

Univerzita Karlova v Praze
Přírodovědecká fakulta

Biologie

Biologie se zaměřením na vzdělávání - Geografie
se zaměřením na vzdělávání



Veronika Kusková

Temný cestovní ruch ve vybraných atraktivitách
Česka – Kostnice Sedlec a Památník Terezín

Dark tourism in selected attractions of the Czech Republic –
Sedlec Ossuary and Terezín Memorial

Bakalářská práce

Vedoucí práce: RNDr. Jiří Vágner, Ph.D.
Praha, 2017

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Temný cestovní ruch ve vybraných atraktivitách Česka – Kostnice Sedlec a Památník Terezín zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury. Tato práce ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze dne 30. 11. 2017

Podpis:

Poděkování

Děkuji RNDr. Jiřímu Vágnerovi, Ph.D. za pomoc při vedení bakalářské práce. Také bych chtěla poděkovat RNDr. Daně Fialové, Ph.D. za inspiraci a zásobování zajímavými zdroji. Dále bych tímto rád poděkovala všem účastníkům dotazníkového šetření.

Anotace

Cílem bakalářské práce „Temný cestovní ruch ve vybraných atraktivitách Česka – Kostnice Sedlec a Památník Terezín“ je představení temného cestovního ruchu jako relativně nové formy turismu. Teoretická část práce je zaměřena na stručné uvedení do tematiky cestovního ruchu a dále se zabývá samotným temným turismem. Praktická část je věnována dvěma nejnavštěvovanějším českým destinacím, Kostnici Sedlec a Památníku Terezín. Práce má za cíl představit téma temného cestovního ruchu v oblasti teorie a prozkoumat motivaci turistů pro návštěvu dané atraktivity a zároveň zjistit, jak atraktivitu hodnotí, a to na základě provedeného dotazníkového šetření, které proběhlo v obou atraktivitách.

Klíčová slova: temný cestovní ruch, Kostnice Sedlec, Památník Terezín, Česko

Annotation

The aim of the thesis „Dark Tourism in selected attractions of the Czech Republic – Sedlec Ossuary and Terezín Memorial" is the introduction of dark tourism as quite a new form of tourism. The theoretical part of the thesis is focused on a brief introduction to the theme of tourism and also deals with the dark tourism itself. The practical part is concentrated on the two of the most visited Czech destinations, the Sedlec Ossuary and the Terezín Memorial. The aim of the thesis is to introduce the topic of dark tourism on the theoretical level and to explore why do tourists want to visit the places mentioned. What was really important, was their evaluation of these sites. A survey was carried out to find out the and to find out the results.

Key words: dark tourism, Sedlec Ossuary, Terezín Memorial, Czechia

Obsah

Seznam použitých termínů a zkratk	7
Seznam tabulek	7
Seznam obrázků	7
Seznam příloh	8
1 Úvod	9
1.1 Cíle práce	10
2 Teoretická část	12
2.1 Cestovní ruch	12
2.2 Temný cestovní ruch	15
3 Metodika	40
3.1 Výzkumné otázky a metodika zjišťování odpovědí	40
3.2 Metodika tvorby dotazníkového šetření	41
3.3 Metodika tvorby situační analýzy	41
4 Analýza vybraných lokalit temného cestovního ruchu	46
4.1 Kostnice Sedlec	46
4.2 Památník Terezín	52
5 Shrnutí a diskuze výsledků	56
5.1 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření	56
5.2 Shrnutí výsledků výzkumu pro lokalitu Kostnice Sedlec	57
5.3 Shrnutí výsledků výzkumu pro lokalitu Památníku Terezín	57
5.4 Porovnání výsledků výzkumu vybraných lokalit	58
6 Závěry a doporučení	59

Seznam použitých termínů a zkratk

AIEST - Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme

CK – cestovní kancelář

CR – cestovní ruch

ICT – informační a komunikační technologie

TCR – temný cestovní ruch

USD – americký dolar

UNWTO – Světová organizace cestovního ruchu

Genius loci – duch místa

Seznam tabulek

Tabulka 1.: Typologie temného cestovního ruchu

Tabulka 2.: Přehled důležitých atraktivit temného cestovního ruchu ve světě

Tabulka 3.: Přehled důležitých atraktivit temného cestovního ruchu v Česku

Tabulka 4.: Ceny vstupného – Kostnice Sedlec

Tabulka 5.: Otevírací doba – Kostnice Sedlec

Tabulka 6.: Produkty atraktivity – Kostnice Sedlec

Tabulka 7.: SWOT analýza atraktivity Kostnice Sedlec

Tabulka 8.: Ceny vstupného – Památník Terezín

Tabulka 9.: Otevírací doba – Památník Terezín

Tabulka 10.: SWOT analýza atraktivity památník Terezín

Seznam obrázků

Obr. 1.: Typologie cestovního ruchu

Obr. 2.: Maslowova pyramida potřeb;

Obr. 3.: National 9/11 Memorial

Obr. 4.: USS Arizona Memorial

Obr. 5.: Osvětim

Obr. 6.: Atomový dóm

Obr. 7.: hrad Bran

Obr. 8.: Masové hroby v Kambodži

Obr. 9.: Černobylská elektrárna v současnosti

Obr. 10.: Murambi Memorial

Obr. 11.: les Aokigahara

Obr. 12.: Semipalatinsk

Obr. 13.: Památník Lidice

Obr. 14.: Památník Ležáky

Obr. 15.: Muzeum tortury

Obr. 16.: Kostnice u sv. Jakuba

Obr. 17.: zámek Velké Losiny

Obr. 18.: Rudá věž smrti

Obr. 19.: Býčí skála

Obr. 20.: Pomník bitvy u Hradce Králové

Obr. 21.: Mohyla míru

Seznam příloh

Příloha 1.: Dotazník pro návštěvníky Kostnice Sedlec a Památníku Terezín

1 Úvod

Člověk jako takový je od přírody tvorem zvědavým, jehož potřeba po stále nových prožitcích v průběhu času neustává. Současná společnost se na rozdíl od té dřívější vyznačuje silným odstraňováním zábran, čímž se nezřídka posouvá na hranici kontroverze. Samotný cestovní ruch byl v minulosti uzpůsobován spíše hodnotám tradičního společenství, mezi nimiž neměla extravagance své místo, a tudíž není překvapivé, že v reakci na náhlý vývoj poptávky po nekonvenčních zážitcích, se i on musel začít posouvat odlišným směrem. Jedním z jeho nově formujících se odvětví, které v nás může vyvolávat poněkud rozporuplné pocity, je tzv. temný turismus, jež je předmětem této bakalářské práce.

Temný turismus je často charakterizován jako forma cestování, která přivádí návštěvníky na místa s pohnutou a též nezřídka krvavou minulostí. Prohlídky, obvykle smrtí poznamenaných míst, mohou v jedincích vyvolat silné emoce, obzvláště když jsou spjaty se zdárně vytvořeným, autentickým prostředím. Aura katastrofy či utrpení, byť by se to na první pohled nemuselo jevit, pouze přidává atraktivitě na pozoruhodnosti.

Cílem bakalářské práce je seznámit širokou veřejnost s již výše zmíněnou formou cestovního ruchu a jeho perspektivami do budoucna jak ve světovém, tak následně i v českém měřítku. Hlavní výzkum se zabývá analýzou vybraných lokalit temného turismu, jimiž jsou Kostnice Sedlec a Památník Terežín. Tyto atraktivity jsou zvoleny z důvodu jejich nejvyšší návštěvnosti v rámci Česka. Práce si dále klade za cíl odpovědět na předem položené výzkumné otázky týkající se motivace a prožitku turistů. Toho je docíleno za pomoci řady analýz a jejich následného hodnocení.

Celá práce je strukturována do jednotlivých, vzájemně na sebe navazujících, kapitol. První z nich má čtenáře seznámit s obecnou definicí a historickým vývojem cestovního ruchu jako takového, což mu poskytne širší náhled na probíranou tematiku. Dále se práce zaměřuje na specifické odvětví temné turistiky a její charakteristiku. Následuje základní typologizace a představení jednotlivých forem temného cestovního ruchu. Nadále tato práce obsahuje výčet druhů lidské motivace k návštěvě jednotlivých míst a uvedení několika cestovních kanceláří, které mají ve své nabídce produkt temného cestovního ruchu.

Následuje shrnutí a krátké představení nejznámějších světových a tuzemských atraktivit, jež jsou pro lepší přehlednost informací převedeny do tabulky. Další na řadu přichází metodická část, ve které jsou položeny podrobněji popsané výzkumné otázky. Následně je zde vysvětlena problematika tvorby dotazníkového šetření, popsán samotný průběh dotazníkového šetření, a tvorba situační analýzy. V kapitole 4. je již samotná analýza vybraných lokalit, a to Kostnice Sedlec a Památníku Tereziín. Ta je provedena za pomoci prvků situační analýzy.

Po této poměrně obsáhlé kapitole následuje shrnutí výsledků, a to jak dotazníkového šetření, tak situační analýzy. Oba prvky jsou popsány postupně v obou lokalitách a následně porovnány mezi sebou. Na tuto kapitolu navazují závěry a doporučení, které shrnují podstatu této práce.

1.1 Cíle práce

Tato práce si klade za cíl vytvoření obrazu dané lokality v kontextu temného cestovního ruchu. Tohoto cíle by mělo být dosaženo za pomoci situační analýzy a zhodnocením řady dalších prvků. Mezi ně například patří návštěvnost, motivace či jiné marketingové analýzy, které jsou zmíněny v teoretických východiscích. Tomuto cíli je věnovaná kapitola 4. Analýza vybraných lokalit temného cestovního ruchu. Další z hlavních cílů bakalářské práce je doporučení možných vylepšení marketingové strategie vybrané atraktivity na nadcházející období, viz kapitola 6. Závěry a doporučení. Tyto návrhy se budou odvíjet od použité literatury, primárního a sekundárního výzkumu, tedy jejich syntézou a autorčinou úvahou. V návrhu strategie jsou zohledněna jistá specifika marketingu ve službách a zahrnuty poznatky z teoretické části práce, jež má čtenáře uvést do problematiky analyzování. V této práci je snaha zahrnout specifika temného cestovního ruchu do kontextu práce.

Jedním z dílčích cílů předložené práce je diskuze a zhodnocení dosavadní strategie dané lokality. Výstupem této práce je dále shrnutí prvků situační analýzy. Určení těchto prvků a kroků může sloužit pro navazující výzkum. Jedním z dalších cílů této práce je snaha o uvedení čtenáře do obrazu který představuje temný cestovní ruch, a to z důvodu poukázání na specifika této ne příliš rozšířené formy cestovního ruchu.

Hlavní cíle:

- Tvorba situační analýzy vybraných lokalit temného cestovního ruchu – Terezín a Kostnice Sedlec
- Doporučení možných vylepšení marketingové strategie vybrané atraktivity na nadcházející období

Vedlejší cíle

- Základní vstup do problematiky a výzkumů temného cestovního ruchu (dále jen TCR)
- Představení typologie a nejvýznamnějších světových a českých atraktivit TCR s ohledem na zastoupení nejdůležitějších typů

K dosažení hlavních cílů mají dopomoci tyto výzkumné otázky.

- **Jaká je motivace turistů pro návštěvu dané atraktivity?**
- **Jak hodnotí návštěvníci danou atraktivitu?**

2 Teoretická část

2.1 Cestovní ruch

Na definici pojmu "cestovní ruch" je třeba nahlížet z několika různých úhlů, neboť sám tento pojem je velmi nehomogenní a v důsledku toho se stává předmětem zájmu mnoha odvětví. Lze ho zařadit jako součást sociálně-geografického oboru, či historicko-kulturní nebo politicko-ekonomické oblasti. Postupem času se odvětví cestovního ruchu zařadilo mezi jednu z nejvýznamnějších součástí národní i světové ekonomiky. (CzechTourism 2015) V literatuře je možno nalézt několik odlišných definic, z nichž patrně nejznámější pochází od Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO 2017), jež vymezuje cestovní ruch jako souhrn činností osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí a pobývajících v těchto místech po dobu delší než jeden rok za účelem trávení volného času, podnikání nebo jiných různorodých aktivit.

Podle Českého statistického úřadu (2017) je cestovní ruch mezinárodně definován jako činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou jsou z navštíveného místa odměňováni.

Podobně ho popisují i Zelenka a Pásková (2012) ve Výkladovém slovníku cestovního ruchu, kteří označují cestovní ruch jako „*souhrnné aktivity osob cestujících mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech méně než jeden rok za účelem zábavy, rekreace, vzdělání, nebo za pracovním či jiným účelem. Spadají sem i aktivity spojené s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně správních aktivit a současně i rekreace místních komunit a ekosystémů.*“

Další možnou definici nám předestírá Aiest (2016), jež uvádí cestovní ruch jako souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání.

Samotné odvětví cestovního ruchu je nesmírně rozsáhlé a bylo by téměř nemožné ho realizovat bez základních služeb, z nichž bezesporu nejdůležitějšími

jsou doprava společně s ubytovacími a stravovacími provozy, jež úzce souvisejí s cestovním ruchem už od pradávna. Mezi další služby, které by autorka ráda uvedla, se řadí např. služby cestovních kanceláří, lázeňské, směnárenské či kongresové služby, služby venkovského cestovního ruchu, pojištění, volného času a animace v cestovním ruchu, služby pásových a celních orgánů, zdravotního opatření v zahraničním cestovním ruchu a na závěr uplatnění informatiky při poskytování služeb CR. (Orieška 1999)

V odborné literatuře je cestovní ruch obvykle rozdělen na formy a druhy cestovního ruchu. (Malá 1999)

Formy cestovního ruchu:

Ve Výkladovém slovníku cestovního ruchu definují Zelenka a Pásková (2002) formu cestovního ruchu jako typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem motivace návštěvníka. Základními motivacemi cestovního ruchu jsou odpočinek, poznávání prostředí a kontakty s lidmi. Viz Obr.: 1 Typologie cestovního ruchu.

Specifické formy cestovního ruchu:

Specifické formy uspokojují potřeby nejrůznějších spotřebitelských segmentů a s vývojem společnosti jsou stále rozmanitější. Do budoucna se tedy předpokládá, že jejich nabídka se bude i nadále rozšiřovat. (Ryglová 2009)

Příklady specifických forem cestovního ruchu:

- akční cestovní ruch – olympijské hry, motocyklové závody, automobilové závody, Formule 1, letecké dny, koncerty
- dobrodružný cestovní ruch – např. zájezdy a pobyty s prvky extrémních a adrenalinových sportů, safari v Africe
- dobrovolnický cestovní ruch – bezplatná pomoc (za ubytování, poskytnutí stravy) v různých odvětvích po celém světě
- filmový cestovní ruch – Návštěvníci cestují do míst, kde se natáčí nebo natáčely filmy a televizní seriály, kde se odehrával děj filmu či seriálu nebo na místo spojené s určitou filmovou nebo seriálovou postavou.
- temný cestovní ruch – Návštěvníci cestují do míst, kde se udála nějaká tragédie či neštěstí.

Druhy cestovního ruchu:

Za druh cestovního ruchu je považován takový typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem „*jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách, jakož i jeho účinky.*“ (Malá 2002) Toto obecné kritérium se dále dělí podle objektivních faktorů – prostorové, časové, sociální, demografické – a vlivů cestovního ruchu.

Obr. 1. Typologie cestovního ruchu

Druhy cestovního ruchu	Formy cestovního ruchu	Typy cestovního ruchu
<ul style="list-style-type: none"> - Dle místa realizace - Dle původu účastníků - Dle vlivu na platební bilanci - Dle počtu účastníků - Dle délky trvání - Dle způsobu zabezpečení - Dle způsobu financování - Dle převahy místa pobytu - Dle věku účastníků 	<ul style="list-style-type: none"> - Rekreační cestovní ruch - Kulturní cestovní ruch - Společensky orientovaný cestovní ruch - Sportovní cestovní ruch - Ekonomicky orientovaný cestovní ruch - Specificky orientovaný cestovní ruch 	<ul style="list-style-type: none"> - Aktivní cestovní ruch - Incentivní cestovní ruch - Poznávací cestovní ruch - Venkovský cestovní ruch - Veletržní a kongresový cestovní ruch - Lázeňský a rekreační cestovní ruch -

(Zdroj: GALVASOVÁ, I. a kol. 2008, s. 32)

Motivace v cestovním ruchu

Motivace v cestovním ruchu je tvořena souborem vnitřních i vnějších podnětů vedoucích k realizaci cestování (Pásková, Zelenka 2002). Nejprve dochází k pocitu uvědomění si potřeb a přání, které určují motivaci návštěvníka, a teprve poté následuje samotná účast na cestovním ruchu. Součástí motivace jsou tlakové faktory (push factors), např. únik z běžného života nebo odpočinek a tahové faktory (pull factors), vztahující se k samotné destinaci a jejím atraktivitám. (Čertík, Fišerová 2009)

Motivací se zabýval Holden, (2005), který přichází s Maslowovým hierarchickým modelem (pyramidou) lidských potřeb, jež následně upravil pro potřeby cestovního ruchu. Podle základního Maslovova principu musí nejprve dojít k uspokojení potřeb na nižší hierarchické úrovni, aby mohly být uspokojeny potřeby na vyšší úrovni, z nichž nejvýše postavená je úroveň seberealizace. A právě cestovní

ruch podle něj přispívá k rozvoji osobnosti jednotlivců neboli k samotné seberealizaci jedince.

Obr. 2 Maslowova pyramida potřeb



(Zdroj: Holden 2005)

Více v kapitole „Motivace turistů navštěvovat místa spojená s TCR.“

2.2 Temný cestovní ruch

Pojem *dark tourism* neboli temný cestovní ruch či temná turistika byl poprvé použit v roce 1996 britskými vědci Johnem Lennonem a Malcolmem Foleyem v jejich publikaci *Dark Tourism*. Ani v odborné literatuře se s tímto pojmem neseťkáváme dlouho, neboť tento fenomén moderní doby je poměrně neprozkoumaná záležitost, a tudíž je i samotné hledání zdrojů poměrně obtížné. Již zmínění autoři nejprve popisují temnou turistiku jako prezentaci atraktivit (návštěvníky) spojených s aktem skutečné smrti nebo s místem dějiště katastrofické události. Až později tento přístup změnili na "náznak postmodernismu". Podle nich dochází v dnešní době k situaci, kdy se u mnoha atraktivit hranice mezi tím, co představují a komercializací, kterou využívají jako produkt cestovního ruchu, stále více stírá. Podle autorů tedy není pravděpodobné, že by se temný cestovní ruch objevoval již v dřívější historii cestovního ruchu. (Lennon, Foley 1996)

V odborné literatuře se lze setkat i s pojmy jako je *grief tourism* (grief = zármutek) nebo *morbid tourism* (Bloom 2000). O něco později, přesněji v roce 2002, se objevuje jiný pojem, *black tourism*, a to v souvislosti s rostoucí návštěvností anglického městečka Soham v hrabství Cambridge, kde byly brutálně zavražděny dvě malé dívky. Dalším synonymem je i *thanatourism* (z řec. *thanatos* = personifikace smrti). Již v roce 1993 použil sociolog a kulturolog Chris Rojek pojem „*black spots*“ v souvislosti s možností využití míst spojených s násilím a smrtí slavných osobností nebo se smrtí většího počtu osob v cestovním ruchu. (Rojek 1993)

Black spots jsou, podle Rojeka, místa „*spojená s náhlou smrtí, která přitahují velký počet osob nebo místa uměle spojená se smrtí.*“ Autor, na rozdíl od Lenonna a Foleyho, tvrdí, že s určitou formou temného cestovního ruchu se lze setkat již ve starověku, kdy lidé toužili navštívit arénu s gladiátorskými zápasy, či ve středověku, kde poutníci cestovali do míst, na nichž byly uloženy mučednické ostatky či relikvie. Velmi populární byly v minulosti i veřejné popravy, u nichž se srocovaly velké davy lidí, pro které představovaly vítaný zdroj zábavy, stejně jako pranýřování. (Rojek 1993)

Vnímání temného cestovního ruchu a jeho atraktivit je v dnešní době sporné. Některé destinace se mohou snažit zlepšit svou marketingovou strategii a zvýšit návštěvnost tím, že se představí jako "temné turistické destinace" a turisté se sami rozhodnou, jestli jim tato proklamace připadá věrohodná a zda dané místo navštíví. Vzniká však problém, jak zjistit, jestli turisty pro návštěvu určité destinace motivovalo uspokojení potřeb právě spojených s temným cestovním ruchem, nebo nějaký jiný důvod. Jako příklad lze uvést hrad Houska na Kokořínsku, ve kterém se údajně nachází pekelná jáma. Hrad sám se takto prezentuje, ale je těžké uvést, pro kolik turistů je zmíněná atrakce hlavním cílem návštěvy. V Česku dosud nebyl realizován žádný odborný výzkum zaměřený pouze na lokality spojené s temným cestovním ruchem.

Podle autorů knihy *Dark Tourism* jsou temní turisté definováni jako jednotlivci, kteří ve svém volném čase cestují na místa, budovy a výstavy spojené se smrtí, (Lennon, Foley, 2000) nebo tam, kde v minulosti došlo k nějaké tragédii či neštěstí a nezáleží, zda k ní došlo v hlubší minulosti nebo nedávno. Další lokality spojené s temným cestovním ruchem jsou místa spojená s bídou, utrpením, brutalitou, mučením, zabíjením a vězněním, stejně tak i místa spjatá s ozbrojenými konflikty. Proto mezi vyhledávané destinace patří také např. hřbitovy, bojiště a místa úmrtí slavných osobností. S temným cestovním ruchem souvisí i zábavná centra hrůzy, například *Dungeon* v Londýně nebo poměrně nově otevřený *Fear House* v Praze. Lze sem zařadit i pobyt turistů ve věznicích nebo psychiatrických léčebnách, kde si platí za autenticitu „dozorců či lékařů.“

Jak již bylo řečeno v úvodu, temný cestovní ruch je produkt postmoderní doby, kdy turisty již nebaví masová turistika, v podobě pláže a příležitostného sportu a hledají nové destinace a autentické zážitky. (Šindelářová 2008). Ke zvýšení zájmu o tento typ turismu zajisté přispěla i média a filmový průmysl. Jako příklad lze uvést Schindlerův seznam od Stevena Spielberga, jež předesťtírá téma holocaustu, český film *Lidice*, *Anthropoid*, nebo méně známý *World Trade Centre* zabývající se teroristickým útokem z 11. září 2001. Dalo by se sem zahrnout i bezpočet dalších dokumentárních filmů a pořadů.

Stále více lidí pociťuje nutkání připomenout si temnější momenty, nejen z naší historie, a na okamžik zakusit jedinečnou atmosféru zvoleného místa. Mnozí návštěvníci zažívají směsici příjemných i nepříjemných pocitů a začínají hlouběji přemýšlet o životě, což na klasické prohlídce zámeckého parku pravděpodobně nenastane.

Typologie TCR

Typologie temného cestovního ruchu není sjednocená, a to hlavně z důvodu velkého rozvoje daného oboru. Některá místa mohou tudíž spadat do vícera typů.

Typologie dle grief-tourism.com

Battlefield Tourism se zaměřuje na místa spojená s válečnými konflikty, jakož jsou bojiště, památníky, vojenské hřbitovy, pomníky, vojenské pevnosti a další vojenské stavby či vojenská muzea. V Česku lze do tohoto typu zařadit např. Slavkov (1805) z napoleonských válek či památník bitvy u Sadové (1866) mezi rakouskou a pruskou armádou. Daly by se sem zařadit i zahraniční oblasti, kde v současné době probíhají ozbrojené konflikty, jako je pásma Gazi, Afgánistán či boje na Ukrajině.

Cemetery Tourism (hřbitovní cestovní ruch) se spojuje s návštěvami hřbitovů. U tohoto typu je velmi obtížné určit, kdy ještě spadá do temného cestovního ruchu a kdy ne. O ten se jedná, pokud je hlavním motivem uspokojení z přítomnosti či blízkosti mrtvých a smrti jako takové čili zájem o celkovou atmosféru hřbitova.

Disaster Tourism (katastrofický cestovní ruch) se zaměřuje na místa katastrof a nešťastných událostí, kdy je hlavním motivem účasti turistů zvědavost či potřeba být na místě neštěstí, touha zakusit nebo pocítit místní atmosféru, aniž by se zapojili do pomocných či záchranných akcí. K navštěvovaným destinacím patří místa stížená povodněmi a hurikány (New Orleans, 2005), zemětřesením, tsunami (JV Asie, 2004), tornády, místa hromadných nehod nebo dopadů letadel. Disaster tourism má obvykle jen časově omezený charakter.

Ghost Tourism (paranormální cestovní ruch) je typ turismu, jehož motivem účasti je nutkání prožít něco tajemného, nevysvětlitelného nebo nadpřirozeného, popř. zažít pocit strachu. Vyhledávanými destinacemi jsou hrady, kláštery, zříceniny, tvrze nebo hotely, jejichž seznam lze nalézt na www.hauntedhotelguide.com. K těmto místům se váží určité místní pověsti o paranormálních jevech či přízracích, kteří by se zde měli za jistých podmínek vyskytovat (bílá paní, bezhlavý rytíř, ohnivý pes, vstup do jiného světa apod.)

Holocaust Tourism (cestovní ruch spojený s holocaustem) je spojen s návštěvami koncentračních či pracovních táborů, památníků, ghett a muzeí. Jedná se o cestovní ruch, u kterého turisté navštěvují místa, jež jsou známá pro „zločiny proti lidskosti“ spáchané především nacisty za druhé světové války. Tento typ turismu by se dal zařadit i do kulturně či historicky-poznávacího, kdy se hlavní motivací stává vzdělávací aspekt.

Prison Tourism (vězeňský cestovní ruch), jehož součástí je cestování do bývalých věznic, zájem o budovu samotné věznice, interiéry vězeňských cel a představování si podmínek života ve věznici v době jejího plného fungování. Atraktivitu jednotlivých objektů zvyšuje nezdárka jméno některého z bývalých vězňů. Mezi nejznámější oblasti zájmu tohoto typu temného turismu patří londýnský Tower, věznice Terezín aj. Do tohoto typu lze zařadit i zájezdy turistů do bývalých věznic za účelem přenocování.

Thanatourism (cestovní ruch spojený s násilnou smrtí) se zaměřuje na místa spojená s násilnou smrtí, jejíž atmosféru chce návštěvník co nejvíce pocítit, např. místa veřejných poprav, a to jak minulých, tak současných či návštěva pohřbu známé osobnosti a celebrity.

Slavery-heritage-tourism (cestovní ruch spojený s odkazem otrokářství) vznikl krátce po skončení občanské války v USA (1861-1865), kdy lidé ze severních států tehdejší Unie navštěvovali plantáže v tehdejší jižní Konfederaci, na kterých, až do konce občanské války, pracovali otroci. Za pozůstatky oné činnosti lze považovat pevnosti při pobřeží západní Afriky, ve kterých byli otroci drženi před tím, než byli za krutých podmínek dopraveni do dnešních USA. Na jihu Spojených států to jsou zbytky plantážnických stavení a ubytoven pro otroky nebo přepychová stavení otrokářů.

Jinou možnost typologie TCR lze nalézt ve Výkladovém slovníku cestovního ruchu od Zelenky a Páskové.

Hyena tourism (hyenistický cestovní ruch) Jedná se o typ cestovního ruchu, jehož účastníci jsou motivováni k návštěvě destinace postižené přírodními katastrofami, jako jsou povodně, výbuchy sopek, pády lavin, požáry či místa stížená válkou. Sledují utrpení druhých či rabování. (Zelenka, Pásková 2012) Lze sem zařadit disaster tourism, částečně thanatourism a battlefield tourism.

Slum tourism (slumový cestovní ruch) od anglického slova „slum“, někdy též poverty tourism. Jedná se o typ cestovního ruchu, jehož účastníci jsou motivováni pozorováním života ve slumech. (Zelenka, Pásková 2012)

Military tourism (vojenský cestovní ruch) je forma cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni vyhledáváním a navštěvováním památek týkajících se historických bitev a vojenského stavitelství – prohlídka opevnění, podzemních pevností, vojenských muzeí, památníků, hřbitovů, míst bitev atd. (Zelenka, Pásková 2012) Daly by se sem zařadit pojmy battlefield tourism, částečně cemetery tourism i holocaust tourism.

Pro snadnější orientaci je zde vyobrazena tabulka jednotlivých typů TCR i s uvedením příkladu místa v Česku a ve světě, kde dochází k realizaci konkrétního typu.

Tabulka 1.: Typologie TCR

Typ DT	Vojenský	Hřbitovní	Katastrofický	Paranormální	Spoj. s holocaustem
Popis	Válečné konflikty	Návštěvy hřbitovů	Katastrofické události	Nadpřirozené jevy	Koncentrační tábory
V ČR	Slavkov	Slavín	Protržená přehrada Desná	Hrad Střekov	Terežín
Ve světě	Omaha Beach (FR)	Green-Wood Cemetery (USA)	Ground Zero (USA)	Katakomy v Paříži (FR)	Osvětim (PL)

(Zdroj: vlastní, zpracováno podle grief-tourism.com)

Tabulka 1.: (pokračování) Typologie TCR

Typ DT	Vězeňský	Spoj. s násilím	Otrokářský	Slumový
Popis	Cestování do věznic	Násilná smrt	Místa spojená s otrokářstvím	Pozorování života ve slumech
V ČR	Špilberk	Kobyliská střelnice		Chánov
Ve světě	Alcatraz (USA)	Vražedná pole (K)	Plantáže na Zanzibaru	Post-apartheid v Namibii

(Zdroj: vlastní, zpracováno podle grief-tourism.com)

Motivace turistů navštěvovat místa spojená s temným turismem

Spektrum motivací lidí navštěvovat místa spjatá s temným cestovním ruchem je velmi široké. Nejnovější typologizaci motivací popsal ve své knize Sharpley a Stone (2009), který rozlišuje čtyři typy temné turistiky a jejich návštěvníků.

- bledý cestovní ruch – Návštěvníci bez významného zájmu o smrt a návštěvy míst, která nejsou záměrně budována jako atraktivita temného cestovního ruchu.
- šedá poptávka po temném cestovním ruchu – Návštěva míst záměrně nebudovaných jako atraktivita temného cestovního ruchu, ale dochází zde k fascinaci účastníků smrtí.
- šedá nabídka cestovního ruchu – Místa, na kterých sice došlo ke komercializaci smrti, ale hlavním motivem návštěvníků tohoto místa není zájem o smrt.
- černý cestovní ruch – Místa, která komercializují smrt, a jež navštěvují převážně lidé fascinovaní smrtí. (Sharpley, Stone 2009)

Mezi hlavní motivační faktory lze dle Navrátila a Píchy (2012) zařadit fascinaci smrtí a snahu přiblížit se jí co nejvíce, poučení, zábavu i pietu. Většina turistů, navštěvujících tato místa, by se ovšem osobně neúčastnila například právě probíhající popravy, či by nenavštívila místo právě probíhající katastrofy. Motivace návštěvníků se odlišuje především typem návštěvy místa spojeného s temným cestovním ruchem. Zatímco v místech masových vražd, poprav či katastrof převládá snaha o pietu a poučení, v případě návštěvy hřbitovů, míst úmrtí známých osobností či velkých bitev se už může objevovat prvek zábavy, povětšinou spojený s prvky předešlými. U jiných atraktivit, jakož jsou muzea válek a zbraní či výstavy spojené s temným cestovním ruchem, pak můžeme hovořit o samotném prvku zábavy jakožto o motivaci. (Navrátil, Pícha 2012)

Veškerá již zmíněná místa navštěvují i tzv. lovci duchů ve snaze objevit něco, co ještě objeveno nebylo nebo dokázat přítomnost něčeho nadpřirozeného, čímž by se zároveň i jistojistě zvedl v řadách turistů zájem o danou lokalitu.

Velkou motivací je i zájem o historii, kdy v mnoha případech je návštěva místa spojeného s temným cestovním ruchem součástí organizovaného zájezdu či je místo navštíveno na doporučení. Lidé tyto oblasti navštěvují kvůli jejich psychickému účinku, či je jejich hlavním motivem fascinace smrtí, zainteresovanost ve vědě nebo skutečný zájem o tragické příběhy a pohnuté životní osudy. Svou roli zde může hrát i prostá lidská zvědavost.

Mnohé základní a střední školy pořádají, právě především z hlediska historické motivace, organizované návštěvy míst spjatých s temným cestovním ruchem, a právě jednou takovou školou je Gymnázium Františka Xavera Šaldy v Liberci, kde studenti každoročně navštěvují koncentrační tábor Auschwitz I., II. a Birkenau s historickým výkladem od průvodce. Hlavním cílem této návštěvy je rozšíření poznatků o nejznámějším koncentračním táboře světa. Mezi další navštívená místa, jež jsou spjata s temným cestovním ruchem, patří například hrobka moravského rodu Dietrichsteinů v Mikulově.

Cestovní kanceláře zabývající se temným turismem

Jak bylo již uvedeno a vysvětleno výše, temná turistika je velice kontroverzní téma, a proto s ním musí být podle toho nakládáno. Žádná cestovní kancelář by, podle autorčina názoru, neprospívala (nebo alespoň ne dlouhodobě), pokud by hlavním nabízeným turistickým lákadlem byla smrt, ať už v mnoha různých podobách. Na druhou stranu lidstvo, stejně jako jedinec, čím dál více posouvá společenské hranice a je tudíž klidně možné, že v budoucnu budou existovat cestovní kanceláře zajišťující si příjmy pouze z temného cestovního ruchu.

V Česku není cestovní kancelář, která by se zabývala přímo temným cestovním ruchem, většinou je temný cestovní ruch pouze malou částí spektra působení dané cestovní kanceláře, pokud je vůbec zahrnut. Nicméně mnoho CK nabízí zájezd do destinací temného cestovního ruchu, převážně do Osvětimi, a to například Firo Tour, CK Bohemian Tour či CK2, která zprostředkovává zájezdy pro školy do Osvětimi, Tereziína, Lidic a do Muzea a pracovního tábora Vojna či CK Poznání, která pořádá zájezdy do Katyně. CK Maximatour se zaměřuje mimo jiné i na zájezdy do ruského Černobylu. Zájezdy do Černobylu se zabývá i česká organizace DoČernobylu.cz, která nabízí dokonce soukromé exkurze. U většiny českých CK není návštěva pojata čistě z hlediska temného cestovního ruchu. Lze tedy říci, že v tomto ohledu není v současné době program nabízený cestovními kancelářemi příliš bohatý.

Mezi světové CK zabývající se temným turismem patří Mcgee's Ghost Tours of Prague, která nabízí procházky Prahou zaměřené na místa spojená s temným cestovním ruchem. Například výlety do podzemí, návštěva Pražského hradu, ústavu pro mentálně choré či Starého Města. Ceny se pohybují od 14 do 38 euro za prohlídku a je zde možnost domluvy soukromé prohlídky. Cestovní agentura se sídlem v Praze má stránky na sociálních sítích pro lepší možnost komunikace s potenciálními turisty, včetně fotografií, videí, příspěvků od turistů či hodnocení jednotlivých prohlídek.

Jak bylo výše zmíněno, oblíbenými destinacemi jsou Černobyl a Pripjať. Zájezdy slibující nezapomenutelný černobylský zážitek nabízí mnoho zahraničních organizací. Například Chernobylwel je světová organizace nabízející tyto výjezdy se širokou nabídkou různých turistických balíčků, jenž má svou pobočku i na Slovensku. Jedno a vícedenní zájezdy s ubytováním a stravou zahrnují návštěvu samotné černobylské elektrárny, základní školy, školky a známého ruského kola. Vstup do budov ve městě Pripjať je od roku 2012 zakázán. Jak tato organizace, tak česká DoČernobylu jsou členem Chernobyl Tour Operator Association (CHTOA), což je neziskové profesní sdružení zastupující průmysl černobylských tour operátorů. Její členové jsou tvořeni společnostmi, jejichž turné v Černobylu mají pro turisty na celém světě hlubší význam.

Nejnavštěvovanější světové lokality

Vzhledem ke skutečnosti, že se temný cestovní ruch stává jedním z fenoménů v současném cestovním ruchu, zvyšuje se i počet turisty vyhledávaných míst, jakož jsou koncentrační tábory, bitevní pole, místa postižená katastrofou, atd. Podle autorů Birana Poria a Orena (2011) je mnoho atraktivit temného cestovního ruchu zapsáno na seznamu světového dědictví UNESCO.

Lokality jsou řazeny dle návštěvnosti, viz Tabulka 2.: Přehled důležitých atraktivit temného cestovního ruchu ve světě s ohledem na zastoupení jednotlivých typů.

National 9/11 Memorial and Museum neboli „**Ground Zero**“ se nazývá rozsáhlý památník ve tvaru dvou čtvercových bazénů, společně s podzemním muzeem, jež zde byly vybudovány jako připomínka teroristického útoku v New Yorku z 11. září 2001. V místě, kde ještě před oním datem stálo Světové obchodní centrum, (WTC) zemřelo pod troskami dvou mrakodrapů téměř na tři tisíce lidí.

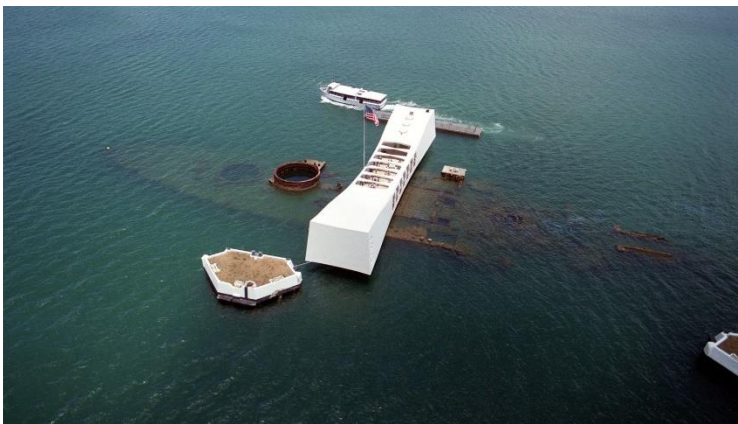
Obr. 3.: National 9/11 Memorial



(zdroj: <http://www.bapscharities.org/usa/national-september-11-memorial-muesum-2/>)

Pearl Harbor na Havajských ostrovech je známá americká vojenská základna, na kterou dne 7. 12. 1941 zaútočilo japonské letectvo, což vedlo ke vstupu USA do druhé světové války. Při bitvě zemřelo přes 2300 lidí a dalších, více než 1000 bylo zraněno. Útokem bylo také zničeno celé vojenské letiště a většina letadel na něm, avšak Japoncům se nepodařilo potopit ani jednu z cenných letadlových lodí. Nejhůře dopadla bitevní loď USS Arizona, nad jejímž potopeným vrakem byl symbolicky vztyčen památník USS Arizona Memorial v podobě mostu přístupného jen po vodě. Můžeme zde nalézt jména obětí, které japonský útok nepřežily.

Obr. 4.: USS Arizona Memorial



(zdroj: <http://www.travelweekly.com/Hawaii-Travel/Insights/Planning-ahead-for-a-USS-Arizona-Memorial-visit>)

Koncentrační tábor Auschwitz, v Česku nesprávně známý jako Osvětim, je neznámější komplex koncentračních a vyhlazovacích táborů na světě. Byl vybrán jako místo pro konečné vyřešení židovské otázky. Dle velitele tábora, Rudolfa Hosse, zde mělo zemřít více než 3 miliony lidí, takové číslo však nebylo nikdy potvrzeno. Většina obětí byla zavražděna v plynových komorách areálu Auschwitz II. plynem Cyklon B, ostatní zemřeli buďto hladem, vyčerpáním, kvůli špatné zdravotní péči nebo při lékařských experimentech. Od roku 1947 se zde nachází památník obětem a muzeum.

Obr. 5.: Osvětim



(zdroj: <https://www.britannica.com/place/Auschwitz>)

Hirošimský památník míru, zvaný též Atomový dóm či Genbaku Dome, je pozůstatek budovy nacházející se ve městě Hirošima v Japonsku. Je první budovou nejbližší centru dopadu atomové bomby, která nebyla smetena výbuchem, ale zůstala stát a to ve vzdálenosti 160 m. Od roku 1996 je zapsán na Seznamu světového dědictví UNESCO.

Obr. 6.: Atomový dóm



(zdroj: <http://peace.maripo.com/x japan hirosima.htm>)

Hrad Bran v Rumunsku proslavil především jeden z jeho minulých obyvatel, Vlad III. Dracula, podle něhož je sídlo přezdíváno Drákulův hrad. Samotnou postavu valašského knížete zpopularizoval Bram Stoker ve svém románu Drákula, byť je zde hlavní postava vykreslena v poněkud odlišnějším duchu.

Obr. 7.: hrad Bran



(zdroj: <http://www.worldatlas.com/articles/bran-castle-romania-unique-places-around-the-world.html>)

Kambodžská vražedná pole jsou místem, kde bylo za vlády ultralevicové politické strany Rudých Khmérů v letech 1975 – 1979 popraveno, často brutálním způsobem, ohromné množství lidí a následně pohřbeno v rozsáhlých masových hrobech. Rudí Khmérové, v čele s jejich vůdcem Pol Potem, se dostali k moci po občanské válce, která si v Kambodži vyžádala více než 1,7 milionu životů a nastolila vládu teroru. Svou ideologii stavěli na základech marxismu – leninismu. Lidé mohli být za sebemenší prohřešky odsouzeni k trestu smrti. Nejvýraznějším místem celého památníku je mohutná buddhistická stúpa, jejíž prosklené stěny jsou naplněny lebkami několika tisíců obětí. Další ze známých připomínek řádění Rudých Khmérů je věznice S-21 Tuol Sleng v Phnom Penhu, hlavním městě Kambodži, která je v současnosti muzeem.

Obr. 8.: Masové hroby v Kambodži



(zdroj: <https://prezi.com/rdwwveit4d46/cambodian-killing-fields/>)

Černobylská elektrárna a město Pripjat' na Ukrajině láká svou pověstí každoročně davy turistů z celého světa. Ti chtějí na vlastní oči spatřit město duchů, jež jakoby zamrzlo v čase, neboť stále stojí tak, jak bylo před 30 lety po Černobylské havárii opuštěno. Okolí města je i nadále silně zamořeno radiací, proto se jeho návštěvy zcela nedoporučují, nicméně existuje mnoho organizací, které pořádají exkurze právě sem. Další samostatnou kapitolou jsou dobrodružové, jež podnikají výlety do Černobyly na vlastní pěst.

Obr. 9.: Černobylská elektrárna v současnosti



(zdroj: <http://www.pobavime.cz/tag/cernobyl-dnes/>)

Kigali, hlavní město Rwandy, bylo centrem Rwandské genocidy v dubnu 1994, při které bylo vyvražděno přes milion Tutsijů. Nyní se zde nachází památník Gisozi Genocide Memorial Centre a Camp Kigali Belgian Memorial, avšak nejsou to jediné památníky, neboť po celé Rwandě je takových připomínkových míst mnoho. Z hlediska TCR je nejvíce navštěvovaný Murambi Genocide Memorial, kde můžeme spatřit napůl rozložená i mumifikovaná těla.

Obr. 10.: Murambi Memorial



(zdroj: <https://www.ugandasafaristours.com/blog/list-genocide-memorials-rwanda.html>)

Les Aokigahara, neboli Les sebevrahů, je název nechvalně známé oblasti na severozápadním úpatí hory Fudži v Japonsku. Od roku 1960, čili od vydání románu spisovatele Seicha Matsumotiho, se dosud poklidný lesík změnil v místo, kam až do současnosti zamířilo již několik tisíc lidí za účelem ukončení svého života. Japonské úřady potvrzují, že v lese dochází v průměru minimálně ke třem sebevraždám měsíčně, ale za rok 2003 zde bylo nalezeno dokonce 105 lidských těl. Lidé zde nacházejí zbytky provazů se smyčkami, opasky, pod kmeny stromů se volně povalují boty, čepice i dětské hračky nebo fotografie. Není výjimkou, že náhodný turista narazí na houpající se tělo oběšence. Japonská vláda, ve snaze apelovat na jednotlivce, kteří se tu odhodlávají spáchat sebevraždu, nechala na okraj lesa vysázet tabule s nápisy: „Život je vzácný.“, „Prosím, rozmyslete si to.“, „Myslete na svou rodinu.“ a dalšími povzbuzujícími slovy. Po natočení filmu Les sebevrahů se celá oblast stala cílem turistů, jež se sem sjíždějí ve snaze objevit mrtvé tělo či zažít nadpřirozené události.

Obr. 11.: les Aokigahara



(zdroj: <https://nypost.com/2016/01/07/a-visit-to-japans-incredibly-creepy-suicide-forest/>)

Semipalatinský jaderný polyгон je bývalá oblast zkoušek jaderných bomb nacházející se u měst Semej a Kurčatov v Kazachstánu. Tato vojenská oblast je první a největší svého druhu na území bývalého Sovětského svazu. Dne 29. srpna 1949 zde byla odpálena první atomová bomba RDS-1. Dnes se již tato oblast k jaderným zkouškám nevyužívá.

Obr. 12.: Semipalatinsk



(zdroj: <https://refresher.cz/28975-Semipalatinsk-Hruzostrasne-misto-testovani-jadernych-zbrani-v-jehoz-okoli-se-dodnes-rodí-zmutovane-deti>)

Mezi další turisticky atraktivní a navštěvované destinace patří například Berlínská zeď, Checkpoint Charlie museum v Berlíně, mauzoleum Kim-Čong-Ila, Arlingtonský hřbitov ve Washingtonu, vrak Titanicu, válečné muzeum ve Vietnamu, dům Anny Frankové v Nizozemsku, pařížské katakomby či věznice Alcatraz v San Franciscu.

Tabulka 2.: Přehled důležitých atraktivit temného cestovního ruchu ve světě s ohledem na zastoupení jednotlivých typů.

Název destinace	Stát	Návštěvnost (roční - 2015)	Typ temného cestovního ruchu	Vstupné (CZK)	Otevírací doba (letní)
Ground Zero	New York	4 000 000	katastrofický (teroristický)	300 – 500	7.30 – 21.00
Pearl Harbor	Havaj	1 800 000	vojenský	dobrovolné	7.00 – 17.00
Auschwitz	Polsko	1 500 000	spojený s holocaustem	zdarma (pro jednotlivce)	8.00 – 19.00
Alcatraz	Kalifornie	1 500 000	vězeňský	500 – 800	8.00 – 16.00
Hirošimský památník míru	Japonsko	1 000 000 a více	vojenský	dobrovolné	8.30 – 19.00
Dům Anny Frankové	Nizozemsko	1 000 000	spojený s holocaustem	200	9.00 – 22.00
Checkpoint charlie museum	Německo	850 000 (2007)	vojenský	300	9.00 – 22.00
Hrad Bran	Rumunsko	800 000	paranormální	40 – 900	9.00 – 18.00
Pařížské katakomby	Francie	300 000	paranormální	200	10.00 – 16.00
Kambodžská vražedná pole	Kambodža	250 000	genocidní	40	7.30 – 17.30
Černobylská elektrárna + Pripjať	Ukrajina	15 000	katastrofický (nukleární)	2000 – 6000	-
Murambi Genocide Memorial	Rwanda	8 000	genocidní	dobrovolné	8.00 – 16.00
Les Aokigahara	Japonsko	nezjištěno	paranormální	-	-
Vrak Titanicu	Kanada	-	katastrofický	1,5 mil	-
Semipalatinský jaderný polygon	Kazachstán	zakázaný vstup	katastrofický (nukleární)	-	-

(Zdroj: vlastní zpracování na základě informačních webových stránek jednotlivých atraktivit)

Nejnavštěvovanější lokality v Česku

Lokality jsou řazeny dle návštěvnosti, viz Tabulka 3.: Přehled důležitých atraktivit temného cestovního ruchu v Česku, s ohledem na zastoupení jednotlivých typů.

V Česku se prozatím temný cestovní ruch nedostal do širšího povědomí obyvatelstva, avšak lokalit pro jeho realizaci bychom zde mohli nalézt více než dost. Mezi nejčastěji navštěvovaná místa v ČR, spojená s temným cestovním ruchem, se řadí ta, jež nějakým způsobem souvisí s událostmi 2. světové války. Těchto lokalit se nachází na naší půdě poměrně hojný počet. Mezi další turistické atraktivity v Česku patří například kostnice, významná bojiště, kulturně-historické a přírodní památky, u nichž došlo k úmrtí či k jiné tragické události.

Památníky Lidice a Ležáky se rozprostírají na místě výskytu dvou bývalých vesnic vyhlazených nacisty během druhé světové války. Hlavní důvod tohoto činu byla odvetná akce za atentát na říšského protektora Reinharda Heydricha, jež byl uskutečněn 27. května 1942. Lidice byly na oplátku vypáleny a srovnány se zemí o pár dní později a to 10. června 1942. Všichni muži byli zastřeleni, ženy převezeny do koncentračních táborů a většina dětí byla zavražděna. Děti, jež disponovaly vhodnými árijskými rysy, byly předány na převýchovu. Dva týdny na to potkal stejný osud východočeské Ležáky. Dnes se v těchto místech nacházejí památníky a muzea, kde se ročně konají desítky kulturních akcí.

Obr. 13.: Památník Lidice



(zdroj: <http://www.lidice-memorial.cz/pamatnik/pamatnik-a-pietni-uzemi/>)

Obr. 14.: Památník Ležáky



(zdroj: https://pardubice.idnes.cz/ministerstvo-uvolnilo-penize-pro-pozemky-v-lezakach-pdg-/pardubice-zpravy.aspx?c=A150915_2191760_pardubice-zpravy_jah)

Muzeum tortury nám představuje ve svých sklepních prostorách ojedinělou expozici útrpného práva a mučicích nástrojů. Jsou zde vystaveny nástroje a pomůcky, pomocí nichž byli týráni především ve středověku domnělí provinilci. V podzemí staré radnice nalezneme na ploše o rozloze 400 m² více než 100 exponátů a 10 voskových postav, na kterých jsou užitě praktiky demonstrovány. Za pozoruhodné bychom mohli též označit dvě audiovizuální expozice – upalování čarodějnic a popravu mečem, většina místností je však, jak již autorka zmínila, věnována mučicím nástrojům. Můžeme zde spatřit např. mechanického býka, do kterého se zavírali odsouzení, skřípec, železnou pannu s hroty, španělskou botu nebo stroj na ořezávání nehtů. Těchto muzeí se v Česku nachází několik, větší v Českém Krumlově, menší v Praze nebo ve Valticích.

Obr. 15.: Muzeum tortury



(Zdroj: <http://www.maxitrip.cz/destinace/evropa/cesko/cesky-krumlov/muzeum-tortury/muzeum-tortury-v-ceskem-krumlove>)

Kostnice sv. Jakuba v Brně je druhou největší kostnicí v Evropě, jež se nachází u kostela sv. Jakuba v Brně. Z antropologických průzkumů a rozborů lze vyčíst, že jsou zde pochovány oběti středověkých morových a choleroých ran, válečných událostí z doby třicetileté války a švédského obléhání s tím, že počet pohřbených těl se odhaduje na více než 50 tisíc. Samotný pohřební komplex byl objeven náhodou, až v roce 2001, při archeologickém průzkumu náměstí. Kapacita kostnice je limitována 20 turisty na jednu návštěvu, ke které si město nechalo pro prohloubení zážitku dokonce složit autorskou hudbu.

Obr. 16.: Kostnice u sv. Jakuba



(zdroj: <https://zvut.cz/lide/lide-f38102/ales-svoboda-vite-co-je-pod-nami-d103840>)

Zámek Velké Losiny nechvalně proslul známými čarodějnickými procesy, které se zde odehrávaly v letech 1678 – 1696. Na konci 17. století zde působil inkvizitor Jindřich Boblig ze Šumperka, který, během právě oněch procesů, nechal odsoudit a upálit na 56 lidí.

Obr. 17.: zámek Velké Losiny



(zdroj: <http://www.ententyky.cz/zamek/zamek-velke-losiny>)

Rudá věž smrti, která je součástí bývalého závodu Škoda Ostrov, byla v 50. letech 20. století určena k drcení a třídění uranové rudy z Jáchymovských dolů. O tuto těžkou a nebezpečnou práci se starali vězni v komunistickém pracovním táboře Vykmánov II. Ti zde museli pracovat bez jakéhokoli ochranného vybavení, tudíž se dennodenně dostávali do přímého kontaktu s radioaktivním materiálem a mračny dusivého prachu, který se navíc pomocí větru roznášel i po obydlých částech závodu. Následkem špatné stravy, těžké práce a vysoké radioaktivity většina z dělníků pracujících ve Věži smrti zemřela. Věž byla zároveň součástí tzv. **Jáchymovského pekla**, kde lze dnes nalézt naučnou stezku, která návštěvníkům přibližuje podmínky, v nichž museli žít a pracovat vězni v období komunismu. Nicméně samotná věž není v současné době návštěvníkům přístupná, pouze v září 2017 byla na jeden den otevřena z důvodu konání Dnů evropského dědictví.

Obr. 18.: Rudá věž smrti



(zdroj: <http://www.zivykraj.cz/cz/akcevyypis/ruda-vez-smrti-narodni-kulturni-pamatka-nkp-41192>)

Býčí skála tvoří spolu s Rudickým propadáním druhý největší jeskynní systém v České republice a je místem konání pravěkých rituálních vražd. V letech 1871 – 1873 zde odkryl dr. Jindřich Wankel tzv. Halštatský pohřeb spojený s lidskými oběťmi. Zřejmě šlo o pohřeb jakési vznešené osobnosti v 5. století př. n. l., již musely, jako v zemi Skytů, následovat do říše mrtvých i jeho ženy, čeled' a koně. Nalezly se zde ostatky 40 mladých dívek a sloužících, kteří zde byli pohřbeni spolu s ní. V rozlehlém jeskynním systému je údajně slyšet zpěv, výkřiky i volání a objevují se světla tam, kde se momentálně nikdo nenachází.

Obr. 19.: Býčí skála



(zdroj: <http://www.paranormal-activity.estranky.cz/clanky/nejdesivejsi-mista-na-zemi/ceska-republika/byci-skala.html>)

Památníky U Hradce Králové připomínají jednu z vůbec nejslavnějších bitev na českém území, jež se odehrála v průběhu Prusko-rakouské války, a k níž došlo 3. července 1866 mezi pruskou a rakouskou armádou. V současné době je na místě bitvy vztyčeno několik stovek pozoruhodných památníků. Dva z nejvýznamnějších se nacházejí v „Aleji mrtvých“ ve Svíbském lese a na Chlumském svahu. Událost také připomíná muzeum bitvy otevřené k sedmdesátému výročí bojů a naučná stezka „Josefov – Smiřice – Chlum 1866“ otevřená v roce 2006.

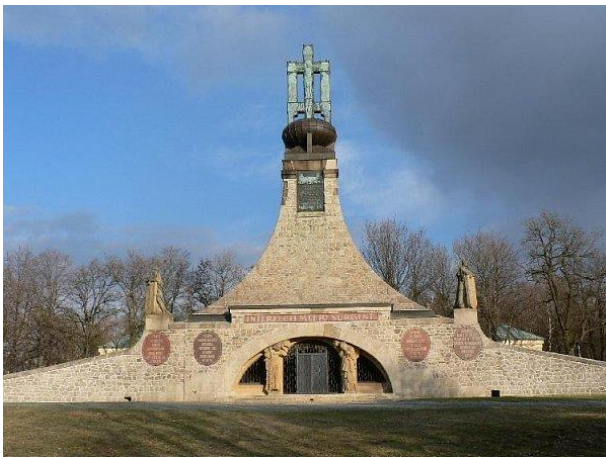
Obr. 20.: Pomník bitvy u Hradce Králové



(zdroj: https://hradec.idnes.cz/prusko-rakouskou-bitvu-z-roku-1866-pripomina-1-400-pomniku-pgf-/hradec-zpravy.aspx?c=A100903_184557_hradec-zpravy_meb)

Slavkovské bojiště má připomínat jednu z nejvýznamnějších bitev 19. století, ke které došlo 2. prosince 1805, zhruba mezi vesnicemi Telnice a Tvarožná východně od Brna. V tzv. Bitvě tří císařů se střetl Napoleon Bonaparte se spojenými vojsky rusko-rakouské armády a slavně zvítězil. Pro Francii se bitva u Slavkova stala symbolem národního triumfu, a tak byl v Paříži vybudován most s přiléhajícím nábřežím, jež nesou název onoho moravského města. Jako další připomínku bychom mohli také označit sloup na náměstí Place Vendôme, který byl odlit z děl nalezených na bitevních polích. Nejvýznamnějšími místy bojiště vás provede naučná stezka a na Prackém kopci lze navštívit secesní památník Mohyly míru, kde se nalézá i památná kaple s mramorovým oltářem. Přilehlá budova muzea nabízí ke zhlédnutí stálou expozici zbraní, uniforem, obrazů, řádů, vyznamenání, plánů bitev a mnoha dalších zajímavých bitevních exemplářů. V areálu objektu se každoročně konají vzpomínkové pietní slavnosti s vojenským programem a rekonstrukce části bitvy.

Obr. 21.: Mohyla míru



(zdroj: <https://www.turistika.cz/mista/mohyla-miru/detail>)

K dalším oblíbeným a navštěvovaným destinacím v Česku patří např. Kostel sv. Cyrila a Metoděje, Propast Macocha, Kostel sv. Petra a Pavla v Mělníku, Památník Vojna u Příbrami, hrad Špilberk v Brně, Muzeum koncentračního tábora podzemní letecké továrny Rabštejn, Podzemí broumovského kláštera, Vyšehradský hřbitov či Slavín.

Tabulka 3.: Přehled důležitých atraktivit temného cestovního ruchu v Česku s ohledem na zastoupení jednotlivých typů.

Název destinace	Kraj	Návštěvnost (roční - 2016)	Typ temného cestovního ruchu	Vstupné (CZK)	Otevírací doba (letní)
Památník Terezín	Ústecký	650 000	spojený s holocaustem	145 - 215	8.00 - 18.00
Kostnice Sedlec	Středočeský	340 000	katastrofický	60 - 90	8.00 - 18.00
Památník Lidice	Středočeský	130 000	spojený s holocaustem	40 - 80	9.00 - 16.00
Hrad Špilberk	Jihomoravský	130 000	vězeňský	50 - 90	9.00 - 17.00
Kostel sv. Cyrila a Metoděje	Praha	50 000	vojenský	35 - 75	9.00 - 17.00
Muzeum tortury	Jihočeský	36 000 (2005)	spojený s násilím	90 - 130	9.00 - 20.00
Kostnice u sv. Jakuba	Jihomoravský	34 000	paranormální	70 - 140	9.30 - 18.00
Velké Losiny	Olomoucký	30 000 (2014)	katastrofický	80 - 110	9.00 - 17.00
Památník Ležáky	Pardubický	15 000	spojený s holocaustem	30	9.00 - 17.00
Jáchymovské peklo	Jihočeský	7 000	vězeňský	-	-
Býčí skála	Jihomoravský	2 000	katastrofický	30 - 50	3 víkendy v roce
Bojiště v HK	Královéhradecký	nezjištěno	vojenský	20 - 500	9.00 - 17.00
Slavkovské bojiště	Jihomoravský	nezjištěno	vojenský	40 - 90	9.00 - 18.00
Vyšehradský hřbitov	Praha	nezjištěno	hřbitovní	zdarma	8.00 - 19.00
Památník vojna	Středočeský	nezjištěno	katastrofický	10 - 60	9.00 - 17.00

(Zdroj: vlastní zpracování na základě informačních webových stránek jednotlivých atraktivit)

3 Metodika

Sekundární výzkum se skládá z obsahové analýzy dokumentů produktu CR (koncentrační tábor Terežín, Kostnice Sedlec), obsahové analýzy prezentace dokumentů, komparativní analýzy a porovnání se světovými trendy. Primární kvantitativní výzkum je proveden formou dotazníkového šetření vedeného s návštěvníky destinace. Primární kvalitativní výzkum má formu přímého pozorování a komunikace s managementem. Praktická, výzkumná část této práce se opírá o analýzu a následné zhodnocení turistického potenciálu destinace.

3.1 Výzkumné otázky a metodika zjišťování odpovědí

K dosažení cílů práce mají za úkol dopomoci dvě výzkumné otázky, na které se autorka snaží odpovědět za pomoci primárního i sekundárního výzkumu. Potenciální odpovědi a hodnocení validity a formulace otázek jsou poté diskutovány v závěru práce.

1. výzkumná otázka. Tato otázka má za účel odpovědět na to, co vedlo turisty k návštěvě právě této atraktivity. Výzkumná otázka by opět měla dopomoci při tvorbě situační analýzy a je tedy podstatná pro dosažení cíle práce. **Jaká je motivace turistů pro návštěvu dané atraktivity?**

2. výzkumná otázka. Jedním z cílů dotazníkového šetření je odpovědět na otázku, jak na účastníky působí daná atraktivita a jak ji hodnotí. V důsledku toho je management schopen revidovat svoje postupy a případně upravit svojí strategii. Tato otázka by měla dopomoci k dosažení cíle práce, tedy při tvorbě situační analýzy. **Jak hodnotí návštěvníci danou atraktivitu?**

3.2 Metodika tvorby dotazníkového šetření

Tento dotazník je směřován na návštěvníky daných lokalit. Otázky jsou rozděleny na dva logické úseky, každý podle dedikované výzkumné otázky, na kterou se snaží odpovědět.

Průběh šetření

Dotazníkové šetření proběhlo ve dnech 14. 10. 2017 u Památníku Terežín a 18. 11. 2017 v Kostnici Sedlec. Šetření se zúčastnilo 100 respondentů, konkrétně návštěvníků atraktivit, bez cílené věkové segmentace. Šetření probíhalo v obou případech v sobotních dopoledních hodinách z důvodu vyšší víkendové návštěvnosti. Dotazníky byly nabídnuty k vyplnění bezúplatně a valná většina návštěvníků byla svolná k tomu tento krátký dokument anonymně vyplnit a ve výsledku byly dotazníky vyplněny čitelně a přehledně.

3.3 Metodika tvorby situační analýzy

Situační analýza se používá pro zkoumání jednotlivých složek a vlastností vnějšího prostředí (makroprostředí a mikroprostředí), ve kterém firma podniká, případně které na ni nějakým způsobem působí, ovlivňuje její činnost, a pro zkoumání vnitřního prostředí firmy. Jsou jimi například kvalita managementu a zaměstnanců, strategie firmy, finanční situace, vybavenost, historie, umístění, organizační kultura, image, její schopnosti výroby tvořit, vyvíjet a inovovat, produkovat je, prodávat, financovat programy se využívá situační analýza. (Jakubíková 2005)

Zelenka také uvádí řadu těchto prvků, v jeho intepretaci však některé přímo spadají do takzvané situační analýzy podniku. Součástí situační analýzy je identifikace a analýza cílových segmentů a trhu obecně, analýza konkurence, analýza makroprostředí a mikroprostředí, prognózy, SWOT analýzy a analýzy portfolia a prodejů, jak uvádí. Ty jsou při budování podnikových marketingových strategií a tvorbě strategického marketingového plánu klíčové. (Zelenka 2015)

Podle Jakubíkové je smyslem provádění situační analýzy nalezení správného poměru mezi příležitostmi, jež přicházejí v úvahu ve vnějším prostředí a jsou výhodné pro firmu, a mezi schopnostmi a zdroji firmy. (Jakubíková 2005)

V případě situační analýzy se jedná o shromažďování a analýzu vstupů a informací, které se týkají problematiky ovlivňující vnitřní a vnější prostředí firmy. Samotná analýza je rozdělena do řady kroků a logických úseků, ústících ze syntézy poznatků z uvedené literatury. Jsou jimi:

- Analýza marketingové strategie
- Analýza marketingového mixu specifického pro moderní marketing cestovního ruchu „8P+ICT“
- S.W.O.T. analýza, analýza silných a slabých stránek a identifikace příležitostí a hrozeb podniku
- Analýza specifík temného cestovního ruchu ve vybrané destinaci
- Posouzení působení a dopadů na atraktivitu
- Syntéza poznatků analýzy

Obsah situační analýzy také bývá skryt pod označením **5C**

- **company** – podnik
- **collaborators** – spolupracující firmy a osoby
- **customers** – zákazníci
- **competitors** – konkurenti
- **climate/context** – makroekonomické faktory (analýza PEST)

Analýza prostředí firmy může být provedena metodou **4C**

- **customer** – zákazník
- **country** – národní specifika
- **cost** – náklady
- **competitors** – konkurence

V době dnešních trhů a podnikání by měla být situační analýza provedena pomocí **7C**

- **country** – národní specifika
- **climate/context** – makroekonomické faktory
- **company** – podnik – spolupracující firmy a osoby
- **customers** – zákazníci
- **competitors** – konkurenti
- **cost** – náklady

Význam strategické situační analýzy roste se zvyšující se neurčitostí, resp. nestabilitou a složitostí prostředí. Musí proto poskytovat všechny podstatné, relevantní informace ovlivňující fungování podniku. Důkladně provedená situační analýza je předpokladem kvality celého strategického procesu. Budou-li její závěry povrchní, nepřesné či jinak zkreslené, budou přijatá strategická opatření orientována jiným směrem, než by bylo žádoucí. (Jakubíková 2005)

Marketingový mix „4P“

Borden ve své publikaci poprvé používá pojmu marketingový mix „4P“. Dále uvádí, že se jedná o soubor marketingových nástrojů, které firma využívá k tomu, aby dosáhla marketingových cílů na cílovém trhu. (Borden 1942)

- **Product** – výrobní politika
- **Price** – cenová politika
- **Place** – distribuční politika
- **Promotion** – marketingová komunikace

Faktem je, že neexistuje jediná sjednocená zaručeně správná kombinace marketingového mixu, která by všem přinesla úspěch. Toto tvrzení opět vyplývá z podstaty konkurence na trhu a množství proměnných a faktorů ovlivňujících jeho chod a směřování.

Marketingový mix pro cestovní ruch „8p+ICT“

Na základě osmi specifických rysů služeb v turismu odvozuje Morrison pět důsledků pro marketingový mix služeb, což je rozšířením marketingového mixu ze „4P“ na „8P.“ Marketing je tvořen několika prvky, které jsou vzájemně propojeny, a marketingový mix je jeho nezbytnou součástí. Základním a původním konceptem však zůstává metoda 4P. (Morrison 1995)

Různí autoři doplňují tento základní mix o další proměnné P, počet P se tedy různí a zatím nedošlo k jejich jasné shodě.

Morrison (1995) považuje za nejdůležitější těchto následujících **8P**

- **Product** – produkt
- **Price** – cena
- **Place** – způsob distribuce
- **Promotion** – komunikace, reklama
- **People** – lidé
- **Packaging** – balíčky služeb
- **Programming** – tvorba programů
- **Partnership** – spolupráce, partnerství, koordinace

Podle Zelenky je klasickou koncepcí marketingového mixu, vzhledem ke specifickým současného marketingu cestovního ruchu, nutné rozšířit na koncepci 8P + ICT. O obdobném rozšíření vzhledem k vlivu ICT na marketing lze uvažovat nejen v cestovním ruchu. Podle autora je pro podnikatele v cestovním ruchu však ICT novým marketingovým nástrojem a současně i výzvou pro využití všech jeho možností k vlastní prosperitě. (Zelenka 2015)

Většina autorů publikací o marketingu používá členění podle P. Kotlera a G. Armstronga na vnější a vnitřní prostředí. Jednotlivé složky marketingového prostředí jsou propojeny, a to na roviny, vrstvy i faktory.

Autoři upozorňují na to, že je třeba, aby firmy při analýze prostředí dokázaly odlišit módní výkyvy od trendů a megatrendů. (Kotler, Armstrong 2001)

Matice SWOT

SWOT analýza se řadí mezi nejnámější části tvorby situační analýzy podniku používané v různých oborech. Pod jednotlivými písmeny se skrývají anglická slova Strengths, Weaknesses, Opportunities a Threats, tedy silné a slabé stránky podniku, příležitosti trhu a hrozby.

Horáková (2003) uvádí, že silné a slabé stránky popisují vnitřní situaci podniku a případná analýza pomůže identifikovat faktory důležité pro budoucí úspěchy. Přesně určené silné stránky lze poté podle autorky plně využít pro úspěch firmy na trhu. Dále autorka uvádí, že slabé stránky lze naopak odstranit pro dosažení vyššího zisku a efektivity výroby. SWOT analýza poskytuje podklady pro formulaci směrů a aktivit, podnikových strategií a strategických cílů.

- Silné stránky – Nejlepšími silnými stránkami jsou dle Horákové takové, které znamenají konkurenční výhodu a lze je jen těžce okopírovat, a kde je předpoklad, že budou po dlouhou dobu přinášet zisk.
- Slabé stránky – Autorka uvádí, že pro slabé stránky je specifická dlouhá doba potřebná pro vývoj a výzkum. Dále uvádí, že mezi nejčastější patří konzervativní přístup k inovačnímu procesu, nekvalitní produkty, absence motivace v systému odměňování, omezené výrobní kapacity nebo nízký prodejní obrat.

Autorka také uvádí, že analýza dále definuje příležitosti a ohrožení. Autorka popisuje příležitosti jako další možnosti podniku, s jejichž realizací stoupají vyhlídky na lepší využití disponibilních zdrojů a účinnější splnění vytyčených cílů.

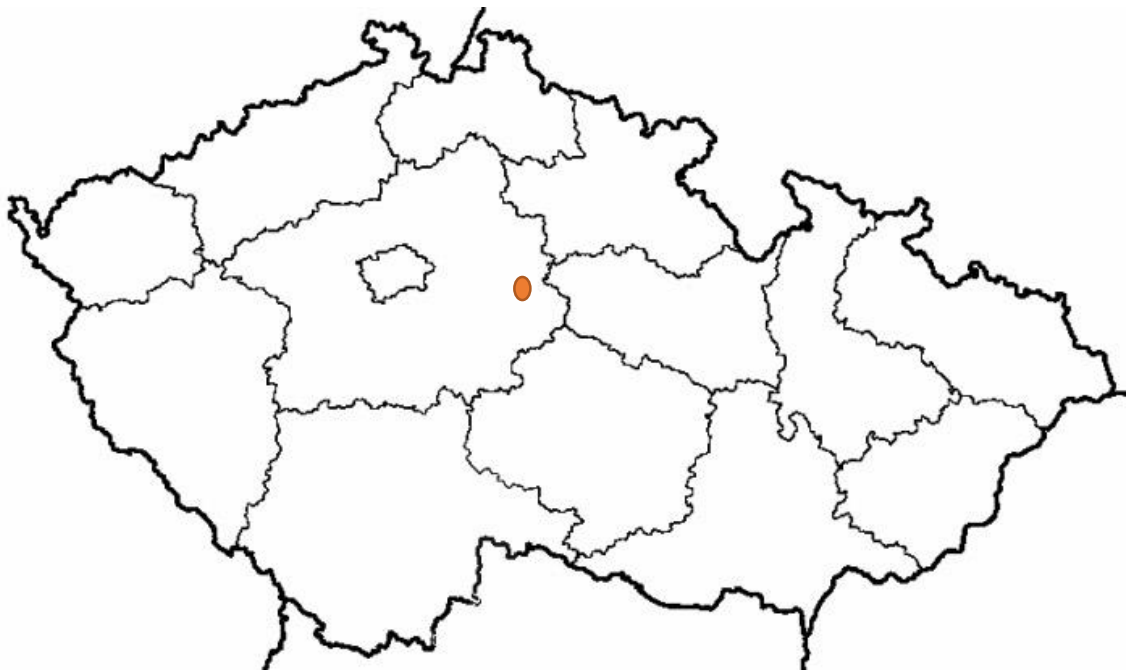
- Příležitosti – Podle Horákové jsou to například tyto případy: neexistence domácí nebo zahraniční konkurence nebo snadný vstup na nové trhy.
- Hrozby – Autorka předestírá tyto příklady: volný příchod konkurence, silné postavení klíčových konkurentů a zákazníků. (Horáková 2003)

4 Analýza vybraných lokalit temného cestovního ruchu

4.1 Kostnice Sedlec

Kostnice Sedlec se nachází u Kutné Hory a je spojena s morovou epidemií v roce 1318, kdy zde bylo pohřbeno třicet tisíc zemřelých a dalších deset tisíc mrtvých přibylo během desítek husitských válek. Na konci 15. století byl hřbitov zrušen a exhumované kosti uloženy mimo a uvnitř v podzemní kapli. V roce 1870 vytvořil František Rint lustr složený z dlouhých lidských kostí a další kostěné dekorace, které jsou dnes hlavním lákadlem turistů. (Ossuary 2011)

Obr. 22.: Umístění atraktivity Kostnice Sedlec



(zdroj: <http://graphicworld.blog.cz/0811/slepa-mapa-cr> – upraveno)

Marketingový mix 8P + ICT (Informační a komunikační technologie)**Product – Produkt**

Kostnice Sedlec je podzemní kaplí Hřbitovního kostela Všech Svatých a patří mezi nejnavštěvovanější památky Středočeského kraje.

Vlastníkem kostnice je Římskokatolická farnost Kutná Hora - Sedlec, o návštěvníky se stará informační centrum Sedlec, kde má turista možnost získat informační letáky o památkách či mapy a další, a Katedrála Sedlec.

V samotné kostnici je možnost najmutí průvodce, který památkou provede v českém, anglickém nebo německém jazyce. Všechny památky, které jsou součástí kombinované vstupenky, jsou opatřeny tabulkami s čísly, ke kterým je možné zapůjčit audioprůvodce v mnoha dalších jazycích. Dále je zde možné zakoupit mnoho tematických suvenýrů.

Price – Cena

Tabulka 4.: Ceny vstupného – Kostnice Sedlec

Dospělí	90,- Kč
Studenti/děti/senioři	60,- Kč
Rodinné vstupné	240 – 300,- Kč

(zdroj: vlastní, zpracováno dle Ossuary 2011)

Zajímavá je možnost kombinované vstupenky, která umožňuje návštěvu kostnice, Katedrály Nanebevzetí Panny Marie a sv. Jana Křtitele, Katedrály sv. Barbory a Jezuitské koleje a stojí 305,- Kč pro dospělé a 210,- Kč pro studenty. Všechny platby je možné hradit i bezhotovostně, i když na stránkách je uveden opak.

Obr. 23.: Vstupenka do Kostnice Sedlec



(zdroj: vlastní)

Place - Způsob distribuce

Tabulka 5.: Otevírací doba – Kostnice Sedlec

listopad - únor	9:00 - 16:00
duben - září	8:00 - 18:00
březen a říjen	9:00 - 17:00

(zdroj: vlastní, zpracováno dle Ossuary 2011)

Dopravní spojení:

Obr. 24.: Dopravní spojení v Kutné Hoře



(zdroj: vlastní)

Promotion – Marketingová komunikace, reklama

Webové sociální sítě – velmi přehledné webové stránky, (<http://www.ossuary.eu/index.php/cz/homepage>) kde lze nalézt všechny potřebné informace. Zároveň využívají e-mailovou komunikaci, ochotně zodpoví všechny dotazy a vše podstatné se lze dozvědět na sociální síti Facebook.

People – Lidé

Kostnice Sedlec patří mezi nejnavštěvovanější památky Středočeského kraje. Ročně ji navštíví více než 200 000 turistů, jelikož jeho návštěvu lze spojit s prohlídkou Kutné hory, chrámu sv. Barbory a dalšími. Podle zaměstnance kostnice ji v roce 2016 navštívilo okolo 340 000 lidí. Velkou část tvoří zahraniční turisté, hlavně z Asie, a také studenti na výměnném programu ERASMUS, kterých autorka v den návštěvy napočítala několik desítek.

Momentálně v kostnici probíhá rekonstrukce, ale podle pracovnice to návštěvnost neovlivnilo, jedinou nevýhodou je zrušení bezbariérového přístupu.

Packaging – Balíčky služeb

Cestovní kancelář Bohemiantour nabízí jednodenní zájezd, který propojí jak koncentrační tábor Terežín, tak sedleckou kostnici. Na slevovém portálu je možné ho zakoupit za 500,- Kč, je ale nutné samostatně zaplatit vstupné, celkově tedy zájezd vyjde zhruba na 800,- Kč. Návštěva kostnice je také součástí zájezdu od CK Čebus, který zahrnuje také prohlídku zámku Konopiště. Účastník zaplatí cca 1000,- Kč i se vstupy.

Podobnou nabídku má na svých stránkách více tuzemských cestovních kanceláří. Tato památka patří, z hlediska temného cestovního ruchu, k těm nejnavštěvovanějším.

V informačním centru je možné pronajmutí Tourist busu, což je mikrobusek pro 8 osob, který spojuje Sedlec s centrem města. Cena jízdenky se pohybuje ve výši 35,- Kč na osobu.

Programming – Tvorba programů

Již několik let se lze zúčastnit jednoho ze zážitkových programů, které kostnice a ostatní památky nabízí.

Tabulka 6.: Produkty atraktivity – Kostnice Sedlec

Název	Popis	Trvání	Cena
Produkt 1	Návštěva památek s mnichy za svitu svíček a hudby	1,5 h	15 500 (60 osob)
Produkt 4	Noční prohlídka kostnice s mnichy s koncertem	1,5 h	9 050 (50 osob)
Produkt 5	Noční návštěva kostnice	1 h	7 600 (50 osob)

(zdroj: vlastní, zpracováno dle Ossuary 2011)

Partnerships – spolupráce

Organizace spolupracující s kostnicí jsou město Kutná Hora, Informační centrum Kutná Hora – Sedlec či firma Morris Media, která zajišťuje veškeré filmové záležitosti.

Informační a komunikační technologie

Mezi Informační a komunikační technologie kostnice patří webové stránky, sociální stránky – Facebook, multimédia, fotografie, videa z akcí, uvedení kontaktů. Samotnou kostnici provozuje Římskokatolická farnost, která má k dispozici vlastní kancelář se základním počítačovým vybavením, serverem + propojení s řadou RTS a RIMS a s celostátním informačním systémem.

SWOT analýza

Tabulka 7.: SWOT analýza atraktivity Kostnice Sedlec

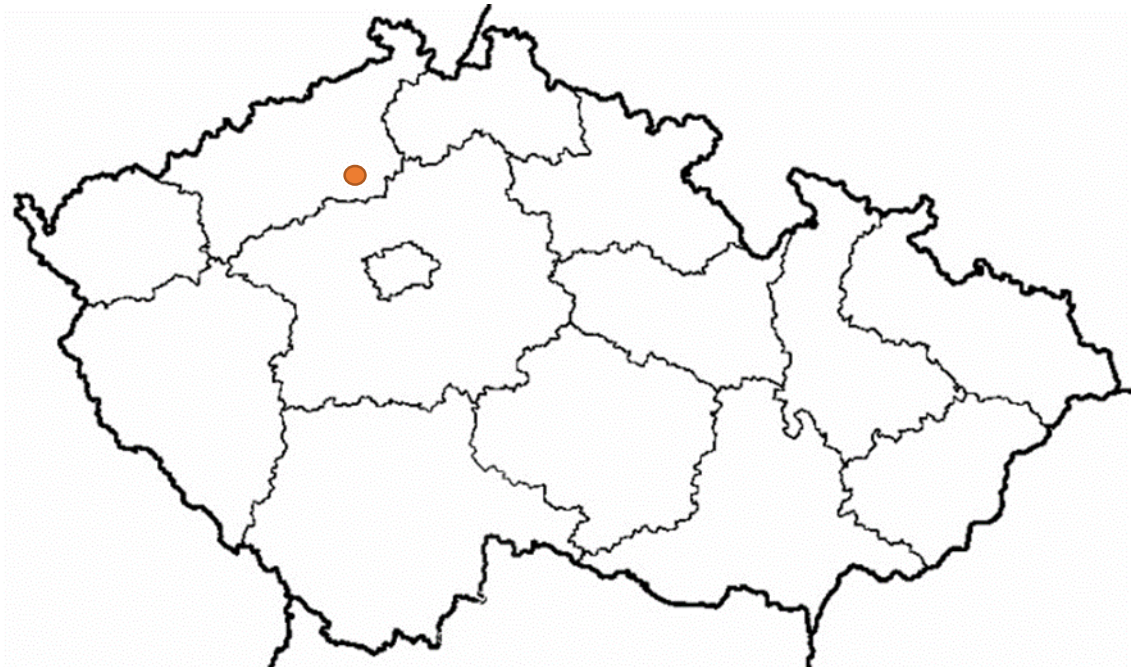
Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)	Příležitosti (O)	Hrozby (T)
světoznámost – součást Světového kulturního dědictví UNESCO	vstupné	spojení s dalšími kulturními událostmi	nutnosti rekonstrukce
výhodná poloha ve střeních Čechách	omezená kapacita	propojení se sociálními sítěmi	možnost teroristického útoku
možnost propojení s návštěvou dalších památek	úzký segment návštěvníků	blízkost jiných destinací spojených s TCR	vandalismus
kulturní akce	neaktuálnost údajů na internetu	možnost propojení s programem cestovních kancelářů	není ve vlastnictví státu
turistické zázemí – hotel, infocentrum	nedostatek parkovacích míst	zlepšování služeb	
zpracování webových stránek	nedostatečná propagace	mezinárodní propagace	

(zdroj: vlastní)

4.2 Památník Terezín

Památník Terezín je dnes známý díky úloze, kterou sehrál během druhé světové války, kdy místo sloužilo jako internační tábor Židů a současně se stalo přestupním místem na cestě do vyhlazovacích táborů. Tábor vznikl v roce 1940, kdy byla v Malé pevnosti založena věznice a v říjnu 1941 židovské ghetto. Prameny uvádějí, že zde bylo během 6 let uvězněno na 160 000 lidí, z nichž zemřelo nejméně 40 000. Každoročně je toto místo navštíveno více než 200 000 turisty. (Město Terezín, 2006)

Obr. 25.: Umístění atraktivity Terezín



(zdroj: <http://graphicworld.blog.cz/0811/slepa-mapa-cr> - upraveno)

Marketingový mix 8P + ICT (Informační a komunikační technologie)**Product – produkt**

Památník Terezín původně vznikl jako Památník národního utrpení roku 1947 z iniciativy vlády znovu obnoveného Československa a je státní příspěvkovou organizací Ministerstva kultury ČR. V Česku je jedinou institucí svého druhu.

Jeho podstatou je schraňovat památku holokaustu v letech 1940 až 1945. Klade si za cíl rozvíjet muzejní, výzkumnou a vzdělávací činnost, jakož i starost o místa spojená se smrtí desetitisíců obětí nacistického režimu.

Součástí památníku je Malá pevnost, v níž jsou umístěny stálé expozice. Do souboru Památníku patří též Národní hřbitov, Muzeum ghetta, kde se nachází další stálá expozice, kino, studovna, prostor pro výstavy a pracoviště vzdělávacího oddělení. Dále se zde nachází Židovský hřbitov s krematoriem, Ruský hřbitov, Pietní místo u Ohře, Kolumbárium s částí opevnění, obřadní místnosti, márnice, bývalá Magdeburská kasárna a další.

V prostorách památníku se koná prodej upomínkových předmětů, návštěvníci mají možnost dokonce nahlédnout do archivu. Též se zde pořádají vzdělávací semináře a v kinosálech Malé pevnosti a Muzea ghetta se promítají dokumentární filmy, jejichž přehled lze najít na webových stránkách památníku. Existuje zde možnost zajistit si průvodce v mnoha jazycích, který je v ceně vstupného, ale je nutná předchozí rezervace.

Price – cena

Tabulka 8.: Ceny vstupného – Památník Terezín

Dospělý	175,- Kč – jednoduché/ 215,- Kč - kombinované
Studenti/děti, senioři	145,- Kč – jednoduché/165,- Kč - kombinované
Rodinné vstupné	399,- Kč

(zdroj: vlastní, zpracováno podle Památník Terezín 2017)

Zajímavostí je, že bývalí vězni KT a jiných perzekučních zařízení z 2. sv. války a váleční veteráni mají vstupné zdarma.

Place - Způsob distribuce

Tabulka 9.: Otevírací doba – Památník Terezín

Listopad – březen	8.00 – 17.30
Duben - říjen	8.00 – 18.00

(zdroj: vlastní, zpracováno podle Památník Terezín 2017)

Promotion – Marketingová komunikace, reklama

Marketingová komunikace památníku je na velmi dobré úrovni. Každý rok vychází sborník Terezínské listy ve třech jazycích – angličtina, němčina a čeština, který je možné objednat v e-shopu. Památník má podrobně zpracované webové stránky informující o všech událostech konajících se v areálu památníku, výstavy, publikace, tiskové zprávy. Lze zde nalézt i informace o věcech, jež píše média, seznam expozic s podrobným popisem každé z nich, fotogalerie, kontakty – emaily, bankovní spojení, telefonní kontakty, mapu s popisem cesty, možnost návštěvnické recenze, e-shop s možností koupě publikací i možnost objednávky prohlídky online.

People – Lidé

Památník Terezín si vede velmi obsáhle, podrobně a přehledně zpracované výroční zprávy už od roku 2001, kdy byla návštěvnost přes 600 000 návštěvníků, zatímco v roce 2016 to bylo 660 000 turistů. Tento počet se nijak výrazně během let nemění.

Packaging – balíčky služeb

Návštěvu Terezína zprostředkovává několik cestovních kanceláří, většinou jako součást zájezdu do koncentračních táborů. Například CK2, či CA Mumík, která pořádá hlavně exkurze pro školy.

Programming - Tvorba programů

Nejvýznamnější akcí památníku je Terezínská tryzna, což je každoroční pietní akce, konající se 3. neděli v květnu na Národním hřbitově před Malou pevností. Akce má za cíl uctít památku obětí a vždy se jí účastní tisíce návštěvníků.

Na webových stránkách Památníku Terezín je neustále aktualizovaný seznam událostí zde se konajících. Momentálně tu probíhá vernisáž nazvaná Přírůstky do sbírky Památníku Terezín z let 2010 – 2016 a výstava s názvem Hnědá kartonová složka - pocta Felixi Blochovi.

Partnership – spolupráce

Památník spolupracuje s mnoha organizacemi, jejichž seznam je také k dispozici na webových stránkách, např. Český svaz bojovníků za svobodu, ČRON – Česká rada pro oběti nacismu, Institut Terezínské iniciativy, Projekt Holocaust, SOPVP – Sdružení osvobozených politických vězňů, a mnoho dalších.

SWOT ANALÝZA

Tabulka 10.: SWOT analýza atraktivity památník Terezín

Silné stránky	Slabé stránky	Příležitosti	Hrozby
velmi kvalitně zpracované webové stránky památníku Terezín	časté spory s památkáři o opravě a úpravě některých míst a budov	každoroční výročí konce války	vandalismus
Terezínské listy – sborník památníku Terezín – vychází v AJ, NJ a RJ	nevyužité plochy	spojení s dalšími kulturními událostmi	neúcta k místu
světoznámost místa	špatná místní infrastruktura	propojení se sociálními sítěmi	nutnost rekonstrukce
vysoká míra katarze	turisté se podívají na památník, ale do města už ne	blízkost jiných atraktivit spojených s temným turismem	teroristický útok
vysoký emoční zážitek	opotřebením budov	možnost propojení s programem cestovních kanceláří	politická situace
kvalitně vyobrazené historické události	ovlivněno počasím – mnoho expozic venku	propojování se školními exkurzemi	sezónní návštěvnost
konání mnoha kulturních událostí			možnost snižování zájmu o historii

(zdroj: vlastní)

5 Shrnutí a diskuze výsledků

5.1 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření je pouze pilotní. To znamená, že nebylo v silách autorky oslovit dostatečný vzorek dotazovaných pro přesné měření. Toto pilotní dotazníkové šetření má však poukázat na případné peripetie takového měření.

Pilotní dotazníkové šetření předestírá skutečnost, že více než polovina návštěvníků nezná pojem temný cestovní ruch, což může být způsobeno i tím, že se jedná o poměrně novou formu. Dobrou zprávou pro management atraktivit by mohl být, že více než polovina návštěvníků obou lokalit hodnotí propagaci a úroveň služeb jako dobrou i lepší, ale i přesto téměř polovina všech dotazovaných uvedla propagaci a služby návštěvníkům jako kritérium pro zvýšení návštěvnosti. To poukazuje na skutečnost, že většina dotazovaných zde stále vidí prostor pro zlepšení.

Jak vyplývá z dotazníkového šetření, vnímání obou atraktivit turisty je různé. Většina návštěvníků Kostnice Sedlec si zvolila jako cíl návštěvy poučení, stejně jako u památníku Terežín, ale u této druhé atraktivity byla druhou hlavní motivací pieta, což je způsobeno tematikou 2. světové války, potažmo holocaustu, který se může nepřímo dotýkat většího počtu lidí.

Zajímavostí mohou být pocity, které v návštěvnících jednotlivé lokality vyvolávají. Většina dotazovaných uvedla, že v Kostnici měli neutrální pocity, což není v místě, které je doslova naplněno lidskými ostatky, příliš očekávatelné. Jen na pár z nich místo působilo nepříjemně. Co se týče Terežína, převažují pietní a nepříjemné pocity, což dokazuje motivaci návštěvníků z předchozí otázky.

Celé dotazníkové šetření je k nahlédnutí v příloze Graf č. 1. odpovědi na otázku 1, Tabulka č. 12. odpovědi na otázku 1 až Graf č. 24. odpovědi na otázku 12, Tabulka č. 23. odpovědi na otázku 12.

5.2 Shrnutí výsledků výzkumu pro lokalitu Kostnice Sedlec

Výsledky S.W.O.T. analýzy poukazují na skutečnost, že se zpracování marketingového sdělení jeví jako kvalitní ne-li přímo ukázkové. Společnost zcela správně přistupuje ke spolupráci s ostatními lokálními subjekty cestovního ruchu. Toto se projevuje jak na návštěvnosti, tak na celkovém prožitku, který si turista z dané atraktivity odnese. Zároveň se snažení přímo projevuje provázaností produktu, packagingu, programování a sdílenými informacemi s ostatními subjekty.

Dotazníkové šetření poukazuje na relativně kvalitní propagaci atraktivity, což může být signál pro management, a tedy utváří prostor pro zlepšování. Z výsledků dotazníkového šetření dále vyplývá, že by se management atraktivity měl zaměřit na zlepšování poskytovaných služeb a zkvalitňování svého programu. Naopak pozitivní zprávou pro management se může jevit, že otevírací dobu a dostupnost atraktivity shledávají návštěvníci zcela vyhovující.

5.3 Shrnutí výsledků výzkumu pro lokalitu Památníku Terežín

Lokalita Památníku Terežín se z výsledků výzkumu jeví jako kvalitní, byť jak ukazuje pohled na slabé stránky SWOT analýzy, je zde zajisté prostor pro zlepšení. To jest zapříčiněno především nedokonalým managementem, právě například ze strany marketingu. Výsledky výzkumu nadále poukazují, že by se management dané lokality měl zaměřit na spolupráci s dalšími subjekty cestovního ruchu, což je u takto situovaných atraktivit jedním z hlavních prostředků propagace.

Stejně jako u předchozí atraktivity návštěvníci uvedli, že zlepšení služeb poskytovaných návštěvníkům a tvorba různorodých programů by se dala do určité míry vylepšit. Překvapivou se, v tomto kontextu může jevit skutečnost, že většina dotázaných neshledala v cenové politice společnosti nutnost ke zlepšení.

Lokalita a povědomí obou atraktivit jim přisuzuje potenciál k vysokému růstu a rozvoji v oblasti cestovního ruchu jak v Česku, tak i v oblasti příjezdového neboli aktivního cestovního ruchu.

5.4 Porovnání výsledků výzkumu vybraných lokalit

Jak Památník Terežín, tak Kostnice Sedlec patří k nejnavštěvovanějším atraktivitám temného cestovního ruchu v Česku, jak bylo již nastíněno v marketingovém mixu. Obě destinace návštěvností mnohonásobně převyšují podobné lokality. Tato skutečnost může být zapříčiněna především přístupem v oblasti marketingu, managementu a všeobecného pojetí fungování atraktivity, ale i samotným povědomím turistů, českých i zahraničních, o obou památkách.

Výhodná poloha daných atraktivit jim prisuzuje značný potenciál v oblasti temného cestovního ruchu. Je tak dáno především krátkou vzdáleností k hlavnímu městu, Praze, které je centrem cestovního ruchu v Česku. Katarze, kterou tyto dva subjekty v návštěvnících vyvolávají, jsou jedním z hlavních lákadel pro stále více českých i zahraničních turistů, ale obě atraktivity musí i přes svoji známost soupeřit se stále větším množstvím konkurence v oblasti cestovního ruchu.

Tabulka 11.: Syntéza S.W.O.T. analýz – Kostnice Sedlec, Památník Terežín

Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)	Příležitosti (O)	Hrozby (T)
světoznámost	vysoké vstupné	spojení s dalšími kulturními událostmi	nutnost rekonstrukce
výhodná poloha – blízko od Prahy	úzký segment návštěvníků	propojení se sociálními sítěmi	vandalismus
zpracování webových stránek	spory s památkáři o opravě a úpravě některých míst a budov	možnost propojení s programem cestovních kanceláří	neúcta k místu
kulturní akce	nedostatečná propagace	blízkost jiných atraktivit spojených s TCR	snížování zájmu o historii
turistické zázemí – infocentrum, hotely, restaurace		propojování se školními exkurzemi	

(zdroj: vlastní)

6 Závěry a doporučení

Fascinace smrtí provází lidský život už od nepaměti, tudíž není překvapivé, že se v dnešní společnosti objevuje snaha tento jev nějakým způsobem využít. Temná turistika není ve světě, a především v Česku, stále plně rozvinutou formou moderního cestovního ruchu, avšak má perspektivu potencionálního budoucího vývoje. Škála nabízených produktů CR se neustále rozšiřuje a lze tedy předpokládat nárůst počtu turistů v daném odvětví. Prvotním impulzem k napsání této bakalářské práce byl autorčin zájem o zahraniční atraktivity temného cestovního ruchu a snaha zjistit, jestli se i v Česku nacházejí místa pro realizaci této formy temného turismu.

Cílem předložené bakalářské práce bylo přiblížení role temného turismu na území Česka a zároveň situační analýza dvou vybraných lokalit, konkrétně v oblasti Ústeckého a Středočeského kraje. Prvním objektem tohoto výzkumu je Kostnice Sedlec, jež se nachází u Kutné Hory a patří mezi nejnavštěvovanější památky právě druhého ze zmíněných krajů. Velkou část návštěvníků zde tvoří zahraniční turisté, převážně z Asijských zemí. Druhým zvoleným objektem se stal Památník Terežín, jehož minulost je výrazně spjata s pohnutými osudy Židů během 2. světové války a který představuje jeden z nejdůležitějších pozůstatků holocaustu v Česku.

Cíle mělo být dosaženo pomocí obsahové analýzy dokumentů produktu CR (Kostnice Sedlec, Památník Terežín), komparativní analýzy s ohledem na další atraktivity, marketingového mixu 8P+ICT a S.W.O.T. analýzy pro posouzení slabých a silných stránek lokality, v níž je objekt výzkumu umístěn. Byl proveden kvalitativní výzkum, a to formou přímého pozorování a stručné komunikace s personálem, ke kterému došlo při návštěvě již zmíněných destinací. Na závěr praktické části bylo provedeno dotazníkové šetření se stovkou návštěvníků obou atraktivit. Při dotazování byl na prvním místě zájem o druh motivace, jež vede turisty k cestování na vybraná místa, a následné hodnocení, kterým by svou návštěvu shrnuli. Tento dotazník je však bohužel kvůli nedostatečnému počtu respondentů pouze pilotní.

Výsledky hodnocení lze rozdělit do tří částí. První se týká již výše zmíněného dotazníkového šetření, jehož plná podoba je uvedena v příloze. Za negativa je považován například předvedený program, jenž by mohl nabýt větší různorodosti a naopak pozitivní se, byť neočekávaně, jeví finanční politika, díky níž může objekt fungovat a zlepšovat své služby. Druhá se zabývá shrnutím silných a slabých stránek Památníku Terežín. Třetí hodnocení se věnuje Kostnici Sedlec, kterou zpracovává stejnou formou jako předchozí atraktivitu. Zde jsou viděny slabé stránky především ve veřejné propagaci objektu, která by mohla být na lepší úrovni, avšak na rozdíl od Terežína správně přistupuje ke spolupráci s ostatními lokálními subjekty cestovního ruchu.

V oblasti temného cestovního ruchu se člověk nejčastěji setká s tématy, jakož jsou smrt, utrpení, vražda, či bolest, z čehož vyplývá, že ona forma cestovního ruchu není vhodnou volbou pro každého. Především lidem, jež jsou od přírody citliví, by mohla návštěva jedné z takto specifických atraktivit způsobit traumatizující zážitek. Je tudíž pravděpodobné, že se temný turismus nikdy nestane číslem jedna v žebříčku nejvýznamnějších forem cestovního ruchu, ale s jistou určitostí můžeme očekávat razantnější vývoj tohoto druhu cestování, které nabízí nové, pozoruhodné a temné prožitky.

Seznam použité literatury:

BIRAN, A., PORIA Y., OREN G. (2011): Sought experiences at (dark) heritage sites. *Annals of Tourism Research* 38 (3), 820-841 s., ISSN 0160-7383

BLOOM, T. (2000): Morbid tourism - a postmodern market niche with an example from Althorp. *Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography*. Volume 54, Issue 1, 29-36 s.

BORDEN, Neil H. (1942): *The economic effects of advertising*. R. D. Irwin, Chicago, 988 s.

ČERTÍK, M., FIŠEROVÁ, V. (2009): *Volný čas, životní styl a cestovní ruch.: Vysoká škola hotelová v Praze 8, Praha, 103 s., ISBN 978-80-86578-93-4*

HOLDEN, A. (2005): *Tourism Studies and the Social Sciences*. Routledge, Print London 468 s., ISBN-13: 978-0415287760

HORÁKOVÁ, H. (2003): *Strategický marketing. 2., rozš. a aktualiz. vyd., Grada, Expert (Grada). Praha, 204 s., ISBN 8024704471*

JAKUBÍKOVÁ, D. (2013): *Strategický marketing: strategie a trendy. 2., rozš. vyd., Expert (Grada). Praha, 368 s., ISBN 978-80-247-4670-8*

KOTÍKOVÁ, H. (2013): *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Grada Publishing, Praha, 208 s.

KOTLER, P., ARMSTRONG G. (2004): *Marketing*. Praha: Grada, 864 s., ISBN 8024705133

LENNON, J., FOLEY, M. (2002): *Dark Tourism*. Continuum, 184 s., ISBN 978-0-826545-064-7

MALÁ, V., a kol. (2002): *Základy cestovního ruchu. 1. vyd., VŠE, Praha, 98 s., ISBN: 80-245-0439-1*

MORRISON, Alastair M. (1995): *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. Victoria Publishing, Praha, 523 s., ISBN 80-85605-90-2

NAVRÁTIL, J a PÍCHA, K. (2012): Motivace k účasti na aktivitách temného cestovního ruchu. *Czech Journal of Tourism*, roč. 1, č. 2, 156 – 167 s.

ORIEŠKA, J. (1999): *Technika služeb cestovního ruchu. Idea servis, Praha, 245 s. ISBN 80-85970-27-9*

PÁSKOVÁ, M. (2009): Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu. 2 vyd. Gaudeamus Hradec Králové, 298 s., ISBN 9788074350061.

RYGLOVÁ M. (2009): Cestovní ruch. Key Publishing, Ostrava, 213 s. ISBN 978-80-7418-028-6

SHARPLEY, R. a STONE, P. R. (2009): The darker side of travel: the theory and practice of dark tourism, NY: Channel View Publications, Buffalo, 275 s., ISBN 18-454-1116-1

ZELENKA, J, PÁSKOVÁ, M. (2012): Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd., Linde, Praha, 768 s., ISBN 978-80-7201-880-2

ZELENKA, J. (2015): Cestovní ruch - marketing. 3. přepracované vydání, Gaudeamus, Hradec Králové, 240 s., ISBN 978-80-7435-543-1

Internetové zdroje:

Český statistický úřad 2017: Základní pojmy a definice. Dostupné z WWW:

<https://www.czso.cz/documents/10180/20557193/921108m.pdf/b6571837-6a2e-4138-912c-59da6de43de4?version=1.0> [22.2.2017]

CzechTourism (2017): Cestovní ruch. Dostupné z WWW:

<https://www.czechtourism.cz/> [22.2.2017]

UNWTO (2017): Definition. Dostupné z WWW:

<http://www2.unwto.org/content/about-us-5> [22.2.2017]

AIEST (2017): Definiton. Dostupné z WWW:

<https://www.aiest.org/aiest-profile/profile/> [22.2.2017]

BLOOM, T. (2010): Morbid tourism - a postmodern market niche with an example from

Althorp Dostupné z WWW:

http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/002919500423564?journalCode=sgeo20&#.VPsrY_mG_gw [18.3.2017]

Grief Tourism (2017): Types of Grief Tourism. Dostupné z WWW:

<http://www.grief-tourism.com/category/types-of-grief-tourism/> [18.3.2017]

Dark tourism (2017): Auschwitz. Dostupné z WWW:

<http://www.dark-tourism.com/index.php/15-countries/individual-chapters/529-auschwitz>
[10.10.2017]

Auschwitz-Birkenau (2017): Pro návštěvníky. Dostupné z WWW:

<http://auschwitz.org/en/visiting/> [10.10.2017]

Dark tourism (2017): Chernobyl, Pripyať. Dostupné z WWW:

<http://www.dark-tourism.com/index.php/15-countries/individual-chapters/481-chernobyl-a-pripyat-ukraine> [10.10.2017]

Do Černobylu (2017): Základní informace. Dostupné z WWW:

<https://docernobylu.cz/> [10.10.2017]

Černobyl (2017): Vítejte v Černobylu. Dostupné z WWW:

<https://www.chernobylwel.com/CZ/> [10.10.2017]

Dark tourism (2017): Hiroshima. Dostupné z WWW:

<http://www.dark-tourism.com/index.php/15-countries/individual-chapters/455-hiroshima>
[10.10.2017]

Visit Hiroshima (2017): Hiroshima Peace Memorial and Bomb Dome. Dostupné z WWW:

http://visithiroshima.net/world_heritage/20th/a_bomb_dome/ [10.10.2017]

Dark tourism (2017): Rwanda. Dostupné z WWW:

<http://www.dark-tourism.com/index.php/rwanda> [12.10.2017]

Dark tourism (2017): Murambi Genocide Memorial. Dostupné z WWW:

<http://www.dark-tourism.com/index.php/15-countries/individual-chapters/525-murambi-genocide-memorial-rwanda> [12.10.2017]

Dark tourism (2017): Kigali. Dostupné z WWW:

<http://www.dark-tourism.com/index.php/15-countries/individual-chapters/521-gisozi-genocide-memorial-centre-kigali-rwanda> [12.10.2017]

Dark tourism (2017): National 9/11 Memorial and Museum. Dostupné z WWW:

<http://www.dark-tourism.com/index.php/15-countries/individual-chapters/1105-nine-eleven-museum>

9/11 Memorial and Museum (2017): Informace pro návštěvníky. Dostupné z WWW:

<https://www.911memorial.org/> [12.10.2017]

Dark tourism (2017): Semipalatinsk nuclear polygon. Dostupné z WWW:

<http://www.dark-tourism.com/index.php/15-countries/individual-chapters/519-sts-polygon-soviet-nuclear-test-site-kazakhstan> [12.10.2017]

Dark tourism (2017): Cambodian Killing Fields. Dostupné z WWW:

<http://www.dark-tourism.com/index.php/15-countries/individual-chapters/141-choeung-ek-killing-fields> [10.10.2017]

DUNN, M. (2017): Too Many Tourists Are Visiting Cambodian „Killing Fields.“ Dostupné z WWW:

<https://learningenglish.voanews.com/a/too-many-tourists-are-visiting-cambodian-killing-fields/3794665.html> [10.10.2017]

Dark tourism (2017): The wreck of the Titanic. Dostupné z WWW:

<http://www.dark-tourism.com/index.php/15-countries/individual-chapters/98-titanic> [10.10.2017]

Portál Euro (2017): Výlet za miliony. Cestovka nabízí ponory k vraku Titaniku. Dostupné z WWW:

<https://www.euro.cz/light/vylet-za-miliony-cestovka-nabizi-ponory-k-vraku-titaniku-1338305> [10.10.2017]

Dark tourism (2017): USS Arizona Memorial. Dostupné z WWW:

<http://www.dark-tourism.com/index.php/component/content/article/15-countries/individual-chapters/1112-arizonamemorialpearlharbor> [10.10.2017]

Pearl Harbor (2017): USS Arizona Memorial. Dostupné z WWW:

<http://www.pearlharborhistoricsites.org/pearl-harbor/arizona-memorial> [10.10.2017]

Alcatraz (2017): Alcatraz Island. Dostupné z WWW:

<https://www.alcatrazcruises.com/> [18.10.2017]

Alcatraz (2017): Tickets. Dostupné z WWW:

<https://store.alcatrazcruises.com/SearchEventDaySpan.aspx?date=12-14-2017&qty=1>
[18.10.2017]

Anne Frank Museum Amsterdam (2017): Tickets, opening hours, prices and adress.

Dostupné z WWW:

<http://www.annefrank.org/en/Museum/Practical-information/Online-ticket-sales/>
[16.10.2017]

Mauermuseum - checkpoint charlie (2017): Informace pro návštěvníky. Dostupné z WWW:

<http://www.mauermuseum.de/en/index.html> [16.10.2017]

Dark tourism (2017): Bran Castle. Dostupné z WWW:

<http://www.dark-tourism.com/index.php/romania/15-countries/individual-chapters/666-dracula-s-castle> [16.10.2017]

Aokigahara Forest (2017): Základní informace. Dostupné z WWW:

<http://www.aokigaharaforest.com/Aokigahara-the-haunted-forest.html> [16.10.2017]

Les Catacombes (2017): Catacombs. Dostupné z WWW:

<http://www.catacombes.paris.fr/en/homepage-catacombs-official-website> [16.10.2017]

Shuttle Paris Airports (2017): History and visit the Catacombs in Paris. Dostupné z WWW:

<http://www.shuttle-paris-airports.com/news/view/id/13865.html> [16.10.2017]

Romania Insider (2017): Nearly half a million foreign tourists come to central Romania to visit Dracula's castle. Dostupné z WWW:

<https://www.romania-insider.com/nearly-half-a-million-foreign-tourists-visit-draculas-castle-in-romania/> [2.11.2017]

ŠINDELÁŘOVÁ, L. (2017): Dark Tourism - temné cestování na místa katastrof a neštěstí.

Dostupné z WWW:

<http://www.cestovatel.cz/clanky/dark-tourism-temne-cestovani-na-mista-katastrof-a-nestesti/> [12.1.2017]

BAIEROVÁ, M. (2017): Temná turistika je stále populárnější! Dostupné z WWW:

<http://aktualnik.cz/cestovani/temna-turistika-je-stale-popularnejsi/> [12.1.2017]

kudyznudy (2017): 30 tipů na temné cestování v Česku. Dostupné z WWW:

<http://www.kudyznudy.cz/Aktuality/10-tipu-na-temne-cestovani-v-Cesku.aspx> [12.1.2017]

Ahoj Česká republika (2017): Dark tourism v ČR. Dostupné z WWW:

<http://www.czech.cz/cz/Turistika/Kam-jit,-co-navstivit/Kulturni-tipy/Dark-Tourism-v-CR>
[12.1.2017]

Památník Lidice (2017): Navštivte Památník Lidice. Dostupné z WWW:

<http://www.lidice-memorial.cz/> [28.4.2017]

Deník.cz (2017): Památník Lidice má rekordní návštěvnost, blíží se 100.000 lidí. Dostupné z WWW:

https://www.denik.cz/z_domova/pamatnik-lidice-ma-rekordni-navstevnost-blizi-se-100-000-lidi-20161003.html [28.4.2017]

Památník Ležáky (2017): Navštivte Památník Ležáky. Dostupné z WWW:
<http://www.lezaky-memorial.cz/> [28.4.2017]

Muzeum města Brna (2017): Špilberk, informace pro návštěvníky. Dostupné z WWW:
<http://www.spilberk.cz/spilberk/informace-pro-navstevniky/otviraci-doba-a-vstupne/>
[1.11.2017]

CoKdy v Praze (2017): Pravoslavný chrám svatých Cyrila a Metoděje Praha. Dostupné z WWW:
<http://cokdyvpraze.cz/institute/pravoslavny-chram-svatych-cyrila-a-metodeje-praha>
[1.11.2017]

Český Krumlov (2017): Muzeum útrpného práva. Dostupné z WWW:
<http://www.ckrumlov.info/docs/cz/atr29.xml> [8.11.2017]

TIC Brno (2017): Kostnice u sv. Jakuba. Dostupné z WWW:
<https://ticbrno.cz/cs/podzemi/kostnice-u-sv-jakuba> [8.11.2017]

Velké Losiny (2017): Informace pro návštěvníky. Dostupné z WWW:
<https://www.zamek-velkelosiny.cz/cs/informace-pro-navstevniky/navstevni-doba>
<https://www.zamek-velkelosiny.cz/cs/informace-pro-navstevniky/vstupne> [8.11.2017]

kudyznudy (2017): Rudá věž smrti v závodu Škoda Ostrov. Dostupné z WWW:
<http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/ruda-vez-smrti-v-zavodu-skoda-ostrov.aspx> [8.11.2017]

kudyznudy (2017): Býčí skála - tajupné místo pravěk ých rituálních vražd. Dostupné z WWW:
<http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/byci-skala---tajupne-misto-pravekych-ritualnich-v.aspx> [8.11.2017]

Památník bitvy 1866 na Chlumu (2017): Otevírací doba a vstupné. Dostupné z WWW:
<http://www.chlum1866.cz/otviraci-doba-vstupne> [8.11.2017]

Muzeum Brněnska (2017): Informace pro návštěvníky. Dostupné z WWW:
<http://mohylamiru.muzeumbrnenska.cz/cs/index.aspx?sid=29&lid=1637> [8.11.2017]

kudyznudy (2017): Vyšehradský hřbitov a hrobka Slavín - místo odpočinku českých velikánů. Dostupné z WWW:
<http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Vysehradsky-hrbitov-a-hrobka-Slavin---misto-odpoci.aspx> [8.11.2017]

Památník Vojna u Příbrami (2017): Návštěvní doba. Dostupné z WWW:
<https://www.muzeum-pribram.cz/cz/pamatnik-vojna-lesetice/navstevni-doba/>
[8.11.2017]

NIPOS - Národní informační a poradenské středisko pro kulturu (2017): Statistika kultury České republiky. Dostupné z WWW:

<http://www.nipos-mk.cz/?cat=54> [8.4.2017]

http://www.nipos-mk.cz/wp-content/uploads/2013/05/PAMATKY_navstevnost_2014.pdf
[11.10.2017]

Památník Terežín (2017): Otevírací doba. Dostupné z WWW:
<https://www.pamatnik-terezin.cz/oteviraci-doba> [28.10.2017]

Památník Terežín (2017): Vstupné. Dostupné z WWW:
<https://www.pamatnik-terezin.cz/vstupne> [28.10.2017]

Památník Terežín (2017): Základní informace. Dostupné z WWW:
<https://www.pamatnik-terezin.cz/zakladni-informace> [28.10.2017]

Památník Terežín (2017): Zpravodaj. Dostupné z WWW:
<http://newsletter.pamatnik-terezin.cz/> [28.10.2017]

Památník Terežín (2017): Terežínské listy. Dostupné z WWW:
<https://www.pamatnik-terezin.cz/terezinske-listy> [28.10.2017]

Památník Terežín (2017): Publikace. Dostupné z WWW:
<https://www.pamatnik-terezin.cz/publikace> [28.10.2017]

Památník Terežín (2017): Dokumenty ke stažení. Dostupné z WWW:
<http://www.pamatnik-terezin.cz/cz/pamatnik/dokumenty-ke-stazeni> [28.4.2017]

Město Terežín (2017): Expozice památníku. Dostupné z WWW: <http://www.mesto-terezin.cz/expozice-pamatniku.php> [22.10.2017]

kudyznudy (2017): Památník Terežín. Dostupné z WWW:
<http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/pamatnik-terezin.aspx> [22.10.2017]

Kostnice Sedlec (2017): Vstupné, otevírací doba. Dostupné z WWW:
<http://www.ossuary.eu/index.php/cz/vstupne-oteviraci-doba> [2.11.2017]

Kostnice Sedlec (2017): Služby pro návštěvníky. Dostupné z WWW:
<http://www.ossuary.eu/index.php/cz/sluzby-kostnice> [2.11.2017]

Kostnice Sedlec (2017): Média, tisk, foto. Dostupné z WWW:
<http://www.ossuary.eu/index.php/cz/press> [2.11.2017]

Kostnice Sedlec (2017): Zážitekový program. Dostupné z WWW:
<http://www.ossuary.eu/index.php/cz/zazitkovy-program-cz> [2.11.2017]

McGee's Ghoust Tour of Prague (2017): Our Tours. Dostupné z WWW:
<http://www.mcgeesghosttours.com/our-tours/> [2.11.2017]

Maslowova pyramida potřeb (2017). Dostupné z WWW:
<https://web.fosfa.cz/cs/maslowova-hierarchie-potreb> [1.11.2017]

Přílohy

Seznam příloh

Seznam grafů

Graf č. 1. odpovědi na otázku 1

Graf č. 2. odpovědi na otázku 1

Graf č. 3. odpovědi na otázku 2

Graf č. 4. odpovědi na otázku 2

Graf č. 5. odpovědi na otázku 3

Graf č. 6. odpovědi na otázku 3

Graf č. 7. odpovědi na otázku 4

Graf č. 8. odpovědi na otázku 4

Graf č. 9. odpovědi na otázku 5

Graf č. 10. odpovědi na otázku 5

Graf č. 11. odpovědi na otázku 6

Graf č. 12. odpovědi na otázku 6

Graf č. 13. odpovědi na otázku 7

Graf č. 14. odpovědi na otázku 7

Graf č. 15. odpovědi na otázku 8

Graf č. 16. odpovědi na otázku 8

Graf č. 17. odpovědi na otázku 9

Graf č. 18. odpovědi na otázku 9

Graf č. 19. odpovědi na otázku 10

Graf č. 20. odpovědi na otázku 10

Graf č. 21. odpovědi na otázku 11

Graf č. 22. odpovědi na otázku 11

Graf č. 23. odpovědi na otázku 12

Graf č. 24. odpovědi na otázku 12

Seznam tabulek

Tabulka 12.: odpovědi na otázku 1

Tabulka 13.: odpovědi na otázku 2

Tabulka 14.: odpovědi na otázku 3

Tabulka 15.: odpovědi na otázku 4

Tabulka 16.: odpovědi na otázku 5

Tabulka 17.: odpovědi na otázku 6

Tabulka 18.: odpovědi na otázku 7

Tabulka 19.: odpovědi na otázku 8

Tabulka 20.: odpovědi na otázku 9

Tabulka 21.: odpovědi na otázku 10

Tabulka 22.: odpovědi na otázku 11

Tabulka 23.: odpovědi na otázku 12

Příloha 1: Dotazník pro návštěvníky Kostnice Sedlec a Památníku Terežín

Předmluva:

Tento dotazník slouží pro potřeby tvorby závěrečné bakalářské práce studentky biologie a geografie se zaměřením na vzdělávání na Karlově Univerzitě Veroniky Kuskové. Vyplněním tohoto dotazníku souhlasím se zveřejněním odpovědí v této práci a s prezentací výsledků. Tento dotazník je zcela anonymní a je určen pouze pro prezentaci výsledků nutných ke zpracování této bakalářské práce.

Otázky:

1. Slyšel(a) jste někdy pojem temný cestovní ruch?

A) ANO

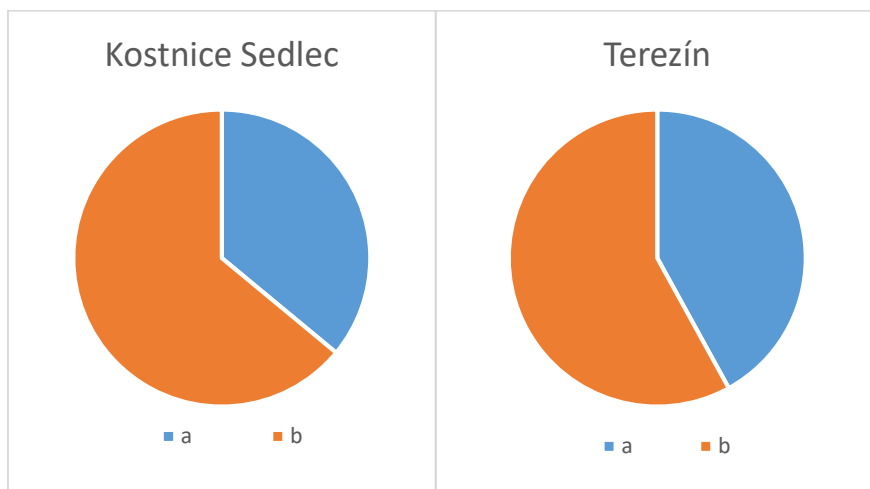
B) NE

Tabulka 12.: Odpovědi na otázku č. 1

	Kostnice	Terežín
a	18	21
b	32	29

(zdroj: vlastní)

Graf 1.: Odpovědi na otázku č. 1 Graf 2.: Odpovědi na otázku č. 1



(zdroj: vlastní)

(zdroj: vlastní)

2. Víte, co znamená pojem temný cestovní ruch (dark turismus)?

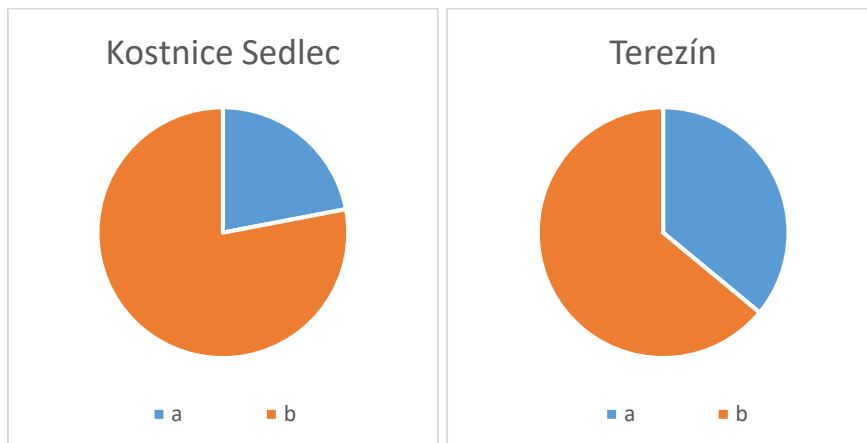
- A) ANO
B) NE

Tabulka 13.: Odpovědi na otázku č. 2

	Kostnice	Terezín
a	11	18
b	39	32

(zdroj: vlastní)

Graf 3.: Odpovědi na otázku č. 2 Graf 4.: Odpovědi na otázku č. 2



(zdroj: vlastní)

(zdroj: vlastní)

3. Jak hodnotíte služby poskytované provozovatelem atraktivity (informace, zázemí, hygiena, apod)?

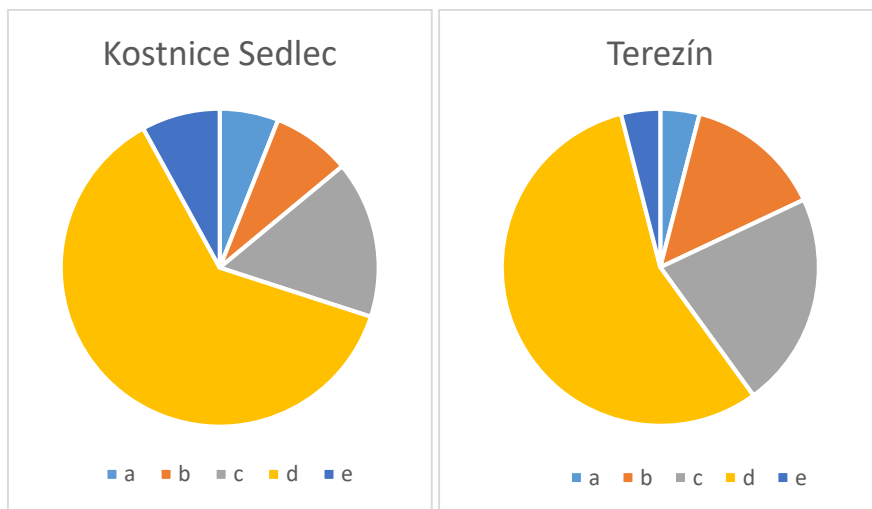
- A) NEDOSTATEČNÉ
B) UCHÁZEJÍCÍ
C) DOBRÉ
D) VELMI DOBRÉ
E) VYNIKAJÍCÍ

Tabulka 14.: Odpovědi na otázku č. 3

	Kostnice	Terezín
a	3	2
b	4	7
c	8	11
d	31	28
e	4	2

(zdroj: vlastní)

Graf 5.: Odpovědi na otázku č. 3 Graf 6.: Odpovědi na otázku č. 3



(zdroj: vlastní)

(zdroj: vlastní)

4. Jaký byl důvod vaší návštěvy této destinace?

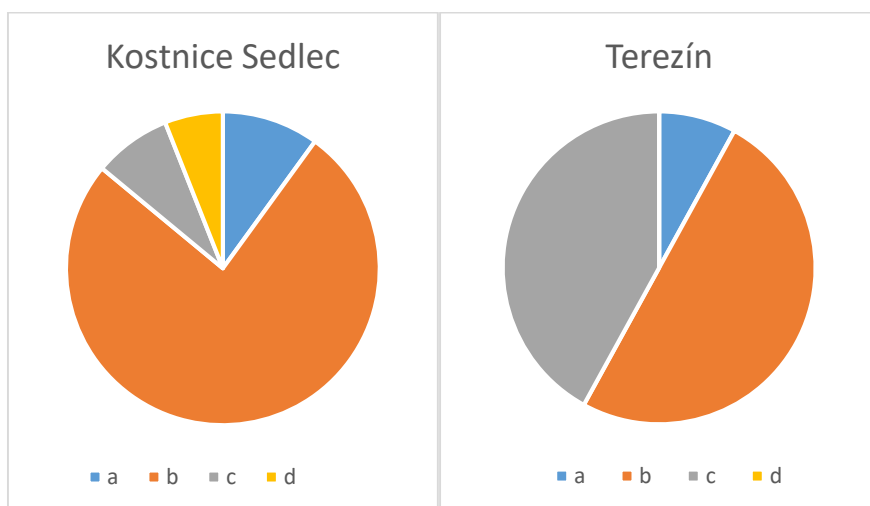
- A) ZÁJEM O TEMNÝ CESTOVNÍ RUCH
- B) POUČENÍ
- C) PIETA
- D) ZÁBAVA

Tabulka 15.: Odpovědi na otázku č. 4

	Kostnice	Terezín
a	5	4
b	38	25
c	4	21
d	3	0

(zdroj: vlastní)

Graf 7.: Odpovědi na otázku č. 4 Graf 8.: Odpovědi na otázku č. 4



(zdroj: vlastní)

(zdroj: vlastní)

5. Jaké jsou Vaše pocity po návštěvě této atraktivity?

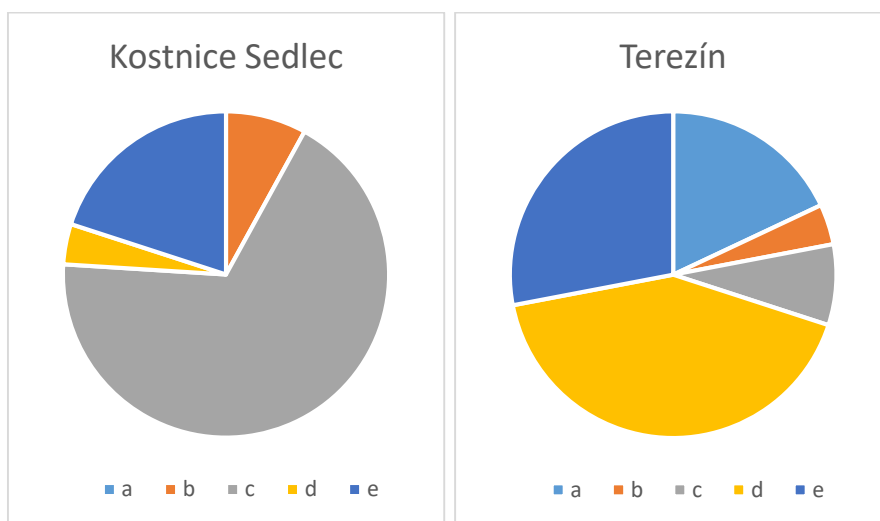
- A) ŽALOSTNÉ
- B) STÍSNĚNÉ
- C) NEUTRÁLNÍ
- D) PIETNÍ
- E) NEPŘÍJEMNÉ

Tabulka 16.: Odpovědi na otázku č. 5

	Kostnice	Terezín
a	0	9
b	4	2
c	34	4
d	2	21
e	10	14

(zdroj: vlastní)

Graf 9.: Odpovědi na otázku č. 5 Graf 10.: Odpovědi na otázku č. 5



(zdroj: vlastní)

(zdroj: vlastní)

6. Jak hodnotíte propagaci dané atraktivity? (web, sociální sítě, poutače atd)

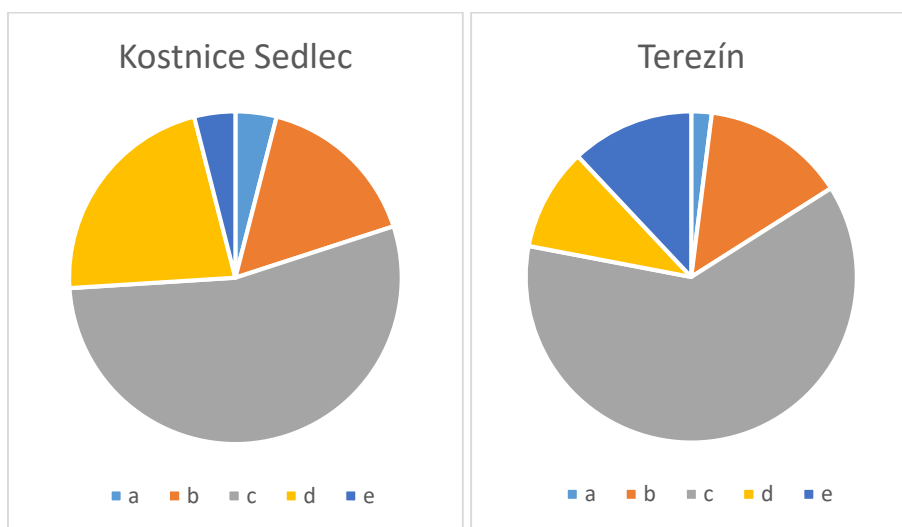
- A) NEDOSTATEČNÉ
- B) UCHÁZEJÍCÍ
- C) DOBRÉ
- D) VELMI DOBRÉ
- E) VYNIKAJÍCÍ

Tabulka 17.: Odpovědi na otázku č. 6

	Kostnice	Terezín
a	2	1
b	8	7
c	27	31
d	11	5
e	2	6

(zdroj: vlastní)

Graf 11.: Odpovědi na otázku č. 6 Graf 12.: Odpovědi na otázku č. 6



(zdroj: vlastní)

(zdroj: vlastní)

7. Navštívil(a) jste někdy podobné místo v ČR?

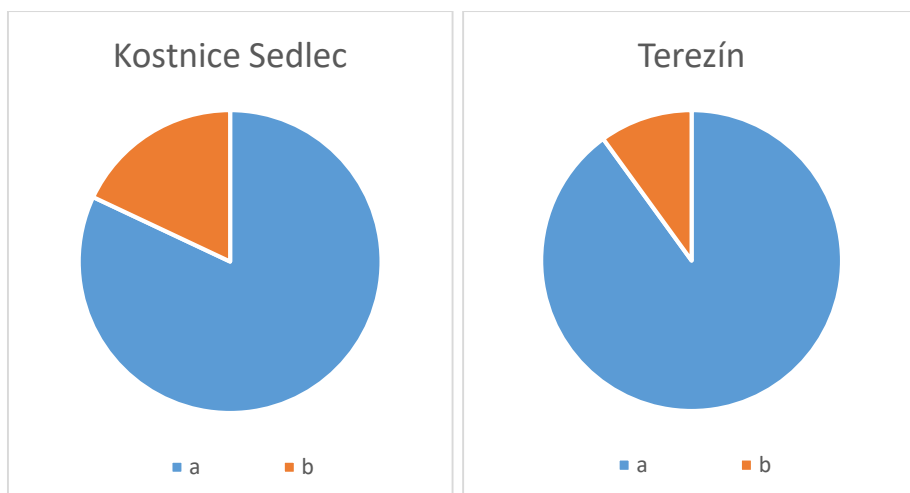
- A) ANO
B) NE

Tabulka 18.: Odpovědi na otázku č. 7

	Kostnice	Terezín
a	41	45
b	9	5

(zdroj: vlastní)

Graf 13.: Odpovědi na otázku č. 7 Graf 14.: Odpovědi na otázku č. 7



(zdroj: vlastní)

(zdroj: vlastní)

8. Toto místo jsem navštívil/a:

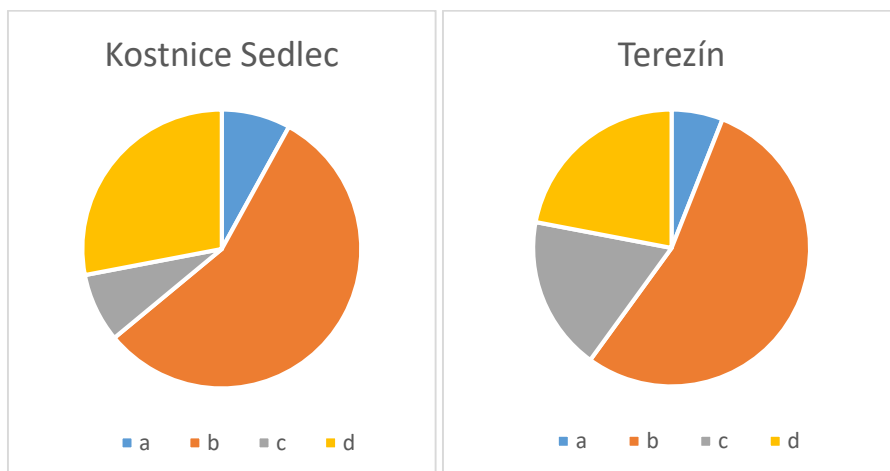
- A) SÁM
- B) S PARTNEREM (KOU)
- C) S DĚTMI
- D) S PŘÁTELI

Tabulka 19.: Odpovědi na otázku č. 8

	Kostnice	Terezín
a	4	3
b	28	27
c	4	9
d	14	11

(zdroj: vlastní)

Graf 5.: Odpovědi na otázku č. 8 Graf 16.: Odpovědi na otázku č. 8



(zdroj: vlastní)

(zdroj: vlastní)

9. Jaký je Váš věk?

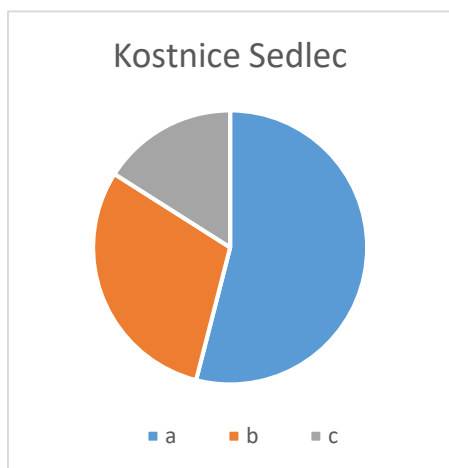
- A) DO 30
- B) 31-65
- C) 65+

Tabulka 20.: Odpovědi na otázku č. 9

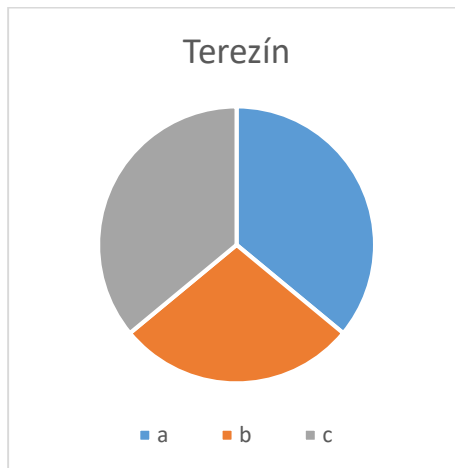
	Kostnice	Terezín
a	27	18
b	15	14
c	8	18

(zdroj: vlastní)

Graf 17.: Odpovědi na otázku č. 9 Graf 18.: Odpovědi na otázku č. 9



(zdroj: vlastní)



(zdroj: vlastní)

10. Jaké je Vaše pohlaví?

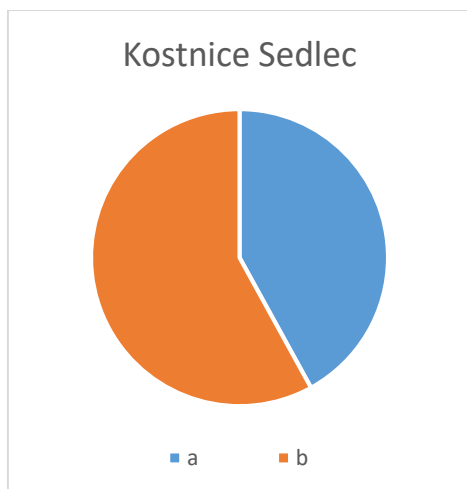
- A) MUŽ
- B) ŽENA

Tabulka 21.: Odpovědi na otázku č. 10

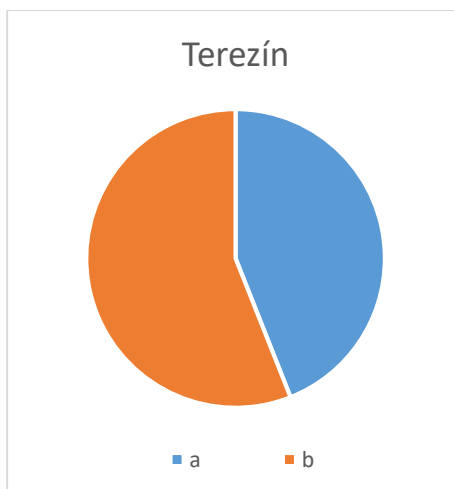
	Kostnice	Terezín
a	21	22
b	29	28

(zdroj: vlastní)

Graf 19.: Odpovědi na otázku č. 10 Graf 20.: Odpovědi na otázku č. 10



(zdroj: vlastní)



(zdroj: vlastní)

11. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

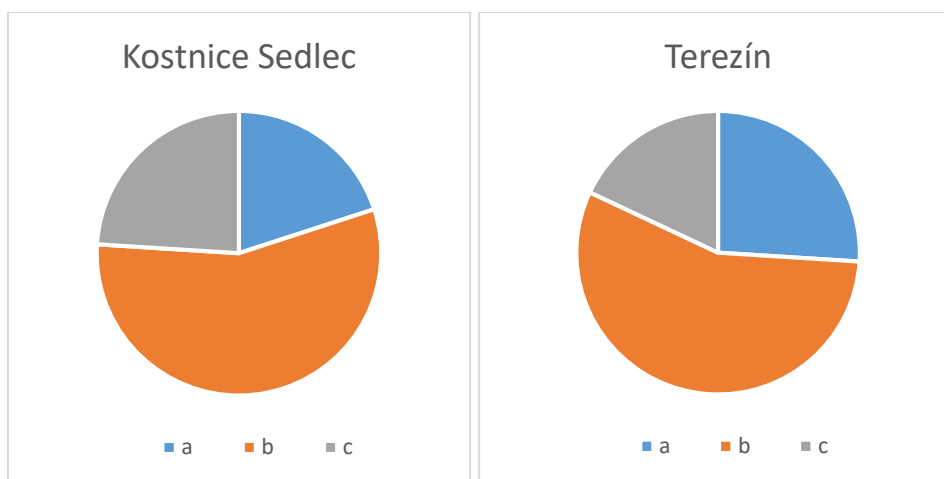
- A) ZÁKLADNÍ
- B) STŘEDOŠKOLSKÉ
- C) VYSOKOŠKOLSKÉ

Tabulka 22.: Odpovědi na otázku č. 11

	Kostnice	Terezín
a	10	13
b	28	28
c	12	9

(zdroj: vlastní)

Graf 21.: Odpovědi na otázku č. 11 Graf 22.: Odpovědi na otázku č. 11



(zdroj: vlastní)

(zdroj: vlastní)

12. Zlepšení, kterého kritéria by, podle Vás, zvýšilo návštěvnost?

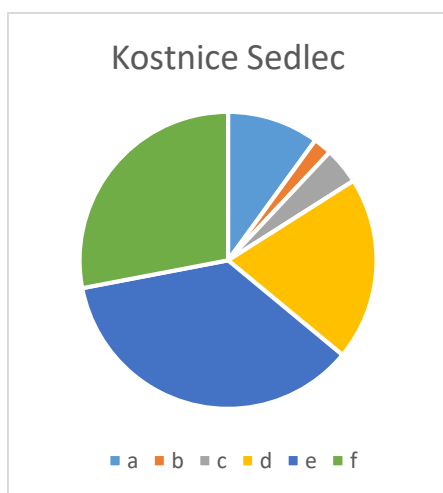
- A) DOSTUPNOST**
- B) CENA**
- C) OTEVÍRACÍ DOBA**
- D) PROGRAMY**
- E) PROPAGACE**
- F) SLUŽBY NÁVŠTĚVNÍKŮM**

Tabulka 23.: Odpovědi na otázku č. 12

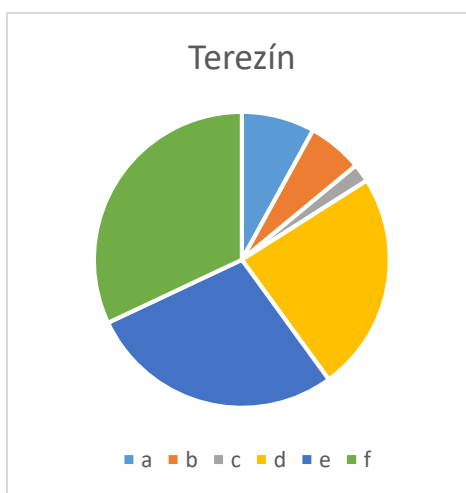
	Kostnice	Terezín
a	5	4
b	1	3
c	2	1
d	10	12
e	18	14
f	14	16

(zdroj: vlastní)

Graf 23.: Odpovědi na otázku č. 12 Graf 24.: Odpovědi na otázku č. 12



(zdroj: vlastní)



(zdroj: vlastní)