

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

**Kulturní stereotypy a předsudky Čechů a Řeků jako součást  
působení cestovního ruchu**

Bakalářská práce

Autor: Martina Vašíčková

Studijní obor: Management cestovního ruchu - Angličtina

Vedoucí práce: doc. PhDr. Blanka Klímová, M.A., Ph.D.

Odborný konzultant: doc. PaedDr. Jiří Štyrský, CSc.

Hradec Králové

Duben 2016

Prohlášení:

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

V Hradci Králové dne 27.4.2016

Martina Vašíčková

Poděkování:

Děkuji vedoucí bakalářské práce doc. PhDr. Blance Klímové, M.A., Ph.D., za metodické vedení práce a cenné rady, které mi pomohly tuto práci zkompletovat.

## **Anotace**

### **Název: Kulturní stereotypy a předsudky Čechů a Řeků jako součást působení cestovního ruchu**

Obsahem této práce je analýza českých a řeckých stereotypů, předsudků a následné posouzení dopadů těchto jevů na cestovních ruch Česka a Řecka. Práce konkrétně zjišťuje, zda typické národní stereotypy a předsudky Česka a Řecka ovlivňují jejich místní cestovní ruch. Teoretická východiska objasňují problematiku kultury, stereotypů, předsudků obecně a též v rámci Česka a Řecka, cestovního ruchu a jevy s ním související. Praktická část, jež je založena především na teoretických východiscích, vychází ze zkušeností a postojů českých a řeckých respondentů. Výsledkem práce je vyhodnocení míry vlivu stereotypů a předsudků na lokální cestovní ruch Česka a Řecka očima dotazovaných Čechů a Řeků. Práce je ukončena doporučeními pro další případné výzkumy.

### **Klíčová slova**

Kultura, kulturní stereotypy, stereotypy, předsudky, cestovní ruch, české stereotypy, řecké stereotypy, Česko, Řecko

## **Annotation**

### **Title: Cultural prejudices and stereotypes of the Czechs and Greeks as part of the impact of tourism**

The content of this thesis is an analysis of the Czech and Greek stereotypes and prejudices and the general impact of these phenomena on Greek and Czech tourism. The thesis especially explores whether the typical national stereotypes and prejudices of the Czechs and Greeks influence the local tourism. The theoretical part explains the issues of culture, stereotypes, and prejudices in general and within the Czech Republic and Greece as well. The theoretical part also deals with the concept of the tourism and the events related to it. The practical part of this thesis, which is based on the theoretical knowledge, consists of personal experience and attitudes of the Czech and Greek respondents. The findings of the presented thesis are the evaluation of the national Greek and Czech stereotypes and prejudices on their local tourism by the Czech and Greek respondents' perception. The thesis offers recommendations for future research.

## **Key words**

Culture, culture stereotypes, stereotypes, prejudices, Czech stereotypes, Greek stereotypes, tourism, Czech Republic, Greece

# Obsah

Úvod.....	1
1 Literární rešerše.....	3
2 Cíl práce a metodika zpracování.....	5
2.1 Cíl práce.....	5
2.2 Metodika práce.....	5
2.3 Výzkumné otázky.....	6
2.4 Stanovené hypotézy.....	6
3 Teoretická východiska.....	7
3.1 Cestovní ruch.....	7
3.1.1 Volný čas a rekreace.....	9
3.1.2 Typologie cestovního ruchu.....	10
3.1.3 Vliv cestovního ruchu na socio-kulturní prostředí.....	12
3.2 Kultura.....	14
3.2.1 Mezinárodní kultura.....	16
3.2.2 Kulturní šok.....	16
3.3 Kulturní stereotypy a předsudky.....	18
3.3.1 Kulturní stereotypy.....	19
3.3.2 Kulturní předsudky.....	20
3.4 Kulturní stereotypy a předsudky o českém národě.....	22
3.5 Kulturní stereotypy a předsudky o řeckém národě.....	25
3.6 Řecko.....	27
3.6.1 Charakteristika přírodních podmínek.....	28
3.6.2 Historicko-geografické a kulturní souvislosti vývoje Řecka.....	29
3.6.3 Politická a ekonomická situace Řecka.....	29
3.6.4 Řekové.....	31

4	Empirická šetření.....	36
4.1	Osobní zkušenosti .....	36
4.2	Základní výzkumné otázky a hypotézy .....	36
4.3	Sběr informací a průběh šetření.....	37
4.3.1	Popis vybraného vzorku .....	39
4.4	Výsledky empirických šetření .....	40
4.4.1	Dotazník pro Čechy .....	40
4.4.2	Dotazník pro Řeky .....	51
5	Závěry a doporučení .....	62
6	Seznam použité literatury.....	64
6.1	Tištěné zdroje .....	64
6.2	Internetové zdroje .....	66
7	Přílohy .....	69
7.1	Seznam grafů.....	69
7.2	Seznam obrázků.....	70

## Úvod

Tématika stereotypů a předsudků, již se tato bakalářská práce zabývá, představuje neodmyslitelnou část cestování v této moderní době. Hlavním důvodem autorky k vypracování práce na toto téma byl především její čtyřměsíční pracovní pobyt na řeckém ostrově Rhodos, kde měla možnost setkat se s těmito jevy v praxi. Kulturní stereotypy a předsudky tvoří nepopiratelnou součást podvědomí každého cestovatele, turisty, návštěvníka, či osoby vydávající se na pospas pro něj novým a nepoznaným jevům a zážitkům, a je pouze na něm, zda se nechá těmito jevy ovlivnit.

Cestovní ruch představuje v naší době rozvinutý průmysl, který přináší jeho účastníkům zážitky, prožitky, nové zkušenosti a poznání prostřednictvím jejich cest nejen za dobrodružstvím. Předkládá lidem jiný svět, jeho kultury, životní styl a mentalitu lidí na jeho druhém konci. Lze ho považovat za jev pozitivní i negativní. Mnozí v cestovním ruchu vidí naději nových pracovních příležitostí, přítoku kapitálu, nových technologií, jiní zase sledují dění za zlatou oponou tohoto jevu. Vidí znečištěné přírodní prostředí, zpusťovanou krajinu, v které se místo stromů tyčí moderní hotelové komplexy, vidí sociální rozdíly mezi vyspělými a rozvojovými zeměmi, z nichž některé se utápí v chudobě a hladu. Pohledy na cestovní ruch jsou různé, je však nutné poznamenat, že tento jev je nadčasový. Jeho budoucnost se odráží v moderních zařízeních a technologiích, ve virtuálním a 3D světě, které umožňují účastníkům cestovního ruchu vydat se na cestu a přitom neopustit domov. Všechny jevy s cestovním ruchem spojené pronikají procesem globalizace, přístup k veškerým informacím je neomezený a možnosti cestovatelů, cestujících či pouhých návštěvníků jsou čím dál více rozšířené. Pokud jsou však propojeny možnosti přístupů k informacím, je patrné, že tímto jednáním lze díky informacím o daných zemích a jejich státech zjistit více, naučit se jejich zvykům a tradicím, snažit se nepodlehnout již zmíněným a všudypřítomným stereotypům.

Samotné Řecko, konkrétně ostrov Rhodos, kterého se tato práce dotýká, je na typické stereotypy velmi bohaté. Samotné Řecko, a nejen to pevninské, představuje jeden z nejatraktivnějších evropských cílů mnoha turistů z celého světa. Pro Američana netvoří osmnáct hodin letu na ostrov Rhodos žádnou překážku, touží i



přesto po poznání řeckých pláží, krajiny, gastronomie a kultury. Lze tedy říci, že kouzlo Řecka uchvátí nejednoho cestovatele. Řecký ostrov Rhodos, na kterém probíhalo dotazníkové šetření a zpracování praktické části práce, představuje jeden z nejnižněji položených ostrovů tohoto státu s téměř subtropickým podnebím, jehož pláže omývá moře Středozevní a Egejské. Samotný ostrov představuje destinaci s čistými plážemi a průzračnou vodou, typický řecký nádech má každá jeho ulice, místní taverny, malebné restaurace a kavárničky. Všechny tyto jeho atributy lze považovat za hlavní motivaci turistů na toto místo vycestovat. Nejedna turista se zde potýká s místními zvyky a tradicemi, o kterých se lze dočíst v mnoha časopisech, novinách či na internetových stránkách cestovních kanceláří a agentur. Tyto zvyky lze mnohdy považovat též za řecké stereotypy, na které je tento ostrov opravdu bohatý. Ať už jde o pohodu a klid místních při odpolední siestě, o vášnivé diskuze mužů v útulné taverně, o jejich rodinnou tradici, není nemožné tyto jevy místní společnosti přehlédnout.

Právě výše uvedenými jevy se tato práce zabývá, studuje jak řecké stereotypy, tak také stereotypy Čechů. Práce tak tvoří jisté kompendium názorů a přístupů k tomuto tématu z pohledu mnoha autorů, níže uvedených zdrojů a v neposlední řadě respondentů, kteří svými odpověďmi a názory přispěli k samotnému empirickému šetření a naplnění cíle této práce.

# 1 Literární rešerše

Literární rešerše představuje níže uvedené zdroje, jejichž obsah měl pro tuto bakalářskou práci zásadní význam. Níže uvedené a vybrané zdroje, jejichž obsahem jsou názory, postoje a roky bádání a výzkumů jejich autorů, významně přispěly k vytvoření této práce, zejména pak k zpracování teoretické části. Tyto zdroje přispěly k práci díky své odlišnosti a specifčnosti pohledů na danou problematiku oborů, jež studují. Napomáhají tak k náhledu do oblastí oboru a tematiky kultury, cestovního ruchu, stereotypů a předsudků, určité charakteristiky Řecka a jeho národu, do tematiky řeckých a českých stereotypů a předsudků, jež tvoří teoretický podklad práce.

PRŮCHA, J. Interkulturní psychologie: Sociopsychologické zkoumání kultur, etnik, ras a národů. Vydání 1. Praha: Portál, 2004, 200 s. ISBN 80-7178-885-6

Hlavním příspěvkem této knihy pro práci tvořily části zabývající se problematikou kultury, zejména pak části, které pojednávaly o kulturních stereotypech a předsudcích, jež představují jeden ze stěžejních úseků práce. Autor vysvětluje pojmy související s problematikou kultury, jako je tzv. kulturní relativismus či etnocentrismus. Významně však kniha přispívá k objasnění otázky českých stereotypů, kde autor využívá teoretických podkladů a výzkumů autorů, jako např. Emanuela Chalupného, jež se zabýval problematikou typických českých stereotypů.

ALLPORT, G. W. O povaze předsudků. 1. Vydání. Praha: Prostor, 2004. 574 s. ISBN 80-7260-125-3.

Knihy v detailech a z pohledu různých aspektů rozebírá problematiku předsudků. Autor se zaměřuje na stručné a jasné definice předsudku, pojednává o jejich vzniku, funkci a následků ve společnosti. Uvádí též historický výklad událostí pro jednodušší pochopení negativních předsudků.

PÁSKOVÁ, M. Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu. 2. Vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009, 298 s. ISBN 978-807-4350-061.

Kniha představuje elementární podklad části práce, jež pojednává o problematice cestovního ruchu a jeho socio-kulturních faktorech, jež mají dopad na společnost a kulturu místních obyvatel. Tyto faktory ovlivňují vztah mezi místním obyvatelem a návštěvníkem. Patří mezi ně např. stereotypizace, folklorizace či akulturace. Ovlivněny jsou jimi také postoje a názory na kulturní hodnoty a tradice. Tento fakt tak přispívá k naplnění cíle práce.

ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. Výkladový slovník cestovního ruchu. 2. Vydání. Praha: Linde Praha, 2012. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

Hlavním přínosem této publikace tvoří její komplexní a široký přehled pojmů a definic týkajících se cestovního ruchu a jevů s ním spojených. Autoři knihy předkládají velké spektrum jak stručných, tak i rozsáhlejších definic jednotlivých pojmů, názvů a prvků oboru cestovního ruchu, které napomáhají k vysvětlení a objasnění konkrétních pojmů obsažených v této práci. Kniha tak tvořila jakýsi multifunkční informační zdroj pro problematiku celé práce.

BERKA, P., PALÁN, A. A ŠŤASTNÝ, P. Xenofobní průvodce: Češi. Praha: XYZ, 2009. 96 s. ISBN 978-80-7388-205-1.

Autoři se v knize s určitým sarkasmem, dávkou humoru a nadsázkou dotýkají problematiky typických českých stereotypů, čímž přispěli k objasnění toho, jak je obecně vnímán český národ. Kniha předkládá množství tematických oddílů, které se dále zaměřují na konkrétní povahy, postoje a názory obyvatel České republiky. Tyto konkrétní informace tak představovaly určitou inspiraci k vymezení a uvedení několika konkrétních českých stereotypů v práci.

## **2 Cíl práce a metodika zpracování**

### **2.1 Cíl práce**

Cílem práce je analyzovat na základě předložených teoretických východisek typické stereotypy a předsudky řecké a české populace na vzorku dotazovaných Čechů a Řeků z ostrova Rhodos, a následně posoudit pozitivní a negativní dopady těchto jevů na cestovní ruch těchto zemí. Práce zjišťuje, zda je návštěvnost Česka a řeckého ostrova Rhodos ovlivněna negativními či pozitivními stereotypy a předsudky řeckých a českých turistů, a zda na ně tyto jevy působí před vycestováním do těchto zemí. Práci lze považovat za případovou studii, jež se zaměřuje na stereotypy a předsudky řeckých obyvatel ostrova Rhodos a v druhé řadě obyvatel České republiky, tedy Čechů.

### **2.2 Metodika práce**

Práce je rozdělena na teoretická východiska a praktickou část. Teoretická část spočívá nejen v podchycení problematiky základních pojmů práce, jako je kultura, stereotypy, předsudky a cestovní ruch, avšak spočívá také ve vymezení konkrétních informací jak historických, tak i aktuálních o Řecku, jeho typických národních předsudcích a stereotypech, a českých stereotypech a předsudcích.

Praktická část práce, jejíž základ představuje dotazníkové šetření, byla vytvořena za pomoci metody kvantitativního výzkumu. Praktická část navazuje na výzkumnou otázku a aplikuje ji pomocí dotazníkového šetření do reality. Dotazník, který je rozdělen na dva oddíly, byl vytvořen z části na základě osobních zkušeností autorky a z části za pomoci teoretických východisek z publikací a zdrojů týkajících se typických českých a řeckých předsudků a stereotypů. Osobní zkušenosti autorky jsou podloženy poznatky z tříměsíčního pobytu na řeckém ostrově Rhodos. První oddíl praktické části tvoří dotazníky pro Řeky vypracované v anglickém jazyce, které byly distribuovány různým věkovým skupinám obyvatel řeckého ostrova Rhodos po dobu tří měsíců, a to v hlavní turistické sezoně od června do konce září roku 2015. Tyto dotazníky byly rozdány taktéž několika

řeckým studentům z Athén na Univerzitě Hradec Králové, kteří zde studují na Fakultě informatiky a managementu. Otázky obsažené v této dotazníkové části byly vypracovány zejména na základě publikace autora Jana Průchy: Interkulturní komunikace (Průcha, 2009), kde autor zmiňuje několik typických českých stereotypů. Dalšími zdroji této části byly též internetové zdroje. Druhý oddíl praktické části tvoří dotazníky pro občany České republiky, který byl založen nejen na osobních zkušenostech z Řecka, ale též na základě tištěných a elektronických zdrojů. Hlavním úkolem těchto dotazníků bylo zjistit, zda by Češi vycestovali či nevycestovali do Řecka navzdory stereotypům, které jsou o této zemi obecně známé, a tak i v případě Řecka. Úkolem bylo také zjistit, zda by Řekové i přesto, že jsou si vědomi některých pozitivních a negativních českých stereotypů, do Česka vycestovali.

### **2.3 Výzkumné otázky**

Na základě teoretických východisek byla stanovena níže uvedená výzkumná otázka. K jejímu zodpovězení autorka využila jak informace vycházející z teoretických východisek, tak výsledky sestavené na základě sběru dat v empirických částech práce. Z výzkumné otázky posléze vycházejí i předem stanovené hypotézy.

Výzkumná otázka: Ovlivňují kulturní stereotypy a předsudky Čechů a Řeků výjezdový cestovní ruch do těchto zemí?

### **2.4 Stanovené hypotézy**

- 1) Výjezdový cestovní ruch Řeků, zejména však obyvatel ostrova Rhodos, do České republiky není ovlivněn typickými českými stereotypy a předsudky.
- 2) Řekové, zejména však obyvatelé ostrova Rhodos, znají Českou republiku jako destinaci cestovního ruchu pouze okrajově.
- 3) Výjezdový cestovní ruch Čechů do Řecka je ovlivněn typickými řeckými stereotypy a předsudky.

### 3 Teoretická východiska

Úkolem teoretické části práce je nastínit a vysvětlit problematiku související s tématem práce. Zaměřuje se za pomoci odborných textů na vymezení hlavní problematiky práce, což je návaznost stereotypů a předsudků na cestovní ruch Česka a Řecka.

#### 3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je obvykle spojován s dovolenou, poznáváním nových míst, příjemně stráveným volným časem či únikem od pracovních činností. Cestovní ruch je však víc než jen to, je dnes totiž průmyslem, který generuje světově biliony korun příjmů a stovky tisíc pracovních míst. Je považován za sociální fenomén, který ovlivňuje stále větší část světové populace, a za jev, který se nesmazatelně otiskuje do krajiny kolem nás. Cestovní ruch také mění sociokulturní a přírodní složky prostoru, ve kterém žijeme.

Podle Šauera, Vystoupila, Holešinské a kol. (2015) je cestovní ruch charakteristický svou komplexností. Nelze jej totiž studovat pouze prostřednictvím jednoho vědního oboru. V cestovním ruchu se podle autorů odehrává celá řada interakcí mezi různorodými skupinami aktérů, jejichž jednání je vedeno rozdílnou motivací a zájmy. Cestovní ruch představuje složitý systém s pestrou strukturou vazeb, které jsou nalézány jak uvnitř cestovního ruchu, tak ve spojení s jeho vnějším prostředím. Autoři uvádějí, že cestovní ruch je vyznačován jako relativně nová lidská aktivita, která v posledních desetiletích získává na akademickém významu i v podnikatelském prostředí. Mezinárodní cestovní ruch dnes generuje více než jednu miliardu mezinárodních příjezdů a přináší do národních ekonomik přes jeden bilion dolarů. Výše uvedený zdroj také vysvětluje, že podle WTTC a jeho fiktivního satelitního účtu cestovní ruch vytváří 270 mil. pracovních míst (9% z celkové zaměstnanosti). Je tedy patrné, že cestovní ruch se stal globálním fenoménem; není to pouze ekonomika, ale své místo nachází cestovní ruch v environmentálním, sociálním a kulturním prostředí, což znamená, že se jedná o etablovaný vědní obor či disciplínu. Předmět studia cestovního ruchu se však díky

jeho povaze, charakteru, multidisciplinaritou a průřezovostí velmi obtížně definuje.

Existuje množství definic cestovního ruchu. Zelenka, Pásková (2012: 83) nahlíží na cestovní ruch jako na „*komplexní společenský jev, jako souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu, souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu, včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně-správních aktivit a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity.*“

Jinou definici v poněkud technickém pojetí danou statistickým účelem zmiňuje Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO, 1995, cit. dle Šauera, Vystoupila, Holešinské a kol. 2015: 13), definuje cestovní ruch jako „*souhrn aktivit osob do míst mimo jejich obvyklé prostředí a pobývajících v těchto místech po dobu ne delší než jeden rok (resp. 6 měsíců), za účelem trávení volného času, podnikání (výdělečná činnost není založená na trvalém či přechodném pracovním poměru) či jiným účelem.*“

Pásková (2014: 31) uvádí, že výklad pojmu cestovní ruch je komplikován mezioborovým charakterem, proto je z důvodu praktické a akademické použitelnosti oborově redukován. Mezioborově lze však cestovní ruch vymezit na základě ekonomické, geografické, sociologické a ekologické definice. Autorka vysvětluje, že i přes množství definic vyjadřující podstatu cestovního ruchu mají všechny společné jeho geografické vymezení vůči obvyklému prostředí jeho účastníků. Vymezení cestovního ruchu též podle Ryglové (2009) umožňuje charakterizovat části jeho věcného projevu, druhy a formy účasti obyvatelstva. Cestovní ruch lze vymezit ve dvou rovinách; první oblastí představuje oblast spotřeby, kde je kladen důraz na uspokojení potřeb zákazníka, druhou rovinu prezentuje oblast podnikatelských příležitostí, kdy se stává důležitou součástí ekonomiky společnosti.

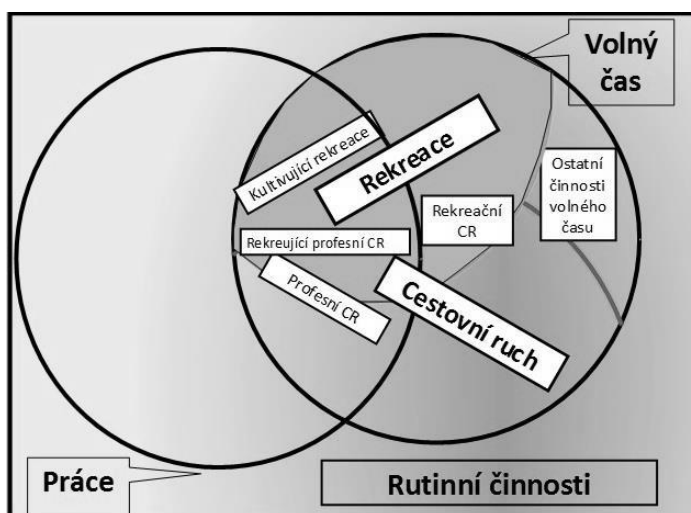
Zelenka, Kysela (2013) vysvětlují i odlišné pojetí cestovního ruchu, a to cestovní ruch mimo místo běžného pobytu účastníka CR, tedy virtuální cestovní ruch. Autoři označují za moderní trend v cestovním ruchu použití informačních a komunikačních technologií, jejichž potenciál je v tomto oboru skutečně široký. Lze

tedy říci, že význam a propojenost informačních a komunikačních technologií s cestovním ruchem neustále roste. Vliv těchto technologií se posouvá stále více do prožitkovosti, ovlivnění způsobu cestování (např. individuální cestování s GPS navigací, spojení s příbuznými a známými „kdykoliv a kdekoliv“) a případně i virtuálního turismu s plně 3D smyslovým zážitkem.

Štyrský, Šípek (2011:59) ve své publikaci zohledňují cestovní ruch z pohledu psychologie, sledují tedy geograficko-psychologické souvislosti cestování, turistiky a rekreace. Autoři prezentují názor, že cestovní ruch a cestování samotné se sebou nesou prožívání, kvůli kterému je moderní cestování vůbec podnikané. Tento aspekt cestovního ruchu interpretují pomocí oboru geopsychologie, nebo psycho geografie; zmíněné termíny obsahově pokrývají otázky vnímání prostředí, vliv prostředí na chování lidí a jejich více či méně tvůrčí zásahy do prostředí.

### 3.1.1 Volný čas a rekreace

Pásková (2014: 32) vymezuje cestovní ruch také jako vztah mezi vzájemně relativizovatelnými jevy, jako je rekreace, volný čas, práce a rutinní činnosti. Jak zobrazuje Obr. 2, vztah nejen mezi fenomény volného času, cestovního ruchu a rekreace, ale i mezi dílčími formami cestovního ruchu je dlouhodobým procesem a to z důvodu vývoje hierarchie lidských potřeb a možností uspokojování lidských potřeb.



Obrázek 1 Vztah rekreace, volného času, cestovního ruchu, práce a rutinních činností.

Zdroj: Pásková (2014: 36)



Zelenka, Pásková (2012) uvádějí mezi typické aktivity volného času rekreaci, kterou lze chápat z užšího a širšího hlediska. V užším pojetí je rekreace chápána jako souhrn odpočinkových činností, které jsou provozovány ve volném čase. Velmi často lze považovat rekreaci též jako formu cestovního ruchu, tedy tzv. rekreační cestovní ruch. V obecném pojetí lze rekreaci chápat také jako způsob využití volného času, jehož součástí může být aktivní pohyb, účast na různých akcích, cestování, turistika. Autoři vysvětlují, že v rámci termínů volný čas a rekreace je potřeba brát v úvahu také motivaci. Cestovní ruch je uskutečňován za předpokladu, že došlo k uspokojení základních lidských potřeb; tento vztah nejlépe vystihuje Maslowova pyramida potřeb, podle ní k účasti na cestovním ruchu dochází ve chvíli, kdy došlo k uspokojení základních fyziologických potřeb, potřeby bezpečí a základní sociální potřeby, tedy od čtvrtého stupně pyramidy.

Štyrský, Šípek (2011) však na problematiku a volného času pohlízejí z hlediska psychologického. Jak uvádějí, terminologicky neexistuje jasný rozdíl mezi volným časem, odpočinkovým časem, dovolenou a rekreací. Podle Maeranové (1994, cit. dle Štyrského, Šípka, 2011:82) lze volný čas vnímat jako mezeru v čase, jako chvíle pro situace, které jsou svobodně volené. Rekreace tak představuje varietu činností, které zaplňují volný čas, stejně tak jako cestovní ruch představuje zvláštní využití volného času a zvláštní formu rekreace, avšak nezahrnuje všechny volný čas a všechny rekreace. Autoři také potvrzují fakt, že nové hodnoty volného času tvoří podstatnou část světa práce, vedou tak k novým kvalitám práce a mohou dát práci nový smysl.

### **3.1.2 Typologie cestovního ruchu**

Cestovní ruch je vyjádřen v mnoha podobách a v jeho studiu je vyvinuto množství teoretických přístupů, jedním z nich je třídění, tedy klasifikace jeho nejrůznějších forem a druhů. Podle Vystoupila, Šauera, Troušila (2015) jsou od sebe oddělovány formy a druhy cestovního ruchu, tak je i uvedeno ve Výkladovém slovníku cestovního ruchu (Zelenka, Pásková, 2012). Existují různá kritéria dělení cestovního ruchu, mezi nejčastěji uplatňované však patří motiv cestování. V praxi

z hlediska cestovního ruchu lidé realizují různé potřeby a nejčastěji se řídí více než jedním motivem.

Podle Vystoupila, Šauera, Trouсила (2015: 55) jsou za hlavní motivy cestování považovány právě tyto:

- poznávací, spojené s rozvojem vnitřním (kulturním),
- rekreační, směřované na regeneraci fyzických a psychických sil,
- náboženské,
- spojené se služebními aktivitami, tzv. služební (byznysové).

Dle výše zmíněných autorů lze však typy cestovního ruchu členit dle následujících hledisek:

- **z geografického hlediska** (domácí, zahraniční, vnitřní, národní, mezinárodní, regionální, příjezdový, výjezdový cestovní ruch)
- **podle motivace** (rekreační sportovní a dobrodružný, kulturní, zdravotní a lázeňský, gastronomický, obchodní, nákupní, politický a náboženský cestovní ruch)
- **podle převažujícího místa pobytu** (městský, příměstský, venkovský, horský, velehorský, přímořský cestovní ruch)
- **podle věku návštěvníků** (dětský, mládežnický, rodinný, seniorský cestovní ruch)
- **ze sociologického hlediska** (návštěva přátel a příbuzných, sociální a etnický cestovní ruch)
- **podle délky účasti** (výletní, krátkodobý, víkendový, dlouhodobý cestovní ruch)
- **podle počtu návštěvníků** (individuální, skupinový, masový cestovní ruch)
- **podle způsobu organizace** (individuální cesty, organizované zájezdy)
- **podle ročního období** (sezónní, mimo sezónní, celoroční cestovní ruch)
- **z hlediska trvalé udržitelnosti** (ekologický cestovní ruch)
- **podle použitého dopravního prostředku** (železniční, lodní, letecký, motorizovaný cestovní ruch)
- **z hlediska dynamiky** (pobytový, putovní cestovní ruch)

### 3.1.3 Vliv cestovního ruchu na socio-kulturní prostředí

Novodobý cestovní ruch umožňuje cestování za nesčetně mnoha atraktivitami, místy starými i novými. Lze říci, že jeho růst představuje pro některé destinace existenční hrozbu, narušuje svým působením ekosystém, kulturní hodnoty a životní prostředí místních komunit. Problémem, za nějž je považován masový turismus a turistické znečištění se zabývá otázka udržitelnosti.

Jak uvádí Štyrský, Šípek (2011: 57), na cestovní ruch je nahlíženo nezřídka ze dvou pohledů. Na jedné straně cestovní ruch představuje nová pracovní místa a budování nových moderních zařízení, nicméně více je dnes poukazováno na druhou stranu věci, a to na turismem zničené prostředí, vznikající sociální chaos a morální úpadek. Lze se také setkat s názorem, že cestovní ruch je forma neokolonialismu, kdy jsou chudší země exploatované ostatním, bohatším a vlivnějším světem. Cestovní ruch ovlivňuje podle autorů též hostitelské komunity, mezi méně zjevné vlivy patří pak zejména vlivy na způsob života, myšlení a práce lidí, mění se sociální a kulturní hodnoty, které jsou sice v čase poměrně stálé, nicméně ne neměnné. Dopady a vliv cestovního ruchu jsou různé, mohou mít negativní či pozitivní podobu; mezi ty negativní lze zařadit například změny přírodních a krajinných charakteristik, docházející újmy při výstavbách hotelových komplexů nebo dopravních sítí. Na druhou stranu lze hovořit o již zmíněném přítoku kapitálu do lokalit dříve chudých a nová pracovní místa.

Pásková (2015: 64-73) uvádí, že vlivy cestovního ruchu na přírodní složky geografického prostředí nelze se socio-kulturními dopady tohoto jevu porovnávat, jelikož dopady socio-kulturní jsou hůře měřitelné, identifikovatelné, méně medializované a prozatím ne důsledně sledované. Důležitý je fakt, že vlivy cestovního ruchu na přírodní prostředí se s vlivy na socio-kulturní prostředí vzájemně propojují, navzájem se ovlivňují. Autorka prezentuje několik uměle vytvořených úkazů, které mají významný psychologický dopad, patří mezi ně:

- **Demonstrační efekt** – patří mezi nejčastější sociální efekty vytvořené v destinaci cestovního ruchu, tento efekt je charakteristický

napodobováním vzorců chování návštěvníků místními obyvateli, účastí místních obyvatel na využívání služeb cestovního ruchu.

- **Dualizace společnosti** – představuje proces, v němž je společnost rozdělována na základě obecných rysů na dvě společenské třídy – na chudé a bohaté. Z intenzity cestovního ruchu profituje především vrstva podnikatelů, zbytek obyvatel pak trpí zvýšenými životními náklady.
- **Marginalizace obyvatel** – představuje proces vytlačování místních obyvatel z historických částí sídel nebo z ekonomicky či sociálně významnějších pozic, uspokojování jejich potřeb je pak v rámci místní politiky odsouváno na poslední místa. Důsledkem tohoto jevu může docházet až k výskytu sociálně-patologických jevů, jako je např. kriminalita, toxikomanie, gamblerství apod.
- **Turistická iritace** – jedná se o vztah místních obyvatel k cestovnímu ruchu, který ve svém vývoji může dostat až negativní podoby. Jedná se o tzv. míru nevraživosti místních obyvatel ve vztahu k návštěvníkům. Jako ukazatel tohoto vztahu je využíván tzv. Doxeyho (1975, cit. dle Páskové, 2015: 66) čtyřstupňový „iritační index“, který tvoří postoje obyvatel: euforie, apatie, znechucení, antagonismus. Tato škála představuje také významný indikátor pro naplňování míry socio-kulturně únosné kapacity.
- **Etnocida** – označuje proces vyhlazování typických prvků pro místní etnikum, který je často důsledkem globalizace. Za příčinu tohoto jevu je většinou považováno působení aktivního cestovního ruchu ve spojení s uspokojováním potřeb zahraničních návštěvníků a požadavků zahraničních investorů.
- **Xenofobie** – představuje strach či obavy z cizinců jiných ras, či neznámých míst. K tomuto jevu dochází zejména při vysokém rozdílu v životní úrovni návštěvníků a hostitelské komunity.
- **Akultura** – jde o proces změn kultury společnosti v důsledku dlouhodobého či opakovaného styku kulturně odlišných společenských

skupin, v němž jedna z těchto skupina má výrazně nižší úroveň vyspělosti. Nejčastěji se jedná o vliv anglo-americké (západní) kultury na původní kulturu „méně“ vyspělých společností „rozvojových“ zemí. Z důvodu globalizace tak může docházet k vytěsňování prvků původní kultury místních obyvatel, která je nahrazena přejímanými prvky „vyspělejší“ kultury návštěvníků. Akulturace však může mít i pozitivní vliv, může např. vést ke zvýšení životní úrovně) hygienické návyky, motivace pro rozvoj, zvyšování znalosti cizích jazyků atd.)

- **Inscenizace** – označovaná též jako spektakularizace, neboli hraná původnost – „staged authenticity“, falzifikace prostoru i času nebo falešná kultura, znamená komerčně motivované předvádění tradic a obyčejů, zpravidla ve smyslu vžitých představ návštěvníků o kultuře daného etnika. Dochází k narušení autentických prvků místní kultury, ke komerčnímu ožívování již neprovozovaných obyčejů. Mezi typické destinace a aktivity s projevy inscenizace patří např. obřadní tance domorodců, africké tance, náboženské slavnosti, využívání tradic divokého západu v USA atp.
- **Folklorizace** – označuje specifickou formu inscenizace v určité destinaci, kde dochází k nepřiměřenému zdůrazňování i umělému ožívování prvků lidové kultury (např. tance v krojích)
- **Stereotypizace** – představuje sblížování místní kultury s globální kulturou. Kulturní projevy tak díky cestovnímu ruchu dostávají formu stereotypu.

### **3.2 Kultura**

Kultura jako pojem je uplatněna v několika vědních disciplínách a je vystihována mnoha definicemi. V případě, že je na tento pojem nahlíženo z pohledu interkulturní psychologie, která se úzce váže na problematiku této práce, lze podle Průchy (2004: 45) pojetí kultury v zásadě rozlišit na dvě skupiny: z širšího hlediska je kultura tvořena vším, co lidská civilizace vytvořila, neboli vším, co je výsledkem lidské činnosti, např. oděvy, nástroje, průmysl a obydlí, ale též lidské

duchovní výtvoř, jako např. umění, náboženství, morálka, zvyky a právo. Podle užšího pojetí se pojem kultura váže především k projevům chování lidí. Míni se jím zejména jeho zvyklosti, sdílené hodnotové systémy, symboly, předávané zkušenosti, nebo zachovaná tabu.

Venclová a kol. (2013: 19) představuje kulturu jako souhrn duchovních a materiálních hodnot vytvořených lidstvem v jeho celé historii a tvořených i v současnosti. Užší pojem národní kultura pak vymezuje systém zkušeností, naučených vzorců, chování a hodnot sdílených obyvateli stejné národnosti. Z pohledu sociologie je kultura či civilizace podle Geista (1992: 198-199) vnímána jako souhrn poznání, víry, umění, morálky, zákonů, obyčejů a ostatních způsobností a zvyklostí které člověk získá jako člen určité společnosti.

Průcha (2004: 46-47) také uvádí další pojmy, které úzce souvisí s pojmem kultura, a to kulturní pluralita a kulturní vzorce. Teoretický princip kulturní plurality vysvětluje nutnost tolerance způsobu života cizích společenství a respekt k existenci jejich odlišných hodnot a norem, jelikož každá jednotlivá společenství - národy, etnika, kmemy, či rasy - jsou charakteristická svými kulturami, které je nutno považovat za rovnocenné. Tento princip je též označován jako teorie kulturního relativismu, jehož opakem je tzv. etnocentrismus.

Zelenka, Pásková (2012: 290) vysvětlují pojem kultura jako *bytošně lidskou reflexi vlastního bytí a jeho interakci s okolním světem, jeho antropogenními a přírodními aspekty v kontextu světového vývoje a lidské historie*. Dále je vysvětlena také jako souhrn duchovních a materiálních hodnot, které jsou vytvořeny lidstvem v celé jeho historii a současnosti. V užším významu pojem kultura představuje označení uměleckých výtvořů a jejich dědictví. Vzájemná odlišnost kultur a tradice jsou významnou součástí motivace návštěvníků pro cestovní ruch. Specifičnost určitých kultur může však mít i negativní důsledky na ekosystémy. Je také vztahována k civilizacím, náboženstvím (např. židovská, křesťanská, arabská) nebo dějinným obdobím.

Bilington a kol. (1991) vymezují kulturu jako způsob života. Vysvětlují nepopíratelnou spojitost kultury s lidskou společností, v níž se podle autorů hodnoty kultury odrážejí.

### **3.2.1 Mezinárodní kultura**

K samotnému pojmu kultura se velmi úzce váže kultura mezinárodní. Jak uvádí Venclová a kol. (2013: 19), tento pojem vyznačuje tradice kultur, které přesahují národní hranice. Tento pojem se podle autorů teoreticky dělí dále na tzv. ideální kulturu, jež představuje to, co si lidé myslí či říkají, že by mohli nebo budou dělat, a reálnou kulturu – ta představuje přístupy, které se projevují v běžném životě, vzorce chování a způsoby myšlení. Vzájemná odlišnost kultur a jednotlivé kulturní tradice představují významnou část motivace k cestovnímu ruchu. Kultura samotná je vztahována k civilizacím, náboženstvím a dějinným obdobím, ke geografickým oblastem, k organizacím a firmám. Lze tedy říci, že kulturní rozdíly tvoří povrchní záležitost, nýbrž že jsou zakotveny hluboko v každém jedinci, díky nimž každý člověk vnímá okolní svět svými očima.

### **3.2.2 Kulturní šok**

S problematikou mezinárodní kultury podle Venclové a kol. (2013) úzce souvisí překážky mezikulturní komunikace a otevřeného kulturního myšlení, které mohou mít na návštěvníky konkrétních destinací negativní vliv. Těmito překážkami jsou například dále vysvětlené stereotypy (viz. kapitola 3. 2. 1.) a tzv. kulturní šok.

Kulturní šok představuje výsledek setkání návštěvníka s hostitelskou komunitou. Jeho projevem může být psychická, popř. i fyzická reakce (stres, úzkost, únava nebo strach). Kulturní šok může v cestovním ruchu pocítit nejen návštěvník, ale též místní obyvatel. Tento jev je podle autorů nejvíce uváděn při návštěvě určitého místa či destinace cestovního ruchu, které se společensky výrazně liší od návštěvníkova obvyklého společenského prostředí, například místní kuchyní – zejm. surovinami a způsobem jejich úpravy, kulturou stolování,

kulturou dopravy, hygienou, etickými a estetickými normami, náboženstvím, životním stylem, denním režimem aj. Účastníci cestovního ruchu by tak měli být maximálně informováni o společenském prostředí destinace, aby tak zamezili a minimalizovali intenzitu výše zmíněných reakcí v novém kulturním prostředí. Podle Zelenky, Páskové (2012: 296) souvisí míra kulturního šoku vedle kvality přípravy na cestu také s životními i cestovatelskými zkušenostmi návštěvníka. Příčinami kulturního šoku jsou především ztráta společenské role, ztráta jednoduchosti verbální a nonverbální komunikace a vlastní kulturní rozdíly.

Dle článku z časopisu Kalimera (Brezina, Brezinová, 2001, cit. dle Venclové a kol., 2013) tvoří kulturní šok přirozenou adaptační reakci na cizí kulturu, které se nevyhne žádný cestovatel. Průběh kulturního šoku lze podle autorů rozdělit do tří fází. První fází je těšení, očekávání, nekritické nadšení, euforie a fascinace cizí kulturou. Druhou fází je vystřízlivění, frustrace a deprese. Návštěvník podléhá pocitům nesounáležitosti, začíná mít pocit, že cizí kultuře vůbec nerozumí; všude vidí pouze špínu, autobusy jsou přeplněné, je mu horko. Slabší povahy se uzavírají do sebe, propadají depresím, urychleně kupují letenky a odlétají zpět domů. Tato kulturní frustrace však po nějaké době odezní sama, lze tomu ale napomoci setkáním se s typickými domácími jevy, jako např. hudba, zajít si do restaurace na evropské jídlo, přečíst si noviny s evropským děním atp. Po odeznění kulturního šoku nastává třetí fáze, návštěvník shledává svět kolem sebe takový, jaký opravdu je; přesto však jednotlivé fáze kulturního šoku návštěvníka poznamenají. Po návratu domů přichází většinou frustrace vlastní kulturou a stesk po navštívené destinaci.

Venclová a kol. (2013) uvádějí, že jedním ze základních zdrojů kulturního šoku je vlastní přístup. Autoři vysvětlují, že pokud není člověk schopen oproštění se od stálého posuzování cizí kultury, myšlení, zvyků a dalších součástí kultury podle měřítek té vlastní, je těžké tyto odlišnosti přijmout. Šípek, Štyrský (2007, cit. dle Venclové a kol., 2013: 25) výstižně uvádějí, že naše „*Euro-americká kultura je ohrožená nebezpečím přílišného „centrismu“, tj. poměřováním ostatního světa vlastním způsobem života (podobou blahobytu, tím, co považujeme za „správné“ a*



rozumné“). (...) Vypořádání se s jinými kulturami jako s naším stínem neznamená je prostě akceptovat, případně být schopni empatie nebo jen sympatie; znamená to vyjít vstříc jiné logice jiných kultur, národů a náboženství.“

### **3.3 Kulturní stereotypy a předsudky**

Pojem stereotyp a předsudek tvoří hlavní pilíř této práce. Tyto pojmy lze řadit k těm základním v oboru interkulturní psychologie, v němž mají přibližně stejnou psychologickou podstatu. Vyjadřují totiž „*představy, názory a postoje, které určití jednotlivci či skupiny osob zaujímají k jiným skupinám nebo k sobě samým (autostereotypy)*.“ (Průcha, 2004: 67). Autor uvádí, že vedle emocionálního náboje, kterým jsou tyto jevy charakteristické, jsou tyto názory a postoje přenášeny z generace na generaci. Dokonce bývá některými autory poukazováno na fakt, že tyto jevy se ve společnosti vyskytují z důvodu nedostatku informací a objektivní neznalosti určitého předmětu, či skupiny. Dochází tak k zevšeobecnění názorů a představ, které jsou neověřeně přijímané od jiných lidí. Autor předkládá množství výzkumů, které na téma stereotypů a předsudků v rámci národů, ras, etnik či náboženství existují. Předsudky a stereotypy existují podle autora zejména při vnímání a posuzování jiných etnik, ras či národů, na jejichž základě tak vznikají typické národní stereotypy, etnické stereotypy.

Rozdíl mezi stereotypy a předsudky vysvětluje Průcha (2004: 68) na základě obecné povahy těchto jevů. Předsudky vymezují ty názory a postoje vyjadřující vesměs nepřívznivý, až nepřátelský vztah vůči jiným skupinám. Stereotypy představují naopak postoje neutrální, často dokonce obsahují příznivý a pozitivní vztah. Autor též pokládá stereotypy a předsudky za jeden z nejzávažnějších problémů v oboru interkulturní psychologie a to z důvodu povahy těchto jevů, zejména protože „*předsudky se považují za univerzální rys interkulturních vztahů*“ (Průcha, 2004: 69), neváží se tedy pouze jen na některé kultury.

### 3.3.1 Kulturní stereotypy

Mezi kulturními předsudky a stereotypy někteří autoři vytvářejí rozdíl, jiní jejich význam ztotožňují. Stereotyp však podle Zelenky, Páskové (2012) představuje obecně přejímané předpoklady o způsobu chování a myšlení sociálních skupin a typů jednotlivců. V psychologii pak představují očekávané a opakované chování v určité situaci. Stereotypy mohou jak pozitivně, tak negativně ovlivňovat vztah návštěvnické a navštěvované komunity v cestovním ruchu.

Podle Oakes, Penelope a kol. (1994) představuje proces vytváření stereotypu připisování charakteristických vlastností lidem na základě sounáležitosti k určité skupině. Stereotypní vnímání člověka je tak aktivováno, jestliže řadí jedince do sociální skupiny, která splňuje určité charakteristické atributy. Jak autor vysvětluje, samotný proces aplikace stereotypu není jednosměrný, jedinec vnímá určitou cílovou skupinu, které přiřazuje určité stereotypní vlastnosti, on sám je však členem jiné sociální skupiny, které jsou přisuzovány jiné stereotypy, jedná se tak o meziskupinovou interakci.

Dle Hinton, Perry (2000) lze tvrdit, že stereotypy představují zjednodušené obrazy představ v mysli člověka, jelikož není schopen pojmout celý reálný okolní svět, proto je odkázán na zjednodušování obrazů těmito stereotypy. Vlastnosti lidí a jejich povaha, pohlaví, rasa, fyzické rysy, vzhled a oblečení představují znaky, na jejichž základě jsou kategorizováni a identifikováni, dochází tak k procesu vytváření stereotypu. Podle autora jsou stereotypy většinou nepravdivé, většinou obsahují negativní postoj, vyvíjejí se nesnadno a jsou těžko měnitelné.

Geist (2000) označuje stereotyp též jako návyk, pevný a neměnný tvar určitého jednání, nebo také jako vždy se stejně opakující proces nebo činnost. Stereotypy mohou být však podle Hartla, Hartlové (2000) označovány jako opakující se navyklý způsob jednání nebo automaticky používaný pohybový, mluvní, myšlenkový návyk.

Podle Yoshihisa Kashima a kol. (2016) hraje v utváření stereotypů důležitou roli mezilidská komunikace. Stereotypní informace jsou podle autorů přenášeny ve společnosti z doslechu ve formě určitého příběhu, či historiky (např. nějaké fámy, nepodložené informace). V množství kontextů mezilidských komunikací se klade důraz spíše na správnou, či pravdivou interpretaci přenášeného stereotypu, než na tu nepravou. Maria, G., Lebedko (2016) vysvětluje jako nejvíce nebezpečné rasové a etnické stereotypy. Uvádí také, že stereotypy lze vnímat jako názor jedné sociální skupiny na jinou sociální skupinu, nebo také jako určitá zjednodušení a upjaté předsudky, které představují určité bariéry v interkulturní komunikaci.

### 3.3.2 Kulturní předsudky

Hayesová (2013: 121) vymezuje předsudky jako určitou formu společenské agrese. Jedná se o agresi zaměřenou zejména proti členům určitých etnických či kulturním skupin, která je založena na předem zformovaném postoji k určitému objektu bez ohledu na povahu nebo individualitu tohoto objektu. Předsudky jsou tak výsledkem osobního hodnocení člověka, který má určité předsudky, nicméně nezvažuje při svém hodnocení a posuzování druhých jiná alternativní řešení. Autorka též uvádí dvojí význam předsudků, a to pozitivní a negativní. Veškeré výzkumy jsou však zaměřeny především na předsudky negativní, zejména pak na extrémní nepřátelskost vůči členům různých etnických skupin, jež může vést až ke zrušným nelidskostem.

Podle odborné definice tohoto pojmu, jež uvádí Průcha (2004: 67), lze předsudek vysvětlit jako *„předpojatost, názorová strnulost; emočně nabitý, kriticky nezhodnocený úsudek a z něj plynoucí postoj, názor přijatý jedincem nebo skupinou.“* Průcha (2004: 70) se v případě předsudků zmiňuje také o jejich přirovnávání ke společenské diskriminaci, což činí především média. Vysvětluje nesprávnost tohoto pojetí, jelikož mezi předsudky a diskriminací existuje vztah, ale nikoliv identita. Autor zde vysvětluje, že: *„Chová-li někdo předsudky vůči příslušníkům jiného etnika či rasy, nedopouští se tím ještě diskriminace – ta se projevuje až faktickým jednáním.“*

Předsudky lze z pohledu moderního pojetí biologické teorie, které vysvětluje Hayesová (2013: 122), považovat také za důsledek jistého biologického pudu ochraňovat jedince s totožnými geny; jsou chápány jako předpojaté chování a tendence obrany příbuzenského teritoria či příbuzenských genů. Pojem předsudek prošel od svého počátku v latinském znění „praejudicium“ (Allport, 2004: 38) několika vývojovými stádii, konečně tento pojem vyznačuje emocionální nádech přízně či nepřízně, který je doprovázen předčasným a nepodloženým úsudkem. Allport (2004: 38) považuje předsudek za příznivý i nepříznivý postoj k určité osobě či věci, ale také odmítavý až nepřátelský postoj. Jeho utváření funguje především formováním úvah vedoucích k sebeuspokojení jejich nositele, jak autor uvádí, lze tedy říci, že předsudek je též určitou záležitostí slepého jednání s převládajícím způsobem chování a myšlení určité skupiny. Nositelé těchto jevů se tak projevují nepřátelsky a jsou přesvědčeni o nežádoucích vlastnostech této skupiny. Kosek (2011: 31) rozeznává také předsudky nepravé, které je třeba prostřednictvím zdravého rozumu z myšlení i života odstranit. Jak však autor uvádí, předsudky mohou ve své podstatě v konkrétní situaci sehrávat i kladnou roli. Může například fungovat jako jistá ochrana před zklamáním, autor uvádí názornou situaci: *„Trpí-li někdo, ať už z jakýchkoli důvodů, předsudkem např. vůči Romům, nehrozí mu, že bude z „nevyslyšeného“ setkání s nimi zklamán.“* (Kosek, 2004: 32).

Způsob, jakým se předsudek projevuje, názorně vymezil Allport (2004: 46) za pomoci pětistupňové škály vyjadřující činnosti, které mají původ v předsudečných postojích a přesvědčeních. Jak uvádí autor, každý odmítavý postoj, jakožto i předsudek vedoucí k následné diskriminaci, o které se zmiňuje také Průcha (2004), má tendenci vyústit v nějakou akci, čím intenzivnější postoj, tím větší je pravděpodobnost vzniku nepřátelského činu. Autor tedy uvádí několik stupňů nepřátelských akcí na stupnici od těch nejmírnějších po ty nejráznější. 1. Osobování (předsudky jsou vyjadřovány slovně, autor uvádí fakt, že většina lidí ve svých nesympatiích nikdy nezasáhne hůře), 2. Vyhýbání se (forma tohoto předsudku představuje nenávisť příslušníků určité skupiny formou vyhýbání se, těmto příslušníkům však přímo neublíží), 3. Diskriminace (v tomto případě se snaží

zaujatá osoba zamezit styku s nežádoucí skupinou jakýmkoli způsobem, skupina je odmítána ve všech možných institucích a sociálních zařízeních), 4. Fyzické napadání (předsudky vedou až k násilným a polonásilným činům), 5. Vyhlazování (nejvyšší stupeň násilného projevu předsudku, mezi tyto formy se řadí například lynčování, pogromy nebo masakry).

Z výše uvedených charakteristik předsudků a stereotypů je patrné, že tyto dva jevy představují nepopíratelnou součást lidského jednání a myšlení. Jejich negativní náboj a význam bývá mnoha autory popírán, jinými vyzdvihován. Pokud je však hodnocen význam těchto jevů v souvislosti s cestováním a působením těchto jevů na samotné návštěvníky a účastníky cestovního ruchu, je nutné podotknout, že jejich existence utváří jakýsi rámec omezených informací, s kterými se posléze tito lidé ztotožňují. V případě, kdy je předsudek považován za kulturní jev s negativním nábojem, utváří pro jeho nositele určitou bariéru, nejistotu a kriticky hodnotící skutečnost, lze tento jev považovat za podklad pro motivaci k uskutečnění či neuskutečnění cesty za jinou kulturou. Pokud je však na stereotyp naopak nahlíženo jako na jev s neutrálním, někdy i pozitivním nábojem, lze tvrdit, že jeho existence napomáhá k jednodušším představám a vykreslení reality, která je na základě zkušeností jedinců, či skupin přenášena ve společnosti. Za pomoci stereotypů tak dochází k identifikaci a charakterizaci určitých etnických skupin, národů a jejich kultur, či konkrétních destinací a jevů s nimi spojenými.

### **3.4 Kulturní stereotypy a předsudky o českém národě**

Tematiku českých stereotypů a předsudků zpracovalo několik autorů. Jednou z publikací, o jejíž obsah se také opírá tato část práce a která se zabývá typickými českými rysy a stereotypy, představuje Xenofobní průvodce: Češi (Berka, Palán a Šťastný, 2009). Publikace od Průchy: *Interkulturní psychologie* (Průcha, 2004) tvoří také jeden z pilířů praktické části práce, konkrétně dotazníků pro Řeky, kam autorka zařadila některé z uváděných stereotypů a předsudků o českém národě.

Podle výzkumů Geerta Hofstedeho (cit. dle Koska, 2011:178-191), který se zabýval komparací hodnot různých národů a zemí, vyplývá několik českých národních znaků. Jedním ze zmiňovaných je například individualismus, jímž se Češi projevují, v tomto přístupu jsou společenské vazby poměrně volné. Profesor sociologie Emanuel Chalupný (cit. dle Průchy, 2004) zmiňuje dle jeho publikace „Národní povaha česká“ (Chalupný, 1907) několik dalších českých stereotypů. Patří k nim například mírumilovnost, iniciativnost a nedůslednost. Průcha (2004: 136) ve své publikaci cituje též autora Jiřího Mahena s jeho publikací „Kniha o českém charakteru“ (1924), který popisuje Čechy též jako rozumné a opatrné; mající smysl a nadšení pro velké myšlenky, které však často nedovedou realizovat. Češi jsou podle Mahena (cit. dle Průchy, 2004) málo odvážní, až neprůbojní, jsou charakterističtí tzv. „don Quijotství“, náboženskou netečností (ateismem) a sklony k vyhýbání se sporům a konfliktům, které raději řeší svým rozumem. Jiní autoři (cit. dle Průchy, 2004) ztotožňují Čechy a jejich mentalitu s jižními národy, například oproti vážnosti Němců, se Češi projevují opačně. Dle dalších výzkumů jsou Čechům přisuzovány i tyto vlastnosti: smysl pro humor, pracovitost, kulturnost, závistivost. Problém typické české závistivosti zmiňuje i Denik.cz 2 (2016), který uvádí dle výzkumu z října 2015, že předsudky vůči bohatství jsou v Česku hluboko zakořeněné a že Češi jsou v postoji k bohatým příliš závistiví.

Bačáková a kol. (2010) v překladu vysvětluje, že Češi nemají tendence rozdělovat svůj volný čas a práci, tyto dvě sféry života míchají dohromady, oproti západním a východním kulturám. V oblasti práce a zaměstnání jsou pro Čechy typické neformální vztahy mezi kolegy, což podle autorky ovlivňuje následné rozhodování a jsou příčinou vzniku problémů na pracovišti. Zmiňuje však, že Češi jsou oproti ostatním kulturám emotivní, jejich rozhodování, impresie, antipatie a hodnocení ostatních je založeno především na osobním cítění.

Traveldigest.cz (2016), uvádí obsah hodnocení několika edic světových průvodců a příruček. Uvedené klišé, které se českého štítu drží již dlouhou dobu, obsahují například tyto charakteristiky: „ (...) *zdravení kohokoliv a přezouvání patří*

*k malé české násobilce“* nebo „ (...) *dostaňte se Čechům pod kůži, i když ji mají hroší“*. Jiná edice hovoří o českém národě jako o národě sportovních fanoušků.

Nationalstereotypes.com (2016) v překladu hovoří o Čechách jako o milovnících piva, celosvětově jsou známá zejména jména velkých pivnic, jako je například „Pilsner Urquell“ či „Budweiser“. Celosvětově známý je však také Voják Švejk, automobilka Škoda, a čeští taxikáři, kteří jsou považováni za podvodníky, jež se snaží oklamat turisty. České ženy jsou obecně považovány za velmi krásné a atraktivní. Jednou z konkrétních charakteristik je tento výrok: „*Czechs eat dumplings and use their mobile phone a lot.*“ Jsou též považováni z velké většiny za ateisty.

„*Kdo nekrade, okrádá rodinu*“ (Listy.cz, 2016). Zdroj Listy.cz (2016) uvádí další ze stereotypů, a to že Češi kradou. Tento stereotyp o českém národu je bohužel podložený i výzkumy, jejichž výsledky zveřejnil portál Byznys.ihned.cz (2016). Zdroj uvádí, že podle výzkumu britské agentury Centre For Research z roku 2011 Češi kradou nejvíce z celé EU, s tímto charakteristickým rysem se tak umístili na prvním místě, dále se nejvíce krade v Pobaltí, Maďarsku a Belgii. Nejvíce na světě se krade v Indii.

Autoři Berka, Palán, Šťastný (2009) ve své publikaci *Xenofobní průvodce: Češi* uvádí množství dalších českých stereotypů. Typický český charakter podle autorů představuje jejich zachmuřilost a neustálá rozladěnost. Zatímco příslušníci jiných národů potřebují k nevrlosti pádné a vážné důvody, Češi nepotřebují žádný. Mají sklon k tomu být neustále nešťastní z toho, že nejsou dostatečně bohatí. Oplývají však vychytralostí, delikátní mazaností a nezpochybnitelným smyslem pro humor. Autoři také zmiňují Čechy jako nejateističtější národ v Evropě. Hlavou tradiční české rodiny je muž, který v průměru vydělává o třicet procent víc, než české ženy. Oproti Řecku však český národ neuznává soužití více generací pod jednou střechou. V komunikaci Češi nepoužívají přílišnou gestikulaci, hovořit s nimi lze na jakémkoliv téma, avšak s jistou dávkou opatrnosti. K fenoménu české gastronomie patří podle autorů „české pivo“, které není pouhým nápojem, nýbrž zdrojem národní hrdosti, představuje tzv. *tekutou a prazákladní esenci češství*. Česká jídla jsou lahodná, těžká a především nezdravá. Pokud se jedná o české zvyky a tradice,

lze říci, že Češi obecně rádi oslavují – kdykoliv a kdekoliv, vždy si nějaký důvod k veselí najdou, tento fakt zapřičiňuje, že Češi jsou občas považováni za alkoholiky.

Kosek (2011: 223) uvádí, že s výše zmíněnými stereotypy z pohledu současných sociálně psychologických výzkumů se lze setkat i dnes, obklopeni životními podmínkami, které se výrazně liší od těch prvorepublikových. Lze říci, že české kolektivní myšlení, které je do značné míry určováno stejnými hodnotami jako před sto lety, potvrzuje trvalost české národní povahy v čase.

### **3.5 Kulturní stereotypy a předsudky o řeckém národě**

Řecké stereotypy a předsudky podle níže uvedených zdrojů vyplývají zejména z typické povahy Řeků, jež je založena především na jejich středomořském temperamentu, díky němuž mají mnoho unikátních rysů. Jak uvádí Georkakena (2005), z důvodu historického období okupace Řecka Turky se povahové rysy Řeků neubránily těmto východním vlivům.

Stereotypy a předsudky, které jsou Řecku globálně přisuzovány, tvoří názory a představy národů celého světa. Podle Denik.cz (2016) panují stereotypy vůči světovým stranám. Na západ od Česka jsou národy považované za bohatší, na východ chudší. Severní národy se považují za pracovité, ale povahově chladné, jižní však za temperamentní a ne příliš svědomité v jejich pracovním nasazení. S tím může například souviset i otázka, zda jsou tyto obecně proklamované stereotypy důsledkem finančních potíží jižních států Evropy, jako je například Španělsko, Portugalsko, Itálie, Řecko. Nationalstereotypes.com (2016) v překladu uvádí, že zmíněné stereotypy ať už o všech zemích Evropy, tak konkrétně o Řecku, mají často tendenci díky občasným kulturním nedorozuměním sklouzávat k nepravdivým, až extrémním informacím o určitých národech. Nicméně hlavním významem stereotypů je způsob, jakým jsou vnímány ostatní národnosti. S určitou nadsázkou lze podle Nationalstereotypes.com (2016) říci, že Evropané jsou charakterističtí svým častým sklonem k vytváření „image“ sousedních národů; obecně známé a prohlašované národní stereotypy tak tvoří důležitou část určitého



základního povědomí o určitém národě z důvodu nevytváření předčasných předsudků, nicméně ne vždy lze tyto informace považovat za absolutně pravdivé, jelikož často vycházejí pouze z osobních zkušeností.

Podle výše zmíněného zdroje je Řecko očima Evropanů nejvíce spojováno s ekonomickou krizí a obecně s řeckou ekonomickou situací. Z toho vyplývá další stereotyp a to fakt, že Řekové jsou upjatí na své finance, nicméně jejich správu odkládají spíše do pozadí, umění hospodařit s penězi pro ně nepředstavuje až tak důležitý prvek. Tento stereotyp je Řekům přisuzován i dnes v době jejich státního bankrotu. Řekové jsou často považováni za nepředstavitelně temperamentní a hlučný národ, příliš se nezabývají důležitými věcmi, jsou tedy velmi pohodlní a jsou především považováni za silné kuřáky a „drbný“. Na základě dědictví z dávných řeckých ostrovních civilizací jsou Řekové typičtí svým sexuálním zaměřením, a to především homosexualitou, která byla v dobách dávného Řecka velmi častým společenským jevem v oblastech okolních ostrovů pevninského Řecka. Řecká rodina tvoří očima Evropanů pevný základ státu, rodinné vztahy jsou podle nich mnohdy až přehnané.

Řekům jsou přisuzovány dle Nationalstereotypes.com (2016) i mnohé další stereotypy a typické jevy s Řeckem spojené. Pokud se jedná o různorodé představy o této zemi, nejobecněji je Řecko prezentováno ve spojitosti s jeho dávnou kulturou, tedy jako starověké Řecko. Národní hrdost tamních obyvatel, jež tvoří též jeden z typických řeckých stereotypů, pramení z již zmíněné řecké kultury a faktu, že dávná civilizace této země je považována za průkopníka v umění malířském, architektonickém, sochařském, hudebním a dalších. Významná jména historiků, myslitelů, filozofů, astronomů, matematiků a fyziků, právníků, politiků a dalších významných osobností řecké historie představují též nejčastěji zmiňované a známé stereotypy. Všeobecně a ve společnosti známé prvky řecké historie tvoří též tamní města, názvy ostrovů, řecký jazyk a především Olympijské hry, jejichž počátky taktéž pramení v Řecku.

### **3.6 Řecko**

Parlamentní republika Řecko (nebo také Helénská republika), která vznikla roku 1821 odtržením od Osmanské říše, leží na území o rozloze přibližně 132 tisíc km<sup>2</sup> Balkánského poloostrova. Hlavním městem Řecka jsou Athény a úředním jazykem tohoto státu je řečtina, která používá v písmu řeckou abecedu alfabetu. Řeckou měnou je euro. Zemi obývá přes 11 milionů obyvatel s hustotou zalidnění přibližně 81 obyv./km<sup>2</sup>. 98% obyvatel státu vyznává náboženství samostatné řecké ortodoxní církve, v zemi je nadále asi 100 tisíc muslimů. Nynějším řeckým prezidentem je Prokopis Pavlopulos. Řecko je členem Evropské Unie. (Greeklandscapes.com, 2016)



**Obrázek 2 Mapa Řecka.**  
Zdroj: [www.nacesty.net](http://www.nacesty.net), 2016

### 3.6.1 Charakteristika přírodních podmínek

Území, na kterém se rozprostírá řecký stát, tvoří různé krajinné charaktery. Podle Mapsofworld.com (2016) Řecko utváří více než 2 000 ostrovů ve Středomoří, Egejském, Jónském, Krétském a Thráckém moři. Tyto ostrovy jsou seskupeny na tzv. Sporady, Kyklady a Peloponés. Země je součástí balkánského poloostrova, jejími sousedy jsou na severu Makedonie, Albánie a Turecko, na východě Turecko. Štyrský, Šípek (2011) vysvětlují, že přibližně 80% území Řecka tvoří pohoří, což činí tuto zemi jednu z nejhornatějších v Evropě. Tímto pohořím je Falakron a masiv Olympu. Pohoří Pindos a Parnassos se tyčí na Korintském

zálivem. 20% rozlohy státu představuje přibližně 400 ostrovů. Podnebí Balkánu je mírné teplé, na jihu téměř subtropické.

### **3.6.2 Historicko-geografické a kulturní souvislosti vývoje Řecka**

Jak uvádí Štyrský, Šípek (2011), lidské stopy zanechaly svůj odkaz v severní oblasti Řecka již v 7. tisíciletí př. K., v pátém tisíciletí zde pak zanechaly pozůstatky lidé Mykénské a Krétské kultury. V 8. – 6. století př. n. l. dochází ke vzniku měst a řecké kolonizaci v západním a východním Středomoří; později řecké dějiny ovlivnil také Alexandr Veliký. Helénismus soupeří s Římem a nad Řeckem vládne Byzantská říše. V roce 1430 se turecká vojska zmocnila Soluně a zbytek Řecka během 16. století padl pod nadvládou Turků. Roku 1822 byla vyhlášena první nezávislost Řecka, která však byla prakticky potvrzena až po první světové válce. Za druhé světové války bylo Řecko okupováno Němci a Italy. Od roku 1989 vládl Papandreu, představitel strany PASOK s přerušením 1989 – 1993. Nynějším prezidentem řecké republiky je Prokopis Pavlopulos, premiérem vlády Alexis Tsipras.

### **3.6.3 Politická a ekonomická situace Řecka**

Z výše uvedených informací je patrný fakt, že Řecko představuje parlamentní republiku, v jejímž čele stojí prezident. Demokracie, jež byla v Řecku zavedena jako v jedné z prvních evropských států, byla v této zemi definitivně prosazena až počátkem 20. století díky množství předchozích politických převratů a vražd politických představitelů. Zákonodárnou moc má podle Bbc.com (2016) parlament, jež čítá 300 poslanců, kteří jsou voleni jednou za čtyři roky. Moderní demokracie byla v tomto státu ustanovena roku 1974, kdy dochází k založení politické strany „Dimokratia“, proti níž vznikla socialistická strana PASOK (Panhelénské socialistické hnutí), v jejímž čele stál Andreas Papandreu. Tyto dvě politické strany patří dodnes k těm nejsilnějším i přesto, že byly ve straně PASOK nalezeny podvody. Od března 2015 je prezidentem Řecka Prokopis Pavlopulos.

Podle Bbc.com (2016) patří Řecko k jednomu z ekonomicky nejslabších v Evropě. Za příčinu tohoto faktu je většinou považováno již zmíněné období po

druhé světové válce, kdy ve státě docházelo k množství převratů a politických vražd. I přes značný nárůst státní ekonomiky a posílení cestovního ruchu po Druhé světové válce, padla tato země na počátku roku 2001, a to dnem, kdy vstoupila do Evropské Unie, do finanční krize. Po přijetí Řecka do Evropské Unie, která této zemi stanovila určité podmínky pro její přijetí, vyšly dokonce najevo falešné údaje, které zajistily státu vstup do eurozóny. V dalších letech zadlužení Řecka stále rostlo a to z důsledku nadvlády socialistické strany PASOK, v roce 2009 pak přichází snížení ratingu země a to na základě rozhodnutí tří ratingových agentur z důvodu obav platební neschopnosti státu.

### 3.6.3.1 Dluhová krize

Za počátkem dluhové krize stojí podle Bbc.com (2016, cit. dle Greekciris.net, 2016) neustálé střídání vlád a vládních představitelů. Tyto vlády připustily nadměrné výdaje jak státního, tak i soukromého sektoru, které však nebyly kryté skutečnou hospodářskou výkonností země. Docházelo tak k postupnému zadlužení státu u zahraničních věřitelů, a později k této skutečnosti přispívá celosvětová krize v roce 2007. Během několika let dochází k odepsání až 50% dluhu výměnou za další úsporná opatření. Stát však přijímá několik tzv. záchranných balíčků, které země využívá. Na počátku roku 2013 dochází k nezaměstnanosti Řeckých obyvatel v celkové míře 27%, nezaměstnanost mladých čítá necelých 60%. V květnu 2014 je Řecku agenturou Fitch o něco zvýšen rating. Kritický je však pro Řecký stát rok 2015, v lednu dochází k novým parlamentním volbám, které vyhrává extrémně levicová strana Syriza, únor dostává řeckou ekonomiku blíže ke státnímu bankrotu, výše celostátního dluhu je vymezována na 320 miliard eur, Evropská centrální banka se rozhodla neakceptovat řecké státní dluhopisy a provádí zástavu úvěrů komerčním bankám. V červnu 2015 dochází k uzavření athénských burz a řeckých bank, denní limit výběru tvoří 60 euro na osobu, dochází ke zmatečnému a panickému jednání Řeků. V srpnu 2015 dochází k referendu o přijetí úsporných opatření mezinárodními věřiteli, referendum je však odmítnuto a z funkce ministra financí odstupuje Janis Varufakis. Srpen 2015 se nese dále v duchu přijetí nových rozpočtových cílů Řecka do roku 2018.

Podle zdrojů Cestovani.idnes.cz (2016) a Byznys.lidovky.cz (2016) však události týkající se řecké dluhové krize cestovní ruch Řecka neovlivnily. Zájem o dovolenou v řeckých destinacích neklesal, ba naopak, některé cestovní agentury prohlašují, že zájem o řecké destinace byl vyšší než vloni. Zdroje uvádějí, že na ostrovech je situace jiná, výběry z bankomatů zde byly též omezené, nicméně pro zahraniční cestující tento denní limit neplatil.

### **3.6.4 Řekové**

Řecko je odnedávna považováno za kolébku kultury. Nicméně to, co tvoří kulturní a hmotné úspěchy této národnosti a celé Evropy, představuje především její dávná civilizace, jež se vyvíjela již od doby prehistorické. Mezi první dvě největší a nejvýznamnější řecké civilizace, jejichž původ sahá do druhého tisíciletí před Kristem, patří Minojská a Mykénská. Tyto dávné civilizace ponechaly Řecku neodmyslitelné kulturní bohatství, které tuto zemi a její civilizace reprezentují, jsou jimiž např. architektonické památky (paláce), keramika, kamenné řezbářství, hutnictví (lodě, zbraně), klenoty a působivé obrazy. Řecko je též považováno za prapůvodce a rodiště významných politiků, velkých myslitelů, filozofů a rétoriků.

#### **3.6.4.1 Povaha Řeků**

Schopnost proslovu a diskuze přetrvala Řekům dodnes, a to zejména s přehnanou gestikulací a hlasitým projevem. Jak uvádí National Geographic (2008: 10), povaha Řeků je plná kontrastů a protikladů. Za jeden z hlavních povahových rysů Řeků lze považovat již zmíněnou zálibu v diskuzích. Ne nadarmo jsou řečtí rodáci považováni za úspěšné obchodníky, a to zejména díky jejich brilantním komunikačním dovednostem. Podle Řecko.Orbion.cz (2016) jsou do diskuzí zapojeni především muži, často s divokou gestikulací a vysokou hlasitostí hovoru, nejde však pokaždé o hádky či spory, vášnivý rozhovor je v Řecku naprosto přirozený, jeho obsah většinou prozaický. Častým konverzační tématem Řeků jsou například politika, volby a další témata týkající se financí. Finance jsou v Řecku též velmi omílaným tématem, podle National Geographic (2008: 10) jsou Řekové

považováni za přeborníky v obelhávání a okrádání vlastní vlády, pokud jde však o turisty, jedná se s nimi zde s velkou úctou a poctivostí, dokonce zde není výjimkou možnost zaplacení nákupu o den později, či se značnou slevou. Velmi typický rys Řeků představuje jejich národní hrdost, a to zejména díky jejich významné historii a kultuře, za jejíž kolébku je Řecko považováno.

Pokud jde o typického řecké muže tak, jako je vidí jiné národy, jsou podle National Geographic (2008: 11) obecně charakterizováni jako dominantní postavy společnosti, nevázaní, s intenzivními emocemi, ale také jako nadšení, tvrdohlaví, snadno urážliví a hluční. Jejich další charakteristické rysy představují též vlastnosti jako všestrannost, pozitivismus a se zaujetím chrání svá práva. Jejich nejtýpější a nejčastěji zmiňované vlastnosti tvoří přátelskost a pohostinnost, ohleduplnost a velkorysost. Řekové jsou považováni za milovníky dobrého jídla a veškeré druhy zábavy, zejména hudby a tance. Pokud jde o nedochvilnost, i tuto typickou vlastnost lze Řekům přiřadit jako jeden z jejich negativních rysů. Jako jeden z dále zmiňovaných rysů je pohodlnost, nicméně je nutné podotknout, že pokud se typický Řek nadchne pro nějakou věc, jeho snahou je dosáhnout co nejdříve svého a danou věc vykonat. Dá se tedy říci, že Řekové dokáží být i velmi pracovití. Tento fakt dokonce potvrzují Novinky.cz (2016), kde je vymezen důkaz řecké pracovitosti. Novinky.cz (2016) uvádějí na základě výsledků z výzkumu pařížské společnosti Coe-Rexode, který probíhal po dobu čtyř let. Řekové se díky počtu reálně strávených hodin v zaměstnání oproti množství hodin, které mají uvedené ve smlouvě, umístili ze škály všech zemí EU na druhém místě. Výzkum tedy zjistil, že Řekové si po Maďarech s 2099 odpracovanými hodinami na plný úvazek za rok 2013, odpracovali v průměru 2010 pracovních hodin za již uvedený rok. Je tedy patrné, že výsledky tohoto výzkumu částečně vyvracejí typický Řecký stereotyp, a to jejich nejčastěji zmiňovanou vlastnost lenost.

Řekyně jsou v National Geographic (2008) prezentovány jako oddané a poslušné ženy, jejichž místo bylo striktně určeno, a to buď v domácnosti, nebo na poli. Dodnes však postavení ženy v řecké společnosti prošlo určitým vývojem, dnešní moderní řecké ženy pracují a přinášejí do rodiny peníze a na rozdíl od

tradičních pravidel má žena možnost vyjádřit svůj názor. I přesto výše uvedený zdroj uvádí, že zde stále přetrvávají značné rozdíly mezi rolí ženy na venkově a ve městě. Řecké ženy z Athén a z větších měst jsou většinou prezentovány jako úspěšné a na vlivných postech, na venkově je však úloha ženy a muže striktně dodržována, ženě tedy náleží trávení času péčí a starostí o domácnost.

#### 3.6.4.2 Rodina

Rodina představuje pro řeckou společnost důležitý prvek, lze tvrdit, že rodina je v Řecku až posvátná. Množství uzavřených sňatků v této zemi lze považovat podle Recko.Orbion.cz (2016) za nejvyšší v Evropě, naopak rozvodovost je zde velice nízká. Zásadní význam představuje rodina zejména na venkově, a i přesto, že původní tradice v roli ženy není dnes již zachována a posuzována podle kvality dětí, jež se jí narodily, očekává se od ní udržování rodinného krbu, starost o děti a prarodiče a dodržování tradic. National Geographic (2008) uvádí, že děti bydlí doma, dokud se nevdatí či neožení, dokonce je zde i možné, že mladý pár může po svatbě zůstat též v rodném domě společně s rodiči. Je tedy patrné, že Řekové žijí pospolu ve velkých rodinách, hospodaří v jednom společném domě.

#### 3.6.4.3 Náboženství

Náboženství je v Řecku podle Greeka.com (2016) silně provázáno s rodinou. Přibližně 98% obyvatel nejen pevninského Řecka, ale též řeckých ostrovů, představují ortodoxní Řekové, tento fakt však nepotvrzuje pravidlo, že každý Řek je zbožný. Podle Středulové (2005) je však náboženské cítění Řeků většinou projevováno jen do určité míry – zúčastňují se svatebních obřadů, křtů, pohřbů. Pokud jde o nedělní ranní bohoslužby, ty Řekové využívají spíše k setkání svých komunit a ve většině případů postávají před kostelem a diskutují na různá témata.

#### 3.6.4.4 Tradice

Jedním z tradičních jevů řecké kultury patří pojem „kafeneio“ neboli kavárna. Recko.Orbion.cz (2016) uvádí, že kavárny představují neodmyslitelný fenomén řecké společnosti a jejich kulturního života. Greeka.com (2016) dokonce



zmiňuje fakt, že kavárny jsou v Řecku součástí jejich každodenního života, jejich životní styl, tráví zde hodiny času a pijí typickou řeckou ledovou kávu, frappe. Místo dortů a sladkostí, jak je tomu zvykem v českých kavárnách, je zde podáván alkohol, řečtí muži hrají karty, či dlouhé hodiny diskutují.

Recko.orbion.cz (2016) zmiňuje pojem „siesta“ jako další z tradičních rysů řecké kultury. Tento pojem totiž vysvětluje odpočinek, který Řekům dokonce stanovuje zákon. Představuje odpolední pauzu, přibližně od 14 do 18 hodin. Tato odpolední pauza dnes však není dodržována ve všech částech Řecka.

#### 3.6.4.5 Řecká gastronomie

Řecká kuchyně se podle Středulové (2005) většinou skládá ze zdravých pokrmů, patří pod typickou středomořskou kuchyni a většina jejích jídel pochází ze starověkého období. Mnohé řecké pokrmy mají však turecké názvy, jako například medový zákusek „baklava“. Řekové konzumují velké množství olivového oleje, který tvoří základ téměř každého řeckého pokrmu. Mezi tradiční řecké pokrmy patří pečené maso, zejména jehněčí a kozí, ryby, mořští živočichové; patří sem též typický řecký salát, sýr feta a zapékaný lilek s rajčatovou omáčkou nazývaný „musaka“. Dále jsou jimi také souvlaki a gyros, které jsou k dispozici v místních tavernách a podávány jako typické řecké speciality s řeckým salátem a typickým řeckým pivem Mythos. Další známý řecký pokrm představuje též „pastitsio“ a omáčka „tzatziki“. Mezi nejoblíbenější řecké sladkosti patří již zmíněná baklava, což je velmi sladký zákusek obalený v medu. Řecká kuchyně však není známá jen svými pokrmy, ale též nápoji, jako je například anýzová pálenka „ouzo“, jehož výrobou je proslulý ostrov Lesbos. Řekové jsou též charakterističtí v konzumaci Metaxy a jejich každodenním ledovým nápojem zvaným „frappé“, což je ledová káva s hustou pěnou konzumovaná právě nejvíce v Řecku, kde je považována za nejoblíbenější drink.

Dle informací o Řecku a Řecích, které jsou výsledkem bádání a studií autorů, o jejichž tvrzení se opírá tato část práce, je nutné podotknout, že ne vždy jsou tyto informace pravdivým obrazem řecké kultury. Na základě vlastního pozorování autorky lze tvrdit, že povaha, rysy a chování Řeků jsou velmi individuální a

specifické. S ohledem na jedinečnost každého řeckého občana lze však tvrdit, že výše zmíněné stereotypy jsou z velké většiny součástí ostrova Rhodos a jeho obyvatel, ať už jde o stereotypy pozitivní či negativní. Současně uváděný a níže uvedenými zdroji vykreslovaný obraz Řecka a jeho obyvatel se tedy velmi podobá realitě, na ostrově Rhodos až příliš.

## 4 Empirická šetření

Hlavní úkolem praktické části je potvrdit či vyvrátit níže stanovené hypotézy. Předem stanovené hypotézy odpovídají na výzkumnou otázku práce.

### 4.1 Osobní zkušenosti

Vedle teoretických a odborných podpůrných materiálů, které tvoří podkladovou část empirické části práce, tvoří malou část informačních zdrojů též osobní zkušenosti autorky ze zahraničních cest, konkrétně zkušenosti z řeckého ostrova Rhodos. Některé z výše uvedených stereotypů a předsudků, které se týkají jak české, tak i řecké populace, jsou z pohledu osobních zkušeností vcelku nepřesné, tudíž je dané populaci nepřisluší ve všech případech přiřadit. V dotaznících jsou proto uvedeny kolonky s možností uvedení vlastní odpovědi, díky které mají respondenti vedle předem nabídnutých odpovědí uvést i své vlastní a osobní postoje a stereotypy týkající se Česka či Řecka.

### 4.2 Základní výzkumné otázky a hypotézy

Výzkumná otázka:

Ovlivňují kulturní stereotypy a předsudky Čechů a Řeků výjezdový cestovní ruch do těchto zemí?

Hypotézy:

- 1) Výjezdový cestovní ruch Řeků, zejména však obyvatel ostrova Rhodos, do České republiky není ovlivněn typickými českými stereotypy a předsudky.
- 2) Řekové, zejména však obyvatelé ostrova Rhodos, znají Českou republiku jako destinaci cestovního ruchu pouze okrajově.
- 3) Výjezdový cestovní ruch Čechů do Řecka je ovlivněn typickými řeckými stereotypy a předsudky.

Předpoklady, z nichž vycházejí výše uvedené hypotézy, se ve většině případů opírají o teoretická východiska (kapitoly 3.4, 3.5, 3.6), první a druhá hypotéza však vychází též z autorčiných praktických znalostí z Řecka. Nejen teoretická východiska tak tvoří obecné předpoklady pro stanovení těchto hypotéz. První hypotéza, která tvrdí, že výjezdový cestovní ruch Řeků, konkrétně obyvatel ostrova Rhodos, není ovlivněn typickými českými stereotypy, je vyvozena z faktu, že pro obyvatele tohoto ostrova představují Češi obecně mírumilovné a opakovaně se vracějící návštěvníky. Nicméně tento zmíněný český rys většinou představuje pro obyvatele Rhodosu jediný pro ně známý, až stereotypní. Jejich zájem o Čechy tudíž zaostává v jedné rovině, která díky jejich typické „pohodářské“ povaze nepomáhá utvářet překážky k jejich vycestování do České republiky.

Druhá hypotéza, že Řekové znají Českou republiku jako destinaci cestovního ruchu pouze okrajově, je založena jak na osobních zkušenostech autorky, taktéž teoretická východiska (kapitola 3.5, 3.6) toto prohlášení podpírají. Ač lze Českou republiku považovat za nepřehlédnutelný střed Evropy, zemi s členitým povrchem tvořeným množstvím pohoří, zemi s nepopíratelným kulturním dědictvím a rozvinutým cestovním ruchem, je patrné, že ani tento fakt českou zemi neprosadí v každé řecké vesnici či menším městě Evropy.

Znění třetí hypotézy, která tvrdí, že výjezdový cestovní ruch Čechů do Řecka je ovlivněn typickými řeckými stereotypy a předsudky, je podloženo zejména teoretickými východisky. Češi navštěvují Řecko z mnoha důvodů, avšak těmi hlavními důvody jsou zejména výše uvedené řecké rysy, které přimějí množství Čechů k vycestování do této země i na základě negativních referencí či informací, které uvádějí níže uvedené zdroje, jako např. Cestovani.idnes.cz (2016).

### **4.3 Sběr informací a průběh šetření**

Sběr informací byl prováděn jak za pomoci elektronické formy dotazníku, taktéž ve formě tištěných dokumentů. Dotazníková část určená pro Řeky, která byla vypracována zcela v anglickém jazyce, byla po dobu od 15. 6. 2015 do 22. 9.

2015 distribuována v tištěné podobě mezi obyvatele řeckého ostrova Rhodos. S ohledem na technické možnosti autorky na ostrově byly dotazníky vytvořeny pouze v tištěné podobě. Tyto dotazníky byly později rozdány také řeckým studentům na FIM za pomoci členů „Buddy“ systému (organizace působící s podporou Univerzity Hradec Králové, jejímž posláním je poskytovat péči zahraničním studentům přijíždějícím na stáže na univerzitu) fungujícího na Univerzitě HK, kteří zajistili oslovení těchto zahraničních studentů a dopomohli tak ke sběru většího množství dat. Celkový počet respondentů z ostrova Rhodos a řeckých studentů z FIM, jimž byl dotazník předán, bylo 70, z nichž 52 odpovědělo na všechny otázky uvedené v dotazníku. Autorka si je vědoma vcelku nevelkého vzorku řeckých respondentů vzhledem k celkovému množství obyvatel tohoto ostrova, nicméně bylo velmi časově náročné oslovit a konzultovat obsah dotazníků s větším množstvím respondentů. I přes vcelku jednoduše položené otázky, které dotazník obsahoval, se v některých případech respondentů na ostrově Rhodos autorka setkala s potížemi při vyplňování dotazníku z důvodu špatné úrovně anglického jazyka tamních obyvatel, proto se množství úplně vypracovaných dotazníků snížilo. Dá se říct, že i v mnoha případech autorka pomáhala dotazovaným z ostrova při vyplňování dotazníku v podobě přeformulování a zjednodušování otázek při společné konverzaci, a to z výše uvedeného důvodu. Studentům z FIM dotazník žádné potíže nečinil, jejich odpovědi byly tudíž kompletní.

Druhá část dotazníků určená výhradně pro Čechy, byla vypracována v českém jazyce. Tato část dotazníků byla zpracována v elektronické podobě na webovém portálu Survio.cz, který umožňuje praktické vytvoření dotazníků. Dotazník byl vložen na Facebookové stránky určené pro studenty FIM, a to na skupinu „FIM UHK“ a „Management cestovního ruchu 2013-2016“, elektronicky byl zaslán i ostatním blízkým autorky a uživatelům Facebooku. Celkový počet dotazovaných společně s členy skupin „FIM UHK“ a „Management cestovního ruchu 2013-2016“ byl přibližně 3.000, z nichž 102 odpovědělo úplně na všechny otázky. Tyto dotazníky byly členům těchto skupin a účastníkům Facebooku k dispozici necelé dva měsíce.

Dotazníky se skládají jak z otázek uzavřených, tak i polootevřených a několika otevřených. V dotazníku pro Řeky se ve většině případů vyskytují otázky uzavřené a to z důvodu zjednodušení porozumění pokládaným otázkám, jelikož většině dotazovaných na ostrově by složitější formulace a větší množství možných odpovědí mohlo způsobit potíže, jak již bylo výše zmíněno. Zvolení otázek však podle autorky nijak neovlivnilo výsledek šetření. Dotazník pro Čechy je též mixem otázek uzavřených, polootevřených a několika otevřených. U polootevřených otázek měli respondenti možnost výběru více odpovědí najednou. Otázky otevřené umožnily dotazovaným volný projev názorů, které posléze díky kvalitě jejich odpovědí ovlivnily zhodnocení celkového závěru práce

#### **4.3.1 Popis vybraného vzorku**

Empirická část obsahuje dvě skupiny lidí, které se liší svojí národností. První skupinu dotazovaných tvoří obyvatelé řeckého ostrova Rhodos, kde autorka pobývala necelé čtyři měsíce, měla tudíž možnost osobně konzultovat otázky v dotazníku s tamními obyvateli a dopomáhat tak s úplným vyplněním dotazníku a sběrem dat. Dotazníky byly na ostrově rozdány obyvatelům všech věkových skupin a povolání. Druhá skupina dotazovaných sestává z obyvatel České republiky, konkrétně ze studentů Univerzity HK, jež byli dotazováni především prostřednictvím Facebooku, a blízkých autorky, kteří byli osloveni a dotazováni stejným způsobem.

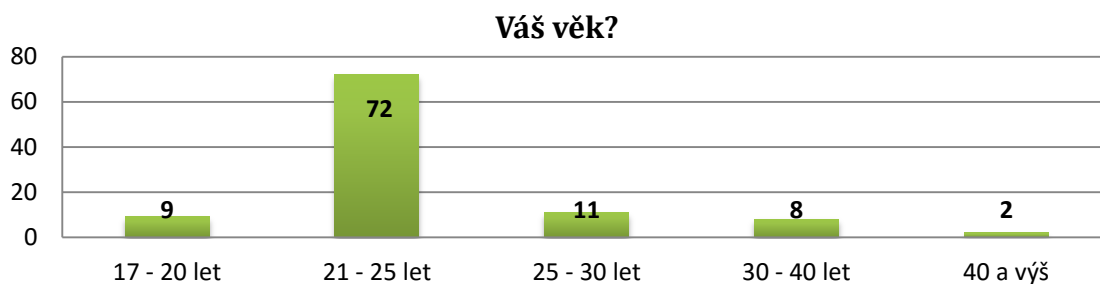
## 4.4 Výsledky empirických šetření

### 4.4.1 Dotazník pro Čechy

#### 4.4.1.1 Věk

Z celkového počtu 102 českých respondentů odpovědělo 9 (8,8%) z nich ve věku 17 – 20 let, 72 (70,6%) v rozmezí 21 – 25 let, 11 (10,8%) dotazovaných mezi 25 – 30 lety, 8 (7,8%) ve věku mezi 30 – 40 lety a 2 výše jak 40 let.

Graf č. 1 Věkové kategorie respondentů



Zdroj: Vlastní šetření, 2015

#### 4.4.1.2 Pohlaví

V šetření mezi 102 českými dotazovanými převažovalo množství odpovědí z řad žen, kterých odpovědělo 73 (71,6%), mužů odpovědělo 29 (28,4%).

Graf č. 2 Složení respondentů v rámci pohlaví



Zdroj: Vlastní šetření, 2015

#### 4.4.1.3 Vyhodnocení otázky: Byli jste někdy v Řecku?

Na otázku, zda dotazovaný někdy navštívil Řecko, bez ohledu na to, kterou část Řecka navštívil, jestli pevninskou, či některý z řeckých ostrovů, 53 (51,9%) respondentů odpovědělo, že Řecko navštívilo, 49 (48%) odpovědělo, že nikoliv.

**Graf č. 3 Návštěvnost Řecka**



Zdroj: Vlastní šetření, 2015

#### 4.4.1.4 Vyhodnocení otázky: Chtěli byste někdy vycestovat do Řecka?

Z grafu, jež vyjadřuje četnost respondentů, kteří jsou ochotní vycestovat do Řecka, je patrné, že převažuje množství těch, kteří by do této země vycestovali, než nevycestovali. Z celkového počtu 102 respondentů 92 (90,2%) z nich odpovědělo, že by do Řecka vycestovalo, 10 (9,8%) nevycestovalo.

Cílem otázky bylo zjistit míru tolerance nynější Řecké situace z pohledu Čechů. I přes nepříznivé politické podmínky v Řecku většina respondentů jednoznačně odpověděla, že by do Řecka vycestovala, z tohoto důvodu lze tvrdit, že při vyhodnocení odpovědí na tuto otázku je jednoznačné, že většina respondentů není ovlivněna tamním děním.

**Graf č. 4 : Četnost respondentů, kteří by vycestovali do Řecka**



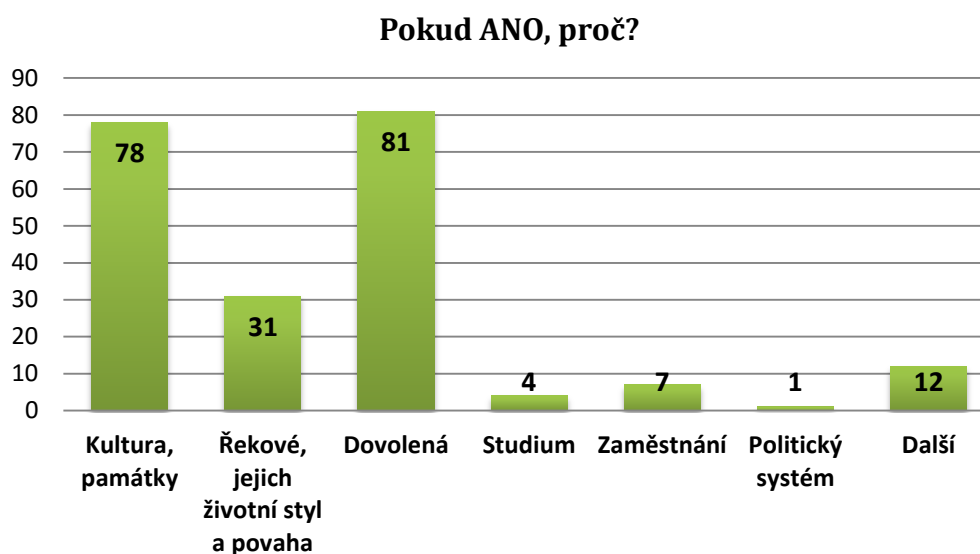
Zdroj: Vlastní šetření, 2015



#### 4.4.1.5 Vyhodnocení otázky: Pokud ANO, proč?

Tato otázka navazuje na předchozí dotaz na respondenty, kteří by se rozhodli do Řecka vycestovat. Hlavním cílem této otázky je zjistit, z jakého důvodu by dotazovaní do Řecka vycestovali. Respondenti měli možnost uvést svůj vlastní, osobní důvod, anebo si vybrat z několika možností, které byly v dotazníku předem uvedené. Z níže uvedeného grafu je patrné, že dotazovaní Češi, konkrétně 78 (76,5%) z nich, preferují především poznání řecké kultury, památek, zejména pak vyhledávají řecké destinace za účelem dovolené (81 – 79,4% dotazovaných). Překvapujícím výsledkem bylo množství respondentů, kteří by do Řecka vycestovali za tamním životním stylem Řeků a jejich povahou. I přes obvyklé negativní hodnocení typické povahy Řeků tuto odpověď zvolilo 31 (30,4%) dotazovaných. Za studiem by vycestovali 4 (3,9%) dotazovaní, zaměstnat by se v Řecku nechalo 7 (6,9%) Čechů. S politickou situací v Řecku sympatizuje 1 (1%) ze 102 dotazovaných Čechů, který by do této země vycestoval právě z důvodu tamního politického systému. Další respondenti, konkrétněji 12 (11,8%) ze 102, uvedlo své vlastní body zájmu v této zemi – 9 (8,8%) Čechů by vycestovalo do této země za tamní gastronomií, 2 (1,9%) za přírodou a 1 (1%) respondent preferuje tamní vodní turistiku.

**Graf č. 5 Hlavní důvody vycestování Čechů do Řecka**



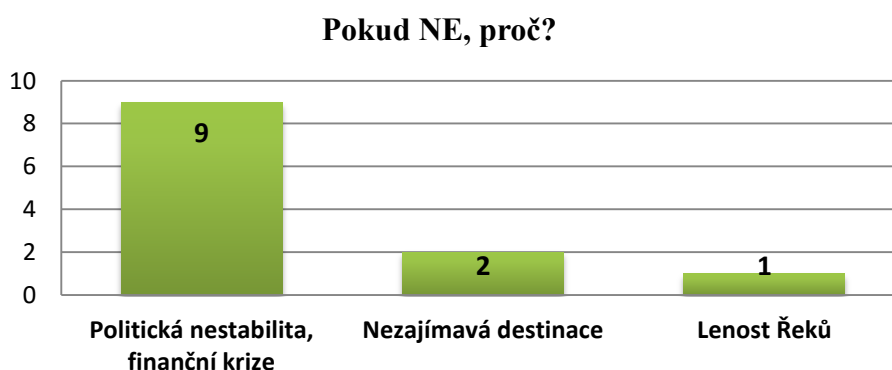
Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

#### 4.4.1.6 Vyhodnocení otázky: Pokud NE, proč?

Na tuto otevřenou otázku odpovědělo 12 (11,8%) ze 102 dotazovaných. Je tedy patrné, že většina dotazovaných nalezla své osobní preference při potenciální návštěvě Řecka v předchozí otázce. Výsledek této otázky však tvoří několik důvodů, díky kterým by několik dotazovaných Čechů do Řecka nevycestovalo vůbec. Jedním z důvodů a odpovědí představují politická nestabilita, či finanční krize Řecka. Tento fakt potvrzuje předem stanovenou hypotézu, nicméně počet respondentů, kteří se nechají ovlivnit tamní politickou situací, je oproti těm, kteří těmto jevům nepřisuzují důležitost při výběru turistické destinace, mnohem nižší. Dotazovaní Češi zde také uvádějí Řecko jako nezajímavou destinaci pro ně samotné, preferují tudíž jiné země jako destinace svých zahraničních cest. Jeden respondent by do Řecka nevycestoval z důvodu údajné lenosti Řeků.

Cílem této otázky bylo zjistit, zda se typické stereotypy a předsudky uváděné v odborných publikacích, či jiných materiálech, přisuzované tomuto národu, shodují s reálným pohledem Čechů na tento národ. Lze tedy říci, že opravdu nepatrné množství dotazovaných Čechů se nenechá ovlivnit uváděnými řeckými stereotypy, či nepovažuje Řecko za preferovanou destinaci.

**Graf č. 6 Hlavní příčiny nevycestování Čechů do Řecka**



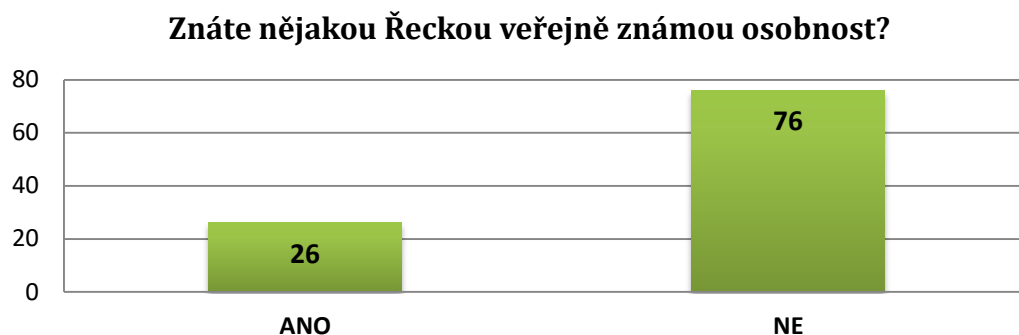
Zdroj: Vlastní šetření, 2015

#### 4.4.1.7 Vyhodnocení otázky: Znáte nějakou Řeckou veřejně známou osobnost?

Z níže uvedeného grafu je patrné, že Češi si vybaví představitele nejen současné řecké scény vcelku zřídka, nicméně i přes tento fakt 26 (25,5%) dotazovaných odpovědělo pozitivně. Ze 76 (74,5%) negativních odpovědí lze vyvodit fakt, že většina dotazovaných Řeckou scénu však příliš nezná. Tato polootevřená otázka umožnila dotazovaným vyjádřit jméno, či konkrétní osobnost, kterou znají. Z 26 odpovědí tvořily největší četnost osobnosti z politické scény. Vysvětlení této skutečnosti je nadmíru jednoznačné, dotazovaní Češi znají představitele řecké politické scény z různých forem veřejně sdělovacích prostředků a médií díky ostře sledovaným kauzám řecké politické situace z léta 2015, kdy se „celosvětově rozhodovalo“ o osudu řeckého státu a jeho finanční situaci. Fakt, že se Řecko nachází ve finanční krizi, však paradoxně přináší této zemi největší pozornost, tudíž je vcelku zřejmé, že většině českých obyvatel tyto informace neunikly.

Mezi nejčastěji vyskytující se politicky zaměřenou osobnost v odpovědích respondentů patřilo jméno Varoufakis (konkrétně 3krát – 2,9%) bývalý představitel řeckého levicového hnutí SYRIZA a ministr financí ve vládě též v odpovědích zmíněného politika Alexise Tsiprase (4 odpovědi – 3,9%). Respondenti ve svých odpovědích zmínili řeckého boha „Zeus“, významného filozofa Sokrata a dramatika Aischyla. Dva dotazovaní (1,9%) znají řeckého hudebního skladatele jménem Vangelis a Giorgos Sampalis . Jeden (1%) ze 102 dotazovaných Čechů uvedl jméno významného řeckého básníka jménem Jorgos Seferis. Angelos Charisteas, Antonios Nikopolidis, Georgios Samaras, tedy jména významný představitelů řecké fotbalové scény, uvedlo 5 dotazovaných (4,9%). Další z českých dotazovaných, konkrétně jeden (1%), uvedl několik jmen řecké moderní hudební scény, tedy jména zpěváků a zpěvaček Giorgos Mazonakis, Demis Roussos, Elli Kokkinou, Nikos Vertis a Despoina Vandí. Jméno nynějšího řeckého prezidenta, Prokopis Pavlopoulos, zmínil jeden respondent (1%).

**Graf č. 7 Řecké veřejně známé osobnosti**

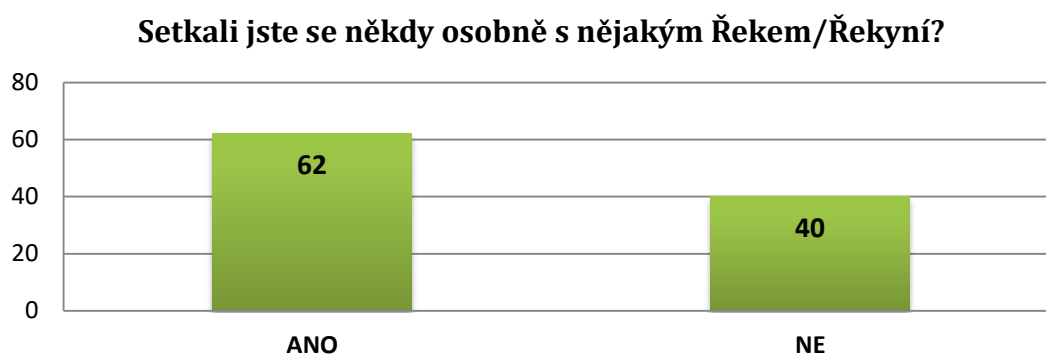


Zdroj: Vlastní šetření, 2015

#### 4.4.1.8 Vyhodnocení otázky: **Setkali jste se někdy osobně s nějakým Řekem/Řekyní?**

Cílem otázky bylo zjistit, do jaké míry jsou či byli Čeští respondenti v přímém kontaktu s účastníky jiné země a kultury, konkrétně s Řeky. Ač není přesně vysloveno, kdy a kde se dotazovaní s nějakým Řekem/Řekyní setkali, autorka předpokládá, že většinou docházelo k těmto stykům v rámci dovolených v této zemi, či studenti z ČR se setkali se studenty z řeckých univerzit na půdě Univerzity HK, kde též probíhalo dotazníkové šetření, či na jiným místech ať už České republiky, nebo zahraničí. Pozitivně na tuto otázku odpovědělo 62 (60,8%) respondentů, kteří se již někdy s nějakým Řekem/Řekyní setkali. S těmito osobami se však naopak nikdy neseťkalo 40 (39,2%) respondentů.

**Graf č. 8 Osobní setkání Čechů s Řeky**



Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

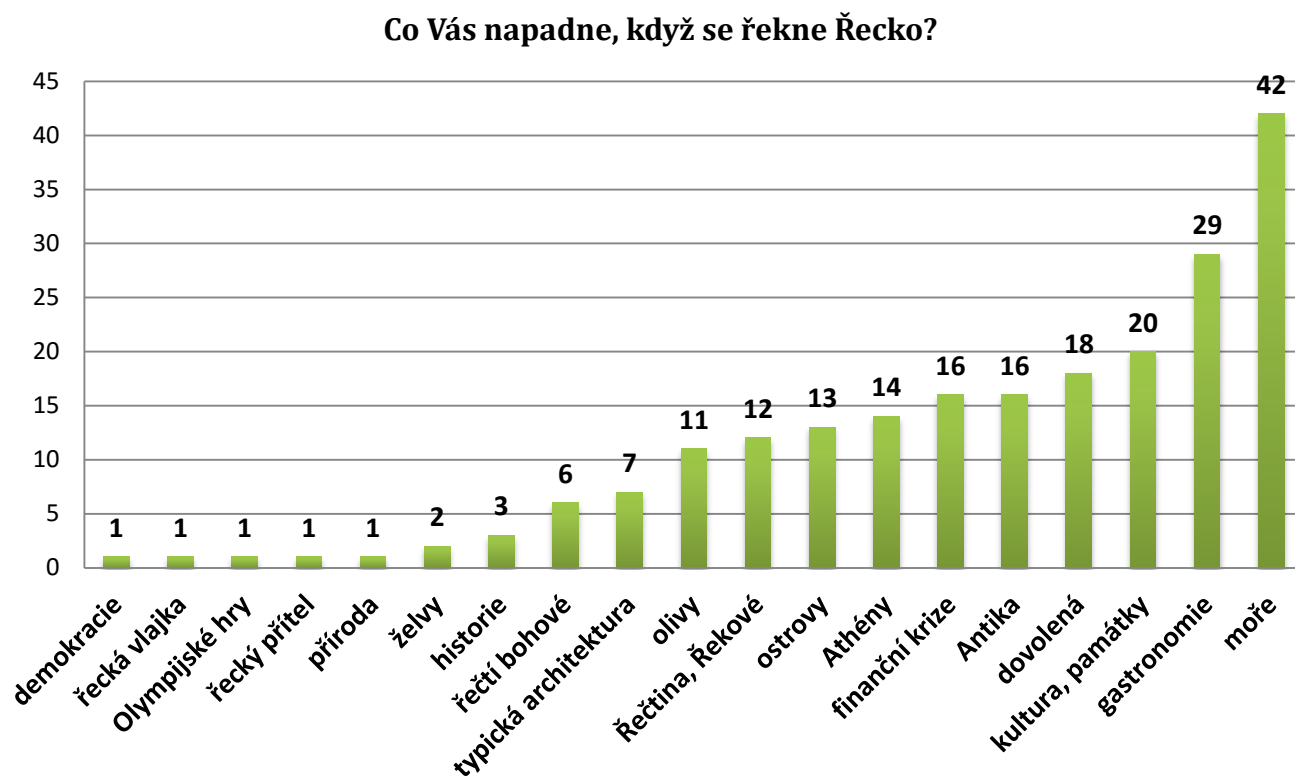
#### 4.4.1.9 Vyhodnocení otázky: Co Vás první napadne, když se řekne Řecko?

Na tuto otevřenou otázku odpověděli všichni ze 102 dotazovaných respondentů, přičemž při následné kategorizaci jednotlivých odpovědí a jejich sumarizaci autorka došla k závěru, že každého respondenta napadly průměrně dvě věci, či jevy, které si představí pod pojmem Řecko. Konkrétních představ, které měli respondenti za úkol vyjmenovat, bylo cca 214.

Cílem této otázky bylo zjistit, jak respondenti Řecko vnímají, zda pro ně představují pouze pozitivní představy, jako např. moře, dovolená a slunce, či zapojí i negativní představy, jakožto řeckou finanční krizi, nebo určité negativní řecké stereotypy. Odpovědi respondentů byly různorodé, nicméně zmiňované odpovědi tvořily přibližně 17 řeckých témat a okruhů, v jejichž rámci respondenti odpovídali. Lze tedy říci, že v odpovědích dotazovaných Čechů se vyskytovaly výhradně typické stereotypní řecké jevy.

Z pohledu konkrétních témat a odpovědí, které se v dotazníku vyskytly, tvořilo většinu odpovědí „moře“ a sním spojené pobřežní pláže, tuto odpověď uvedlo 42 (41,2%) respondentů. Druhým nejvýrazněji zmiňovaným řeckým fenoménem představovala tamní „gastronomie“, ta představuje typické Řecko pro 29 dotazovaných (28,4%). „Kultura a památky“ (20 odpovědí – 19,6%), které jsou přibližně početně na stejné úrovni společně s pojmem „dovolená“ (18 odpovědí – 17,6%), tvoří další větší část odpovědí respondentů. Dále se dotazovaní Češi, ač ne v takovém počtu, jako v předchozích odpovědích, zmiňovali o těchto pojmech: demokracie (1 respondent - 1%, dále v textu jen resp.), antika (16 resp. – 15,7%), řečtí bohové (6 resp. – 5,9%), ekonomická krize (16 resp. – 15,7%), olivy (11 resp. – 10,8%), řečtina, Řekové (12 resp. – 11,8%), příroda (1 resp. – 1%), želvy (2 resp. – 1,9%), historie (3 resp. – 2,9%), typická architektura (7 resp. – 6,9%), ostrovy (13 resp. – 12,7%), Athény (14 resp. – 13,7%), vlajka (1 resp. – 1%), řecký přítel (1 resp. – 1%), Olympijské hry (1 resp. – 1%).

Graf č. 9 Typické řecké stereotypy



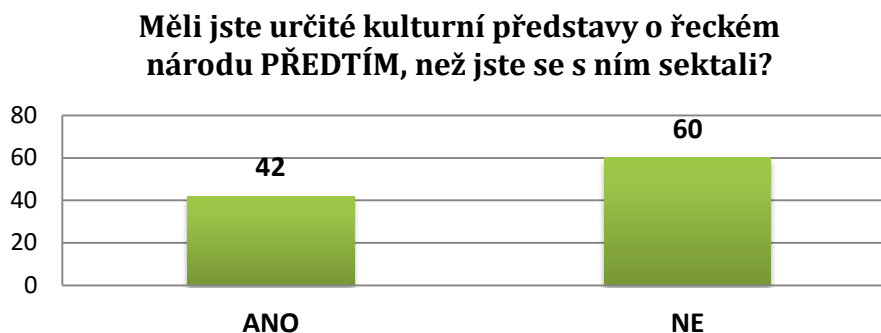
Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

#### 4.4.1.10 Vyhodnocení otázky: **Měli jste určité kulturní představy o řeckém národu PŘEDTÍM, než jste se s ním setkali?**

Na tuto uzavřenou otázku z celkových 102 odpovědělo 42 (41,2%) dotazovaných, že i přes nepřímý kontakt s členy tohoto národa, mělo určitou představu o jejich chování, povaze, životním stylu či dalších jevech s Řeckem souvisejících. Zbýlých 60 (58,8%) respondentů Řekům žádné představy nepřisuzovalo.

Z odpovědí respondentů na tuto otázku lze vyvodit fakt, že i přes výskyt četných charakteristik obecně přisuzovaných tomuto národu, se Češi nenechávají ovlivnit těmito jevy a svůj vlastní názor a postoj si většinově utvářejí sami až po přímém kontaktu s řeckým prostředím.

**Graf č. 10 Kulturní představy Čechů o Řecích**



Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

#### **4.4.1.11 Vyhodnocení otázky: Pokud ANO, jaké konkrétní představy jste jim přiřazovali?**

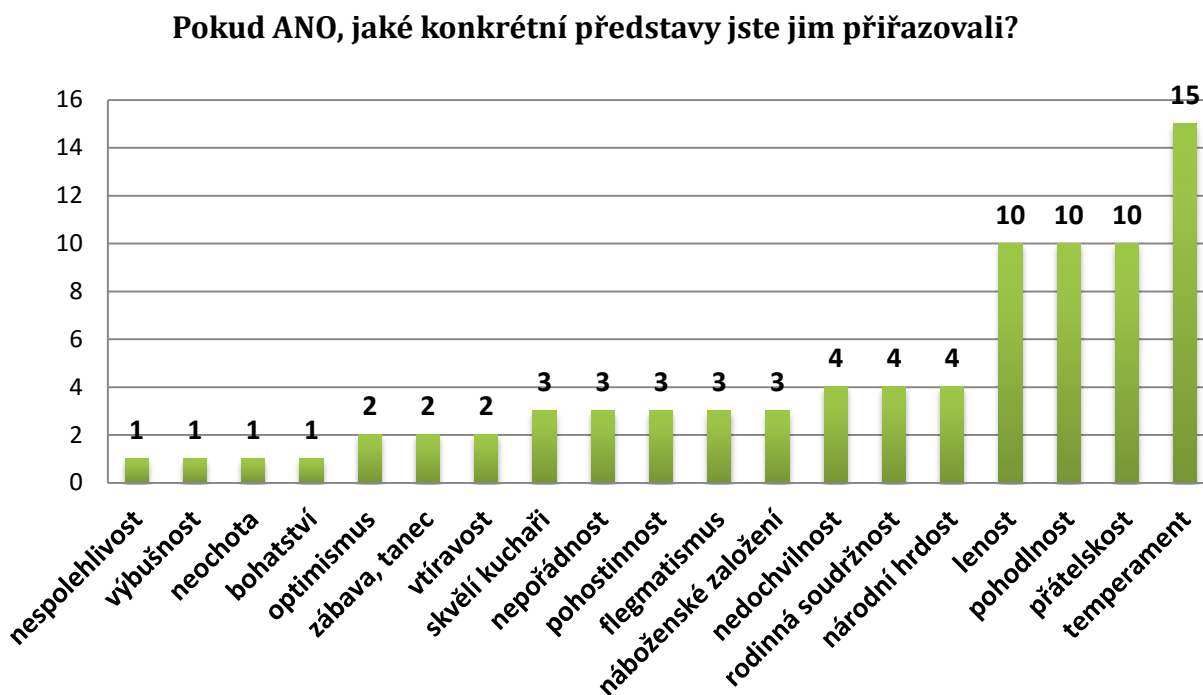
Následující otevřená otázka, na níž odpovědělo i přes předchozí počet respondentů, kteří neměli o Řecích žádné představy (42), 51 (50%) dotazovaných Čechů. Otázka logicky navazuje na tu předchozí (viz. kapitola 5. 1. 10).

Cílem této otázky bylo zjistit, jaké konkrétní představy mají Češi o Řecích obecně jako o národu, a zda tyto respondenty uvedené charakteristiky korespondují s typicky uváděnými řeckými stereotypy a předsudky, které rozebírá kapitola (3.4). Dle výsledků je patrné, že následující odpovědi 102 dotazovaných Čechů se v mnoha případech shodují s názory a postoji, které popisuje uvedená literatura.

Dle podrobného rozboru uvedených odpovědí, které lze opět rozdělit do několika samostatných kategorií, přisuzují dotazovaní Řekům níže uvedené charakteristiky. Nejvíce zmiňovanou charakteristikou typického Řeka představoval pojem temperament, ten zmínilo konkrétně 15 respondentů (14,7%, dále jen resp.). Dalšími přisuzovanými charakteristikami jsou jak pozitivní, tak i negativní povahové rysy Řeků, jako např. pohodlnost (10 resp. – 9,8%), lenost (10 resp. – 9,8%), národní hrdost (4 resp. – 3,9%), náboženské založení (3 resp. – 2,9%), vtíravost (2 resp. – 1,9%), přátelskost a vstřícnost (10 resp. – 9,8%),

flegmatismus (3 resp. – 2,9%), bohatství (1 resp. – 1%), rodinná soudržnost (4 resp. – 3,9%), zábava a tanec (2 resp. – 1,9%), neochota (1 resp. - 1%), výbušnost (1 resp. – 1%), pohostinnost (3 resp. – 2,9%), nepořádnost (3 resp. – 2,9%), skvělí kuchaři (3 resp. – 2,9%), optimismus (2 resp. – 1,9%), nedochvilnost (4 resp. – 3,9%), nespolehlivost (1 resp. – 1%). Dle autorky a jejích zkušeností z Řeckého ostrova Rhodos lze říci, že všechny výše uvedené charakteristiky, které dotazovaní uvedli, lze typickým Řekům přiřadit, nicméně ve většině případů jde o velmi individuální hodnocení a autorka se setkala i s Řeky, kteří neoplývají přisuzovanými stereotypy a předsudky a jsou velmi pracovití, spolehliví a klidní. Z výše uvedených výsledků lze také zhodnotit charakter přiřazených rysů a povahy Řeků, tedy jejich pozitivní a negativní rysy se v tomto šetření pohybují v přibližně stejné rovině, nicméně nejvíce uváděné charakteristiky, jako je například lenost Řeků, je bohužel v tomto případě negativní.

**Graf č. 11 Typické charakteristiky Řeků**



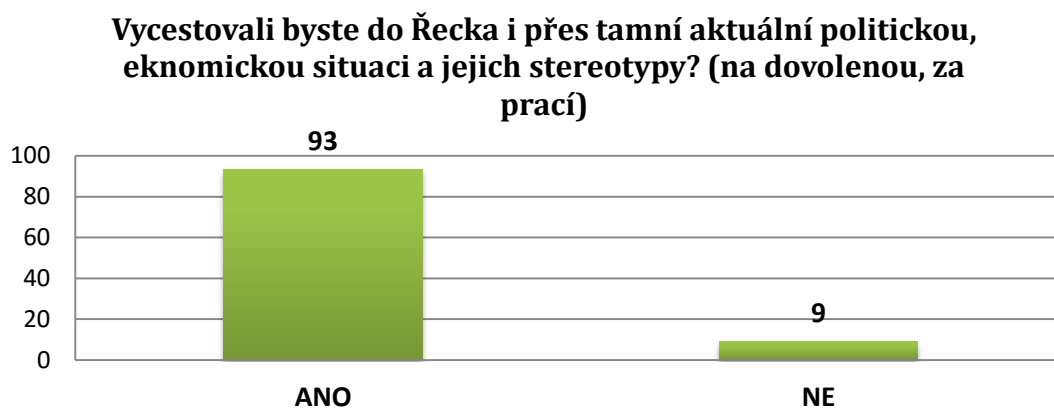
Zdroj: Vlastní šetření, 2015.



#### 4.4.1.12 Vyhodnocení otázky: Vycestovali byste do Řecka i přes tamní aktuální politickou, ekonomickou situaci a jejich typické stereotypy? (na dovolenou, za prací)

Poslední uzavřená otázka si klade za cíl zjistit, do jaké míry jsou Češi motivovaní, nebo naopak demotivovaní a ovlivnění řeckou situací, temperamentem Řeků a Řekyň a jejich životním stylem. Většina dotazovaných na tuto otázku odpověděla pozitivně, tedy 93 (91,2%) respondentů z celkových 102 odpovědělo, že by do Řecka i přes tento fakt vycestovalo, tudíž je patrné, že i přes určité nesympatie až mnohdy deprimovanost řeckou povahou, by většina dotazovaných Čechů do Řecka vycestovala. Zbýlých 9 (8,8%) respondentů odpovědělo negativně, tedy do Řecka by z důvodu této aktuální tamní situace nevycestovalo.

**Graf č. 12 Výjezdovost Čechů do Řecka**



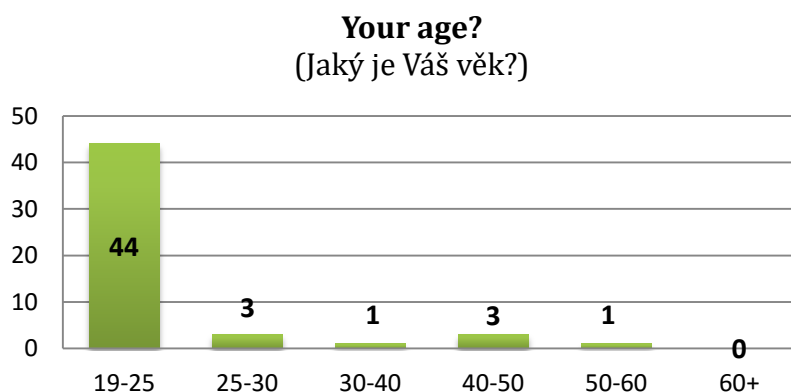
Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

## 4.4.2 Dotazník pro Řeky

### 4.4.2.1 Věk

Z celkového počtu 52 dotazovaných řeckých respondentů je 44 (84,6%) z nich ve věkovém rozmezí 19 – 25 let, 3 (5,8%) respondenti mezi 25 – 30 lety, 1 (1,9%) mezi 30 – 40 lety, 3 (5,8%) v rozmezí 40 – 50 let a 1 (1,9%) ve věku mezi 50 – 60 lety. Respondent ve věku 60 let a výše neodpovídal žádný.

**Graf č. 13 Věkové kategorie řeckých respondentů**

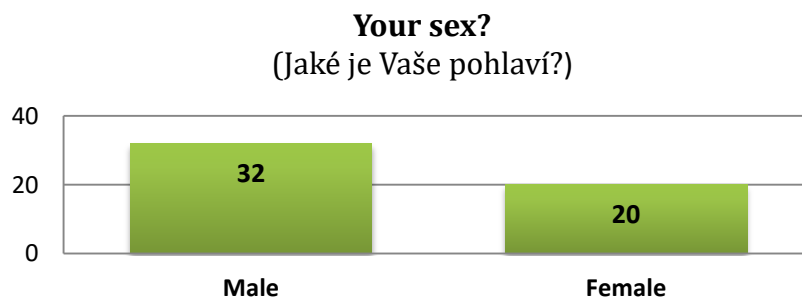


Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

### 4.4.2.2 Pohlaví

Z celkového počtu 52 dotazovaných řeckých respondentů odpovědělo 32 (61,5%) mužů a 20 (38,5%) žen.

**Graf č. 14 Složení řeckých respondentů v rámci pohlaví**



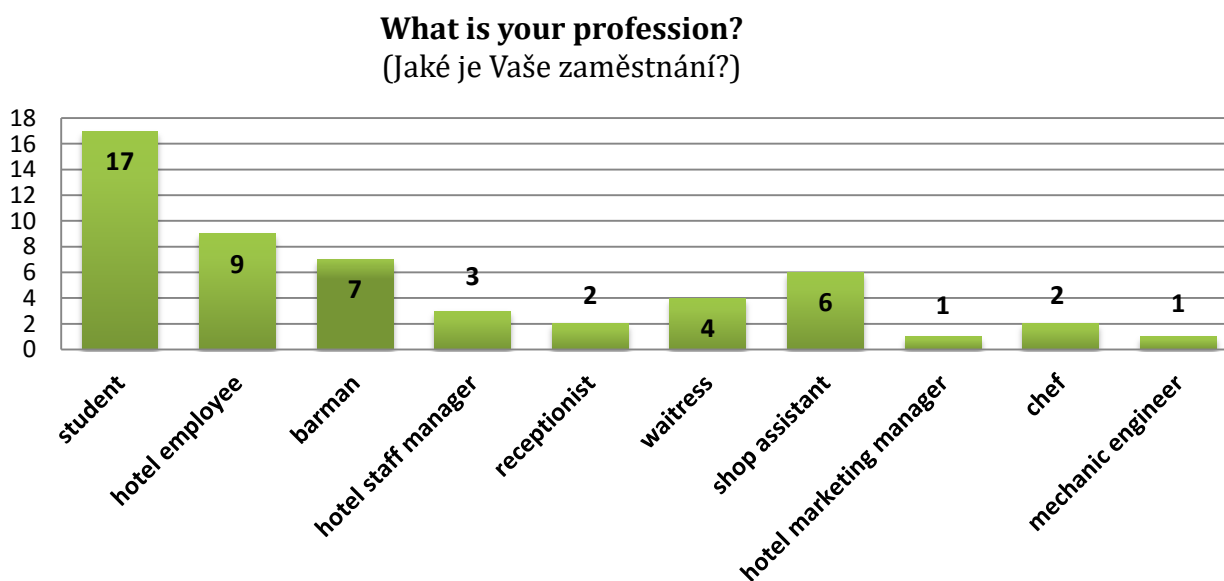
Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

#### 4.4.2.3 Zaměstnání

Z celkového počtu 52 dotazovaných respondentů z ostrova Rhodos bylo 17 (32,7%) studentů. Tito dotazovaní ve většině případů plnili svou letní brigádu buď v tamních hotelech, či jiných zařízeních poskytující služby turistům. Devět (17%) respondentů označilo za svou profesi určitou pracovní pozici v hotelovém resortu na tomto ostrově; 7 (13,5%) dotazovaných uvedlo jako svoji profesi barman; 6 (11,5%) dotazovaných z ostrova pracovalo jako prodavač či prodavačka, 4 (7,7%) respondentky uvedly jako svou profesi servírku. Mezi dotazovanými byli též 3 (5,8%) respondenti, jejichž profesi představovala vedoucí pozice v restauračních provozech hotelů, 2 (3,8%) recepční v hotelu, 2 (3,8%) šéfkuchaři, 1 (1,9%) respondent na pozici vedoucího reklamního oddělení hotelu a 1 (1,9%) automechanik.

Dle výčtu zaměstnání dotazovaných respondentů z řeckého ostrova Rhodos je patrné, že zde převažují především zaměstnání vázící se na služby cestovního ruchu. Lze říci, že pro ostrov Rhodos je cestovní ruch jedním z nejsilnějších odvětví, tudíž je pochopitelné, že většina obyvatel tohoto ostrova se živí službami právě s ním souvisejícími. Většina respondentů je tedy buď zaměstnanci místních hotelových komplexů, či místních barů, taveren a rodinných obchodů nebo supermarketů.

**Graf č. 15 Složení řeckých respondentů z hlediska jejich zaměstnání**



Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

#### 4.4.2.4 Vyhodnocení otázky: Navštívil (a) jste někdy Českou republiku?

Z celkového počtu 52 dotazovaných řeckých respondentů 11 (21%) odpovědělo, že Českou republiku navštívilo, 41 (78,8%) nenavštívilo.

Cílem této otázky bylo zjistit, v jak velké míře je Česko řeckými respondenty navštěvováno. Z výše uvedeného počtu kladných odpovědí je patrné, že Řekové do Česka příliš necestují, ve většině případů dotazovaných šlo o navštívení hlavního města Prahy a to při průjezdu do sousedního státu ČR či o několikadenní návštěvu již zmíněné Prahy.

**Graf č. 16 Návštěvnost Česka**



Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

#### 4.4.2.5 Vyhodnocení otázky: Chtěl (a) byste někdy vycestovat do České republiky?

Z celkového počtu 52 dotazovaných řeckých respondentů 51 (98%) odpovědělo kladně, tedy do České republiky by vycestovali, 1 (1,9%) respondent by Česko navštívit nechtěl.

Cílem této otázky bylo zjistit, zda Řekové preferují Českou republiku jako destinaci jejich zahraničních cest. Je však nutno podotknout, že určitý počet dotazovaných by sice Českou republiku velice rád navštívil, nicméně bohužel netušil, kde se Česko nachází, většinou dotazovaní znali pouze Čechy jako národ.

**Graf č. 17 Četnost Řeků, kteří by vycestovali do České republiky**



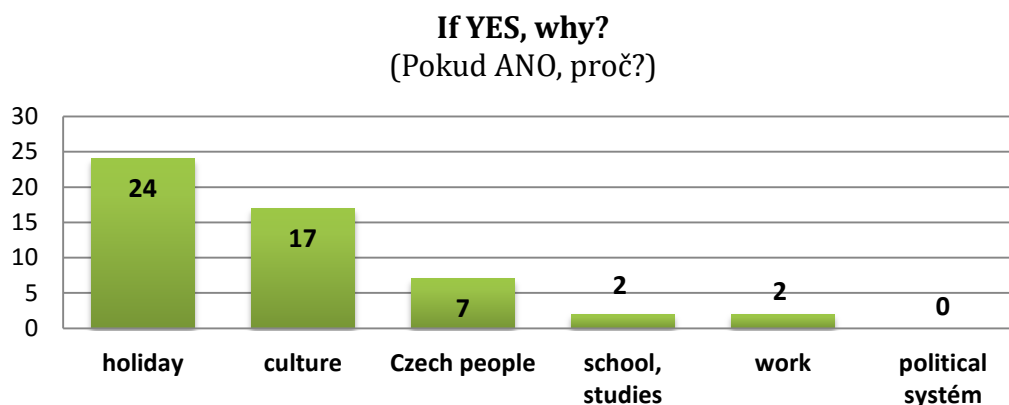
Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

#### 4.4.2.6 **Vyhodnocení otázky: Pokud ANO, proč?**

Tato otázka navazuje na předchozí otázku a odpovědi respondentů, kteří odpověděli, že by do České republiky vycestovali. Cílem otázky bylo zjistit, z jakého důvodu by dotazovaní do České republiky vycestovali. Respondentům bylo předloženo několik možností, z kterých měli možnost vybrat si jednu a více odpovědí. Z celkového počtu 51 respondentů, kteří odpověděli v předchozí otázce kladně na dotaz, zda by vycestovali do České republiky, každý dotazovaný vybral většinou jednu z nabízených možností. Nejčastěji zvolenou možností a důvodem návštěvy Česka byla odpověď prázdniny, dovolená, tuto odpověď zvolilo 24 (46%) dotazovaných. 17 (32,7%) respondentů by vycestovalo do Česka za kulturou, 7 (13,5%) dotazovaných by vycestovalo do Česka za povahou Čechů, 2 (3,8%) dotazovaní by vycestovali za českým vzděláním, tedy rádi by v Česku studovali a 2 (3,8%) respondenti by do Česka vycestovali za prací, zaměstnáním. Za politickou scénou do Česka by z dotazovaných respondentů nevycestoval nikdo.

Z výše uvedených odpovědí je již patrné, že preference Řeků při vycestování do Česka směřují spíše k poznání Česka a jeho kultury samotné.

**Graf č. 18 Hlavní důvody vycestování Řeků do Česka**



Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

#### 4.4.2.7 **Vyhodnocení otázky: Pokud NE, proč?**

Tato otevřená otázka zůstala ponechána bez odpovědí, tudíž je patrné, že opravdu všichni dotazovaní respondenti, jež odpověděli kladně na otázku, zda by vycestovali do České republiky, potvrdili svou odpověď i v této otázce. Z celkového počtu 52 dotazovaných tedy ani jeden řecký respondent na tuto odpověď neodpověděl, tudíž by do České republiky vycestovali všichni dotazovaní.

Na základě vyhodnocení této otázky lze podotknout, že důvody dotazovaných Řeků tuto otázku nevyplňovat mohou vést k dalším diskuzím. (Zdroj: Vlastní šetření, 2015.)

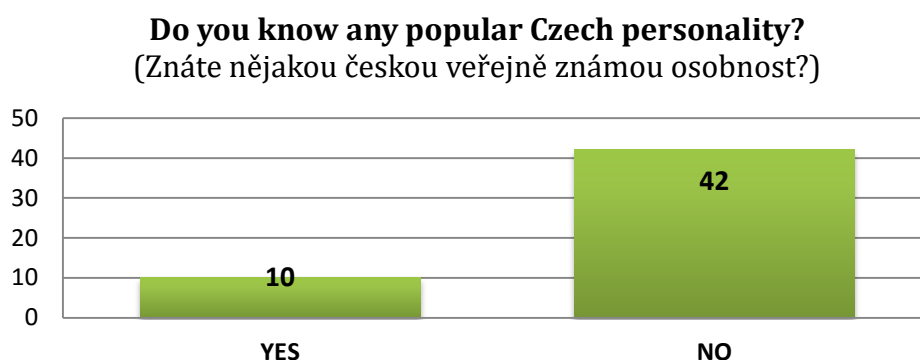
#### 4.4.2.8 **Vyhodnocení otázky: Znáte nějakou českou veřejně známou osobnost?**

Na tuto otevřenou otázku odpovědělo z celkového počtu 52 respondentů 10 (19,2%) pozitivně, 42 (80,8%) dotazovaných odpovědělo, že žádnou českou veřejně známou osobnost nezná.

Cílem otázky bylo zjistit, jak velké mají Řekové povědomí o známých či populárních Češích. Mezi odpověďmi deseti respondentů, kteří odpověděli na tuto otázku kladně, se objevily osobnosti jako například Karel Gott (1 resp. – 1,9%), Václav Havel (1 resp. – 1,9%), Václav Neckář (1 resp. – 1,9%), Jiří Korn (1 resp. –

1,9%), Spejbl a Hurvínek (1 resp. – 1,9%), Jan Hus (1 resp. – 1,9%), Ivan Lendl (1 resp. – 1,9%), Petr Čech (3 resp. – 5,8%), Pavel Nedvěd (1 resp. – 1,9%). Z velké většiny na tuto otázku odpověděli pozitivně muži, kteří uváděli především jména výše zmíněných českých sportovců, kteří se prosadili nejen v České republice. S ohledem na výsledek této otázky oproti znalosti Čechů řecké populární scény lze tvrdit, že Řekové znají České osobnosti velmi okrajově.

#### Graf č. 19 České veřejně známé osobnosti



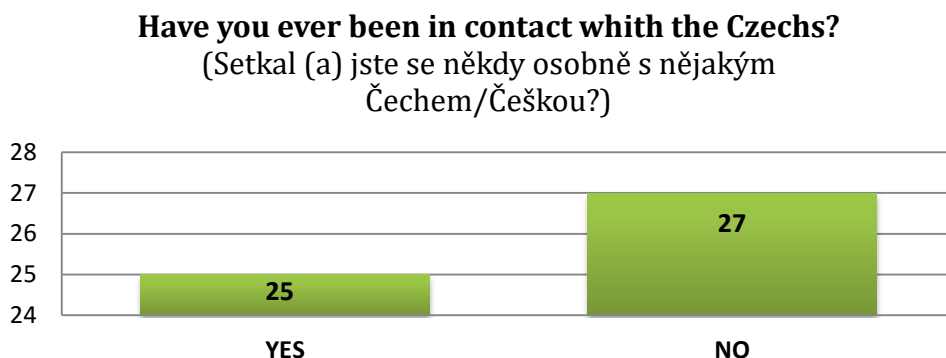
Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

#### 4.4.2.9 Vyhodnocení otázky: Setkal (a) jste se někdy osobně s nějakým Čechem/Češkou?

Na tuto uzavřenou otázku odpovědělo z celkového počtu 52 dotazovaných pozitivně 25 (48%) řeckých respondentů; 27 (52%) dotazovaných Řeků se s Čechem nebo Češkou nikdy nesešlo.

Na základě vyhodnocení výsledků této otázky a osobních zkušeností autorky lze tvrdit, že Řekové, jejichž odpověď na tuto otázku byla pozitivní, se s Čechy setkali ve většině případů jako s účastníky cestovního ruchu a návštěvníky řeckých destinací, kde oni sami žijí či delší dobu pobývají.

**Graf č. 20 Osobní setkání Řeků s Čechy**



Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

#### 4.4.2.10 Vyhodnocení otázky: Co Vás první napadne, když se řekne Česká republika?

Na tuto otevřenou otázku, jejímž prostřednictvím měli řečtí respondenti možnost vyjádřit svůj osobní názor, odpovědělo z celkových 52 dotazovaných 27 (52%). Cílem této otázky bylo zjistit, jaké konkrétní představy mají Řekové o České republice a jejím národu, a zda se tyto představy shodují s obecně známými českými stereotypy. Dle výsledků v níže uvedeném grafu je patrné, že ač zmíněných stereotypů z pohledu Řeků na Čechy není příliš, ve většině případů se shodují s typickými českými stereotypy, které uvádí níže uvedené zdroje. Nejvíce proklamovanými stereotypy byly představy o Češkách, které Řekové považují za krásné a atraktivní (8 resp. – 15,4%), dále dotazovaní Řekové zmiňují hlavní město České republiky, tedy Prahu (9 resp. – 17%). Dalším z uvedených pojmů je pivo (4 resp. – 7,7%) a alkohol (2 resp. – 3,8%), 2 (3,8%) respondenti považují Česko za zemi, kde jsou nízké ceny, 2 (3,8%) dotazovaní zmiňují přátelskou povahu Čechů a 2 (3,8%) Řeci si představí pod pojmem Česká republika historické budovy a odlišnou kulturu.

Množství odpovědí Řeků na tuto otázku se opakovalo, nicméně i z nízkého počtu různorodých odpovědí a představ Řeků o Česku byly zmíněny některé typické české stereotypy, které uvádí literatura. Nejvíce zmiňovanými pojmy byly však Praha, atraktivní ženy a pivo. Na základě vyhodnocení výsledků této otázky



lze stále tvrdit, že i přesto je řecká znalost České republiky a Čechů velmi okrajová až omezená.

**Graf č. 21 Typické české stereotypy**



Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

#### 4.4.2.11 Vyhodnocení otázky: **Měli jste určité kulturní představy o českém národu PŘEDTÍM, než jste se s ním setkali?**

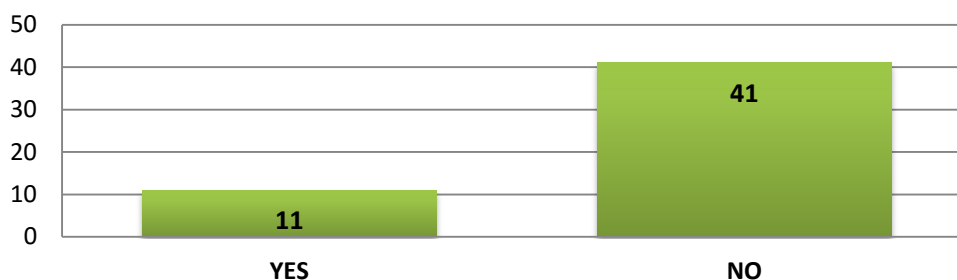
Na tuto uzavřenou otázku odpovědělo z celkového počtu 52 dotazovaných Řeků pozitivně, tedy že měli o Češích a České republice určité představy, 11 (21%) respondentů; 41 (78,8%) dotazovaných Řeků Čechům žádné představy nepřisuzovalo.

Cílem této otázky bylo zjistit, jaká část respondentů měla určitý obraz o Češích ještě předtím, než se s nimi setkala.

**Graf č. 22 Kulturní představy Řeků o Češích**

**Had you had any expectations about the nature of the Czech people/culture BEFORE you actually met any Czech?**

(Měli jste určité kulturní představy o českém národu PŘEDTÍM, než jste se s ním setkali?)



Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

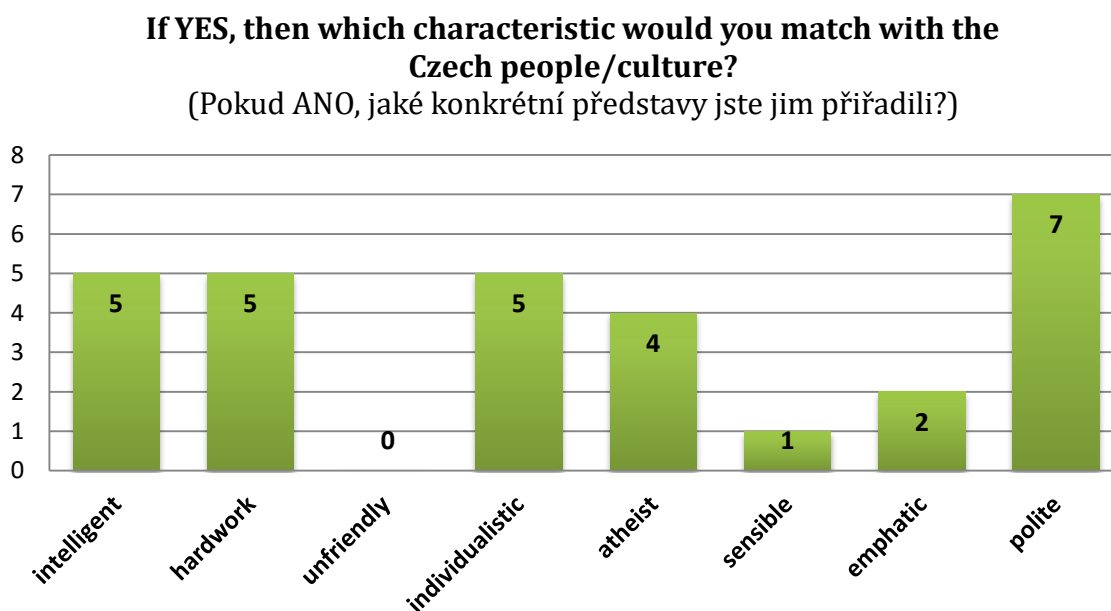
#### 4.4.2.12 Vyhodnocení otázky: Pokud ANO, jaké konkrétní představy jste jim přiřazovali?

Tato otázka navazuje na předchozí dotaz, který zjišťuje, zda měli Řekové určité představy o Češích před tím, než se s nimi osobně setkali. Otázka se skládá z několika předem stanovených možných odpovědí, které mohli dotazovaní volit. Výběr vybraných českých vlastností v této otázce je založen především na datech použitých z níže uvedených zdrojů, které uvádějí typické české vlastnosti a stereotypní jednání Čechů.

Cílem otázky bylo zjistit konkrétní představy, které jsou Čechům Řeky přisuzovány a zda se tyto představy shodují s představami jiných národů. Z níže uvedeného grafu je patrné, že i přes výše uvedený počet 11 respondentů, kteří měli určité představy o českém národu a jeho kultuře, odpovědělo více dotazovaných. Autorka si tento fakt vysvětluje jako neúplné pochopení otázky určitou částí dotazovaných, proto se zde objevilo i více odpovědí, které směřují k představám o českém národu. Nicméně i tyto odpovědi přispěly k lepšímu a konkrétnějšímu obrazu o představách Řeků o Češích. Nejvíce dotazovaných (7 resp. – 13,5%) by přiřadilo Čechům vlastnost zdvořilost, mírumilovnost, dalšími zvolenými charakteristikami jsou inteligence (5 resp. – 9,6%), pracovitost (5 resp. – 9,6%),

individualismus (5 resp. – 9,6%), nepřátelskost nevolil ani jeden z respondentů. Češi jsou též podle 4 (7,7%) dotazovaných Ateisti, citliví (1 resp. – 1,9%) a empatičtí (2 resp. – 3,8%).

**Graf č. 23 Typické charakteristiky Čechů**



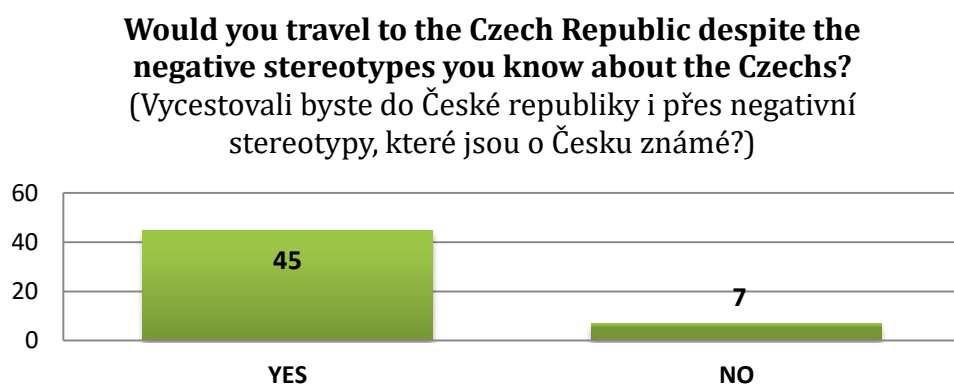
Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

#### 4.4.2.13 Vyhodnocení otázky: Vycestovali byste do České republiky i přes negativní stereotypy, které jsou o Česku známé?

Cílem této otázky bylo zjistit, do jaké míry jsou řečtí respondenti ovlivněni typickými českými stereotypy, které jsou o českém národu celosvětově známé, a zda tyto stereotypy ovlivňují výjezdový cestovní ruch Řeků do České republiky. Z níže uvedeného grafu je patrné, že dotazovaní Řekové typickými českými stereotypy ovlivnění nejsou, tudíž ani jejich motivaci pro vycestování do České republiky tyto jevy nijak negativně neovlivňují. Lze říci, že Řekové nejsou ovlivněni ani pozitivními českými stereotypy, mají k tomuto problému dle autorky a níže uvedených zdrojů velmi neutrální postoj.

Z celkového počtu 52 dotazovaných respondentů 45 (86,5%) Řeků odpovědělo na otázku ano, 7 (13,5%) ne.

#### Graf č. 24 Výjezdovost Řeků do České republiky



Zdroj: Vlastní šetření, 2015.

## 5 Závěry a doporučení

Cílem práce bylo zhodnotit a nastínit kulturní stereotypy Čechů a Řeků na jejich kulturu a civilizaci. Dále měla tato práce za cíl sledovat míru vlivu těchto jevů na cestovní ruch právě Řecka a Česka. Tohoto cíle bylo na základě uvedených teoretických východisek a empirického šetření jak v Řecku na ostrově Rhodos, tak i zde v České republice, dosaženo.

Na základě analýzy dat, které představují stěžejní část výzkumu práce, je patrné, že výsledky tohoto šetření se mnohdy setkávají s teoreticky podloženou realitou, a nejen tou teoretickou. Jak již autorka uvedla, mnohé odpovědi a výsledky šetření přesně odpovídají jisté kulturní realitě jak Řecka, tak i Česka. Na základě vyhodnocení odpovědí z dotazníkového šetření pro Čechy lze tedy proklamacovat, že stanovená počáteční hypotéza, která tvrdí, že výjezdový cestovní ruch Čechů do Řecka je ovlivněn typickými řeckými stereotypy a předsudky, je potvrzena. Tuto skutečnost naznačují výše uvedené výsledky šetření, Češi znají Řecko a jeho kulturu dobře, do této destinace cestují na dovolenou či poznávacími zájezdy, mají představu o typických řeckých stereotypech a attributech, za kterými své cesty podnikají, jako například za kuchyní, památkami nebo mořem. Do Řecka Češi stále cestují i přes nepříznivé zprávy a informace, které jsou o Řecku šířeny prostřednictvím médií. Výjezdový cestovní ruch Čechů do Řecka tudíž je ovlivněn typickými řeckými stereotypy.

Druhá hypotéza, která tvrdí, že Řekové znají Českou republiku jako zemi evropského kontinentu pouze okrajově, je též potvrzena. Tuto skutečnost potvrdily výsledky dotazníkového šetření pro Řeky, kteří na základě těchto výsledků mají o České republice velmi omezené informace. Lze říci, že ve znalosti české kultury a České republiky samotné poněkud zaostávají.

Třetí hypotéza, která tvrdí, že výjezdový cestovní ruch Řeků do České republiky není ovlivněn typickými českými stereotypy, je taktéž potvrzena. Tato skutečnost stojí opět na výsledcích z dotazníkového šetření pro Řeky. Na základě tohoto šetření je patrné, že Řekové nejsou ovlivněni typickými českými stereotypy, lze tvrdit, že jejich postoj je k problematice stereotypů a předsudků o českém národu neutrální a velmi objektivní. Řekové dle autorky nehodnotí českou povahu

jako negativní, vnímají pouze její pozitivní rysy. Znají Čechy stereotypně jako obecně přátelský národ, který představuje značnou část jejich sezónního příjmu ze služeb cestovního ruchu, které mu poskytují.

Pro budoucí výzkumy podobného typu lze zaměřit pozornost na geografickou polohu dotazovaných, tedy na jinou část Řecka. Šetření, které by probíhalo na pevninském Řecku a které by opět zkoumalo typické České stereotypy, avšak z pohledu Řeků z „pevniny“, místo jeho ostrovních částí, by se setkalo s jistě velmi zajímavými výsledky. Z demografického hlediska by toto šetření obsahovalo názory nejen rodilých Řeků, ale též obyvatel Řecka jiné národnosti. Výsledky těchto šetření by posléze mohly sloužit jako materiál cestovních kanceláří a agentur pro tvorbu moderních balíčků produktů a služeb cestovního ruchu zaměřených například na typické české (samozřejmě ty pozitivní) stereotypy, cesty za tím „typicky českým“. Lze také dále diskutovat způsoby prezentace typických českých atributů, které by předcházely vzniku již zmíněných typických českých stereotypů.

Stereotypy a předsudky lze klasifikovat jako konkrétní zkušenosti jedinců, názory lidí, kteří mají konkrétní zkušenosti, a nepotvrzuje to skutečnost, že všichni Češi jsou stejní. To samé lze tvrdit i o řeckých stereotypech z pohledu Čechů. Pokud jde o hodnocení těchto stereotypů, lze tvrdit, že nic není stoprocentní, každý jedinec podnikající cestu do těchto pro něj nových a odlišných kultur, je svým vnímáním zaměřen na různé aspekty a rysy těchto kultur, z psychologického hlediska je tedy patrné, že stereotypy a předsudky nelze považovat za určitá kulturní dogmata, představují pouze výsledky sledování a vnímání prostředí očima účastníků cestovního ruchu. Jak je již naznačeno v kapitole (3.1.2.), každý jedinec se s cizím prostředím srovnává jinak, záleží však pouze na míře tolerance, snášenlivosti a přizpůsobivosti jiným životním podmínkám a kulturním vzorcům.

## 6 Seznam použité literatury

### 6.1 Tištěné zdroje

- [1] ALLPORT, G. W. O povaze předsudků. 1. Vydání. Praha: Prostor, 2004. 574 s. ISBN 80-7260-125-3.
- [2] BAČÁKOVÁ, M. a kolektiv. Intercultural communication: Typical features of Czech, British, American, Japanese, Chinese and Arab Cultures. 2. Vydání. Praha: Oeconomica, 2010. 152 s., ISBN 978-80-245-1648-6.
- [3] BERKA, P., PALÁN, A. A ŠŤASTNÝ, P. Xenofobní průvodce: Češi. Praha: XYZ, 2009. 96 s. ISBN 978-80-7388-205-1.
- [4] BILINGTON, R., STRAWBRIDGE, S., GREENSIDES, L., FITZSIMONS, A. Culture and society, A sociology of culture. 1. Vydání. London: Macmillan education LTD, 1991. 306 s. ISBN 0-333-46038-3.
- [5] GEIST, B. Sociologický slovník. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing, 1992, 647 s. ISBN 80-856-0528-7.
- [6] GEORGAKENA, C. All about traditional Greece. Řecko, 2005. 127 s. ISBN 960-630-721-2.
- [7] HARTL, P., HARTLOVÁ, H. Psychologický slovník. 1. Vydání. Praha: Portál, 2000, 774 s. ISBN 80-7178-303-x
- [8] HAYESOVÁ, N. Základy sociální psychologie. Vydání 7. Praha: Portál, 2013. 168 s., ISBN 978-80-262-0534-0 (brož.)
- [9] KOSEK, J. Právo n(a) předsudek: Historické, filozofické, sociálně psychologické, kulturní a právní souvislosti stereotypů a předsudků. 1. Vydání. Praha: Dokořán, s. r. o., 2011. 350 s. ISBN 978-80-7363-312-7
- [10] NATIONAL GEOGRAPHIC. Řecko. 2. Vydání. Brno: Computer Press, a. s., 2008. 399 s. ISBN 978-80-251-1733-0
- [11] PÁSKOVÁ, M. Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu. 2. Vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009, 298 s. ISBN 978-807-4350-061.

- [12] PRŮCHA, J. Interkulturní psychologie: Sociopsychologické zkoumání kultur, etnik, ras a národů. Vydání 1. Praha: Portál, 2004, 200 s. ISBN 80-7178-885-6
- [13] RYGLOVÁ, K. Cestovní ruch: soubor studijních materiálů. 3. Vydání, rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009. 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.
- [14] STŘEDULOVÁ, J. Řecko, kapesní průvodce. Brno: CP Books, 2005. 290 s. ISBN 80-251-0683-7.
- [15] ŠAUER, M., VYSTOUPIL, J., HOLEŠINSKÁ, A. a kolektiv. Cestovní ruch. 1. Vydání. Brno: Masarykova Univerzita, 2015. 477 s. ISBN
- [16] ŠTYRSKÝ, J., ŠÍPEK, J. Geograficko psychologické souvislosti cestování, turistiky a rekreace: kapitoly z geopsychologie. 1. Vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. ISBN 978-807-4351-143.
- [17] ŠTYRSKÝ, J., ŠÍPEK, J. Geografie udržitelného turismu světa v ekonomických, environmentálních a multikulturních souvislostech. 6. Vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2011. 234 s. ISBN 978-80-7435-127-3.
- [18] VENCLOVÁ, K., ŠTYRSKÝ, J., ŠÍPEK, J., SMUTEK, D. Multikulturní rozdíly návštěvníků. 1. Vydání. Chrudim: Vodní zdroje Chrudim, 2013. 82 s. ISBN 978-80-905154-8-2.
- [19] VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M., TROUSIL, M. Geografie cestovního ruchu. 1. Vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-538-7
- [20] ZELENKA, J., KYSELA, J. Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu. 4. Vydání. Hradec Králové: Gaudeamus, 2013. 289 s. ISBN 978-80-7435-242-3.
- [21] ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. Výkladový slovník cestovního ruchu. 2. Vydání. Praha: Linde Praha, 2012. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.



## 6.2 Internetové zdroje

- [1] BBC.COM. Greece. [www.bbc.com](http://www.bbc.com/news/world-europe-17372886) [online]. [cit. 20. 1. 2016]. Dostupné z: <http://www.bbc.com/news/world-europe-17372886>
  
- [2] BYZNYS.IHNED.CZ. Češi se krize nebojí, zájem o dovolenou v Řecku neklesá. Naopak, tvrdí cestovky. [www.byznys.lidovky.cz](http://byznys.lidovky.cz/cesi-se-krize-neboji-zajem-o-dovolenou-v-recku-neklesa-naopak-tvrdi-cestovky-1va-/moje-penize.aspx?c=A150709_142110_moje-penize_ele) [online]. [cit. 21. 1. 2016]. Dostupné z: [http://byznys.lidovky.cz/cesi-se-krize-neboji-zajem-o-dovolenou-v-recku-neklesa-naopak-tvrdi-cestovky-1va-/moje-penize.aspx?c=A150709\\_142110\\_moje-penize\\_ele](http://byznys.lidovky.cz/cesi-se-krize-neboji-zajem-o-dovolenou-v-recku-neklesa-naopak-tvrdi-cestovky-1va-/moje-penize.aspx?c=A150709_142110_moje-penize_ele)
  
- [3] BYZNYS.IHNED.CZ. Smutná pravda: Češi kradou v obchodech nejvíc z celé Evropy. [www.byznys.ihned.cz](http://byznys.ihned.cz/c1-47431900-cesi-kradou-v-obchodech-nejvice-z-evropy) [online]. [cit. 15. 1. 2016]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-47431900-cesi-kradou-v-obchodech-nejvice-z-evropy>
  
- [4] CESTOVANI.IDNES.CZ. Pláže plné turistů, hotely plné jídla. Rhodosu se krize vyhýbá. [www.cestovani.idnes.cz](http://cestovani.idnes.cz/recko-rhodos-a-dovolena-0va-/kolem-sveta.aspx?c=A150712_142747_kolem-sveta_tom) [online]. [cit. 21. 1. 2016]. Dostupné z: [http://cestovani.idnes.cz/recko-rhodos-a-dovolena-0va-/kolem-sveta.aspx?c=A150712\\_142747\\_kolem-sveta\\_tom](http://cestovani.idnes.cz/recko-rhodos-a-dovolena-0va-/kolem-sveta.aspx?c=A150712_142747_kolem-sveta_tom)
  
- [5] DENIK.CZ 2. Závistiví Češi? Většina lidí má negativní postoj k bohatým, vyplývá z výzkumu. [www.denik.cz](http://www.denik.cz/ekonomika/vetsina-cechu-ma-negativni-postoj-k-bohatym-lidem-vyplyva-z-pruzkumu-20151206.html) [online]. [cit. 15. 1. 2016]. Dostupné z: <http://www.denik.cz/ekonomika/vetsina-cechu-ma-negativni-postoj-k-bohatym-lidem-vyplyva-z-pruzkumu-20151206.html>
  
- [6] DENIK.CZ. Jsou všichni Italové cholerici aneb stereotypy o zemích EU. [www.denik.cz](http://www.denik.cz/souteze/jsou-vsichni-italove-cholerici-aneb-stereotypy-o-zemich-eu-20140410.html) [online]. [cit. 4. 1. 2016]. Dostupné z: <http://www.denik.cz/souteze/jsou-vsichni-italove-cholerici-aneb-stereotypy-o-zemich-eu-20140410.html>

- [7] GREEKA.COM. Greek religion. [www.greeka.com](http://www.greeka.com) [online]. [cit. 14. 1. 2016]. Dostupné z: <http://www.greeka.com/greece-culture/religion/>
- [8] GREEKCRISIS.NET. Greek crisis. [www.greekcrisis.net](http://www.greekcrisis.net) [online]. [cit. 21. 1. 2016]. Dostupné z: <http://www.greekcrisis.net/>
- [9] GREEKLANDSCAPES.COM. Greece. [www.greeklandscape.com](http://www.greeklandscape.com) [online]. [cit. 16. 1. 2016]. Dostupné z: <http://greeklandscapes.com/travel/information.html>
- [10] HINTON, P., R. Stereotypes, Cognition and Culture. In: [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net) [online]. East Sussex: 2000, s. 8. [cit. 14. 1. 2016] Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/31720643\\_Stereotypes\\_Cognition\\_and\\_Culture\\_PR\\_Hinton](https://www.researchgate.net/publication/31720643_Stereotypes_Cognition_and_Culture_PR_Hinton)
- [11] LISTY.CZ. 1989 – 2009: Kde jsme? A jací jsme? [www.listy.cz](http://www.listy.cz) [online]. [cit. 15. 1. 2016]. Dostupné z: <http://www.listy.cz/archiv.php?cislo=101&clanek=011004>
- [12] MAPSOFWORLD.COM. Greece. [www.mapsofworld.com](http://www.mapsofworld.com) [online]. [cit. 12. 1. 2016]. Dostupné z: <http://www.mapsofworld.com/greece/greece-facts.html>
- [13] MARIA, G., LEBEDKO. Interaction of Ethnic Stereotypes and Shared Identity in Intercultural Communication. In: [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com) [online] Published by Elsevier Ltd. © 2014 [cit. 13. 12. 2016]. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814055827>
- [14] NATIONALSTEREOTYPE.COM. Greece. [www.nationalstereotypes.com](http://www.nationalstereotypes.com) [online]. [cit. 13. 1. 2016]. Dostupné z: <http://www.nationalstereotype.com/european-stereotypes/>

- [15] NOVINKY.CZ. Nejvíce hodin z celé EU odpracují překvapivě Řekové a Rumuni. [www.novinky.cz](http://www.novinky.cz/ekonomika/340940-nejvice-hodin-z-cele-eu-odpracuji-prekvapive-rekove-a-rumuni.html) [online]. [cit. 13. 1. 2016]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/ekonomika/340940-nejvice-hodin-z-cele-eu-odpracuji-prekvapive-rekove-a-rumuni.html>
- [16] OAKES, Penelope, J., HASLAM, S. Alexander, TURNER. John C.: Stereotyping and social reality. In: [www.researchgate.net](https://www.researchgate.net/publication/232558557_Stereotyping_and_Social_Reality) [online]. Oxford, 1994. [cit. 14. 1. 2016]. Dostupné z: [https://www.researchgate.net/publication/232558557\\_Stereotyping\\_and\\_Social\\_Reality](https://www.researchgate.net/publication/232558557_Stereotyping_and_Social_Reality)
- [17] RYBÁŘ, V. Xenofobův průvodce Českem [online]. ©2015. [cit. 15. 1. 2016]. Dostupné z: <http://www.traveldigest.cz/2014/07/08/xenofobuv-pruvodce-ceskem/>.
- [18] ŘECKO.ORBION.CZ. Mentalita Řeků. [www.recko.orbion.cz](http://recko.orbion.cz/stat/pruvodce/mentalita-588/) [online]. [cit. 13. 1. 2016]. Dostupné z: <http://recko.orbion.cz/stat/pruvodce/mentalita-588/>
- [19] VISITGREECE.GR. Greek civilisation. [www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr/en/civilisation) [online]. [cit. 13. 1. 2016]. Dostupné z: <http://www.visitgreece.gr/en/civilisation>
- [20] YOSHIHISA KASHIMA, ANTHONY LYONS, ANNA CLARK: The maintenance of cultural stereotypes in the conversational retelling of narratives. In: [www.webofscience.com](http://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=1&SID=W1KbyNCy7daFxYvvIyC&page=1&doc=1) [online]. Asian Journal of Social Psychology © 2012. [cit. 13. 1. 2016]. Dostupné z: [http://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=UA&search\\_mode=GeneralSearch&qid=1&SID=W1KbyNCy7daFxYvvIyC&page=1&doc=1](http://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=UA&search_mode=GeneralSearch&qid=1&SID=W1KbyNCy7daFxYvvIyC&page=1&doc=1)

## 7 Přílohy

### 7.1 Seznam grafů

Graf č. 1 Věkové kategorie respondentů .....	40
Graf č. 2 Složení respondentů v rámci pohlaví .....	40
Graf č. 3 Návštěvnost Řecka.....	41
Graf č. 4 : Četnost respondentů, kteří by vycestovali do Řecka .....	41
Graf č. 5 Hlavní důvody vycestování Čechů do Řecka.....	42
Graf č. 6 Hlavní příčiny nevycestování Čechů do Řecka.....	43
Graf č. 7 Řecké veřejně známé osobnosti .....	45
Graf č. 8 Osobní setkání Čechů s Řeky .....	45
Graf č. 9 Typické řecké stereotypy .....	47
Graf č. 10 Kulturní představy Čechů o Řecích.....	48
Graf č. 11 Typické charakteristiky Řeků .....	49
Graf č. 12 Výjezdovost Čechů do Řecka .....	50
Graf č. 13 Věkové kategorie řeckých respondentů .....	51
Graf č. 14 Složení řeckých respondentů v rámci pohlaví .....	51
Graf č. 15 Složení řeckých respondentů z hlediska jejich zaměstnání .....	52
Graf č. 16 Návštěvnost Česka.....	53
Graf č. 17 Četnost Řeků, kteří by vycestovali do České republiky .....	54
Graf č. 18 Hlavní důvody vycestování Řeků do Česka .....	55
Graf č. 19 České veřejně známé osobnosti .....	56
Graf č. 20 Osobní setkání Řeků s Čechy .....	57
Graf č. 21 Typické české stereotypy .....	58
Graf č. 22 Kulturní představy Řeků o Češích.....	59
Graf č. 23 Typické charakteristiky Čechů .....	60
Graf č. 24 Výjezdovost Řeků do České republiky.....	61

## **7.2 Seznam obrázků**

<b>Obrázek 1</b> Mapa Řecka,.....	28
<b>Obrázek 2</b> Vztah rekreace, volného času, cestovního ruchu, práce a rutinních činností.....	9

## QUESTIONNAIRE FOR GREEKS

Hello,

Please share some of your time for this anonymous questionnaire. Your feedback is appreciated for processing the data for the Bachelor paper – “Cultural prejudices and stereotypes of the Czechs and Greeks as a part of the impact of tourism.” Thank you very much for your time and patience.

1) Have you ever been to the Czech Republic?

- a) YES
- b) NO

2) Would you like to visit the Czech Republic?

- a) YES
- b) NO

3) If YES, Why? (Please choose, more options are possible)

- a) culture
- b) Czech people
- c) holiday
- d) school, studies
- e) work
- f) political systém

4) If NO, Why? (Please write)

.....

5) Do you know any popular Czech personality?

a) YES (Which?.....)

b) NO

6) Have you ever been in contact with the Czechs?

a) YES

b) NO

7) What first comes up on your mind when somebody says the Czech Republic?

(Please write)

.....

8) Had you had any expectations about the nature of the Czech people/culture BEFORE you actually met any Czech?

a) YES

b) NO

9) IF YES, then which characteristic would you match with the Czech people/culture?

a) intelligent

b) hard-work

c) unfriendly

d) individualistic (unwilling to help)

e) Atheist

f) sensible

g) emphatic

h) polite

i) others.....

10) Would you travel to the Czech Republic despite the negative stereotypes you know about the Czechs?

a) YES

b) NO

11) Your age?

a) 19-25

b) 25-30

c) 30-40

d) 40-50

e) 50-60

d) 60+

12) Your sex?

a) Male

b) Female

13) What is your profession? (Please, write)

.....



## DOTAZNÍK PRO ČECHY

Dobrý den,

věnujte prosím několik minut svého času pro vyplnění následujícího anonymního dotazníku. Výsledky toho dotazníku budou posléze zpracovány pro konkrétní účely v bakalářské práci „Kulturní stereotypy a předsudky Čechů a Řeků jako součást působení cestovního ruchu“. Děkuji mnohokrát za Váš čas a trpělivost.

1) Byli jste někdy v Řecku?

- a) ANO
- b) NE

2) Chtěli byste někdy vycestovat do Řecka?

- a) ANO
- b) NE

3) Pokud ANO, proč? (Prosím vyberte, je možné i více možností)

- a) kultura, památky
- b) Řekové, jejich životní styl a povaha
- c) dovolená
- d) studium
- e) zaměstnání
- f) politický systém
- g) další .....

4) Pokud NE, proč? (Prosím, napište)

.....

5) Znáte nějakou Řeckou veřejně známou osobnost?

a) ANO (Jakou? .....)

b) NE

6) Setkali jste se někdy osobně s nějakým Řekem/Řekyní?

a) ANO

b) NE

7) Co Vás první napadne, když se řekne Řecko? (Prosím, napište)

.....

8) Měli jste určité kulturní představy o řeckém národu PŘEDTÍM, než jste se s ním setkali?

a) ANO

b) NE

9) Pokud ANO, jaké konkrétní představy jste jim přiřazovaly? (Prosím, napište - mohou být jak negativní, tak i pozitivní představy.)

.....

10) Vycestovali byste do Řecka i přes tamní aktuální politickou, ekonomickou situaci a jejich typické stereotypy? (na dovolenou, za prací atd.)

a) ANO

b) NE

11) Věk? .....

12) Pohlaví?

a) žena

b) muž

Univerzita Hradec Králové  
 Fakulta informatiky a managementu  
 Akademický rok: 2015/2016

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

**Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta**

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Vašíčková Martina	Netřeby 22, České Heřmanice - Netřeby	I1301071

**TÉMA ČESKY:**

Kulturní předsudky a stereotypy Čechů a Řeků jako součást působení cestovního ruchu

**TÉMA ANGLICKY:**

Cultural Prejudices and Stereotypes of the Czechs and Greeks as Part of the Impact of Tourism

**VEDOUcí PRÁCE:**

doc. PhDr. Blanka Klímová, M.A., Ph.D. - KAL

**ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:**

Cíle: Cílem práce je analyzovat kulturní předsudky a stereotypy české a řecké populace a následně posoudit pozitivní a negativní dopady těchto jevů na cestovní ruch v těchto zemích.

Osnova:

1. Úvod
2. Cíl a metodika práce
3. Teoretická část
4. Praktická část - posouzení zjištěných předsudků a stereotypů
5. Shrnutí výsledků, diskuze
6. Závěr
7. Seznam použité literatury
8. Přílohy

**SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:**

- 1) Pásková, Martina, Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu, Vyd.2., HK, Gaudeamus, 2009
- 2) Šípek, Jiří, Štýrský, Jiří, Geograficko psychologické souvislosti cestování, turistiky a rekreace: Kapitoly z geopsychologie, HK, Gaudeamus, 2011
- 3) ALLPORT, Gordon Willard, O povaze předsudků, Vyd. 1., Praha: Prostor, 2004
- 4) Kosek, Jan, Právo (n)a předsudek: historické, filozofické, sociál.-psychol. kulturní a právní souvislosti předsudků a stereotypů, Praha: Dokořán, 2011
- 5) Zelenka, J., Pásková, M.: Výkladový slovník cestovního ruchu, Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2
- 6) Fiada, Alexandra, Xenofobní průvodce - Řekové : charakteristika, humor, předsudky; z anglického originálu přeložil Petr Šťastný, Praha : XYZ, 2011, 111 s., ISBN 978-80-7388-515-1
- 7) Rákos, Petr, Národní povaha naše a těch druhých : (sebeklamy a předsudky jako dějnotvorná síla), Bratislava : Kalligram, 2001, 132 s., (Edícia OS), ISBN 80-7149-411-9

Podpis studenta: Martina R

Datum: 12. 4. 2016

Podpis vedoucího práce: Blanka Džm

Datum: 12. 4. 2016

(c) IS/STAG, Portál - Podklad kvalifikační práce, 11301071, 14.10.2015 22:43

