

## Cestovní ruch - úvod

### ÚVOD

Turismus (cestovní ruch) je považován za **největší obor světové ekonomiky**. Velikost a důležitost turismu je překvapující – *situaci v roce 2000* lze doložit následujícími čísly (WTO, 2001):

- počet turistických příjezdů dosáhl na světě podle odhadů počtu 698,3 mil.;
- finanční příjmy ze světového turismu dosáhly 476 mld. US\$, což znamená oproti roku 1999 růst o 4,5 %.

Na globální úrovni bylo podle organizace World Travel and Tourism Council (WTTC, 2000) *změřeno, že turismus (cestovní ruch) přímým a nepřímým způsobem:*

- vytváří cca 11 % HDP světa (3 575 mld. US\$);
- umožňuje vznik asi 200 mil. pracovních míst;
- z toho vyplývá, že v turismu je zaměstnáno asi 8 % zaměstnaných.

Odhady do budoucna hovoří o tom, že tyto podíly i nadále porostou.

Světový turismus se zároveň vyznačuje silným vlivem na okolní prostředí, jeho důsledky jsou především *ekonomické, politické, sociální, environmentální, technologické* apod. Jejich **rozložení ve světě je přitom extrémně nerovnoměrné** (situace v roce 2000, WTO, 2001):

- 58 % světového turismu (měřeno počtem mezinárodních příjezdů) se realizuje v Evropě;
- všechny regiony světa hostily v roce 2000 více turistů než v roce 1999:
  - nejrychleji rostoucími oblastmi z tohoto hlediska však jsou *východní Asie a Pacifik* (ve srovnání s rokem 1999 návštěvnost vyšší cca o 14,5 mil. osob, míra růstu 14,5 %);
  - naproti tomu relativně nejmenší růst počtu mezinárodních příjezdů (o 1,5 %) byl dosažen v Africe.

**Minimálně z těchto důvodů je důležité se otázkám turismu (cestovního ruchu) a otázkám souvisejícím s jeho prostorovým rozložením věnovat.**

### DEFINICE POJMŮ, TERMINOLOGICKÉ PROBLÉMY

V oblasti cestovního ruchu (CR) se lze setkat s **řadou pojmů**, jejichž významy se do značné míry *překrývají*, ale zároveň se určitým způsobem *liší* (respektive různí autoři jejich význam vykládají různým způsobem). Jedná se např. o termíny:

- cestování × turismus × cestovní ruch,
- návštěvník × turista × výletník,
- volný čas × rekreace,
- apod.

### Pojem turismus (cestovní ruch)

**Termíny cestovní ruch a turismus jsou většinou s jistým zjednodušením považovány za synonyma** s tím, že turismus je více používán v zahraniční (především anglosaské) literatuře.

### **Aspekty turismu:**

1. Základním předpokladem vzniku turismu je *pohyb lidí do různých destinací (cílových míst) a jejich pobyt v těchto místech*;

Z toho plyne, že podstatnou charakteristikou turismu (cestovního ruchu) je tedy vždy *zahrnutí nějaké formy cestování / pohybu*. Tento vztah však neplatí opačně, protože důležitým znakem turistických cest je jejich *dočasnost a krátkodobost - cestování je pojmem širším*, protože je zároveň *skutečností spojenou např. s dojížděnou do práce, s migrací apod.* (jinými slovy: existuje řada aktivit, které zahrnují pobyt, avšak nemusí se jednat o turismus).

2. Cesta a pobyt samotný se musí uskutečnit *v jiném prostředí než je běžné místo bydlení a práce*, takže důsledkem turismu je určitá *odlišnost aktivit* podnikaných v domácím prostředí a v turistické destinaci;

V souvislosti s tím někteří další autoři zdůrazňují, že *turista (účastník CR) je někdo, kdo opouští domov, aby zažil nějaký druh „jinakosti“* (pojetí toho, co tuto podmínku splňuje, se v čase velmi rychle mění), cílem je snaha po úniku z normálnosti, únik z běžného života doma a v práci, získ nových zkušeností, setkání s novými zajímavými lidmi apod.

3. Pobyt v turistické destinaci je *dočasný, má krátkodobý charakter*, důležitým znakem je existence záměru vrátit se za několik dnů, týdnů nebo měsíců zpět domů;
4. Návštěva destinace je *motivována jiným cílem než trvalým přestěhováním či snahou vydělat zde peníze* (jedno jakou formou, např. ziskem zaměstnání, nepatří sem však obchodní a služební cesty!!!);
5. Významným znakem turismu (cestovního ruchu) je také jeho *volnočasový charakter*, k němuž patří tzv. *diskreční využití času a peněz* (tzn. využití podléhající volnému uvážení turisty).

Na základě takových úvah používá v současné době organizace **World Tourism Organisation** (WTO) definici turismu přijatou na své *konferenci v roce 1991 v Ottawě*:

***Turismus (cestovní ruch) zahrnuje aktivitu osob cestujících a pobývajících mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než specifikované časové období s tím, že hlavním účelem takové cesty je jiná aktivita než získání finančních prostředků v místě návštěvy.***

### **Někdy se uvedená definice doplňuje i přesným vymezením:**

- skupin osob, které se mezi turisty buď řadí nebo neřadí (např. osoby, které danou zemi jen projíždějí, nákup v bezcelní zóně apod.);
- stanovením *striktní hranice vzdálenosti* (např. 100 km), jejíž hodnotu musí vzdálenost místa bydliště a turistické destinace překročit;
- maximální *přípustné délky časového období* pobytu v destinaci (často např. 1 rok).

WTO také doporučuje v zájmu lepšího porozumění turismu a zlepšení statistiky **rozlišovat mezi návštěvníky (nadřazený pojem) dvě skupiny**:

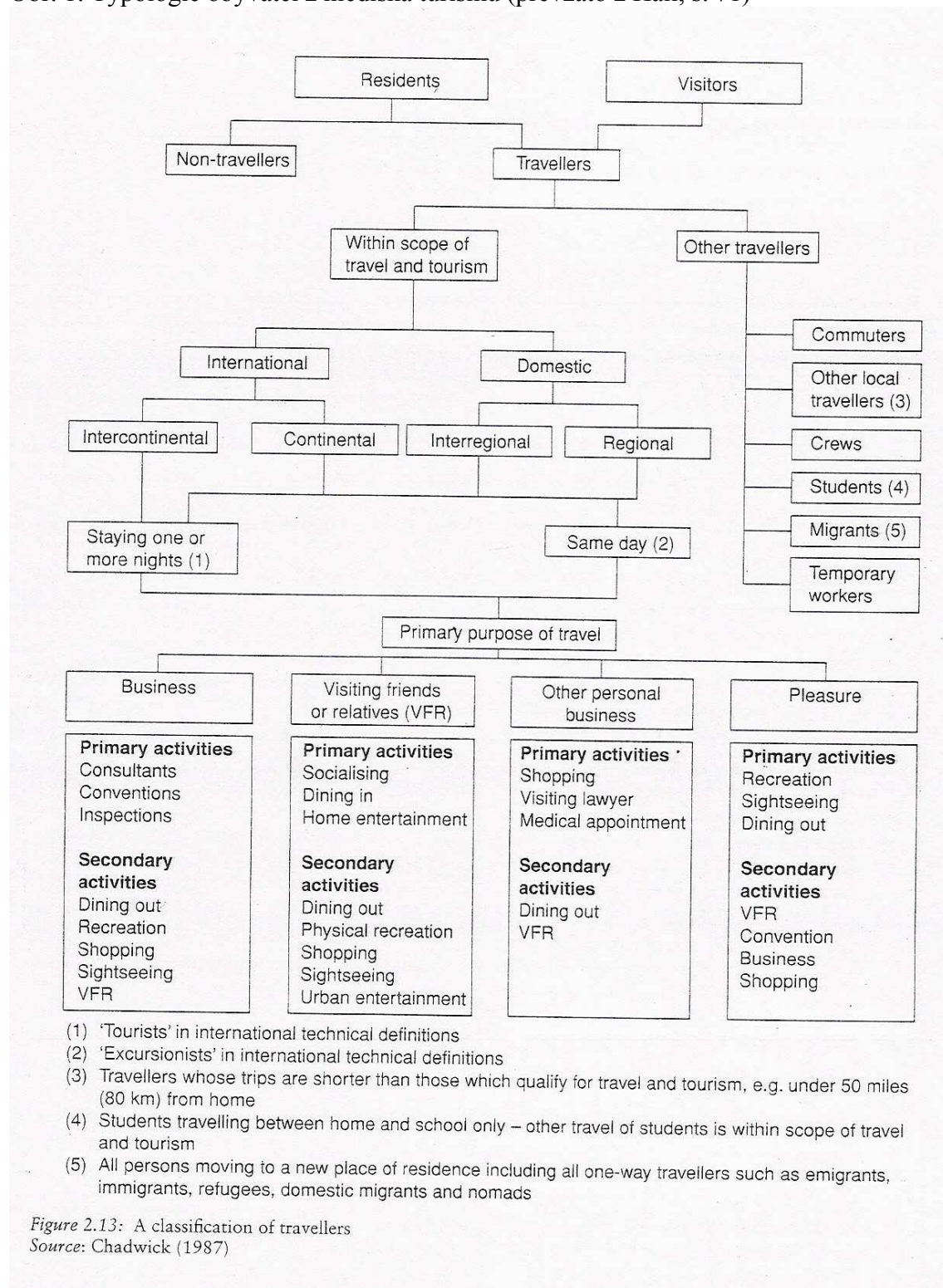
- *turisty (tourists)* – pobyt s přenocováním, tedy více než 24 hodin;
- *výletníky (excursionists, day trippers)* - pobyt bez přenocování, tedy méně než 24 hodin.

Vytvoření kategorie výletníka však není podle názoru některých autorů příliš *smysluplné*, neboť je určitou mezinárodně platnou dohodou, že *pojem turismus (cestovní ruch) se vztahuje*

k aktivitám všech návštěvníků – tedy těch, kteří v destinaci přenocují, i těch kteří tam stráví dobu kratší než 24 hodin. **Význam kategorie výletníků avšak v posledních letech stoupá**, neboť v souvislosti s rozvojem zejména dopravních technologií (především v důsledku snazší dostupnosti letecké dopravy) jejich podíl mezi návštěvníky stoupá.

Pokus o určitou **typologii obyvatel z hlediska turismu** (cestovního ruchu) představuje obr. 1.

Obr. 1: Typologie obyvatel z hlediska turismu (převzato z Hall, s. 71)



### Další pojmy (volný čas, rekreace)

S turismem (cestovním ruchem) úzce souvisí také některé *další pojmy*. Tyto pojmy jsou obvykle vnímány jako úzce propojené a vzájemně se překrývající. Přesto je vhodné se je alespoň pro terminologickou přesnost pokusit *definovat*:

- **Rekreace** = činnost (nebo dokonce nečinnost), jež je podnikána dobrovolně v průběhu volného času, a to přednostně za účelem **odpočinku, radosti, požitku a uspokojení**. Rekreace tak je **širší pojem než turismus**; rekreace (a rekreační aktivity), jež mohou být cílem turismu, totiž nejsou spojeny s nutností někam cestovat (ležet a číst si, běhat, dívat se na televizi apod. mohu i v místě svého bydliště).
- **Volný čas** = široce definovaný pojem:
  - doba *mimo* práci a ostatní nutné fyziologické potřeby (časové hledisko),
  - doba, v níž jsou *podnikány určité činnosti*, jejichž cílem je potěšení, zábava, relaxace apod. (hledisko činností),
  - *stav mysli* - podle tohoto úhlu pohledu spočívá podstata volného času ve významu, jež je času a aktivitám připisován spíše než v čase a aktivitách samotných (možnost dobrovolné volby; psychologické hledisko).

Uvedené *pojmy se často volně zaměňují*, jejich význam je obecně vnímán jako velmi blízký. Tomu napomáhá kromě jiného i nástup nových forem CR (rurální a městská turistika, zábavní a tematické parky), jež jsou spojeny se snazší dostupností těchto aktivit a kratšími časovými intervaly volna.

Obr. 2: Vztah mezi pojmy volný čas, rekreace a turismus (převzato z Hall, s. 5)

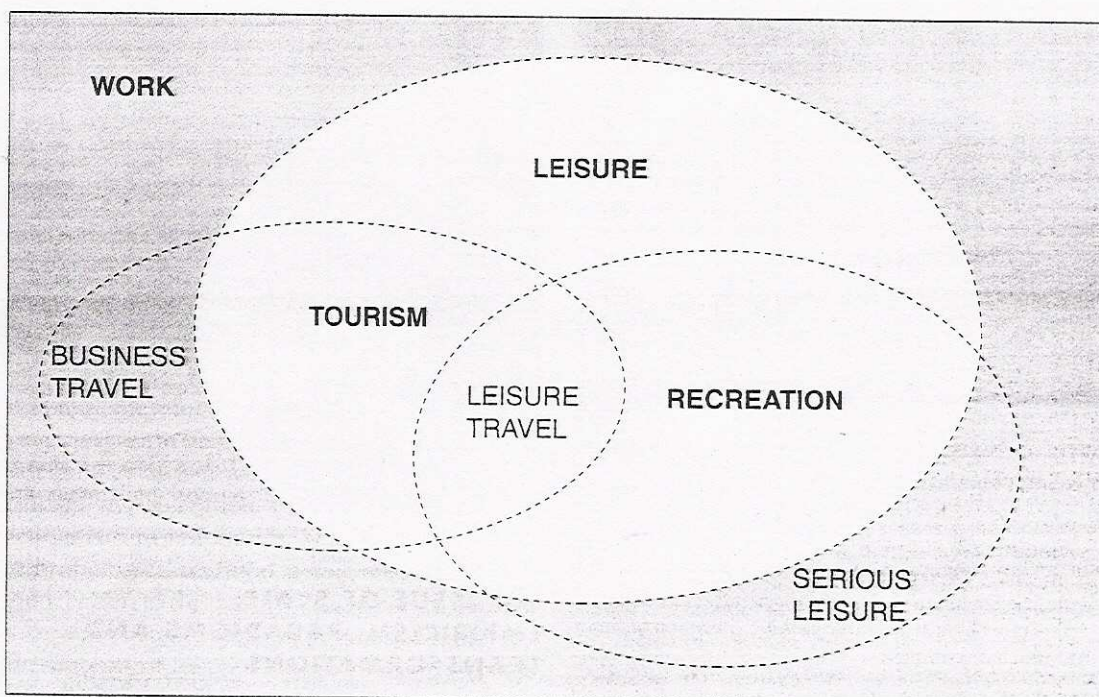


Figure 1.1: Relationships between leisure, recreation and tourism

Nicméně, **striktně terminologicky**: volný čas je na základě výše uvedených skutečností v podstatě *základní podmínkou* rekreace a zároveň i turismu. Ve srovnání s rekreací a turismem jde tedy opět o *širší pojem* (turismus a rekreace jsou považovány za podmnožinu širě koncipovaného pojmu volný čas). Vztah mezi těmito pojmy lze znázornit pomocí obr. 2. Mezi pojmy je *zřetelný výrazný překryv*, sledovat lze dvě *výjimky*:

- pracovní (obchodní / služební) cesty = pracovními důvody vyvolaná forma turismu;
- „serious leisure“ = kategorie odpovídá stavu, kdy v práci dělám něco, co je zároveň mým koníčkem – potom vlastně i při práci relaxuji, nebo jinými slovy neberu práci jako zátěž, nutné zlo.

## **ČLENĚNÍ TURISMU (CESTOVNÍHO RUCHU)**

Turismus (cestovní ruch) lze klasifikovat podle *různých hledisek*. Nejvýznamnější členění z hlediska geografie je členění:

- funkční,
- časové,
- prostorové,
- podle způsobu / formy spotřeby.

***Funkční hledisko*** – z tohoto hlediska rozlišujeme podle *hlavního motivu zážitku*:

- ***základní formy turismu*** - tuto skupinu lze dále rozdělit na:
  - *rekreační turismus* = hlavním cílem této formy je *odpočinek (rekreace) v příznivém prostředí*, typickými rekreačními činnostmi jsou např. pěší turistika, cykloturistika, mototuristika, plavání a vodní sporty, lyžování, sáňkování, bruslení, procházky, míčové hry aj.;
  - *kulturní turismus* = cílem jsou různé způsoby *uspokojení duchovních potřeb člověka* (např. vzdělávání, poznávání, poučení, rozptýlení, zábava aj.), k aktivitám patří především návštěva kulturních památek, festivalů, výstav, politických a společenských akcí apod. Kulturní turismus bývá často spojen s účastí na rekreačním a lázeňském cestovním ruchu.;
  - *lázeňský turismus* = zvláštní forma turismu s důrazem na *zdravotně-preventivní, rehabilitační a kulturní stránku*, jde zejména o lázeňskou léčbu pod lékařským dohledem. V lázeňských místech se intenzivně rozvíjí i kulturně-společenský život (kulturní a rekreační cestovní ruch).
- ***speciální formy turismu*** - tuto skupinu lze dále velmi detailně různými způsoby členit. Příklady:
  - trvale udržitelný turismus,
  - ekoturismus,
  - agroturismus,
  - ekoagroturismus,
  - alternativní turismus,
  - incentivní (motivační) turismus,
  - dále lze vymezit např. městský, kongresový, obchodní (služební cesty), gastronomický, náboženský, expediční a vědecký turismus, lovecký turismus,
  - *pokračovat lze téměř do nekonečna.*

Z funkčního hlediska jednotlivé formy cestovního ruchu *nevystupují samostatně*, ale *vzájemně na sebe navazují a doplňují se*. Velmi zjednodušeně lze konstatovat, že do určité míry

odpovídají základní formy turismu tzv. masovému a speciální formy turismu tzv. postfordistickému turismu (viz dále).

**Časové hledisko** - z tohoto hlediska rozlišujeme:

- **krátkodobý turismus** = tato forma turismu trvá *nejvíce čtyři dny* (respektive *tři přenocování*). Krátkodobý turismus se obvykle koncentruje do *příměstských středisek*, protože vzhledem k rozsahu disponibilního volného času nemůže být vzdálenost (a tudíž i doba cesty) na místo rekreace příliš velká. Jistá *modifikace* této skutečnosti je možná v důsledku relativního zlevnění letecké dopravy (nízkonákladoví dopravci, růst konkurence – není zas až takový problém zaletět si na víkend do Londýna);
- **dlouhodobý turismus** = tato forma turismu trvá *více než čtyři dny* (*více než tři přenocování*).

**Prostorové hledisko** - z tohoto hlediska, pakliže se za základní kritérium považují *státní hranice*, rozlišujeme:

- **domácí CR** („internal tourism“) = v jeho rámci účastníci *nepřekračují státní hranici své vlastní země*,
- **zahraniční CR** = zahrnuje *příjezdy a výjezdy přes hranice příslušného státu*. Z hlediska vztahu k národnímu hospodářství daného státu lze vyčlenit:
  - **aktivní zahraniční CR** (příjezdový CR, „inbound tourism“) = příjezdy a pobyt zahraničních návštěvníků;
  - **pasivní zahraniční CR** (výjezdový CR, „outbound tourism“) = vycestování (výjezdy) vlastních občanů do zahraničí a jejich pobyt v zahraničí;
- metodologicky vzato lze vymezit i **tranzitní CR**.

Souhrn veškerého zahraničního CR, tedy CR více zemí, bývá označován jako tzv. **mezinárodní CR** („international tourism“).

Někdy se v těchto souvislostech používají také některé *další termíny*:

- **vnitřní CR** („domestic tourism“) = pohyb a pobyt účastníků CR *uvnitř hranic jednoho státu*, tedy souhrn účastníků domácího a příjezdového CR,
- **národní CR** („national tourism“) = pohyb a pobyt účastníků CR *uvnitř vlastní země a mimo ni*, tedy souhrn účastníků domácího a výjezdového CR,

**Hledisko způsobu / formy spotřeby** – z tohoto hlediska lze rozlišit zejména:

- **masový turismus** = koncept masového turismu je úzce spojen s *kontextem masové spotřeby* - znaky:
  - *převaha poskytovatelů služeb nad spotřebiteli, dominance trhů nad jednotlivými podnikateli*;
  - *standardizované produkty* - masový turismus sice *nepředstavuje jednotný homogenní produkt*, v jeho rámci *lze vyčlenit řadu variant a odlišností* (přímořské oblasti × oblasti zimních sportů, pobřeží Středozemního × Černého × Severního moře), nicméně jde ve své podstatě o *nápadně uniformní kulturní a ekonomický fenomén*;
  - používané *pojmy*: uniformita, bezmístí (placelessness), McDisneyizace, divadlo pro turisty = inscenovaná autenticita, předběžná očekávání, turismus jako statutové zboží, ...
- **postfordistický turismus** (nové formy spotřeby) = v posledních desetiletích byly zaznamenány zřetelné *posuny směrem od masového charakteru spotřeby* (změny ve výrobě s cílem vyšší míry tzv. *flexibilní specializace*, zvyšující se *specializace skupin spotřebitelů* → *individualizace*).

Za uvedenými změnami lze vidět vzestup vlivu tzv. *nové střední třídy*, jejíž měnící se vkus a záliby vedou k (relativnímu) odmítnutí masové spotřeby. Větší důraz je kladen na odlišnost, individualitu a *vlastní životní styl*, jehož součástí jsou samozřejmě i preference určitého individuálněji pojatého typu dovolené (na rozdíl od masové spotřeby tedy chci být někde jinde, než jsou všichni ostatní).

Odraz uvedených skutečností ve změně CR lze vyjádřit následovně:

- zdůraznění individualnosti turistických produktů;
- vzestup počtu a typů dostupných turistických produktů;
- růst nestálosti preferencí spotřebitelů.

„Hmatatelné“ důsledky:

- rychlý vznik (a často také zánik) nových zábavních a sportovních parků, muzeí a dalších turistických atrakcí;
  - méně časté opakované návštěvy turistických míst;
  - dostupnost většího množství informací o alternativních možnostech trávení dovolené a alternativních atrakcích prostřednictvím médií;
  - vzestup „šetrného“ („zeleného“) turismu („green tourism“);
  - postupné splývání významů pojmů turismus, volný čas, kultura, sport, nakupování a vzdělávání.
- **postturismus** = tato myšlenka se skládá ze třech základních prvků:
- post-turista může ve zvyšující se míře vnímat destinaci *bez nutnosti opouštět domov*, a to pomocí využití *virtuálních technologií a médií*;
  - post-turismus představuje *eklektickou koláž menšinových zájmů* (existence spousty tržních nik);
  - post-turisté hrají hru - hrají si a pohrávají si s turismem a poznáváním s vědomím, že *již neexistují žádné autentické zkušenosti a zážitky*.

Post-turismus v současné době skýtá řadu námětů a otázek, jež mohou modifikovat budoucí výzkum fenoménu turismu.

**Dalších hledisek členění turismu** je velmi mnoho – z dalších důležitých lze vyjmenovat následující:

- **způsob účasti a formy úhrady nákladů** → turismus:
  - volný (komerční),
  - vázaný (sociální) - úhrada účastníka je plně hrazena nebo doplňována ze společenských fondů),
  - mimo veřejné formy (chataři a chalupáři, ...).
- **způsob a organizace zabezpečení služeb** → turismus:
  - neorganizovaný (individuální),
  - organizovaný (kolektivní, masový) - cestu i pobyt zajišťuje organizace, zejména cestovní kancelář.
- **vliv na hostitelské prostředí** → turismus:
  - tvrdý (negativní - nešetrný turismus),
  - měkký (pozitivní – šetrný turismus).

Tab. 1: Srovnání charakteristických znaků tvrdého a měkkého turismu

Tvrký turismus	Měkký turismus
masové cestování	individuální, rodinné cesty, cesty s malou skupinou přátel
málo času rychlé dopravní prostředky	dost času přiměřené a pomalé dopravní prostředky
daleko	blízko
pevný program	spontánní rozhodnutí podle situace
řízení zvenku (cest.kancelář)	řízení zevnitř
importovaný styl	styl života blízký dané zemi
paměťihodnosti	zážitky
pohodlně a pasivně	s úsilím a aktivně
žádná nebo malá duševní příprava bez znalosti domácího jazyka pocit převahy nákupy, „shopping“, suvenýry	příprava vztahující se k dané zemi se znalostí domácího jazyka radost z učení se od domácích přivést dárky hostitelům, vzpomínky, nové zážitky
prospekty a pohlednice	kresby, malby
zvědavost, hlasitý	takt, tichý

Pramen: Librová, H. 1994

## **STATISTIKA – MĚŘENÍ TURISMU**

Pro studium turismu, jakožto předmětu studia geografie CR, je klíčové **měření**:

- počtu turistů,
- turistických aktivit (činností),
- dopadů turismu na ekonomiku a společnost.

**Čtyři základní důvody**, proč je důležité statisticky měřit turismus, lze formulovat následujícím způsobem:

- *ocenění velikosti a významu turismu* v určité destinaci nebo regionu;
- *kvantifikace příspěvků turismu k rozvoji ekonomiky a společnosti* (zvláštní pozornost zejména na mezinárodní úrovni bývá věnována otázce vlivu na platební bilanci);
- *pomoc při plánování a rozvoji turistické infrastruktury* (např. odhad velikosti potřeb různě velkých skupin turistů se specifickými potřebami, včetně takových záležitostí jako je odhad spotřeby pitné a užitkové vody apod.) jakožto nástroje regionální politiky;
- *pomoc při hodnocení a zavádění marketingových a propagačních opatření* (např. odhad aktuálních potenciálních trhů určité destinace, odhad charakteristik těchto trhů atd., tyto údaje pomáhají např. k rozhodnutí, kam zaměřit reklamní kampaň).

**Skutečnost však není z hlediska měření turismu příliš příznivá**, většina statistik se **omezuje** pouze na:

- *počet příjezdů* → díky tomu lze stanovit počet návštěvníků;
- *počet přenocování* → díky tomu lze stanovit délku pobytu;
- *velikost výdajů* → díky tomu lze alespoň velmi hrubě odhadovat hospodářský vliv turismu na cílové oblasti.

**Další problémy s daty za turismus:**

- údaje jsou obvykle k dispozici *pouze v celkové sumě*, nejsou nijak členěné za dílčí skupiny turistů, což práci s nimi podstatně *komplikuje*;
- většina publikované turistické statistiky je odvozena z *výzkumů vzorků populací*, výsledky jsou váženy či je s nimi manipulováno prostřednictvím jiných statistických procedur →



turistická statistika je ovlivněna významnými *chybami*, které závisejí na velikosti použitého vzorku.

Vymezení tzv. „**turistické populace**“ (z níž se potom dále vybírá určitý reprezentativní vzorek) také *není nic jasného a jednoduchého*, neboť to je ztíženo následujícími skutečnostmi:

- turisté představují pomíjivou a vysoce mobilní část populace;
- rozhovory (dotazníková šetření) s turisty se často realizují v *cizím (nezvyklém) prostředí*, často např. na letištích nebo v přístavech (obecně na všech příjezdových a odjezdových místech), tedy v místech s vysokou hladinou *hlučnosti*, což vše může *negativně ovlivnit kvalitu odpovědí*;
- kvalitu odpovědí mohou ovlivnit také *další proměnné* (jako příklad lze uvést *počasí*).

### **Mezinárodní turistická statistika**

Dvěma *nejdůležitějšími organizacemi*, jež sbírají a publikují data týkající se mezinárodního turismu jsou:

- **World Tourism Organisation (WTO)** = hlavním zdrojem dat je publikace *Yearbook of Tourism Statistics*, která obsahuje souhrn nejlepších dostupných statistických údajů o téměř *150 státech a územích*.  
internet: [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org) - do publikací se však nelze dostat, přístupy jsou placené;
- **Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD)** = publikace *Tourism Policy and International Tourism*, je sice méně rozsáhlá než publikace WTO, protože územně pokrývá pouze *25 členských zemí OECD*, nicméně i přesto zahrnuje velkou část hlavních turistických zdrojových a cílových oblastí.  
internet: [www.oecd.org](http://www.oecd.org) - Turismus je součástí sekce Doprava, publikaci lze volně stáhnout.

Vedle všech výše uvedených skutečností, na které je potřeba si dávat pozor, je u mezinárodní statistiku nutné zdůraznit ještě *kontrolu srovnatelnosti dostupných údajů*, protože ne všude jsou uplatňovány stejné postupy získávání údajů, zároveň se může lišit i samotná definice měřeného jevu (někde se např. měří počet dnů strávených v destinaci, jinde zase počet přenocování apod.).

### **Vnitrostátní turistická statistika**

Ačkoliv *velikost domácího turismu na světě výrazně převyšuje mezinárodní turismus* (někdy se uvádí, že až desetkrát), je zvláštním paradoxem, že *přesnost statistiky tohoto typu turismu je pravděpodobně horší* – většina národních statistik má totiž tendenci domácí turismus podceňovat, případně některé proudy úplně ignorovat.

Jednou z příčin může být skutečnost, že *účastníci domácího cestovního ruchu* ve srovnání s mezinárodním turismem ruchu *v menší míře procházejí body, kde je poměrně snadné je statisticky zaevidovat* (např. letiště, přístavy, hraniční přechody apod.).

### **Turistická statistika v ČR**

V ČR se cestovního ruchu týkají zejména následující *statistické publikace*:

- **Kapacita hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu** – publikace obsahuje zejména následující *údaje*:
  - počet a kapacita hromadných ubytovacích zařízení,
  - počet osob v nich zaměstnaných,
  - průměrné ceny za ubytování a služby poskytované v ubytovacích zařízeních,
  - přehled kapacit lázeňských ubytovacích zařízení.

Údaje jsou členěny podle *krajů, okresů a kategorií ubytovacích zařízení*, publikace vychází s *roční periodicitou*.

- **Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních cestovního ruchu** - publikace obsahuje zejména následující údaje:

- počet příjezdů domácích a zahraničních hostů,
- počet přenocování domácích a zahraničních hostů.

Údaje za *celou ČR* jsou členěny podle *kategorií ubytovacích zařízení*, publikace vychází s *čtvrtletní periodicitou*, údaje uváděny za jednotlivé měsíce sledovaného čtvrtletí.

Pomineme-li *otázku na možnost využívat rekreační objekt, jež je tradiční součástí sčítání lidu, domů a bytů* (otázka je součástí tzv. bytového listu), představují cenný zdroj **údajů o individuální rekreaci** dvě velká šetření, která proběhla **v rámci sčítání lidu, domů a bytů**:

- v roce 1971, kdy proběhlo samostatné šetření objektů *individuální rekreace*, jež je dodnes nepřekonaným zdrojem údajů o fenoménu druhého bydlení v ČR;
- v roce 1991, kdy bylo součástí sčítání lidu, domů a bytů méně rozsáhlé podobné šetření.

## **GEOGRAFIE TURISMU / CESTOVNÍHO RUCHU A REKREACE**

### **Předmět studia geografie turismu / cestovního ruchu a rekreace (CR)**

Geografie turismu / cestovního ruchu a rekreace se zabývá **studiem**:

- *zákonitostí*,
  - *činitelů*,
  - *faktickým rozmístěním*,
- turismu a rekreace, a to *v oblastech rozličné hierarchie* (velikosti a ekonomické váhy).

V tomto rámci se **orientuje na**:

- *vyhodnocování činitelů* (faktorů a podmínek) a jejich lokalizační váhy obecně i v konkrétních oblastech (střediscích), v podstatě jde o vyhodnocování oblastí vhodných na základě přírodních a společenských předpokladů pro určité formy turismu a rekreace;
- *vymezení oblastí CR a rekreace* pro praktické hospodářské účely a použití (*regionalizace = rajonizace oblastí CR* z hlediska propagace, marketingu, plánování výstavby podpůrné infrastruktury aj.);
- *analýzu cestovního ruchu* jakožto *specifické migrace populace* mezi oblastmi jejího vzniku (místa, odkud turisté pocházejí) a oblastmi (středisky), v nichž se aktivity spojené s CR realizují (místa, kam turisté jezdí) – cílem je stanovení *teritoriálních vazeb tvořených turismem*;
- *studium vlivu CR na turistické oblasti* (studium ekonomických, sociálních, politických, environmentálních a dalších důsledků);
- *analýza širších souvislostí a podmínek CR* (sociologie, psychologie, ...).

**K nosným trendům současné geografie turismu a rekreace** patří zejména:

- *dynamický rozvoj mezinárodní turistiky* (hledání nových destinací, a to včetně rozvojových zemí a regionů);
- *částečný ústup masového turismu a vznik nových forem CR* (fordistické × posfordistické pojetí CR);
- *identifikace problémových jevů spojených s CR* (vliv CR na životní prostředí, turismus → konvergence × divergence regionálního rozvoje?, koncept tvrdého × měkkého turismu apod.).

Geografie turismu a rekreace je **hraniční, syntetická věda**, její vymezení vůči blízkým disciplínám je problematické, nepřesné. Geografie turismu a rekreace *navazuje na poznatky jiných přírodních a společenských věd* a využívá je. Sama pak je součástí širokého proudu *humánní geografie*, neboť fenomény spojené s aktivitami CR jsou v hlavní míře *společensko-ekonomické* (jejich vázanost na určité přírodní podmínky – moře, hory + sníh vytváří pouze výchozí podmínku).

Z výše naznačených souvislostí vyplývá také úzká spolupráce této disciplíny s dalšími **negeografickými vědami** – jmenovat můžeme zejména *ekonomii, demografii, sociologii, psychologii, urbanismus a další*.

Pro geografie turismu a rekreace je v současné době charakteristická **výrazná dichotomie**:

- na jedné straně je důraz stále kladen na exaktní vyjádření, předpoklady, ..., přístupy tzv. „*prostorové analýzy*“ však jsou živé nadále i v západní geografii;
- na druhé straně (spíše v západním / anglosaském světě) je předmětem studia i *širší kontext turismu a rekreace* – např. problematika volného času, sociologie a psychologie, otázka motivací turismu, statutové pojetí turismu, problematika vnímání a cítění turistických míst, zážitků „jinakosti“, únik ze stereotypu, stresu, fordismus × postfordismus a jejich důsledky, kulturní aspekty turismu apod.

Problémem však je:

- *neslučitelnost* obou přístupů;
- *nekomunikace* výzkumníků reprezentujících oba proudy;
- *setrvávání geografie turismu a rekreace stále ve stádiu naivní fenomenologie a indukce* – tzn., že výzkumníci si sice všímají dalších a dalších aspektů fenoménu rekreace, nicméně již se nepokoušejí o formulaci nějakých širše uznávaných a platných teorií – *scházející teoretická základna* geografie turismu a rekreace je proto v současnosti považována za jeden z největších nedostatků této disciplíny.

Podle názoru některých autorů by měla být větší pozornost věnována **teoretickému pojetí a porozumění** jednak *dynamiky CR* a jednak *sociálních praktik* (zvyků, souvislostí) s ním spojených. Prostorové charakteristiky by neměly být vnímány odděleně pouze jako kontext, v němž se odehrává CR jakožto sociální fenomén, naopak *vazby mezi oběma skupinami jsou velmi silné* – moderní západní geografie CR se snaží zmapovat tyto vazby, a to *nalezením způsobů, jimiž jsou turistická místa vytvářena, prezentována a využívána*.