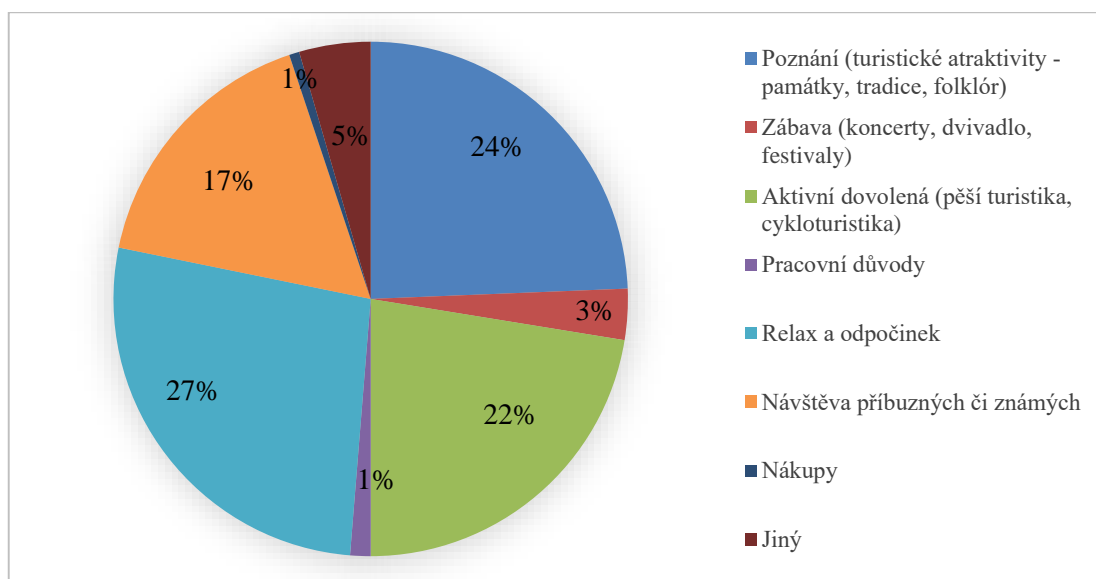
Do třetí části byly zahrnuty otázky týkající se tradic a zvyků. Pomocí otázky č. 2 bylo zjištěno, co si lidé myslí nebo si představují pod pojmem tradice. Nejčastější odpovědí na tuto otázku byl pravidelně se opakující zvyk, kterou napsalo 56 dotazovaných. Pro 31 respondentů je tradice každoročně se opakující činnost (akce), kterou lidé dodržují.

Dalších 24 respondentů považuje tradici za předávání si odkazů předků z generace na generaci. Odpověď hody byla v dotazníku 14x, 13 odpovědí měly kroje a tance. 12 dotazovaných si představuje tradici jako něco, co je specifické pro danou oblast. Pro 3 respondenty jsou tradicí Velikonoce, stejný počet dotazovaných si představuje pod tímto pojmem dodržování souboru kulturních hodnot. Dále bylo pomocí otázky č. 13 zjištěno, zdali respondenti znají nějaké tradiční události popřípadě zvyky dodržované na Jižní Moravě. Na tuto otázku dalo odpověď ne ze 156 dotazovaných pouze 34. Touto otázkou se potvrdila moje druhá hypotéza: „60% návštěvníků zná nějaké tradiční události (zvyky) typické pro Jižní Moravu.“ Nejčastější odpovědi byly krojované hody, které napsalo 54 respondentů. Další tradiční událost, kterou napsalo 41 respondentů je vinobraní. Pro 30 respondentů je to jízda králů. 12 respondentů uvedlo jako tradiční událost otevírání sklepů spojené s koštem vína. Následovaly dožínky, které napsalo 9 dotazovaných nebo také Velikonoce, které patří k tradičním událostem na Jižní Moravě pro 8 respondentů. 7 dotazovaných napsalo jako tradiční událost, kterou zná pout' a dalších 7 dotazovaných zná stavení máje. Tradiční tanec verbuňk, který je zapsaný i na seznamu UNESCO zná 6 respondentů. Pro 3 respondenty je tradiční událostí moravská zabijačka a stejný počet respondentů zná pálení čarodějnic. Bylo třeba také zjistit, které kulturní nebo přírodní atraktivity návštěvníci Jižní Moravy navštívili. Největším lákadlem pro respondenty byl Lednicko-valtický areál, který navštívilo 49 dotazovaných. Druhým nejnavštěvovanějším místem byla Chráněná krajinná oblast Pálava, kterou navštívilo 37 respondentů. Pro 27 respondentů bylo cílem návštěvy město Mikulov. V odpovědích také nechyběly vinohrady, které na Jižní Moravě navštívilo 25 dotazovaných. Lákadlem pro turisty je i město Brno. To navštívilo 13 respondentů. 12 dotazovaných ve svých odpovědích uvedly také Moravský kras s propastí Macocha. Na Jižní Moravě bylo mezi respondenty zajímavé i město Znojmo, které navštívilo 11 z nich. Zříceninu Dívčího hradu, která se nachází na Pálavě, navštívilo 10 dotazovaných. Přírodní zajímavostí nacházející se opět na Pálavě je vodní nádrž Nové Mlýny, kterou navštívilo 6 respondentů. 5 dotazovaných navštívilo hrad Buchlov, 4 respondenti navštívili Národní park Podyjí, stejné množství respondentů zavítalo na Mohelenskou hadcovou step a 2 respondenti navštívili památky UNESCO. Prostřednictvím šetření bylo také zjištěno, jaké kulturní popřípadě sportovní akce návštěvníci Jižní Moravy nejvíce navštěvují. Nejčastější odpovědi byly krojované hody, kterých se zúčastnilo 47 respondentů. Další navštěvovanou kulturní akcí bylo vinobraní, kterého se zúčastnilo 39 respondentů. Dalších 19 dotazovaných se zúčastnilo poutě a 17 navštívilo akci otevírání skle-

pů. Pro 12 respondentů to byla návštěva koncertu. 10 respondentů uvedlo návštěvu kulturní akce - Jízda králů. Dalších 9 dotazovaných navštívilo burčákobraní a 7 navštívilo Strážnické slavnosti. Pro 6 respondentů bylo návštěvou kulturní akce na Jižní Moravě divadlo. 5 respondentů si nenechalo ujít slavnosti masopustu a pro dalších 5 respondentů to byla návštěva akce Kyjovský rok. 3 dotazovaní uvedli Hustopečské slavnosti a další 3 dotazovaní přehlídku ohňostrojů - festival Ignis Brunensis konající se na brněnské přehradě. 1 respondent navštívil sportovní událost MotoGP na Masarykově okruhu v Brně.

Další okruh otázek byl zaměřen na zjištění, za jakým účelem respondenti Jižní Moravu navštívili, tedy jaký byl převažující charakter jejich návštěvy, jaká byla délka jejich pobytu, v jakém ročním období zde pobývali a s čím byli na Jižní Moravě spokojeni a s čím naopak nikoli. Z dotazníkového šetření vyplývá, že nejčastěji návštěvníci přijíždějí na Jižní Moravu za odpočinkem a relaxem. Za odpočinkem přijelo na Moravu 42 dotazovaných. Pro 38 respondentů byla návštěva na Jižní Moravě převážně poznávací, kdy dotazovaní navštívili různé turistické atraktivity. Aktivní dovolenou, spojenou s pěší turistikou a cykloturistikou si vybralo 35 dotazovaných. Pro 26 respondentů byl účel návštěvy Jižní Moravy návštěva příbuzných či známých. Na výběr měli respondenti i odpověď „jiný - jaký“, kterou využilo 7 z nich. Těchto respondentů 7 respondentů vyjelo na Jižní Moravu za rybařením. Pro 5 respondentů měla návštěva zábavný charakter, kdy dotazovaní jeli na Jižní Moravu na koncert, do divadla nebo na festival. Pracovní důvody byly důvodem pro návštěvu pro 2 dotazované. Pouze jeden respondent jel na Moravu za nákupy. V grafu č. 6 můžeme vidět procentní podíly rozdělení podle charakteru návštěvy dotazovaných.

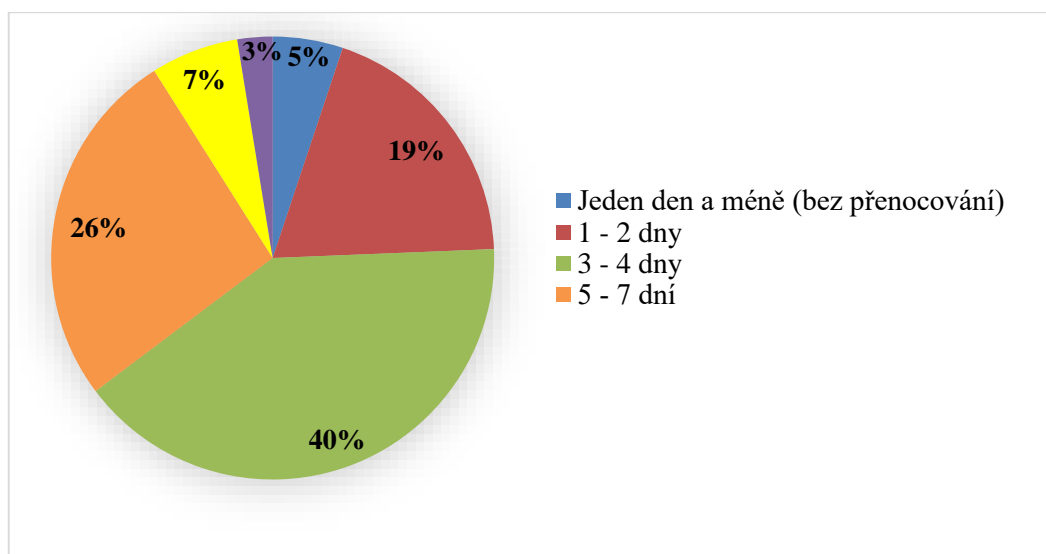
Graf 6: Struktura návštěvy podle charakteru (n = 156)



Zdroj: vlastní šetření, České Budějovice, 2016

Převládající délka pobytu, strávená respondenty na Jižní Moravě byla 3 - 4 dny. Tuto variantu označilo 63 respondentů. Další nejčastější délka pobytu byla na 5 - 7 dní, kterou zvolilo 41 dotazovaných. Pro 30 dotazovaných byla délka pobytu na 1 - 2 dny. 8 - 14 dní pobývalo na Moravě 10 respondentů. Bez přenocování, tedy na jeden den navštívilo Jižní Moravu 8 dotazovaných. Pouze 4 respondentů pobývalo na Moravě 1 měsíc - půl roku. V grafu č. 7 můžeme vidět procentní podíly respondentů podle délky jejich pobytu.

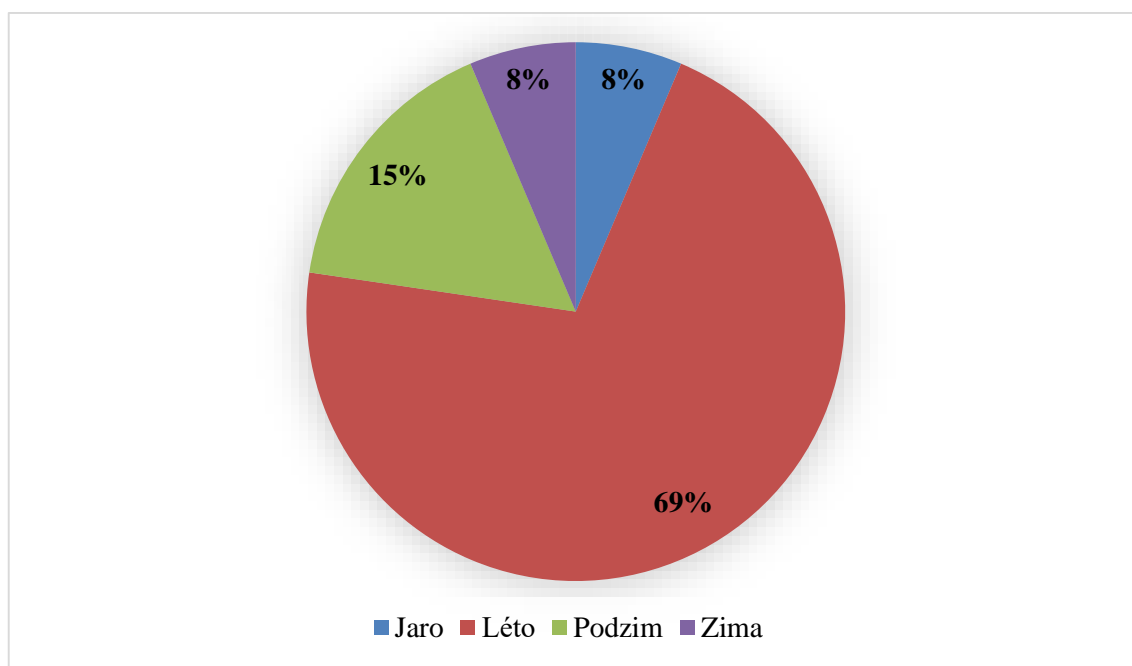
Graf 7: Délka pobytu návštěvníků Jižní Moravy (n = 156)



Zdroj: vlastní šetření, České Budějovice, 2016

Dále z dotazníkového šetření vyplývá, že nejvíce návštěvníků jezdí na Jižní Moravu v létě. Odpovědělo tak 108 respondentů. Je to z toho důvodu, že zde turisté tráví především letní dovolené. Podzim si pro návštěvu Jižní Moravy vybralo 24 respondentů. V zimě navštívilo Moravu dotazovaných pouze 12. Je to dáno tím, že Jižní Morava není rájem lyžařských středisek, jako jsou třeba Krkonoše, Šumava nebo Orlické hory. Stejný počet respondentů (12) navštívil Jižní Moravu na jaře. Graf č. 8 nám ukazuje návštěvnost Jižní Moravy podle ročního období v procentech.

Graf 8: Návštěvnost Jižní Moravy podle ročního období (n = 156)



Zdroj: vlastní šetření, České Budějovice, 2016

Co se týče spokojenosti, respondentům (84) se na Jižní Moravě nejvíce líbila příroda. Následovala spokojenost 50 respondentů s příjemnými místními lidmi, kteří byli milí a pohostinní. Dalším 23 respondentům se na Jižní Moravě nejvíce líbí tradice a zvyky, které místní dodržují. 22 dotazovaných se líbilo, především tedy chutnalo víno, 21 respondentů bylo spokojeno s kulturou a památkami a 20 respondentům se líbila celá Jižní Morava, od památek až po přírodu. 18 respondentů uvedlo, že se jim nejvíce líbily vinnohrady a dalším 17 respondentům se líbila místní atmosféra a klid. 10 dotazovaných uvedlo, že se jim nejvíce na Jižní Moravě líbily vinné sklípky. Pro 6 dotazovaných bylo nejlepší na Moravě teplé počasí. Dále se v 5 odpovědích objevily vodní plochy a řeky a 3 respondentům se líbily moravské cyklostezky.

Bylo třeba také zjistit, s čím naopak spokojeni nebyli. Nejčastější odpovědí respondentů bylo, že byli se vším spokojeni, že bylo vše v pořádku, a tedy nemají nic k vytknutí. Takto odpovědělo 89 dotazovaných. Dalších 21 respondentů nebylo spokojeno s kvalitou dopravy, tedy s kvalitou silnic a dálnic nacházejících se na Jižní Moravě. Pro 12 respondentů bylo na Jižní Moravě moc draho a pro 10 respondentů se tam nacházelo velké množství turistů. 9 dotazovaných se nelíbilo chování místních obyvatel. Dalším 7 respondentům se nelíbilo město Brno, 5 respondentům úroveň stravovacích služeb a 4 respondentům se nelíbila rovina a malé množství hor, nacházející se na Jižní Moravě. 3 dotazovaní také uvedli, že se jim nelíbily černé skládky a odpadky na turistických stezkách. Pro 2 dotazované to byly větrné elektrárny, které narušují ráz moravské přírody, 2 nebyli spokojeni s velkou nezaměstnaností a další 2 dotazovaní nebyli spokojeni s turistickým značením.

4.2 Řízený rozhovor

Pro provedení řízeného rozhovoru byly předem připraveny otázky. Respondentem byl starosta městyse, který byl předem kontaktován s otázkou na účast v rozhovoru. Poté byla dohodnuta schůzka, při které byly získány odpovědi na připravené otázky. Pan starosta také poskytl cenné rady pro návrhy a opatření k této bakalářské práci.

4.2.1 Vyhodnocení řízeného rozhovoru

Z řízeného rozhovoru s panem starostem vyplývá, že největším lákadlem pro turisty je v Mohelně Mohelenský hadcová step. Obec se společně s odborníky snaží o zachování jejího původního přírodního rázu. I když je obec ráda, že jezdí do Mohelna stále více turistů, musí se o to víc snažit o udržení a zachování místní přírody, která je se zvyšujícím se počtem turistů stále více poškozována. Dalším lákadlem turistů jsou i místní tradice, kterých se zde dodržuje několik. Obec finančně podporuje místní spolky, které tyto tradice dodržují a snaží se udržet pro další generace. Například krojované hody mají v Mohelně již několikaletou tradici a díky nim přijíždí do Mohelna i příbuzní z dalekého okolí. Obec také již 6 rokem připravuje na Silvestra pro místní silvestrovskou zabijačku, ze které se pomalu ale jistě stává tradice, kterou místní přijali velice kladně. I když některé místní tradice trochu upadají, pan starosta se obává, že to není problém jen Mohelna.

4.3 Vyhodnocení hypotéz

Pro bakalářskou práci byly stanoveny dvě hypotézy. První z nich „Alespoň polovina respondentů již několikrát Jižní Moravu navštívila“ byla na základě dotazníkového šetření potvrzena. V dotazníkovém šetření byla k této hypotéze určena otázka. Z celkového počtu 183 respondentů jich Jižní Moravu navštívilo několikrát 134, což je více jak polovina respondentů, přesněji 73%. Druhá hypotéza „60% návštěvníků zná nějaké tradiční události (zvyky) typické pro Jižní Moravu“ byla stejně jako první hypotéza vyhodnocena na základě dotazníkového šetření a opět se potvrdila. Z celkového počtu 156 respondentů jich pouze 34 uvedlo, že žádnou tradiční událost či zvyk nezná. Zbývajících 122 respondentů (78%), kteří uvedli jako svou odpověď ano, dále napsali, jaké tradiční události znají.

5 Návrhy a opatření

Jižní Morava má pro rozvoj cestovního ruchu vysoký potenciál. Lze zde navštívit rozmanitou přírodu, k nalezení je zde kulturní bohatství nebo také moravské zvyky a tradice. Na základě dotazníkového šetření bylo zjištěno, že respondenti navštívili Jižní Moravu již několikrát a byli zde převážně se vším spokojeni. Nejvíce se jim na Jižní Moravě líbí příroda a příjemní lidé. Důležitým faktorem lákajícím na Jižní Moravu jsou i tradice a zvyky a samozřejmě vinohrady, které k Moravě neodmyslitelně patří. Dotazovaní navštěvovali Jižní Moravu z velké části v letních měsících a pobývali zde převážně 3 - 4 dny. Jejich převažujícím charakterem návštěvy byl relax a odpočinek. Městys Mohelno nacházející se na Jižní Moravě je menší obec, která i když má co nabídnout, pro vyšší koncentraci turistů a větší atraktivnosti obce by bylo vhodné realizovat nějaká opatření.

Návrh 1 - Obnovení dlouholeté tradice

V městysi Mohelno se každoročně koná několik tradic. Jedná se například o masopust, pouť či krojované hody. Mohelno v minulosti mělo více tradičních událostí, které se v dnešní době již nedodržují. Proto prvním návrhem na zlepšení návštěvnosti městyse Mohelna je obnova dlouholeté tradice, která se v Mohelně dodržovala už za Rakouska Uherska a trvala až do 70. let 20. století. Jedná se o Rybářské výlety, které bývaly vždy na jaře a na podzim. Na tuto tradici se vždy těšila celá obec. Scházeli se na ni nejen místní ale i obyvatelé okolních vesnic. Rybářské výlety se uskutečňovaly u řeky Jihlavy, na Mohelenské či Dukovanském mlýně někdy i na Mohelenské hadcové stepi u Antoníčku. Na domluveném místě, kde býval sraz, se sešla skoro celá vesnice a společně šli pešky přes hadcovou step až dolů k řece. Na mlýně se pak konala lidová veselice. Nechyběl ani smažený kapr, na kterého se všichni těšili nebo dražba ryb. Společně se také tančilo a zpívalo. Na tuto událost se vždy sešel velký počet lidí a tato akce byla známá široko daleko. Po zaplavení přehrady a Dukovanského mlýna, se tato tradice přestala dodržovat.

Snaha o obnovení tradice by spočívala v zachování její podoby. Organizaci by měl na starost mohelenský rybářský spolek, který byl založen již v roce 1921 a tedy i on má v Mohelně dlouholetou tradici. Celá akce by se konala na Mohelenském mlýně nacházejícím se u řeky Jihlavy. Na nádvoří mlýna kde by se zábava konala, by byla umístěná kapela, posezení a různé stánky s rybami, nejen smaženými ale i třeba uzenými či peče-

nými. Nechyběla by ani dražba ryb. Tato akce by byla určena i pro návštěvníky regionu, kteří by chtěli strávit hezké odpoledne.

Kalkulace akce

Jedním z nákladů na tuto akci bude pronájem Mohelenského mlýna. V Mohelenském mlýně se v dnešní době nachází školicí středisko Ústavu biologie obratlovců AV ČR a stálá expozice galerie Čertův ocas. V budovách areálu mlýna se také nachází ubytování. Akce by se konala na nádvoří mlýna, kde se nachází posezení s grilem, ohniště nebo letní kuchyně.

Další významnou položkou v nákladech budou náklady na hudební produkci. V okolí Mohelna existuje několik živých kapel, ze kterých je možno vybírat. Proto bude vybrána ta, kde bude odpovídat kvalita ceně a samozřejmě dobré renomé kapely.

Dalšími náklady, které se v kalkulaci promítnou, budou náklady na občerstvení. Náklady na personál, který bude toto občerstvení prodávat, nebudou žádné, jelikož obsluha bude z řad rybářů. Ti mají povolení k prodeji občerstvení, jelikož je spolek zapsán jako živnostenská činnost a rybáři, kteří budou občerstvení prodávat, mají zdravotnické průkazy.

Další nákladovou položkou bude propagace. Ta se uskuteční pomocí propagačních letáků rozvěšených nejen po Mohelně, ale i po okolních vesnicích. Dále se bude akce propagovat pomocí sociálních sítí nebo v místním rozhlasu.

Tabulka 1: Kalkulace nákladů

Náklady	Cena
Pronájem prostor	2500,-
Hudební produkce	13000,-
Občerstvení	11900,-
Propagace (propagační letáky)	1650,-
Celkem	29050,-

Zdroj: vlastní zpracování, České Budějovice, 2016

Celkové náklady na tuto akci by činili 29050,-. Rybářům by se investované peníze do akce vrátily zpět v podobě zisku ze vstupného, z občerstvení nebo také z dražby ryb.

Obrázek 8: Pozvánka na Rybářský výlet z roku 1935



Zdroj: archiv obecního úřadu Mohelno

Návrh 2 - Vinohradnictví v Mohelně

Vinohradnictví v Mohelně mělo dlouholetou tradici. Víno se zde pěstovalo odnepaměti a ve 14. - 16. století se mu dařilo nejvíce. Ovšem vinice poničila 30 letá a poté 1. a 2. světová válka. Po 2. světové válce, v roce 1947 vinařství z Mohelna vymizelo úplně. Víno se tu ale vždycky dařilo. Pěstovalo se na jižním svahu hadcové stepi a právě hadec napomáhal k dobré kvalitě vína. Mohelenské víno se v minulých dobách dováželo i na biskupství do Kroměříže a Brna.

Víno a vinohrady jsou atributem, který k Jižní Moravě neodmyslitelně patří. Z dotazníkového šetření vyplývá, že právě víno a vinice jsou obrovským lákadlem dotázaných respondentů.

Vzhledem k tomu, že je Mohelenská hadcová step v Mohelně nejvíce navštěvovaným místem a právě na jejím jižním svahu se dříve víno pěstovalo, doporučením je obnovení vinařství v Mohelně. Jednalo by se o vinohrad se sklípkem, přes který by vedla tradiční viniční trať. Tato trať, respektive stezka by vedla až k přírodní rezervaci.

Realizace tohoto návrhu by měla být v zájmu obce Mohelno. Před začátek realizace celého projektu musí být zajištěny majetkové poměry na část jižního svahu, kde by se víno pěstovalo. Jelikož tato část není ve vlastnictví obce, je nutné oslovit majitele a tento návrh s nimi projednat. Realizace projektu by měla být financována z rozpočtu obce Mohelno a také za pomoci evropské dotace. Jedná se však o velmi nákladnou investici, výsadba nového hektaru vinice přijde zhruba na půl milionu korun. Od letošního roku (2016) bude muset být také na výsadbu nové vinice povolení.

Pro veřejnost by zde byly uskutečňovány i různé akce jako např. otevírání sklípku, košt vína nebo by se mohli návštěvníci sami zapojit do sběru vinné révy. Vybudování nového vinařství a vinařské stezky by bylo velkým zpestřením cestovního ruchu nejen pro Mohelno, ale i jeho okolí.

Návrh 3 - Jarmark na pouti

Pout' má v Mohelně dlouholetou tradici, která se koná každoročně druhý srpnový víkend. Z dotazníkového šetření vyplývá, že nejvíce respondentů navštívilo Jižní Moravu právě v letních měsících. Jelikož mohelenská pout' není až tak hojně navštěvovaná, jako je tomu třeba u krojovaných hodů, doporučením je tuto pout' zpestřit o jarmark s trhy.

Jarmark by se nacházel na městečku u radnice. Byly by zde různé stánky s lidovými řemesly, jako jsou hrnčíři, dráteníci, košíkáři, řezbáři apod. Dále by se zde nacházely stánky se suvenýry, cukrovinkami nebo ručně dělanými výrobky, které by si mohl každý zakoupit. Jarmark by byl spojený s doprovodným kulturním programem.

Tento návrh by financoval spolek Mohelenská chasa, která pouť organizuje. Finančně by Mohelenskou chasu podpořila i obec Mohelno.

Návrh 4 - Neckyáda

Neckyáda je zábavná vodácká akce, která se koná v letních měsících. Jak už bylo zmíněno u návrhu na jarmark, který by se konal na pouť, z dotazníkového šetření vyplývá, že respondenti navštěvovali nejvíce Jižní Moravu v létě. Jelikož se v letních měsících koná v Mohelně jen Boží tělo a pouť, doporučením je vznik nové události, která by návštěvníky do Mohelna přilákala.

Neckyáda se v Mohelně v 70. letech již konala, ale po asi 3. ročníku se tato akce zrušila. Nebyl spolek, který by tuto událost financoval a podporoval a tak se tato událost do povědomí místního obyvatelstva moc nedostala.

Tuto událost by si vzala na starost Mohelenská chasa, která by vše organizovala. Akce by se konala na místním rybníku Suchánek, vedle kterého se nachází fotbalové hřiště a je tam tedy dobré zázemí i pro občerstvení a zábavu. Neckyády by se mohl zúčastnit kdokoliv, kdo by si přinesl vlastnoručně vyrobené plavidlo. Cílem je pak přeplavat na druhou stranu rybníka jako první. Pro vítěze by byly připraveny i ceny. Následovalo by posezení na hřišti, kde by se všichni účastníci, ale i diváci mohli občerstvit.

Obrázek 9: Mohelenská neckyáda z roku 1976



Zdroj: archiv obecního úřadu Mohelno

6 Závěr

Výzkum lidových tradic a zvyků v městysi Mohelno byl nejen naučnou činností, ale umožnil mi získat i nové informace, díky kterým jsem byla schopna lépe navrhnout nová opatření, která by přispěla ke zlepšení návštěvnosti a atraktivnosti městyse Mohelna.

Tradice a zvyky se v městysi Mohelno stále hojně dodržují, ovšem už ne do takové míry, jako tomu bylo dříve. Zájem o účast klesá a tím klesá i motivace spolků místní akce připravovat. Je tomu tak díky dnešní uspěchané době, kdy lidé nemají už tolik času se tradicím a zvykům věnovat nebo je připravovat. Já sama jsem ve spolku Mohelenská chasa, a tudíž se pravidelně tradic a zvyků, které se v městysi dodržují, účastním. Některé společně se spolkem pomáhám i organizovat. Sama jsem tak mohla upozorovat změny a to především v klesajícím počtu zájemců místní události připravovat.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že většina mladých respondentů co Jižní Moravu již navštívili, projevíli zájem se na Moravu ještě někdy vrátit. Respondenti nemají na Jižní Moravě zájem jen o přírodu a kulturní bohatství, ale také o místní tradice a zvyky, což je pro mohelenské spolky dobrá motivace k tomu, aby se snažily tradice v městysi nadále udržovat anebo přicházet s novými nápady na zlepšení atraktivnosti městyse.

Starosta městyse Mohelna, se kterým byl rozhovor uskutečněn, ve svých odpovědích zdůraznil, že je rád, že se místní spolky o dodržování tradic snaží a proto se snaží i obec podpořit spolky, především po finanční stránce.

K podpoře vyšší návštěvnosti a větší atraktivitě Mohelna jsem navrhla čtyři nová opatření. Prvním návrhem je obnovení staré tradice. Jedná se o Rybářské výlety, které se dodržovaly již za Rakouska - Uherska. Tato událost byla velmi známá a sjížděli se na ní lidé z širokého okolí. Druhým návrhem je obnova mohelenského vinohradnictví. Pěstování vína mělo v Mohelně dlouholetou tradici. Víno pěstované poblíž Mohelenské hadcové stepi bylo díky hadci velmi kvalitní. Jednalo by se o vytvoření vinic, přes které by vedla vinařská stezka. Pro návštěvníky by byl k dispozici i vinný sklípek nebo by se mohli sami zapojit například při sběru vína. Třetím návrhem je zlepšení mohelenské poutě jarmarkem. Posledním návrhem je neckyáda. Tento návrh byl zvolen proto, že se tato akce koná v létě, kdy Jižní Moravu navštěvuje nejvíce turistů.

I přes ubývající zájem některých místních tradice dodržovat myslím, že má městys Mohelno dobrý základ k vytváření nových nebo zachování starých tradic. Lze jen doufat, že výzkum v bakalářské práci pomůže navnadit k realizaci nových opatření a také po-

může odstranit některé nedostatky. Obyvatelé Mohelna by si měli uvědomit, o jaké zážitky, spojené s místními tradicemi a zvyky, které se tu dodržují několik desítek let, by mohli oni nebo jejich generace přijít.

I. Summary and keywords

My research of folk traditions and habits in the township of Mohelno was not only educative but it also enabled me to gain new information, thanks to which I was able to propose some new measurements. These could contribute to the improvement of the turnout and attractivity of Mohelno township.

The traditions and habits in the township of Mohelno are still plentifully kept, however, not to the extent of the past days. The interest in participation is decreasing and thus is decreasing also the interest of the local groups in arranging such events. The reason is that in this hectic era, people do not have enough time to engage in preparation of the traditions and habits. I, myself, am part of „Mohelenská chasa“ group and therefore I engage regularly in the local traditions and habits. Together with this association, I help to organize some of them. Therefore, I myself could observe the changes mainly in decreasing amount of people interested in organizing these events.

From my questionnaire survey it is obvious that most of young respondents who already visited South Moravia are willing to return to Moravia one day. These respondents are not interested only in the nature and the cultural heritage, but also are they interested in the traditions and habits of Southern Moravian region, which is an excellent motivation for the associations of Mohelno to try to further maintain these traditions and come up with new ideas how to enhance the attractivity of the township.

The mayor of the Mohelno township, who was interviewed, emphasized in his responses that indeed he is delighted that the local associations are striving to maintain the traditions. Therefore, the municipality endeavours to support these groups mainly financially.

In order to enhance the attractivity of Mohelno and support the turnout of tourist I suggested four new measures. First of them is to renew an old tradition - Fishing trips - which were held in the times of Austrian-Hungarian Empire. This event was very well known and many people from the surrounding areas got together for this event. My second proposal is to restore the viniculture of Mohelno. Wine growing holds a long tradition in Mohelno. The wine which was grown close to „Mohelenská hadcová step“ was of a high quality. Vineyards with „wine pathway“ going through them could be created - together with a wine cellar open for public where people could try the wine picking themselves. My third proposal is to improve the carnival of Mohelno with a craft fair.

My last suggestion would be a „neckyáda“. The proposition was chosen because this event takes place in the summer time, when the majority of tourists arrive to Southern Moravia.

In spite of falling interest in maintaining the traditions, I personally think that the Mohelno township has a sound base for creation of new traditions or preserving the old ones. Let's hope that the research I conducted in my bachelor's thesis could encourage the realization of any new measurements and helps to remove some deficiencies. The inhabitants of Mohelno should realize what types of experiences connected to the local traditions and habits (which are kept for decades here) could they or their generation lose.

Keywords: tourism, traditions, customs, village Mohelno, South Moravia

II. Seznam použité literatury

Knižní publikace

- Beránek a kol. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting
- Čech, J. (1998). *Malá encyklopedie cestovního ruchu. Vybrané pojmy v češtině a angličtině, definice, zkratky*. Praha: Idea Servis
- Drobná, D., Morávková, E. (2007). *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna
- Foret M., Foretová, V. (2001). *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing
- Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. (2009). *Tourism. Principles, Practices, Philosophies*. 11th Edition. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Hesková, M. a kol. (2011). *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna
- Hubík, S. (2006). *Hypotéza. Metodologický nástroj výzkumu ve společenských vědách*. Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Zdravotně sociální fakulta
- Langhammerová, J. (2008). *Čtvero ročních dob v lidové tradici*. Praha: Petrklíč
- Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., Ranchhod, A. (2009). *Marketing in travel and tourism*. Great Britain: Elsevier Ltd
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. (2007). *Venkovský cestovní ruch, jeho specifika a podmínky pro rozvoj*. Praha VŠE
- Motlová, M. (2010). *Český rok od jara do zimy*. Praha: Fortuna Libri
- Mourek, D. (2002). *Cestovní ruch a životní prostředí*. Praha: Univerzita Karlova - Centrum pro otázky životního prostředí
- Navrátil, J. (2012). *Návštěvník jako rozvojový faktor navštíveného místa*. Praha: Alfa Nakladatelství
- Nováček, O., Sucharda, J. (2001). *Stručné dějiny Mohelna*. Hrotovice: JAS
- Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis
- Otto, J. (1906). *Ottův slovník naučný*. Praha

Palatková, M. (2006). *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing

Palatková, M. (2011). *Marketingový management destinací*. Praha: Grada Publishing

Palatková, M., Zichová, J. (2011). *Ekonomika turismu*. Praha: Grada Publishing

Sigala, M., Leslie, D. (2005). *International Cultural Tourism: management, implications and cases*. Great Britain: Elsevier Ltd

Šottnerová, D. (2009). *Lidové tradice. Původ lidových tradic, zvyky, pověry, pranostiky, říkadla a hry*. Olomouc: Rubico

Vondruška, V. (2005). *Církevní rok a lidové obyčeje aneb kalendárium světců a světic, mučedníků a mučednic, pojednávající o víře českého lidu k nim, jakož i o liturgii katolické*. České Budějovice: Dona

Zelenka, J., Pásková, M. (2012). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Linde Praha

Internetové zdroje

CzechTourism. (2010). *Turistický region jižní Morava*. (online). Available from: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/2-turisticky-potencial-regionu/turisticky-region-jizni-morava/>

CzechTourism. (2015). *Udržitelný cestovní ruch*. (online). Available from: <http://www.eden-czechtourism.cz/udrzitelny-cestovni-ruch/>

European Association of Historic Towns and Regions. (2015). (online). Available from: <http://www.historic-towns.org/>

Městys Mohelno. (2016). *Fotogalerie*. (online). Available from: <http://mohelno-obec.cz/>

Městys Mohelno. (2006). *Z historie městyse*. (online). Available from: <http://www.mohelno-obec.cz/z-historie-mestyse/d-53/p1=60>

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. (2008). *Management kulturního cestovního ruchu*. (online). Available from: http://www.mmr.cz/getmedia/efcd9671-4737-427b-bab5-1b6be507e800/GetFile10_1.pdf

- Regionální Informační Servis. (2013a). *Brno a okolí - turistická oblast*. (online). Available from: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/jihomoravsky-kraj/regionalni-informace/o-kraji/jizni-morava-turisticky-region/brno-a-okoli/>
- Regionální Informační Servis. (2013b). *Jižní Morava - turistický region*. (online). Available from: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/jihomoravsky-kraj/regionalni-informace/o-kraji/jizni-morava-turisticky-region/>
- Regionální Informační Servis. (2013c). *Lednicko-valtický areál - turistická oblast*. (online). Available from: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/jihomoravsky-kraj/regionalni-informace/o-kraji/jizni-morava-turisticky-region/lednicko-valticky-areal/>
- Regionální Informační Servis. (2013d). *Moravský kras a okolí - turistická oblast*. (online). Available from: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/jihomoravsky-kraj/regionalni-informace/o-kraji/jizni-morava-turisticky-region/moravsky-kras-a-okoli/>
- Regionální Informační Servis. (2013e). *Podyjí - turistická oblast*. (online). Available from: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/jihomoravsky-kraj/regionalni-informace/o-kraji/jizni-morava-turisticky-region/podyji/>
- Regionální Informační Servis. (2013f). *Slovácko - turistická oblast*. (online). Available from: <http://www.risy.cz/cs/krajske-ris/jihomoravsky-kraj/regionalni-informace/o-kraji/jizni-morava-turisticky-region/slovacko/>
- Urbanismus a územní rozvoj. (2014). *Úloha georeliéfu ve vývoji a obraze města na příkladech měst Praha, Brno a Jihlava, případové studie*. (online). Available from: http://www.uur.cz/images/5-publikacni-cinnost-a-knihovna/casopis/2014/2014-05/03_uloha.pdf
- Ústav pro jazyk český. (2011). *Slovník spisovného jazyka českého*. (online). Available from: <http://ssjc.ujc.cas.cz/search.php?heslo=tradice&sti=95994&where=hesla&hsubstr=no>
- YouTube. (2011). *Náměšťsko - Mohelno*. (online). Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=dCqEJWsQhN>

III. Seznam použitých grafů, obrázků, tabulek a příloh

Seznam grafů

Graf 1: Struktura respondentů dle kraje, z kterého pochází (n = 183).....	34
Graf 2: Typické atributy pro Jižní Moravu podle respondentů (n = 183).....	36
Graf 3: Struktura respondentů podle návštěvy Jižní Moravy (n = 183)	37
Graf 4: návratnost respondentů na Jižní Moravu (n = 156).....	37
Graf 5: Atributy ovlivňující respondenty při volbě jet na Jižní Moravu (n = 156)	38
Graf 6: Struktura návštěvy podle charakteru (n = 156)	41
Graf 7: Délka pobytu návštěvníků Jižní Moravy (n = 156).....	41
Graf 8: Návštěvnost Jižní Moravy podle ročního období (n = 156).....	42

Seznam obrázků

Obrázek 1: Mohelenská pouť.....	13
Obrázek 2: Mohelenské krojované hody	16
Obrázek 3: Hlavní stárek a hlavní stárková	16
Obrázek 4: Mikuláš v Mohelně	18
Obrázek 5: Mohelenská silvestrovská zabijačka	20
Obrázek 6: Mohelenské ostatky.....	22
Obrázek 7: Mohelenský dětský karneval.....	23
Obrázek 8: Pozvánka na Rybářský výlet z roku 1935	47
Obrázek 9: Mohelenská neckyáda z roku 1976	49

Seznam tabulek

Tabulka 1: Kalkulace nákladů	46
------------------------------------	----

Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník na Jižní Moravu	59
Příloha 2: Řízený rozhovor se starostou obce Mohelno	63
Příloha 3: Propagační leták	64

IV. Přílohy

Příloha 1: Dotazník na Jižní Moravu

Tradice a zvyky na Jižní Moravě

Dobrý den, jmenuji se Lenka Hošková a jsem studentkou 3. ročníku Ekonomické fakulty na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích. Ráda bych Vás poprosila o vyplnění tohoto krátkého dotazníku, který bude součástí mé bakalářské práce na téma: „*Tradice a zvyky v produktech cestovního ruchu na Jižní Moravě - Mohejno*“.

Dotazník je anonymní a výsledky budou použity výhradně k vypracování bakalářské práce.

Předem děkuji za Váš čas a vyplnění dotazníku.

1. *Jaké první slovo se Vám vybaví ve spojení s Jižní Moravou?*

Vlastní odpověď

2. *Co si představujete pod pojmem tradice?*

Vlastní odpověď

3. *Navštívili jste již někdy Jižní Moravu? Pokud ne, přejděte na otázku č. 15.*

- Ano, několikrát
- Ano, jedenkrát
- Ne

4. *Co je pro ni podle Vás typické?*
(výběr z více možností)

- Víno a vinohrady
- Památky (hrady, zámky, zříceniny)
- Technické památky
- Příroda
- Tradice a zvyky
- Památky UNESCO
- Lidové tance a hudba
- Tradiční kuchyně
- Verbuňk
- Jízda králů
- Poutní místa
- Jiné – jaké?

5. Jak Vás ovlivňují jednotlivé atributy při volbě jet na Jižní Moravu? Prosím označujete jako ve škole: 1 - nejlepší, 5 - nejhorší

Příroda	1	2	3	4	5
Památky	1	2	3	4	5
Tradice a zvyky	1	2	3	4	5
Lidové tance a hudba	1	2	3	4	5
Tradiční kuchyně	1	2	3	4	5
Víno a vinohrady	1	2	3	4	5
Památky UNESCO	1	2	3	4	5
Místní obyvatelstvo	1	2	3	4	5

6. Jaký byl převažující charakter Vaší návštěvy?

- Poznání (turistické atraktivity – památky, tradice, folklór)
- Aktivní dovolená (pěší turistika, cykloturistika)
- Relax a odpočinek
- Návštěva příbuzných či známých
- Pracovní důvody
- Nákupy
- Zábava (koncerty, divadlo, festivaly)
- Jiné – jaké?

7. Jaká byla délka Vašeho pobytu?

- Jeden den a méně (bez přenocování)
- 1 – 2 dny
- 3 – 4 dny
- 5 – 7 dní
- 8 – 14 dní
- 1 měsíc – 1/2 roku
- Více než 1/2 roku

8. V jakém ročním období jste Jižní Moravu navštívili?

- Jaro
- Léto
- Podzím
- Zima

9. Jakou kulturní nebo přírodní zajímavost jste zde navštívili?

- Vlastní odpověď

10. Navštívili jste nějakou kulturní, popř. sportovní akci? A pokud ano, jakou?

- Ano - jakou?
 Ne

11. Co se Vám na Jižní Moravě líbilo nejvíce?

Vlastní odpověď

12. Naopak s čím jste v této oblasti spokojeni nebyli?

Vlastní odpověď

13. Znáte nějaké tradiční události (zvyky) typické pro Jižní Moravu? Pokud ano, napište jaké?

- Ano - jaké?
 Ne

14. Chtěli byste Jižní Moravu ještě někdy navštívit?

- Ano
 Spíše ano
 Nevím
 Spíše ne
 Ne

15. Z jakého důvodu jste Jižní Moravu doposud nenavštívili? Odpovězte, pouze pokud jste u otázky č. 3 dali odpověď ne.

- Velká vzdálenost od mého bydliště
 Nezájem o tuto oblast
 Nedostatek času
 Malá propagace oblasti
 Finanční náročnost
 Jiné - jaké?

16. Pohlaví

- Žena
 Muž

17. Věk

- Do 18 let
- 18 - 26 let
- 27 - 40 let
- 41 - 65 let
- Nad 65 let

18. Z jakého kraje pocházíte?

- Praha
- Středočeský kraj
- Jihočeský kraj
- Plzeňský kraj
- Karlovarský kraj
- Ústecký kraj
- Liberecký kraj
- Královéhradecký kraj
- Pardubický kraj
- Olomoucký kraj
- Moravskoslezský kraj
- Zlínský kraj
- Jihomoravský kraj
- Kraj Vysočina

Příloha 2: Řízený rozhovor se starostou obce Mohelno

1. otázka: Co dělá obec pro rozvoj cestovního ruchu? Čím láká turisty k návštěvě obce?

„Pro Mohelno je prioritou především Mohelenská hadcová stezka, která sem láká nejvíce turistů. Už druhým rokem jsme v projektu „Záchraný vědecký program“, na který získala obec evropské dotace. Společně s odborníky, kteří tvoří náplň toho projektu se obec stará a je jejím hlavní úsilím, aby se Mohelenská hadcová stezka zachovávala v takové podobě, jako byla a je. Tento projekt je plánován na dobu 10 let. Teď momentálně jsou například káceny borovice podél silnice k mohelenské přehradě, které zde za tu dobu vyrostly a stíněním brání slunění některých živočichů, jako jsou třeba vzácné ještěrky, které se kvůli tomu stěhují jinam.“

2. otázka: Má příliv turistů pro obec nějaké negativní dopady?

„Největší dopady samozřejmě zaznamenáváme na již zmíněné Hadcové stezce. V minulých letech jsme evidovali velký nárůst turistů, například v minulém roce navštívilo stezku 6000 turistů, za což jsme samozřejmě rádi, ale přibýváním turistů a především cykloturistů se ráz přírody ničí.“

2. otázka: Jak je obec propagována?

„Především na webových stránkách, ale také pomocí brožur a věstníků.“

3. otázka: Co dělá obec pro rozvoj místních tradic a zvyků?

„Především finančně podporujeme místní spolky, které mají tradice na starosti. Například přispíváme velkým finančním obnosem Mohelenské chasy na zaplacení krojů, které si chasa půjčuje, jelikož svoje kroje nemáme. Jinak si ale vše organizuje chasa sama. Slyšel jsem spousty názorů, že dnešní mládež je taková nebo maková, ale co se týče například těch tradic, tak ode mě mají obrovské plus, že se starají, aby se u nás tradice dodržovaly. Dále finančně podporujeme Sbor dobrovolných hasičů, kteří mají na starosti masopust a obnovili hrkání na Velikonoce, za což jsem rád. Nebo také platíme kapelu, která doprovází průvod na Boží tělo. Již 6 rokem děláme pro místní silvestrovskou zabijačku. Místo investování peněz na ohňostroj, jsme se rozhodli investovat do zabijačky. Jsme rádi, že místní tuto událost přijali velice kladně a každý rok se setká na městečku poslední den v roce víc a víc lidí.“

4. otázka: Pociťuje nějak obec zvýšení turistů v období konání například masopustu, poutě či hodů?

„Největší příliv turistů je samozřejmě na tradiční krojované hody, které se v Mohelně dodržují odnepaměti a je to velká tradice. Převážně jezdí příbuzní a to někdy až z druhé strany Česka, přesto si to nenechají ujít. Jsem rád, že se tu hody stále drží, v některých obcích dokonce musí mládeži i platit, aby vůbec na hody chodili, což u nás není vůbec problém.“

5. otázka: Nezdá se Vám, že místní tradice ustupují? Že už to není takové, jako kdysi?

„Ano, je pravda, že to už není jako kdysi a že tradice trochu ustupují, ale to není jen u nás v Mohelně, ale všude.“

Příloha 3: Propagační leták

Rybářský spolek v Mohelně
pořádá v sobotu dne 23. dubna 2016

**Velký
VÝLET
k řece Jihlavě**

Odchod na výletišť od radnice v 14:00

Na výletišti volná zábava. Smažené i živé čerstvé ryby.

Ta rybářská chasa, chasa veselá, té dvounohá rybka těžko odolá...		Schystáme ryb plné koše, kdo na výlet nepřijachá, pěšky půjde do mlýna, jé, to bude švanda cha chá...
--	---	--

Za nepříznivého počasí odbývá se vše na Chobotě.

Vstupné 60,-

K tanci a poslechu hraje kapela Dreams.

K hojně účasti zvou **RYBOLOVCI.**