

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA OBCHODU A CESTOVNÍHO RUCHU

Studijní program: 6208 B Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání – cestovní ruch

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

**Předpoklady komercializace koncentračních táborů
aktivitami cestovního ruchu**

Vedoucí bakalářské práce:

RNDr. Josef Navrátil, Ph.D.

Autor:

Roman Piskač

2008

zadání

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: „Předpoklady komercializace koncentračních táborů aktivitami cestovního ruchu“ vypracoval samostatně, na základě vlastního zjištění a materiálů uvedených v seznamu literatury.

V Českých Budějovicích dne 5.dubna.2008

Chtěl bych poděkovat RNDr. Josefovi Navrátilovi, Ph.D., vedoucímu bakalářské práce za odbornou konzultaci a podklady pro vykonání této bakalářské práce.

1. Úvod	4
2. Téma a jeho souvislosti	5
2.1 Literární přehled	5
2.2 Výzkumné cíle a hypotézy	9
2.2.1 Cíle práce	9
2.2.2 Dílčí cíle a hypotézy	9
3. Data a metody	10
3.1 Metodika	10
3.2 Databáze potenciálů a produktů	12
3.3 Postoje obyvatel	13
3.3.1 Dotazníkové šetření	13
3.3.2 Dotazovací nástroj	15
3.3.3 Zpracování výsledků	17
3.3.4 Výsledky marketingového výzkumu	19
4. Výsledky	20
4.1 Možnosti nabídky produktů	20
4.2 Postoje obyvatel České republiky ke koncentračním táborům	22
4.2.1 Emoční složka postojů	22
4.2.2 Složka přesvědčení postojů	23
4.3 Reálná a potenciální účast na aktivitách Dark tourism	25
4.4 Sociální a ekonomický statut v postojích obyvatel České republiky ke koncentračním táborům	26
4.4.1 Srovnání emocí, které vzbuzuje snímek koncentračního tábora Dachau	26
4.4.2 Srovnání motivů k účasti návštěvy místa masového vraždění	27
4.4.3 Srovnání motivů k účasti návštěvy míst spojených s židovskou diasporou	28
4.4.4 Srovnání motivů k účasti návštěvy památníků věnovaných obětem Holocaustu	29
5. Diskuze	31
6. Závěr	34
7. Summary	36
8. Seznam pramenů použité literatury	38
9. Přílohy	40

1. Úvod

Dovolené pro mnohé z nás představují chvíle odpočinku. Každý z nás má jiné představy o tom jak bude trávit vlastní dovolenou. Je mnoho možností jak strávit chvíle volna. Někteří upřednostňují relaxaci na slunné pláži, jiní procházky přírodou.

Turistům již ovšem nestačí cestovat pouze do běžných turistických destinací a za běžnými turistickými atraktivitami. Dnes se objevuje, či spíše začíná prosazovat, nový trend cestování, a to tzv. *Dark Tourism* nebo-li Temný cestovní ruch. Stále více lidí dnes vyhledává zcela jiné objekty turistického zájmu, mezi které patří místa spjatá s katastrofami, zločiny a tragédiemi (100+1, 2007).

Aktivitám *Dark Tourism* patří v současné době pouze okrajové místo mezi ostatními aktivitami cestovního ruchu (100+1, 2007). Přesto, nebo lépe právě proto, budou následující odstavce věnovány problematice komerčního využití jedné z nejtragičtějších událostí novodobé historie – genocidy židovského obyvatelstva v nacistických táborech.

Podíváme se společně na problematiku emocí vzbuzených v každém z nás při pohledu na určité místo seznamu *Dark Tourism*, a také na problematiku motivů, kvůli kterým obyvatelé České republiky na tato místa cestují nebo by se eventuálně na tato místa v budoucnu vydali.

Obyvatelé České republiky zastávají různé postoje k aktivitám *Dark Tourism*. Analyzování těchto rozdílů patří k dalšímu předmětu této bakalářské práce a bude se týkat zodpovězení otázek týkajících se rozdílů jak podle sociálního tak i podle ekonomického statutu. Kromě jiného bude naší snahou také zhodnocení nabídky produktů *Dark Tourism*.

2. Téma a jeho souvislosti

2.1 Literární přehled

Cestovní ruch

Cestovním ruchem rozumíme soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase, za účelem zotavení, poznávání, společenského kontaktu, kulturního a sportovního vyžití, lázeňské léčby a služební cesty - Novodobá definice cestovního ruchu, Claudie Kašpar.

Cestovní ruch je v současné době významnou společensko – ekonomickou aktivitou. Účastní se ho jak turisté ve skupinách (masách) tak i turisté jednotlivci, kteří cestují za rekreací a poznáním.

Obor cestovního ruchu je v současnosti zkoumán hned několika vědními disciplínami, mezi které patří ekonomika, politika, psychologie a řada dalších. Cestovní ruch lze rozdělit podle několika hledisek :

- Podle motivů a potřeb účastníků na cestovním ruchu rozlišujeme druhy cestovního ruchu
- Podle podmínek, za kterých se účast na cestovním ruchu uskutečňuje rozlišujeme formy cestovního ruchu.

(Hesková et al., 2006)

Postoje a vnímání účastníků cestovního ruchu

Některé studie se pokouší najít jednotnou cestu k pochopení turistických motivů a rozšířit poznatky o vztazích mezi odpudivými a pozitivními stimuly. Díky tomuto jednotnému přístupu by cíloví manažeři byli schopni zavést vyšší úroveň uspokojení turistů vedoucí k pozitivní reakci turisty, za účelem zdokonalit a udržet cílovou konkurenceschopnost (Yoon et Uysal, 2005).

V roce 2004 se pokusili identifikovat postoje turistů v USA. Výsledky zkoumání vyšly ve studii Image assessment for a destination with limited comparative advantages. – Tourism Management. Výsledkem byly poznatky , které ukazovaly, že znalosti státu ohledně turismu jsou velmi mlhavé. Jinými slovy zájem státní moci o

cestovní ruch je takřka nulový. Liší se také názory obyvatel v závislosti na vzdálenosti a místě bydliště. Z praktického zkoumání byly vyvozeny návrhy pro změny v rozvoji konkurenceschopnosti míst (Hsu et al., 2004).

Mnoho studií považuje uspokojení za poznávací proces vedoucí k jakémusi emočnímu stavu (Travel 1995). Tyto stavy jsou ovlivněny lidskými vlastnostmi, hodnotami, vírou a postoji, čili společenským poznáním turisty. V současné době je využíváno moderní techniky k dokumentování zkoumané škály turistů, která pomáhá identifikovat základní dimenze ovlivňující jejich zážitky skrze přírodní krajinu. Také je nutno zdůraznit, že pojem zkušenost pokrývá široký okruh osobních významů jako jsou náladovost, emoce a individuální pocity plynoucí z přírodní krajiny (Chhetri et al., 2004) .

Obklopují nás určité nedostatky jak definovat některé pojmy. Například pro pojem „postoj“ existují různé definice. Jedna z definic zní: „Postoj je míra důležitosti jak lidé vidí a vnímají problémy“(Manning et al., 1999). Na druhou stranu Howard (Howard, 2000) uvádí další definici, která říká, že „postoj“ je vyhodnocení objektů v kontinuálním rozsahu od záporných po pozitivní.

McGuire (McGuire, 1985) poznamenal, že existují stovky definic, které jsou v literatuře dostupné. Avšak on popisuje hlavní definici postoje: „Návštěvnické postoje k přirozené krajině závisí na koncepčním rámci návštěvníka v kombinaci s jeho znalostmi místa“.

Studie Dowllinga (Dowling, 1993) a Ballantyna (Ballantyne et al., 1998) zdůrazňují, že význam porozumění návštěvnických postojů, přesvědčení co se týče turistiky a poznatky o prožitcích z přírodní krajiny mohou pomoci k zavedení efektivního managementu. Takové informace mohou rovněž pomoci pro zvládnutí vhodného řízení místa s využitím maximálních výhod pro ochranné organizace i pro turistu (Manning et al., 1999).

Vnímání cestovního ruchu se stalo vzorem také pro Novozélandské Antarktické společenství, které je zastoupeno malou, ale smíšenou skupinou vědců, kteří sídlí ve Scott Base (Antarktida). I když se vydali zkoumat přírodu a významnosti z Antarktického dědictví, podařilo se jim provést průzkum vnímání cestovního

ruchu. Výsledkem tohoto bádání bylo vytvoření stupnice znázorňující stupně tolerance vůči turistice (Stewart et al., 2006).

Dalším podstatným zjištěním výše zmíněných autorů jsou demografické rozdíly, které podle jejich studia vyvolávají nepředvídatelné postoje u obyvatel. Znepokojení ohledně chybějícího spojení nebo například zpoždění dopravního prostředku vyvolá mnohem větší procento záporných reakcí než znepokojení týkající se únosu nebo nebezpečí během cestování. Do budoucna se předpokládá, že ženy budou mít mnohem větší zájem o cestování než muži.

Postoje a vnímání turistů v ekoturistice záleží na stupni poškození krajiny (Chirgwin et Hughes, 1997).

Heritage tourism

Výsledky zkoumání dědictví jako konceptu v cestovním ruchu lze jen obtížně definovat. Vědecká literatura poukazuje na to, že produkty dědictví – vývoj, turistika a management – lze mnohem snadněji definovat než koncept samotný. Pojednání o předmětu se velice rychle přesouvá od diskuzí o definici ke zdoluhavým příkladům.

Ve světě je dědictví objektivováno procesem, který k místům a objektům přiřadil nezcizitelné vlastnosti. V praxi je vydáváno mnoho předpisů k aktivitám kolem nich, spojených s jejich záchranou a turistikou. Pozorování konfliktů a násilí v *Heritage Tourism* probouzí potřebu vysvětlit jak a proč tyto konflikty vznikly.

Nezcizitelné vlastnosti míst měly v praxi za následek vnímání dědictví jako neobnovitelné a často také jedinečné místa na zemi. To má za následek jejich komercializaci, která z těchto dříve bezcenných míst, kterým hrozilo vyhlazení, dělá místa hodnotná (Benjamin et al., 2005).

Některá studia zpochybňují, že *Heritage Tourism* je reprezentovaný pouze turisty navštěvujícími tyto atrakce. Jsou zkoumány vztahy mezi 4 skupinami proměnných (osobní charakteristické rysy, atributy místa, připravenost, vnímání) a chováním (před, během, po). Výsledek zkoumání ukazuje, že dojem z místa jako části dědictví je skupinově stejný v porovnání s návštěvnickými zákonitostmi. Především ti, kteří viděli místo spojené s jejich vlastní minulostí, se chovají výrazně odlišně než ostatní. Porozumění této zákonitosti je užitečné pro studium chování turistů a pro řízení míst (Poria et al., 2003).

Dark Tourism

Úmrtí a pohromy v turistice se stávají stále větším lákadlem v cestovním ruchu. Následkem tohoto prudkého rozvoje tzv. *Dark Tourism* se objevilo významné množství vědeckého zájmu. Navzdory rostoucí pozornosti zůstává literatura o *Dark Tourism* pouze dílčí a teoreticky slabá (Stone, 2006).

Rozdíl v chování turistů, kteří se účastní *Dark Tourism* je zřetelný. Na jednu stranu u nich mohou převládat pocity hravosti, příjemné či slavnostní. Na straně druhé převažují pocity vážné, nadpřirozené, pochmurné, pohřební (Halbwachs, 1992).

Návštěvy těchto míst poji vážný účel se zábavou a poukazují na postupný přechod od vážna k nevážnu (Nolan et Nolan, 1992). *Dark Tourism* je reprezentovaný ve filmech a textech, kde vyvolává pocity smutku a zklamání. Tyto pocity jsou ovšem velice zkreslené a realitě se podobají pouze minimálně (Benjamin, 1999).

Koncentrační tábory v Dark Tourismu

Mezi významná místa *Dark Tourism* patří Osvětim, která reprezentuje Holocaust (Gilberto, 1986). Nejprve si musíme položit otázku zda Osvětim do *Dark Tourism* vůbec patří. Dále bychom se měli zabývat otázkou, zda se jedná o místo masového cestovního ruchu nebo mezi místo vyhlídkového cestovního ruchu (Keil, 2005).

Navíc už mezi vědci zazněl názor, že místa jako Osvětim, které připomínají pohromy, také zdůrazňují nové začátky. Například pro některé skupiny židů, navštěvující Osvětim, je tato návštěva staletým rituálem obnovy. Holocaust také odhalil nejtmavější možnosti kapitalismu a ukázal nám cestu do budoucna (Kugelmass, 1994).

Ve stínu Osvětimi leží Osvětim II.-Birkenau, která je vzdálená přibližně tři minuty jízdy autem. Na rozdíl od prvního tábora je zanedbaná a bez jakéhokoli průvodce, který by návštěvníkům řekl něco o její minulosti nebo kudy se mají vydat. Většina dveří v Birkenau je polootevřených a uvnitř je špína a tma. Tyto vlastnosti Birkenau v nás vyvolávají pocity strachu a úzkosti (Keil, 2005).

Zážitky návštěvníků, které si odnesou z návštěvy smrtelných táborů závisí především na jejich očekávání, se kterým přicházejí a také na pocitech z atmosféry, která na ně působí v daném místě (Monch, 2001; Young, 1993).

2.2 Výzkumné cíle a hypotézy

2.2.1 Cíle práce

1. Zhodnocení možností komercializace koncentračních táborů aktivitami cestovního ruchu.
2. Posouzení předpokladů a zhodnocení potenciálu koncentračních táborů pro rozvoj aktivit *Dark Tourism*.
3. Srovnání postojů obyvatel České republiky k jejich komercializaci aktivitami cestovního ruchu a k jiným aktivitám *Heritage Tourism* a *Dark Tourism*.
4. Zjištění potenciální ochoty k účasti obyvatel České republiky na těchto aktivitách.

2.2.2 Dílčí cíle a hypotézy

C1: Posouzení předpokladů a zhodnocení potenciálu koncentračních táborů pro rozvoj aktivit *Dark Tourism*.

C2: Srovnání postojů obyvatel České republiky k aktivitám koncentračních táborů s aktivitami jiných typů *Dark Tourism* a aktivitami *Heritage Tourism*.

C3: Zjištění potenciální ochoty účasti obyvatel České republiky na těchto aktivitách.

H1.1.: Koncentrační tábory by v budoucnu mohly být hlavní hnací silou v rozvoji *Dark Tourism*.

H1.2: V ČR existuje potenciál pro tvorbu produktů zaměřených do typu aktivit *Dark Tourism*.

H2.1.: Existuje rozdíl v postojích obyvatel České republiky ke koncentračním táborům podle jejich sociálního statutu.

H2.2: Existuje rozdíl v postojích obyvatel České republiky ke koncentračním táborům podle jejich ekonomického statutu.

H2.3.: Koncentrační tábory patří k významným aktivitám mezi ostatními aktivitami *Dark Tourism*.

H3.1.: Obyvatelé České republiky se neúčastní návštěv koncentračních táborů.

H3.2.: Obyvatelé České republiky nemají o návštěvu koncentračních táborů zájem.

3. Data a metody

3.1 Metodika

Ke zpracování bakalářské práce bylo použito primárních a sekundárních zdrojů informací. Primární zdroje informací se získávají šetřením, pokusem a pozorováním. Sekundární zdroje informací jsou ty, které již byly někde dříve publikovány. Tyto zdroje se získávají studiem odborných publikací, jenž se týkají dané problematiky.

Týmová spolupráce – brainstorming

Brainstormingu se využívá při řešení specifických problémů. Brainstorming může být realizován individuálně nebo ve skupinách dvou až deseti lidí. Při brainstormingu se musí dodržovat určitá, předem stanovená pravidla, aby bylo dosaženo co nejlepších výsledků (www.procesy.cz/Metodiky/Procesni-brainstorming.htm).

Kvantitativní marketingový výzkum pomocí dotazníkového šetření

Kvantitativní marketingový výzkum hledá odpovědi na otázky typu: Co? Kolik? Jak často?. Zkoumá přístup, postoje a názory zákazníka ke konkrétnímu výrobku nebo službám. Je prováděn na větším počtu respondentů. Mezi hlavní metody kvantitativního průzkumu patří: písemné, telefonické, osobní, elektronické dotazování a pozorování (www.vladimirmatula.zjihlavy.cz). V našem případě bylo využito dotazníkového šetření.

Řízený rozhovor

Řízený rozhovor je způsobem, jak v krátkosti zjistit relevantní a užitečné informace. Velmi důležitá je příprava, ve které si stanovíme časový harmonogram a otázky. Při průběhu řízeného rozhovoru je nutné dbát na to, aby se z řízeného rozhovoru nestal výsledek (Kotler, 2003).

Využití databází

Za databází se považuje uspořádaná množina informací, ze které se získávají informace pomocí softwarových programů. V našem případě to byl program Statistica 6.

Využití statistiky

Vyhodnocení bakalářské práce bylo prováděno z hlediska kvantitativního, které v našem případě bylo více vypovídající než hodnocení kvalitativní. Pro kvantitativní zhodnocení práce bylo využito statistiky. Statistiku lze definovat jako vědní obor, zabývající se metodami kvantitativního hodnocení vlastností hromadných jevů a procesů (Čermáková et Střeleček, 1995).

3.2 Databáze potenciálů a produktů

K vytvoření databáze potenciálů a produktů bylo použito sekundárních zdrojů zveřejněných na internetových stránkách (viz. Seznam pramenů použité literatury).

Pozornost byla věnována především určení tábora. Z celkového seznamu byly vybrány pouze ty, které spadají do kategorie koncentračních táborů (Příloha 11.). Dále se musí pozornost věnovat umístění tábora, které bude ukazatelem návštěvnosti. Například v ČR je možnost návštěvy pouze koncentračního tábora Terezín, ale v Německu je možnost výběru návštěvy ve vícero koncentračních táborech.

V databázi koncentračních táborů jsou uvedeny nejvýznamnější údaje vztahující se k výběru koncentračního tábora v dané lokalitě.

Databáze v jednotlivých buňkách uvádí stručný přehled údajů (určení tábora, jeho umístění, datum založení, evakuaci, osvobození tábora a přibližný počet mrtvých lidí) z nichž jasně vyplývá, že nejstarším založeným táborem je Kaiserwald/Riga. Dále dostupná data vypovídají o faktu, že nejdříve evakuovaným táborem byl Plaszow (léto 1944). Nejdříve osvobozeným táborem se pak stal koncentrační/vyhlazovací tábor Majdanek, a to pod vlajkou sovětů. Co do počtu přibližného počtu mrtvých stanul na prvním místě tábor Osvětim.

3.3 Postoje obyvatel

3.3.1 Dotazníkové šetření

K naplnění dílčích cílů C1 až C3 nemohlo být využito sekundárních zdrojů, proto bylo přistoupeno ke sběru primárních dat. Ty byly shromážděny s využitím řízených rozhovorů zapisovaných do standardizovaných formulářů (Flowerdew et Martin, 1997).

Jako základní soubor bylo, s ohledem na prostorové zaměření Ekonomické fakulty JU v ČB, zvoleno obyvatelstvo regionu NUTS II Jihozápad. Z důvodů absence finančních zdrojů výzkumu bylo nutné provést skupinový výběr (Ferjenčík, 2002) na úrovni správních obvodů obcí s rozšířenou působností (ORP) v oblasti NUTS II Jihozápad. Vybráno jich bylo 11.

Reprezentativnost vzorku je podpořena stratifikovaným náhodným (s výjimkou nejvyšší kategorie) výběrem obcí ve všech vybraných správních obvodech. Stratifikace obcí byla provedena na základě metodiky typologie obcí ČSÚ (www.czso.cz) podle počtu obyvatel do devíti kategorií (Příloha 1. Tab.1). Počet řízených rozhovorů na každý typ byl přepočítán podle podílu počtu obyvatel dané kategorie obcí na počtu obyvatel všech obcí NUTS II Jihozápad. Počet obcí pro řízené rozhovory byl stanoven podle následujícího klíče:

- v případě kategorie nad 50 tisíc obyvatel výše byla vybrána všechna města (Plzeň, České Budějovice),
- v ostatních případech náhodně obce tak aby byla splněna podmínka alespoň jednoho zástupce kategorie v ORP a maximálního počtu 7 – 8 zástupců kategorie v celkovém počtu vybraných obcí s výjimkou poslední kategorie, již byl vyrovnán počet řízených rozhovorů na jednotlivé ORP při zachování poměrného počtu řízených rozhovorů na tuto kategorii (Příloha 1. Tab.2).

Z celkového počtu plánovaných řízených rozhovorů v dané velikostní kategorii obce byly učiněny podíly řízených rozhovorů v jednotlivých obcích velikostní kategorie tak, aby v každé obci dané velikostní kategorie byl proveden stejný počet řízených rozhovorů.

V obcích kategorie 1.000 až 1.999 obyvatel a v obcích vyšších kategoriích byly náhodně vybrány vždy čtyři ulice, kde byly provedeny konkrétní řízené rozhovory až do naplnění požadovaného počtu rozhovorů za danou obec. V obcích nižších velikostních kategoriích byly prováděny řízené rozhovory s obyvateli ulic nejbližší poště a pokud se pošta v obci nenacházela tak s obyvateli ulic nejbližší centrální autobusové zastávky obce.

Vlastnímu terénnímu dotazování předcházela pilotní výzkum na 25 členném vzorku (Hudečková et al., 2004) dotazovaném v červnu 2007. Po nutných úpravách struktury, obsahu i formy dotazovacího nástroje bylo v průběhu měsíců července až října 2007 provedeno, podle požadavků plynoucích ze stratifikovaného výběru, 1033 řízených rozhovorů. Z tohoto počtu získaných formulářů muselo být 39 odstraněno z důvodu neúplnosti nebo formálních chyb. K posouzení dílčích cílů C2 až C4 bylo k dispozici 994 formulářů řízených rozhovorů.

Na provádění řízených rozhovorů se podílelo osm tazatelů, autorem Romanem Piskačem bylo konkrétně provedeno dotazování v lokalitách: Jindřichův Hradec, Dačice, Studená, Kunžak, Strmilov, Čiměř, Člunek, Dolní Žďár, kde bylo sebráno celkem 130 dotazníků, které nakonec byly vizualizované.

3.3.2 Dotazovací nástroj

Ke zjištění pocitů a motivů v dané lokalitě bylo použito hodnocení na pětistupňové škále.

V případě hodnocení pocitů byly přisouzeny jednotlivým hodnotám tyto odpovědi:

1 = zažívám určitě pocit uvedený vlevo, 2 = zažívám spíše pocit uvedený vlevo, 3 = nedokážu se rozhodnout, 4 = zažívám spíše pocit uvedený vpravo, 5 = zažívám určitě pocit uvedený vpravo.

Zkoumání rozdílů mezi jednotlivými pocity bylo prováděno na 6 dvojicích:

uklidňující - vzrušující, ohyzdný - krásný, povznášející – tísnivý, nudný – zajímavý, příjemný – nepříjemný, nevтіravý - vтіravý

Ke zjištění pocitové stránky týkající se *Dark Tourism* bylo využito 8 obrázků: Akropole v Aténách, Kasemata Špilberk, Bodies-The Exhibition, Povodeň – Morava 1997, Památník ve Verdunu, J.V.Stalin, Koncentrační tábor – Dachau, Hřbitov – Slavín.

V případě hodnocení motivů byly přisouzeny jednotlivým hodnotám tyto odpovědi:

1 = je to určitě dobrý důvod návštěvy místa nebo účasti na akci, 2 = spíše je to dobrý důvod návštěvy místa nebo účasti na akci, 3 = nevím, 4 = spíše je to špatný důvod návštěvy místa nebo účasti na akci, 5 = je to určitě špatný důvod návštěvy místa nebo účasti na akci. Odpovědi byly přisuzovány motivům: zábava, odpočinek, poučení, pieta.

Ke zjištění motivů návštěvy místa nebo účasti na aktivitě bylo využito 12 společných návštěv/účastí na aktivitě: Návštěva představení středověkých rytířských soubojů nebo rekonstrukce bitvy, Návštěva výstavy typu Bodies – The Exhibition, Návštěva historických staveb, Návštěva místa válečných střetnutí a bitev, Návštěva místa smrti známe osoby, Návštěva muzeí a galerií, Návštěva místa, kde žila a tvořila významná osobnost, Návštěva hřbitovů, mauzoleí, krypt, památníků katastrof nebo válek, Návštěva místa masového vraždění, Návštěva místa právě probíhající katastrofy, Návštěva muzeí a expozic válek a zbraní, Přítomnost při veřejné popravě v zemích, které to umožňují. A dvou otázek týkajících se konkrétních témat *Dark*

Tourism: Návštěva míst spojených s židovskou diasporou, Návštěva památníků věnovaných obětem holocaustu.

Potenciální návštěva/účast na aktivitě byla u jednotlivých otázek, zkoumajících motivy, zjišťována doplňující otázkou: Zúčastnil/a jste se v posledních pěti letech takové akce nebo takové místo navštívil/a. Možnosti odpovědi byly: Ano (hlavní cíl), Ano (zpestření), Ne, Zaujalo mne.

3.3.3 Zpracování výsledků

Ke zpracování výsledků bylo využito nástrojů deskriptivní a induktivní statistiky. Jednotlivé typy nástrojů budou objasněny v textu níže, aby bylo zřejmé, k čemu jsme který nástroj použili.

Deskriptivní statistika

Během dotazníkového šetření bylo nahromaděno velké množství hodnot, které bylo třeba uspořádat, tím máme na mysli roztřídit do skupin dle určitého znaku. Například, zajímá-li nás věk respondenta, bude třídícím znakem věk respondenta. Na dotazovaném vzorku bylo nutné provést prosté třídění četností, tj. samostatné třídění podle každé hodnoty třídícího znaku. Rovněž byly zjišťovány průměrné hodnoty a hodnoty mediánu, které jsme využili ke zpracování grafické prezentace jednotlivých údajů.

Průměrná hodnota je definována jako součet všech hodnot znaku dělený jejich počtem (Čermáková et Střeleček, 2005).

Medián je číslo, které dělí množinu hodnot znaku na 2 části. Mediánem je tedy prostřední hodnota znaku, popřípadě průměr dvou prostředních hodnot, je-li sudý počet hodnot (Čermáková et Střeleček, 2005).

Grafické znázornění získaných údajů bylo prováděno pomocí výsečových, sloupcových a pruhových grafů.

Výsečový graf zobrazuje velikost položek tvořících datové řady ve vztahu k součtu těchto položek. Zobrazuje vždy pouze jednu datovou řadu a je vhodný v případech, kdy chcete zvýraznit významný prvek v datech.

Sloupcový graf zobrazuje změny dat v průběhu časového období nebo znázorňuje porovnání položek.

Pruhové grafy znázorňují porovnání jednotlivých položek (<http://office.microsoft.com/cs-cz/default.aspx>).

Induktivní statistika

Analýza rozptylu – Anova :

Analýza rozptylu se používá buď jako samostatná technika nebo jako postup, umožňující analýzu zdrojů variability v lineární regresi.

V našem případě byla použita metoda jednofaktorové Anovy. Základní předpoklady pro (jednofaktorovou) analýzu rozptylu:

- data pocházejí z normálního rozdělení,
- náhodné chyby ε_{ij} jsou náhodné veličiny s $N(0, \sigma^2)$,
- rozptyly sloupců dat (úrovní faktoru) jsou stejné (homoskedasticita).

Jednofaktorová ANOVA :

Jednofaktorová ANOVA porovnává střední hodnoty (průměry) dvou či více úrovní faktoru A čili sloupců v matici dat za účelem určit, zda alespoň jedna sloupcová střední hodnota se liší od ostatních. Statistická významnost je testována F-testem tak, že H_0 říká: „Všechny střední hodnoty jsou stejné“ a H_1 : „Alespoň jedna střední hodnota se odlišuje od ostatních“.

Pro kompletnost analýzy je nutné identifikovat významné odchylky průměrů. Pro testování zjišťování významných odchylek existuje hned několik testů, mezi které patří LSD test, Duncanův test, Turkeyův test pro významné rozdíly, Scheffé test a Bonferoni test. Všechny testy jsou založené na podobné rozhodovací strategii. V tomto případě bylo pracováno s Turkeyovým testem (www.upol.cz).

3.3.4 Výsledky marketingového výzkumu

V našem dotazníkovém šetření byla téměř zachována rovnováha mezi počtem dotazovaných žen a mužů (Příloha 2. Obr.1).

Převážná část informací z našeho dotazníkového šetření pochází z odpovědí respondentů, kteří spadají do věkového intervalu od 20ti do 50ti let (Příloha 2. Obr.2).

Téměř polovina odpovědí byla získána od respondentů, kteří dosáhli středního vzdělání s maturitou (Příloha 2. Obr.3).

V námi dotazovaném vzorku se hojně vyskytli respondenti, kteří se k žádnému náboženství nehlásí, nebo ti, kteří patří k římskokatolické církvi (Příloha 2. Obr.4).

Námi dotazovaní respondenti preferují především nabídku dovolené s nejvyváženějším poměrem kvality a ceny (Příloha 2. Obr.5).

Nejhojnější skupinou respondentů našeho dotazníkového šetření jsou obyvatelé České republiky žijící ve 4 členných rodinách. Mezi našimi respondenty se objevili i taci, kteří žijí v 7, 8 nebo dokonce 15 členné rodině (Příloha 2. Obr.6).

Jednoznačně nejčastěji vyskytující se příjem domácnosti v našem dotazovaném vzorku pochází ze zaměstnání (Příloha 2. Obr.7).

Respondenti našeho dotazníkového šetření považují historii za velice důležitou a zajímavou (Příloha 2. Obr.9).

Téměř tři čtvrtiny respondentů z našeho dotazníkového šetření vycestovala v posledních třech letech do zahraničí nebo alespoň za hranice kraje (Příloha 2. Obr.10).

4. Výsledky

4.1 Možnosti nabídky produktů

Nabídka produktů, kterými jsou koncentrační tábory, je poměrně obsáhlá. Tím pádem již teď má *Dark Tourism* z čeho vytvářet nabídku v oblasti koncentračních táborů. Databáze koncentračních táborů zahrnuje celkem 18 táborů (Auschwitz, Bergen-Belsen, Buchenwald, Dachau, Flossenbürg, Janowska, Kaiserwald/Riga, Koldichevo, Majdanek, Mauthausen, Natzweiler/Struthof, Plaszow, Ravensbrück, Sachsenhausen, Sered, Stutthof, Theresienstadt a Vaivara) a nese v sobě mnoho informací, které budou shrnuty níže.

Většina táborů měla určení pouze koncentračního tábora, ale nebylo to pravidlem. Mezi koncentračními tábory se najdou i takové, které měli dvojí určení, a to: koncentrační/vyhlazovací, koncentrační/internační, koncentrační/průchozí. Tyto „dvojúčelové“ tábory nebyly moc časté, ale nelze opomínat jejich existenci. Četnosti táborů podle typu jsou uvedeny v tabulce určení (Příloha 3. Tab.1).

V cestovním ruchu nás ovšem bude zajímat počet koncentračních táborů na jednotlivých územích. Koncentrační tábor stejně jako ostatní místa s charakterem dědictví nelze řadit k běžným místům cestovního ruchu, jako jsou rekreační, sportovní, lázeňská a další místa. Koncentrační tábory nemohou být uměle vybudovány, aby lákaly turisty, jsou to místa jedinečná, při jejichž návštěvě se v nás mísí různé pocity. Proto pokud je na území některého státu pouze jeden koncentrační tábor, nese tento tábor statut jakéhosi „monopolu“. Tím nemyslíme monopol v oblasti *Dark Tourism*, ale monopol pro zájemce o návštěvu koncentračního tábora. Jelikož jsou ovšem koncentrační tábory spojeny s celou problematikou Holocaustu, dalo by se využít i dalších památek mimo vlastní tábory, neboť vězni pracovali i mimo vlastní koncentrační tábory – na celém území Říše a jejich spojenců se nacházelo velké množství dalších drobných táborů. Nejvíce táborů, které měly určení koncentračního tábora, popřípadě táborů, které měly určení koncentrační/jiné určení se nachází na území Německa. Na druhém místě v četnosti koncentračních táborů na svém území je Polsko. O třetí místo se již dělí hned několik států. Srovnání četností koncentračních táborů je uvedeno v tabulce umístění (Příloha 3. Tab.2).

V databázi jsou rovněž zaznamenány přibližné počty mrtvých v koncentračních táborech. Polovina táborů ovšem neuvádí ani přibližné počty mrtvých v táborech, a proto je na každém z nás, zda si počty mrtvých jednotlivých táborů doplníme průměrným počtem z celkového zveřejněného počtu, nebo zda zůstaneme v nevědomí. Suma odhadovaných zveřejněných počtů mrtvých v koncentračních táborech se téměř vyšplhala k číslu 1.800.000, přesně to bylo 1.787.000, což je více než má naše hlavní město Praha obyvatel.

4.2 Postoje obyvatel České republiky ke koncentračním táborům

4.2.1 Emoční složka postojů

Tab.1a - Průměrné hodnoty pocitů jednotlivých obrázků

	Uklidňující/Vzrušující	Ohydný/Krásný
Akropole v Aténách	3,36	4,18
Kasemata - Špilberk	2,44	2,65
Bodies - The Exhibition	2,08	2,49
Povodeň - Morava 1997	2,28	2,23
Památník ve Verdunu	3,11	3,43
J. V. Stalin	2,72	2,25
Koncentrační tábor - Dachau	2,07	1,44
Hřbitov - Slavín	3,45	3,76

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994

Tab.1b – Dokončení Tab.1a

Povznášející/Tísňivý	Nudný/Zajímavý	Příjemný/Nepříjemný	Nevtíravý/Vtíravý
3,71	4,03	4,04	3,71
2,15	3,6	2,42	3,07
2,43	4,05	2,43	2,79
1,63	3,57	1,68	2,81
2,48	3,59	2,79	3,28
2,32	2,62	2,14	2,57
1,43	3,55	1,4	2,5
3,18	3,52	3,3	3,48

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994

Obyvatelé České republiky shledávají hřbitov Slavín za nejvíce vzrušující. Protipólem hřbitova Slavín je výstava Bodies – The Exhibition, která je nejvíce uklidňující.

Nejohydnější pocit se v obyvatelích České republiky vzbudí při pohledu na koncentrační tábor Dachau. Za to Akropole v Aténách jím přijde jako nejkrásnější.

J.V. Stalin je pro občany České republiky nejnudnější. Z opačného pohledu je nejzajímavější výstava Bodies The Exhibition. Nejvtíravěji se jeví obrázek Koncentračního tábora Dachau.

4.2.2 Složka přesvědčení postojů

Tab.2 - Průměrné hodnoty motivů jednotlivých aktivit

	zábava	odpočinek	poučení	pieta
Aktivita 1.	2,45	2,72	2,22	3,15
Aktivita 2.	3,12	3,38	2,11	3,53
Aktivita 3.	2,31	2,17	1,78	3,10
Aktivita 4.	3,05	3,03	2,19	2,59
Aktivita 5.	3,66	3,45	2,84	2,12
Aktivita 6.	2,59	2,28	1,76	3,35
Aktivita 7.	2,82	2,56	2,27	2,55
Aktivita 8.	3,56	3,06	2,17	2,01
Aktivita 9.	4,16	3,99	2,10	1,85
Aktivita 10.	4,26	4,48	2,87	2,88
Aktivita 11.	3,04	2,82	2,25	3,38
Aktivita 12.	4,45	4,49	3,28	3,17
Aktivita 13.	3,91	3,50	2,46	2,41
Aktivita 14.	4,06	3,55	2,37	1,97

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994 pro aktivity 1.-12, n=112 pro aktivity 13. a 14.

Aktivita:

Aktivita 1. = Návštěva míst “středověkých” rytířských soubojů nebo rekonstrukce bitvy

Aktivita 2. = Návštěva výstavy typu Bodies – The Exhibition

Aktivita 3. = Návštěva historických staveb

Aktivita 4. = Návštěva míst válečných střetnutí a bitev

Aktivita 5. = Návštěva míst smrti známé osoby

Aktivita 6. = Návštěva muzeí a galerií

Aktivita 7. = Návštěva míst, kde žila a tvořila významná osobnost

Aktivita 8. = Návštěva hřbitovů, mauzoleí, krypt, památníků katastrof nebo válek

Aktivita 9. = Návštěva míst masového vraždění

Aktivita 10. = Návštěva míst právě probíhající katastrofy

Aktivita 11. = Návštěva muzeí a expozic válek a zbraní

Aktivita 12. = Přítomnost při veřejné popravě v zemích, které to umožňují

Aktivita 13. = Návštěva památníků věnovaných obětem holocaustu

Aktivita 14. = Návštěva míst spojených s židovskou diasporou

Za zábavou by se obyvatelé České republiky vydali navštívit místa středověkých rytířských soubojů nebo rekonstrukcí bitev. Naproti tomu by nejspíše místa masového vraždění a místa právě probíhající katastrofy nebyla cílem „zábavné cesty“.

Nejvíce odpočinku by obyvatelé České republiky načerpali při návštěvě historických staveb, muzeí a galerií. Tyto aktivity jsou rovněž považovány za nejvíce poučné.

Pietní místa jsou nejvíce representována místy masového vraždění a místy spojenými s židovskou diasporou.

4.3 Reálná a potenciální účast na aktivitách Dark tourism

Tab.3 Tabulka četností odpovědí na otázku týkající se návštěvy daného místa

	Ano (hlavní cíl)	Ano (zpestření)	Ne	Ne, ale zaujalo mne
Aktivita 1.	161	276	465	92
Aktivita 2.	136	74	568	216
Aktivita 3.	551	274	129	40
Aktivita 4.	76	153	630	135
Aktivita 5.	66	127	691	110
Aktivita 6.	477	355	140	22
Aktivita 7.	132	229	524	109
Aktivita 8.	228	357	342	67
Aktivita 9.	206	118	540	130
Aktivita 10.	127	111	673	83
Aktivita 11.	128	299	481	86
Aktivita 12.	16	21	845	112
Aktivita 13.	3	21	79	9
Aktivita 14.	14	25	62	11

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994 pro aktivity 1.-12, n=112 pro aktivity 13. a 14.

Popis jednotlivých aktivit viz. Kapitola 4.2.2

V posledních pěti letech byla hlavním cílem cesty respondentů nejčastěji návštěva historických staveb. Pro zpestření své dovolené si respondenti vybírali návštěvu hřbitovů, mauzoleí, krypt, památníků katastrof nebo válek. Nejmenším lákadlem pro respondenty je přítomnost při veřejné popravě v zemích, které to umožňují. Aktivitou, která respondenty nejvíce zaujala je návštěva výstavy typu Bodies – Exhibition.

4.4 Sociální a ekonomický statut v postojích obyvatel České republiky ke koncentračním táborům

4.4.1 Srovnání emocí, které vzbuzuje snímek koncentračního tábora Dachau

Pohled na koncentrační tábor Dachau v ženách vyvolává tísnivější a zároveň nepříjemnější pocity než u mužů. Jednotlivé další pocity se mezi pohlavími neliší (Příloha 6. Tab.1).

Pohled na koncentrační tábor Dachau vyvolává ve věkové kategorii nad 70 let méně vzrušujících pocitů než u věkových kategorií 18-20, 21-30 a 31-40. U ostatních věkových kategorií se míra vzrušení neliší od předchozích. Pro věkovou kategorii 21-30 je pohled na koncentrační tábor Dachau více zajímavější než pro věkové kategorie 41-50 a 51-60. Pro ostatní věkové kategorie se míra zájmu od předchozích neliší. Věková kategorie nad 70 let bere pohled na koncentrační tábor Dachau více vtíravý než věkové kategorie 18-20, 21-30, 41-50, 51-60. Pro ostatní věkové kategorie si míra pocitu „vtíravosti“ neliší (Příloha 6. Tab.2a, Tab.2b).

Pro respondenty s dosaženým středním vzdělání s maturitou je pohled na koncentrační tábor Dachau více zajímavější než pro respondenty se základním vzděláním. U respondentů s odlišným dosaženým vzděláním se míra zájmu neliší od předchozích (Příloha 6. Tab.3a, Tab.3b).

U respondentů, kteří mají podnikání jako hlavní zdroj příjmů domácnosti vyvolává pohled na koncentrační tábor Dachau více vzrušující pocity než pro respondenty s hlavním příjmem domácnosti plynoucím ze zaměstnání. Pro respondenty s jiným zdrojem příjmů se míra vzrušení neliší od předchozích (Příloha 6. Tab.4a, Tab.4b, Tab.4c).

Jednotlivé pocity vyvolávající pohled na koncentrační tábor Dachau se z hlediska přihlášení k náboženství od sebe neliší (Příloha 6. Tab.5).

U respondentů pocházejících z obce, která spadá do kategorie 200-499 obyvatel vyvolá pohled na snímek koncentračního tábora Dachau více uklidňující pocity než u respondentů z kategorií 10.000-19.999 a z kategorie obce nad 50.000. Respondenti z kategorie obce nad 50.000 shledávají pohled na koncentrační tábor Dachau více vzrušující než respondenti z kategorie obce 200-499, 1.000-1.999, 2.000-4.999 a

20.000-49.999. Pohled na koncentrační tábor Dachau rovněž vyvolá v respondentech z kategorií obce do 199 více pocitu tísně než u respondentů z kategorií obce 500-999 a nad 50.000. Pohled na tento tábor je pro respondenty z kategorie obce nad 50.000 více povznášející než pro respondenty z kategorií obce do 199, 1.000-1999, 5.000-9.999, 10.000-19.999 a 20.000-49.999. Obyvatele v obcích s počtem obyvatel 2.000-4.999 shledávají pohled na koncentrační tábor Dachau méně vtíravý než obyvatelé obcí s počtem obyvatel 5.000-9.999, 10.000-19.999 a nad 50.000 (Příloha 6. Tab.6a, Tab.6b, Tab.6c).

Pro respondenty, kteří se v roce 2007 účastnili cestovního ruchu přijde pohled na koncentrační tábor Dachau ohyzdnější, tísnivější a zároveň nepříjemnější než pro respondenty, kteří se v roce 2007 cestovního ruchu neúčastnili (Příloha 6. Tab.7).

Respondenti, kteří si vybírají dovolenou na základě nejlepšího poměru shledávají pohled na koncentrační tábor Dachau ohyzdnějším, tísnivějším a zároveň nepříjemnějším než respondenti, kteří si vybírají dovolenou podle jiných kritérií. Pro respondenty spadající do kategorie vybírající si dovolenou podle nejlepšího poměru přijde pohled na koncentrační tábor Dachau více zajímavý než pro respondenty vybírající si dovolenou podle nejlevnější nabídky (Příloha 6. Tab.8).

4.4.2 Srovnání motivů k účasti návštěvy místa masového vraždění

Muži přisuzují motivu zábava k návštěvě místa masového vraždění větší váhu než ženy a zároveň přisuzují menší váhu k motivu poučení (Příloha 7. Tab.1).

Respondenti z věkové kategorie 18-20 považují zábavu za silnější motiv než respondenti z věkových kategorií 31-40 a 51-60. Také respondenti z věkové kategorie 21-30 přisuzují větší sílu motivu zábava než respondenti z věkové kategorie 41-50. U motivu zábava se ostatní věkové kategorie neliší od předchozích. Respondenti z věkové kategorie 51-60 nepovažují motiv odpočinku za tak silný jako respondenti z věkových kategorií 18-20 a 21-30 (Příloha 7. Tab.2a, Tab.2b).

Pro respondenty s dosaženým středním vzděláním bez maturity není motiv poučení k návštěvě místa masového vraždění tak podstatný jako pro respondenty s dosaženým středním vzděláním s maturitou nebo s vysokoškolským vzděláním. Pro

respondenty s jiným dosaženým vzděláním se síla motivu poučení neliší od předchozích (Příloha 7. Tab.3a, Tab.3b).

Respondenti, pro které je hlavním zdrojem příjmů domácnosti důchod, považují motiv zábavy k návštěvě místa masového vraždění za méně podstatný než respondenti s kapesným jako hlavním zdrojem příjmů. Pro respondenty s ostatním zdrojem příjmů se síla motivů zábava neliší od předchozích (Příloha 7. Tab.4a, Tab.4b, Tab.4c).

Pro respondenty hlásící se k některému náboženství není síla motivů zábava a odpočinku k návštěvě místa masového vraždění tak silná jako pro respondenty, kteří se k náboženství nehlásí (Příloha 7. Tab.5).

Jednotlivé motivy se u respondentů s různou velikostí bydliště neliší (Příloha 7. Tab.6).

Respondenti, kteří se v roce 2007 účastnili cestovního ruchu přisuzují motivu poučení větší váhu než respondenti, kteří se cestovního ruchu v roce 2007 neúčastnili (Příloha 7. Tab.7).

Jednotlivé motivy se u respondentů rozhodujících se o výběru dovolené podle různých kritérií neliší (Příloha 7. Tab.8).

4.4.3 Srovnání motivů k účasti návštěvy míst spojených s židovskou diasporou

Jednotlivé síly motivů k návštěvě míst spojených s židovskou diasporou se mezi muži a ženami neliší (Příloha 8. Tab.1).

Jednotlivé síly motivů k návštěvě míst spojených s židovskou diasporou se mezi jednotlivými věkovými kategoriemi neliší (Příloha 8. Tab.2a, Tab.2b).

Síly motivů k návštěvě míst spojených s židovskou diasporou se mezi respondenty s různým dosaženým vzděláním neliší (Příloha 8. Tab.3a, Tab.3b).

Respondenti jejichž hlavním zdrojem příjmů domácnosti jsou jiné příjmy nepovažují pietu jako motiv k návštěvě míst spojených s židovskou diasporou. Oproti tomu respondenti se sociální podporou jako hlavním zdrojem příjmů považují pietu za velmi silný motiv k návštěvě této atraktivity. Mezi respondenty s ostatními příjmy se rozdíl k pietě jakož to motivu neliší (Příloha 8. Tab.4a, Tab.4b, Tab.4c).

Mezi jednotlivými motivy mezi respondenty hlásícími se k náboženství a respondenty, kteří se k náboženství nehlásí nejsou rozdíly (Příloha 8. Tab.5).

Respondenti bydlící v obci z kategorie 20.000-49.999 nepovažují odpočinek za silný motiv návštěvy míst spojených s židovskou diasporou. Naproti tomu stojí respondenti bydlící v obci z kategorie do 199, kteří tento motiv považují za velmi podstatný. Mezi respondenty z ostatních obcí se síla motivu odpočinek neliší (Příloha 8. Tab.6a, Tab.6b, Tab.6c).

Rozdělení na respondenty účastníci se cestovního ruchu v roce 2007 a těmi co se cestovního ruchu neúčastnili nejsou rozdíly v jednotlivých motivech (Příloha 8. Tab.7).

Rozdělení respondentů podle upřednostňované dovolené nepřináší rozdíly v jednotlivých motivech (Příloha 8. Tab.8).

4.4.4 Srovnání motivů k účasti návštěvy památníků věnovaných obětem Holocaustu

Jednotlivé síly motivů k návštěvě místa památníků věnovaných obětem holocaust se mezi muži a ženami neliší (Příloha 9. Tab.1).

Jednotlivé síly motivů k návštěvě památníků věnovaných obětem holocaustu se mezi jednotlivými věkovými kategoriemi neliší (Příloha 9. Tab.2a, Tab.2b).

Jednotlivé síly motivů k návštěvě památníků věnovaných obětem holocaustu se mezi respondenty s různým dosaženým vzděláním neliší (Příloha 9. Tab.3a, Tab.3b).

Jednotlivé síly motivů k návštěvě památníků věnovaných obětem holocaustu podle příjmu domácností se neliší (Příloha 9. Tab.4a, Tab.4b, Tab.4c).

Mezi jednotlivými motivy mezi respondenty hlásícími se k náboženství a respondenty, kteří se k náboženství nehlásí nejsou rozdíly (Příloha 9. Tab.5).

Respondenti bydlící v obci z kategorie 5.000-9.999 nepovažují odpočinek za silný motiv návštěvy památníků věnovaných obětem holocaust. Naproti tomu stojí respondenti bydlící v obci z kategorie 200-499, kteří tento motiv považují podstatný. Mezi respondenty z ostatních obcí se síla motivu odpočinek neliší (Příloha 9. Tab. 6a, Tab.6b, Tab.6c).

Rozdělení na respondenty účastnící se cestovního ruchu v roce 2007 a těmi co se cestovního ruchu neúčastnili nepřináší rozdíly v jednotlivých motivech (Příloha 9. Tab.7).

Rozdělení respondentů podle upřednostňované dovolené nepřináší rozdíly v jednotlivých motivech (Příloha 9. Tab.8).

5. Diskuze

Z výsledků získaných dotazníkovým šetřením plyne fakt, že by koncentrační tábory mohly být v budoucnu hlavní hnací silou v rozvoji *Dark Tourism*. Z analýzy je zřejmé, že mnoho obyvatel České republiky bylo zaujato myšlenkou návštěvy koncentračního tábora a proto bychom mohli předpokládat jejich budoucí účast na této aktivitě. Jsou nám také známy statistiky návštěvnosti památníku Terezín z let 2004 a 2005 (Příloha 10 Tab.1, Tab.2, Tab.3), které značí každoroční nárůst návštěvníků. Podobně Stone (Stone, 2006) píše o Holocaustu jako o klíčovém termínu pro širší koncept *Dark Tourism*.

Pokud se podíváme na produkty aktivit *Dark Tourism* na území České republiky bude nám vycházet údaj, že Česká republika má na svém území pouze jediný koncentrační tábor, který se řadí k aktivitám *Dark Tourism*. Jedná se tedy o jedinečnou instituci svého druhu na našem území, která má ovšem svoji „tradici“ a ročně ji navštíví tisíce návštěvníků. Bohužel nelze s jistotou určit, zda tato instituce pokryje potenciál pro tvorbu produktů zaměřených do typů aktivit *Dark Tourism*.

Také nelze předpokládat, že by se na našem území v budoucnu objevila další podobná instituce, neboť Holocaust byl unikátním obdobím, ve kterém koncentrační tábory vznikaly, které je již minulostí a už se nevrátí (Stone 2006), snad.

V postojích obyvatel České republiky k využití koncentračních táborů v cestovním ruchu byly zjištěny rozdíly podle jejich sociálního statutu. Tím máme na mysli, že se liší postoje obyvatel České republiky podle jejich pohlaví, věku, dosaženého vzdělání, počtu členů domácnosti, podle vyznávaného náboženství a podle názoru k historii. V praxi se dá ovšem nejvíce využít postojů z hlediska pohlaví a věku. Podnikatelé v oblasti *Dark Tourism* by tyto fakta měli znát, aby vytvořili vhodnou nabídku produktů pro jejich potenciální zákazníky.

Dále jsme šetřením zjistili rozdíly v postojích obyvatel České republiky ke koncentračním táborům podle jejich ekonomického statutu. Rozdíly byly srovnávány z hlediska různých příjmů, zda se účastní CR a podle upřednostňované dovolené. Jednotlivé postoje obyvatel České republiky se neliší pouze u obyvatel České republiky, kteří upřednostňují různé nabídky dovolených. Toto zjištění nás přivádí

k tvrzení, že nemůžeme ani potvrdit, ani vyvrátit hypotézu, že se jednotlivé postoje obyvatel ČR ke koncentračním táborům liší podle jejich ekonomického statutu.

Tato tvrzení byla již dříve publikována některými autory, kteří uvádí, že postoje turistů jsou ovlivněny demografickými rozdíly, které vyvolají nepředvídané postoje u obyvatel (Stewart et al., 2006).

Z výsledků, kterých v této práci bylo dosaženo nelze přesně určit odpověď na hypotézu H2.3. zda koncentrační tábory patří k významným aktivitám *Dark Tourism* nebo nepatří. Průzkum, který byl proveden nám ukazuje, že není zřejmé, do které skupiny aktivit *Dark Tourism* si obyvatelé České republiky zařazují koncentrační tábory. Na jedné straně si obyvatelé České republiky spojují koncentrační tábory s místy masového vraždění. Tato místa, co se týče aktivit *Dark Tourism*, které lákají obyvatele České republiky jako hlavní cíl nejvíce, se řadí mezi nejvýznamnější. Z tohoto hlediska by se dalo říci, že Ano, koncentrační tábory patří k významným aktivitám *Dark Tourism*. Ovšem na druhou stranu pokud budeme uvažovat o tom, že obyvatelé České republiky si spojují koncentrační tábory s aktivitami jako návštěvy památníků věnovaných obětem holocaustu a návštěvy míst spojených s židovskou diasporou, bude nám převažovat neaktivní přístup obyvatel České republiky na jejich účasti, což ovšem platí u většiny aktivit *Dark Tourism*. Proto budeme vycházet z prvního tvrzení, které nám potvrzuje, že koncentrační tábory patří k významným aktivitám mezi ostatními aktivitami *Dark Tourism*.

Z odpovědí respondentů, podle kterých se přibližně jedna třetina aktivně zúčastnila návštěvy koncentračního tábora nám plyne závěr, že se obyvatelé ČR účastní návštěv koncentračních táborů. Jak ovšem vyplývá ze statistik návštěvnosti památníku Terezín (Příloh 10. Tab.1, Tab.2, Tab.3), obyvatelé ČR se v porovnání ze zahraničními turisty podílí na návštěvě tohoto místa méně.

Můžeme rovněž tvrdit, že obyvatelé České republiky mají zájem o návštěvu koncentračních táborů. Toto tvrzení vychází z faktu, že se v obyvatelích České republiky při odpovídání na otázky týkajících se návštěvy, zbudil zájem o účast na těchto aktivitách. Rovněž ovšem tato odpověď není z celkového počtu odpovědí příliš četná, ale pro odpověď na otázku týkající se budoucího zájmu nám to minimálně dává možnost odhadovat, že dojde ke zvýšení počtu návštěvníků

koncentračních táborů z řad obyvatel České republiky. Tomu také odpovídá stoupající návštěvnost památníku Terezín jak obyvateli České republiky tak i turisty ze zahraničí (Příloh 10. Tab.1, Tab.2, Tab.3).

6. Závěr

Účelem této práce bylo naplnit cíl zhodnocení možností komercializace koncentračních táborů aktivitami cestovního ruchu. Pro naplnění tohoto hlavního cíle byly vyčleněny tři dílčí cíle.

Prvním dílčím cílem bylo posouzení předpokladů a zhodnocení potenciálu koncentračních táborů pro rozvoj aktivit *Dark Tourism*. Potenciál produktů spojených s koncentračními tábory je na území České republiky omezený (viz kapitola Závěr). Rovněž bylo zjištěno a v předchozí kapitole zmíněno, že aktivity koncentračních táborů patří mezi nejvýznamnější aktivity *Dark Tourism* a tím pádem výrazně přispívají k rozvoji *Dark Tourism*. Jako příkladná ukázka nám poslouží statistika návštěvnosti památníku Terezín, která se každoročně zvyšuje (Přílohy 10 Tab.1, Tab.2, Tab.3). Aktivity koncentračních táborů na našem území lákají kromě obyvatel České republiky také zahraniční turisty.

V dalším dílčím cíli jsme se zabývali srovnáním postojů obyvatel České republiky ke komercializaci koncentračních táborů aktivitami cestovního ruchu a k jiným aktivitám *Heritage Tourism* a *Dark Tourism*. Srovnání jednotlivých postojů nás přivedlo k závěru, že mezi aktivitami *Dark Tourism* a aktivitami *Heritage Tourism* existují určité rozdíly. Z provedené analýzy nám vyplývá, že aktivity *Dark Tourism* jsou považovány za tísnivé a nepříjemné a zároveň za zajímavé a vzrušující. Na rozdíl od toho aktivity *Heritage Tourism* jsou obyvateli České republiky považovány za uklidňující, povznášející a příjemné a zároveň zajímavé. Společným rysem aktivit je fakt, že jsou vyhledávány z důvodu poučení. Aktivity koncentračních táborů patří k aktivitám *Dark Tourism* a mají tedy ty samé rysy jako tyto aktivity.

Posledním dílčím cílem bylo zjistit potenciální ochotu k účasti obyvatel České republiky na aktivitách *Dark Tourism*. U většiny aktivit se po vyhodnocení dotazníkového šetření zjistilo, že mezi obyvateli České republiky existuje potenciální ochota účasti na těchto aktivitách. V případě aktivit spojených s koncentračními tábory se jedná o 11% potenciální ochotu účasti na těchto aktivitách (viz subkapitola 4.3).

Splnění všech dílčích cílů nám umožňuje zhodnotit hlavní cíl. Potenciál obyvatel České republiky pro aktivity koncentračních táborů na našem území je veliký. Tento potenciál ovšem nemůže být zcela naplněn nabídkou, která je na území České republiky omezena.

Tato bakalářská práce by měla sloužit k rozvoji dalších studií týkajících se *Dark Tourism* v České republice, a zároveň by měla být podkladem pro vypracování diplomové práce. Své uplatnění by mohla najít také v oblasti destinačního managementu v oblastech s nabídkou aktivit *Dark Tourism*.

Na úplném závěru práce je nutné podotknout fakt, že tato bakalářská práce má pouze deskriptivní charakter. Účelem bylo popsat problematiku tématu a nikoli vytvářet návrhy, z důvodu časové a finanční náročnosti.

7. Summary

The aim of this thesis was to evaluate possibilities of commercialization of concentration camps by activities related to tourism. To achieve the main aim, three partial aims were set.

The first partial aim was to review the premises and evaluate the potential of concentration camps for the development of *Dark Tourism* activities. The potential of products related to concentration camps in the territory of the Czech Republic is limited (see chapter Conclusion). The fact that activities of concentration camps are among the most important activities of *Dark Tourism* has already been found out and mentioned in the previous chapter; therefore, such activities contribute significantly to the development of *Dark Tourism*. The statistics of visit rate of Terezín memorial, which increases every year, may serve as an example (Appendices 10 Chart 1, Chart 2, Chart 3). Activities of concentration camps in this country are attractive not only to the citizens of the Czech Republic, but to foreign tourist as well.

The next partial aim was to compare the approach of Czech citizen to commercialization of concentration camps by activities of tourism with their approach to other activities of *Heritage Tourism* and *Dark Tourism*. By comparing the individual approaches we came to the conclusion that there are certain differences between activities of *Dark Tourism* and those of *Heritage Tourism*. The analysis we made reveals that activities of *Dark Tourism* are considered depressing and unpleasant, but at the same time interesting and exciting. On the other hand, the citizens of the Czech Republic find activities of *Heritage Tourism* to be soothing, uplifting, pleasant and interesting. A common feature of both types of activities is the fact that they are sought after because they are a source of knowledge. Activities of concentration camps are among activities of *Dark Tourism* and have, consequently, the same features as these activities.

The last partial aim was to determine potential willingness of citizens of the Czech Republic to participate in the activities of *Dark Tourism*. The survey revealed that citizens of the Czech Republic are potentially willing to participate in such

activities. As for activities related to concentration camps, the willingness to participate is 11 % (see subchapter 4.3).

Achieving all the partial aims allows us to evaluate the main aim. The potential for activities of concentration camps in this country is quite large. However, this potential cannot be satisfied completely because the offer in the Czech Republic is limited.

This bachelor thesis is supposed to encourage further studies related to *Dark Tourism* in the Czech Republic and, at the same time, it is to be basis for the diploma thesis. It could be applied in destination management in the field of the offer of *Dark Tourism* activities.

At the very end it must be mentioned that this bachelor thesis is of descriptive character only. Due to time and financial demands, the aim was only to describe the problem of this subject, and not to make any further suggestions.

8. Seznam pramenů použité literatury

- Ballantyne, R., Packer, J. and Beckman, E. 1998. Targeted interpretation: Exploring relationships among visitors motivations, activities, attitudes, information needs and preferences. *J. Tourism Stud.* 9(2):14–25.
- Benjamin W. P. and Noel B. S. 2005 Heritage Tourism, Conflict, and the Public Interest: An Introduction. *International Journal of Heritage Studies.* 11(5): 361-370.
- Čermáková, A. and Střeleček, F. *Statistika I.* 1.vyd. České Budějovice : JUZF, 1995. 177 s . ISBN 80-7040-126-5.
- Dowling, R. 1993. Tourism planning: People and the environment in Western Australia. *J. Travel Res.* 31(4):52–56.
- Ferjenčík, J. 2000. Úvod do metodologie psychologického výzkumu. Portál, Praha.
- Flowerew, R. and Martin, D. 1997. *Methods in human geography: a guide for students doing research projects.* Longman, Harlow.
- Heberlein, T. 1989. Attitudes and environmental management. *J. Social Issues* 45(1):37–57.
- Hesková, M., et al. 2006. *Cestovní ruch pro VOŠ a VŠ.* Fortuna, Praha.
- Howard, J. 2000. Does environmental interpretation influence behavior through knowledge or affect. *Austr. J. Environ. Educ.* 15(16):153–156.
- Hsu, C. H. C., Wolfe, K. and Kang, S. K. 2004. Image assessment for a destination with limited comparative advantages. *Tourism Management.* 25: 121-126.
- Chhetri, P., Arrowsmith, C. and Jackson, M. 2004. Determining hiking experiences in nature-based tourist destinations. *Tourism Management* 25: 31–43.
- Chirgwin, S., and Hughes, K. 1997. Ecotourism: The participants' perceptions. *J. Tourism Stud.* 8(2): 2–7.

- Keil, Ch. 2005. Sightseeing in the mansions of the dead. – *Social & Cultural Geography* 6(4): 479–494.
- Kotler, P. 2003. *Marketig od A do Z : osmdesát pojmů, které by měl znát každý manažer*. Management Press, Praha.
- Manning, R., Valliere, W. and Minter, B. 1999. Values, ethics and attitudes toward national forest management: An empirical study. *Society Nat. Resources* 12(5):421–436.
- McGuire, W. 1985. Attitudes and attitude change. In *Handbook of social psychology*, ed.G. Lindzey and E. Aronson, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. 233–346.
- Nolan, M.L. and Nolan, J. 1992. Religious sites as tourism attractions in Europe, *Annals of Tourism Research*. 19: 68–78.
- Poria, Y., Butler, R. and Airey, D. 2003. The core of heritage tourism. – *Annals of Tourism Research*. 30(1): 238–254.
- Stewart, E. J., Kirby V. G. and Steel, G.D. 2006. Perceptions of Antarctic tourism: A question of tolerance. – *Landscape Research*. 31 (3): 193–214.
- Stone, P. R. 2006. A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism*. 54(2): 145–160.
- Temná turistika. 100+1 [online]. 2007, č. 18 [cit. 2008-03-11]. Dostupný z WWW: <www.stoplus.cz>.
- Yoon, Y. and Uysal, M. 2005. An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management* 26(1): 45–56.
- www.czso.cz
- www.pamatnik-terezin.cz/showdoc.do?docid=4
- www.procesy.cz/Methodiky/Procesni-brainstorming.htm
- www.upol.cz
- www.vladimirmatula.zjihlavy.cz

9. Přílohy

Příloha 1. Rozdělení obcí

Tab. 1

kategorie obce	podíl obyvatel v kategorii	počet obcí
50000 a více	21,83	2
20000 - 49999	11,41	5
10000 - 19999	6,29	6
5000 - 9999	11,71	20
2000 - 4999	15,52	59
1000 - 1999	10,68	92
500 - 999	9,07	155
200 - 499	9,41	354
do 199	4,08	431

Zdroj: www.czso.cz

Tab. 2

kategorie obce	Název obce					
50000 a více	Plzeň	České Budějovice				
20000 - 49999	Tábor	Jindřichův Hradec	Písek	Strakonice	Klatovy	
10000 - 19999	Sušice					
5000 - 9999	Sezimovo Ústí		Dačice	Vodňany	Nýrsko	Týn nad Vltavou
2000 - 4999	Rudolfov	Studená	Protivín	Netolice	Lišov	Zliv
1000 - 1999	Malšice	Kunžak	Strmilov	Mirovice	Mirotice	Bavorov
500 - 999	Sudoměřice u Bechyně		Číměř	Čížová	Velhartice	Všemyslice
200 - 499	Úsilné	Slapy	Člunek	Putim	Ražice	Libějovice
do 199	Hosty	Březnice	Dolní Žďár	Milínov	Řípec	Dráčov

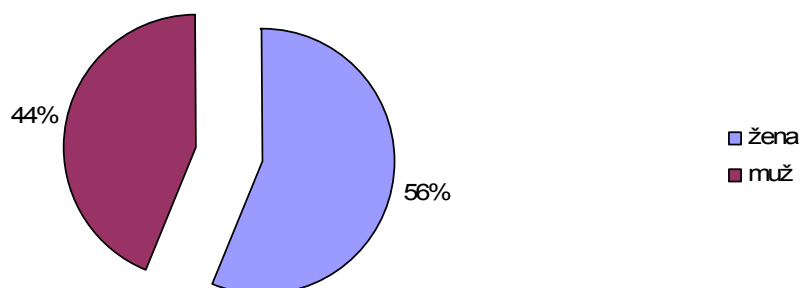
Zdroj: www.czso.cz

Dokončení Tab. 2

Bechyně					
Hluboká nad Vltavou					
Dolní Bukovsko					
Všemyslice	Stádlec				
Číčenice	Chelčice				
Újezdec u Číčenic	Skočice	Netolice	Talín	Paseky	Zvíkovské Podhradí

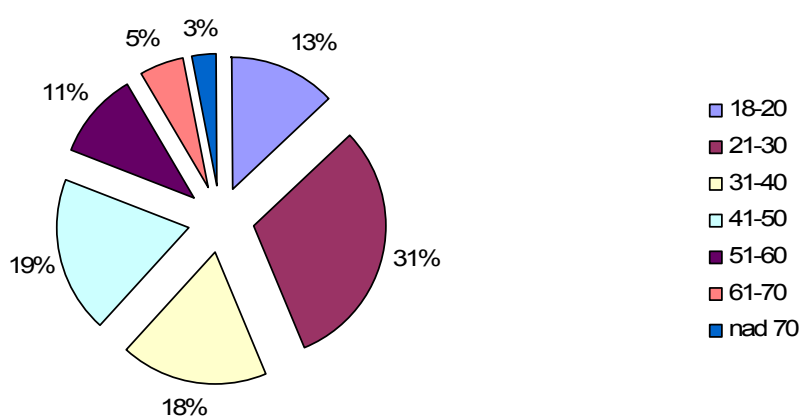
Zdroj: www.czso.cz

Přílohy 2. Portfólio respondentů



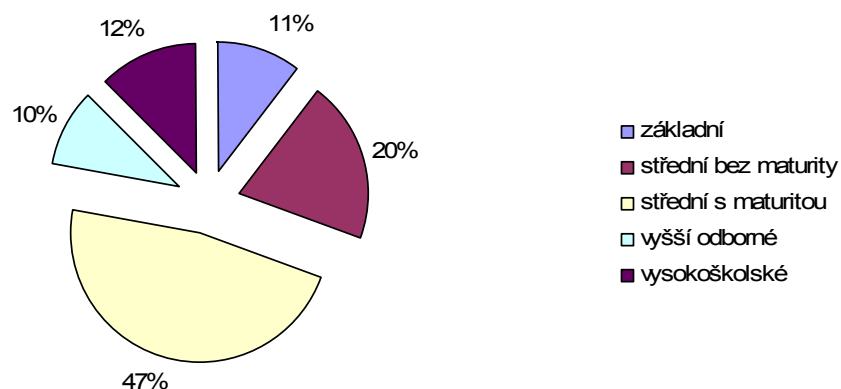
Obr.1 - Struktura respondentů podle pohlaví

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994



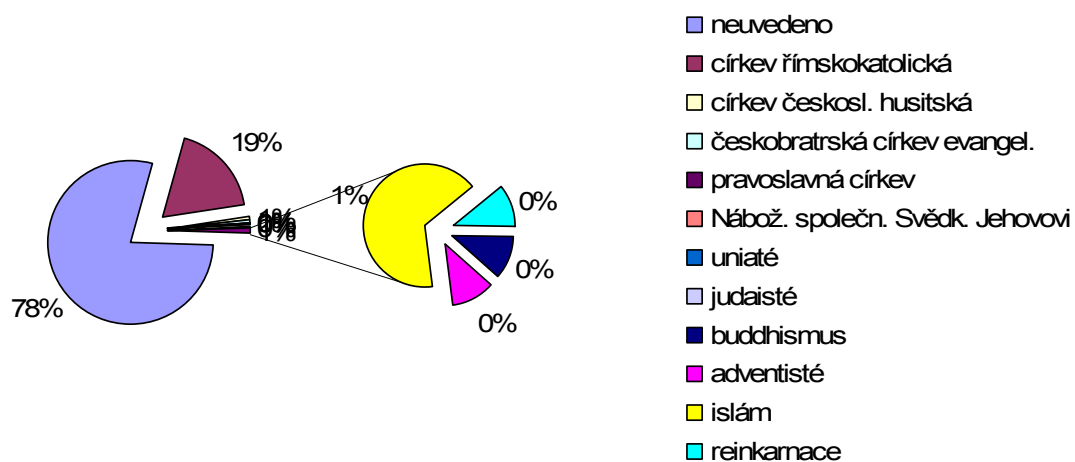
Obr.2 - Struktura respondentů podle věku

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994



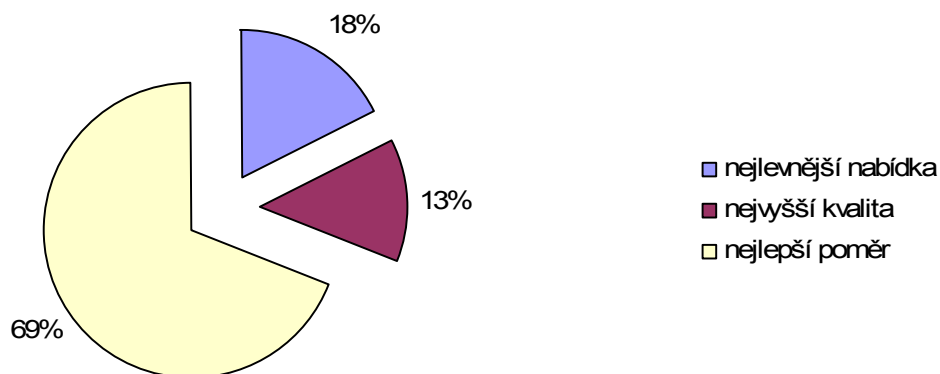
Obr.3 - Struktura respondentů podle vzdělání

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994



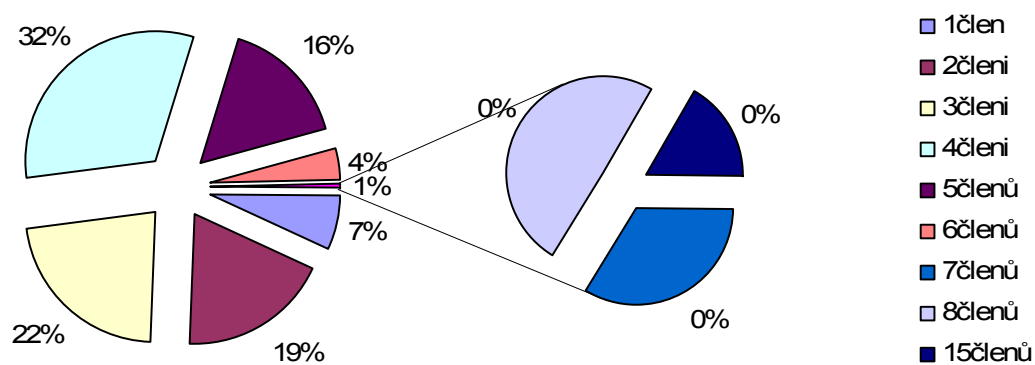
Obr.4 - Struktura respondentů podle víry

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994



Obr.5 - Struktura respondentů podle preference dovolené

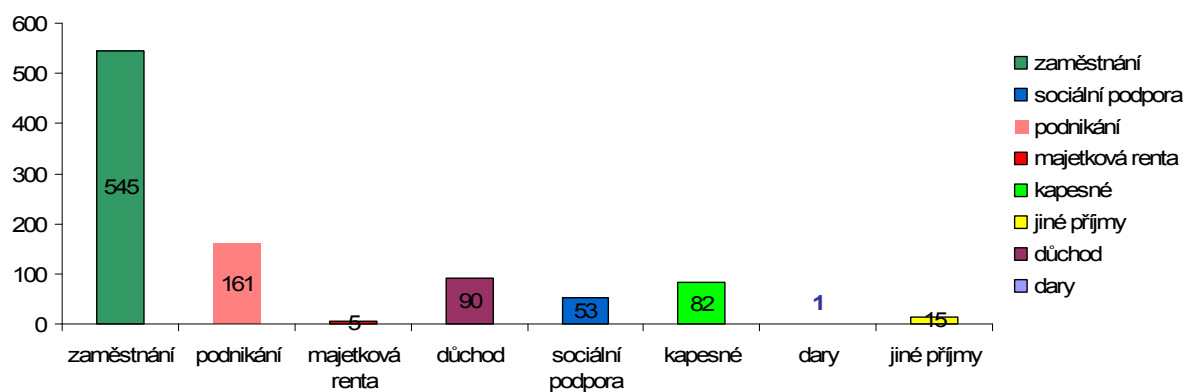
Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994



Obr.6 - Struktura respondentů podle počtu členů domácnosti

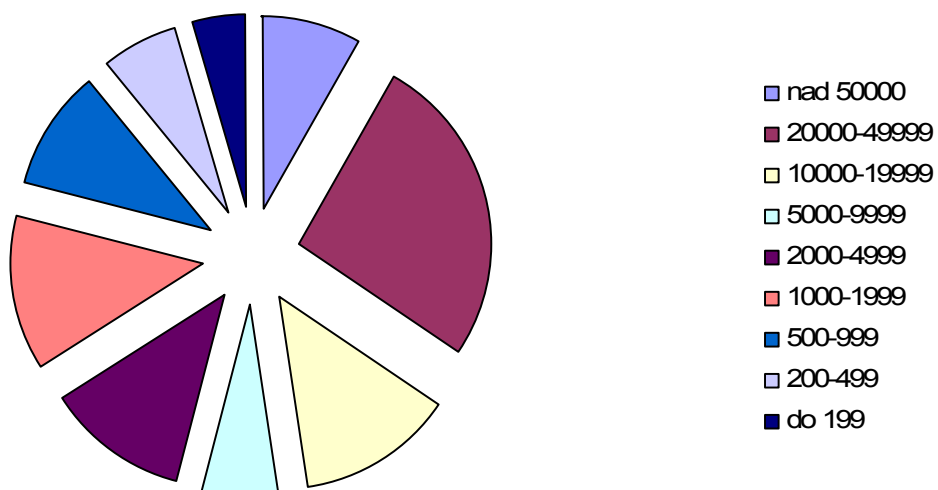
Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994

Nulová procenta vypovídají, že počet uvedené kategorie počtu členů domácnosti v porovnání k ostatním nepřesahuje 1%



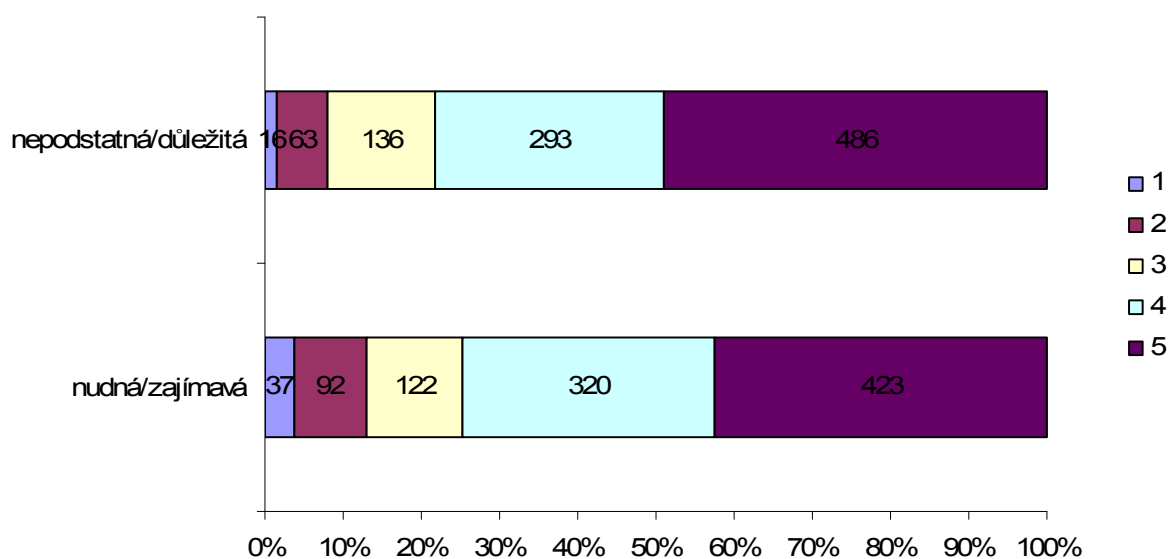
Obr.7 - Struktura respondentů podle příjmu

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994



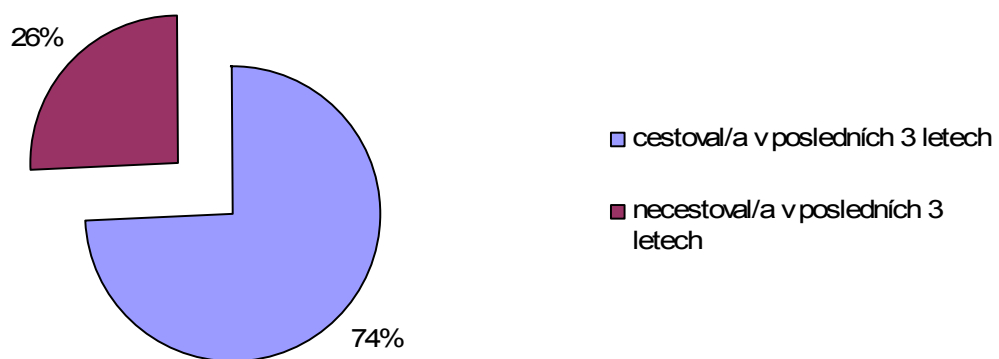
Obr.8 - Struktura respondentů podle velikosti obce

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994



Obr.9 - Vztah k historii

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994



Obr.10 – Vztah k cestovnímu ruchu respondenta.

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994

Příloha 3. Charakteristika koncentračních táborů

Tab.1 Určení

Určení	Počet
Koncentrační	13
Koncentrační/Vyhlazovací	3
Koncentrační/Internační	1
Koncentrační/Průchozí	1

Tab.2 Umístění

Umístění	Počet
Německo	6
Polsko	4
Ukrajina	1
Litva	1
Bělorusko	1
Rakousko	1
Francie	1
Slovensko	1
Česká Republika	1
Estonsko	1

Příloha 4. Pocity a motivy ve spojení s aktivitami Dark Tourism a Heritage Tourism

Tab.1a - Průměrné hodnoty pocitů jednotlivých obrázků(n=994).

	Uklidňující/Vzrušující	Ohyzdň/Krásný
Akropole v Aténách	3,36	4,18
Kasemata - Špilberk	2,44	2,65
Bodies - The Exhibition	2,08	2,49
Povodeň - Morava 1997	2,28	2,23
Památník ve Verdunu	3,11	3,43
J. V. Stalin	2,72	2,25
Koncentrační tábor - Dachau	2,07	1,44
Hřbitov - Slavín	3,45	3,76

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994

Tab.1b – Dokončení Tab.1a

Povznášející/Tísňivý	Nudný/Zajímavý	Příjemný/Nepříjemný	Nevtíravý/Vtíravý
3,71	4,03	4,04	3,71
2,15	3,6	2,42	3,07
2,43	4,05	2,43	2,79
1,63	3,57	1,68	2,81
2,48	3,59	2,79	3,28
2,32	2,62	2,14	2,57
1,43	3,55	1,4	2,5
3,18	3,52	3,3	3,48

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994

Tab.2 - Průměrné hodnoty motivů jednotlivých aktivit(n=994).

	zábava	odpočinek	poučení	pieta
Aktivita 1.	2,45	2,72	2,22	3,15
Aktivita 2.	3,12	3,38	2,11	3,53
Aktivita 3.	2,31	2,17	1,78	3,10
Aktivita 4.	3,05	3,03	2,19	2,59
Aktivita 5.	3,66	3,45	2,84	2,12
Aktivita 6.	2,59	2,28	1,76	3,35
Aktivita 7.	2,82	2,56	2,27	2,55
Aktivita 8.	3,56	3,06	2,17	2,01
Aktivita 9.	4,16	3,99	2,10	1,85
Aktivita 10.	4,26	4,48	2,87	2,88
Aktivita 11.	3,04	2,82	2,25	3,38
Aktivita 12.	4,45	4,49	3,28	3,17
Aktivita 13.	3,91	3,50	2,46	2,41
Aktivita 14.	4,06	3,55	2,37	1,97

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994 pro aktivity 1.-12., n=112 pro aktivity 13. a 14.

Aktivita:

Aktivita 1. = Návštěva míst “středověkých” rytířských soubojů nebo rekonstrukce bitvy

Aktivita 2. = Návštěva výstavy typu Bodies – The Exhibition

Aktivita 3. = Návštěva historických staveb

Aktivita 4. = Návštěva míst válečných střetnutí a bitev

Aktivita 5. = Návštěva míst smrti známé osoby

Aktivita 6. = Návštěva muzeí a galerií

Aktivita 7. = Návštěva míst, kde žila a tvořila významná osobnost

Aktivita 8. = Návštěva hřbitovů, mauzoleí, krypt, památníků katastrof nebo válek

Aktivita 9. = Návštěva míst masového vraždění

Aktivita 10. = Návštěva míst právě probíhající katastrofy

Aktivita 11. = Návštěva muzeí a expozic válek a zbraní

Aktivita 12. = Přítomnost při veřejné popravě v zemích, které to umožňují

Aktivita 13. = Návštěva památníků věnovaných obětem Holocaustu

Aktivita 14. = Návštěva míst spojených s židovskou diasporou

Příloha 5. Účast na aktivitách Dark Tourism a Heritage Tourism

Tab.3 Tabulka četností odpovědí na otázku týkající se návštěvy daného místa.

	Ano (hlavní cíl)	Ano(zpestření)	Ne	Ne, ale zaujalo mne
Aktivita 1.	161	276	465	92
Aktivita 2.	136	74	568	216
Aktivita 3.	551	274	129	40
Aktivita 4.	76	153	630	135
Aktivita 5.	66	127	691	110
Aktivita 6.	477	355	140	22
Aktivita 7.	132	229	524	109
Aktivita 8.	228	357	342	67
Aktivita 9.	206	118	540	130
Aktivita 10.	127	111	673	83
Aktivita 11.	128	299	481	86
Aktivita 12.	16	21	845	112
Aktivita 13.	3	21	79	9
Aktivita 14.	14	25	62	11

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994

Popis jednotlivých aktivit viz. Tab. 2

Příloha 6. Emoce vzbuzující snímek koncentračního tábora Dachau

Tab.1 - Srovnání emocí, které vzbuzuje snímek koncentračního tábora Dachau mezi muži a ženami.

	Ženy		Muži		F	
Vzrušující - uklidňující	2,07	a	2,08	a	0,033	
Ohyzdný - krásný	1,42	a	1,47	a	1,105	
Tísňivý - povznášející	1,36	a	1,51	b	9,93	**
Nudný - zajímavý	3,58	a	3,5	a	1,39	
Nepříjemný - příjemný	1,34	a	1,47	b	8,63	**
Vtíravý - nevtíravý	2,44	a	2,58	a	3,071	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Písmena ve sloupcích nám říkají: "a" se liší od "b", "ab" se neliší ani od "a" ani od "b". Hvězdičky nám značí převedení hodnoty "p" do tří hladin. *** signifikantní na $p < 0,001$, ** signifikantní na $p < 0,01$. Signifikantní znamená, že je to důležitý výsledek.

Tab.2a - Srovnání emocí, které vzbuzuje snímek koncentračního tábora Dachau mezi různými věkovými skupinami.

	18-20		21-30		31-40	
Vzrušující- uklidňující	2,17	a	2,15	a	2,15	a
Ohyzdný - krásný	1,37	a	1,39	a	1,4	a
Tísňivý - povznášející	1,33	a	1,38	a	1,51	a
Nudný - zajímavý	3,5	ab	3,75	b	3,48	ab
Nepříjemný - příjemný	1,34	a	1,35	a	1,51	a
Vtíravý - nevtíravý	2,69	a	2,49	a	2,4	ab

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.2b – Dokončení Tab.2a

41-50		51-60		61-70		nad 70		F	
2,04	ab	2,02	ab	1,94	ab	1,47	b	3,672	**
1,46	a	1,47	a	1,49	a	1,59	a	1,019	
1,43	a	1,53	a	1,46	a	1,5	a	1,368	
3,42	a	3,31	a	3,48	ab	3,8	ab	3,924	***
1,42	a	1,36	a	1,35	a	1,43	a	1,204	
2,64	a	2,52	a	2,39	ab	1,7	b	3,402	**

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.3a - Srovnání emocí, které vzbuzuje snímek koncentračního tábora Dachau mezi respondenty s odlišným dosaženým vzděláním.

	základní		střední bez maturity		střední s maturitou	
vzrušující-uklidňující	1,99	a	2,11	a	2,07	a
ohydný-krásný	1,46	a	1,45	a	1,38	a
tísňivý-povznášející	1,4	a	1,54	a	1,37	a
nudný-zajímavý	3,3	b	3,46	ab	3,63	a
nepříjemný-příjemný	1,37	a	1,46	a	1,38	a
vtíravý-nevtíravý	2,54	a	2,52	a	2,49	a

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab. 3b – Dokončení Tab.3a

vyšší odborné		vysokoškolské		F	
2,07	a	2,09	a	0,279	
1,6	a	1,48	a	2,005	
1,56	a	1,38	a	2,765	
3,43	ab	3,69	a	3,406	**
1,48	a	1,31	a	1,374	
2,58	a	2,43	a	0,26	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.4a - Srovnání emocí, které vzbuzuje snímek koncentračního tábora Dachau mezi respondenty s odlišným příjmem domácnosti.

	zaměstnání		podnikání		majetková renta		důchod	
vzrušující-uklidňující	2,12	b	1,86	a	1,6	abc	1,94	ab
ohydný-krásný	1,42	ab	1,45	ab	1	ab	1,48	ab
tísňivý-povznášející	1,37	a	1,53	a	2,2	a	1,42	a
nudný-zajímavý	3,55	a	3,54	a	3,4	a	3,41	a
nepříjemný-příjemný	1,36	a	1,41	a	1,8	a	1,39	a
vtíravý-nevtíravý	2,48	a	2,52	a	2,6	a	2,2	a

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.4b – Pokračování Tab.4a

sociální podpora		kapesné		dary	
1,96	ab	2,06	ab	2	abc
1,49	ab	1,45	ab	1	ab
1,57	a	1,39	a	2	a
3,72	a	3,73	a	4	a
1,53	a	1,46	a	2	a
2,34	a	2,28	a	2,48	a

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.4c – Dokončení Tab.4a

jiné příjmy		neuvedeno		F	
2,33	abc	2,67	c	4,1076	***
1	a	1,74	b	1,8813	
1,27	a	1,62	a	2,1516	
3,13	a	3,4	a	1,1322	
1,27	a	1,52	a	1,0734	
2	a	3	a	0,8985	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.5 - Srovnání emocí, které vzbuzuje snímek koncentračního tábora Dachau z hlediska přihlášení se k náboženství či nikoli.

	Ano		Ne		F	
vzrušující-uklidňující	1,97	a	2,1	a	3,47	
ohydný-krásný	1,38	a	1,45	a	1,39	
tísňový-povznášející	1,35	a	1,45	a	3,2	
nudný-zajímavý	3,45	a	3,57	a	2,35	
nepříjemný-příjemný	1,3	a	1,42	b	4,95	
vtíravý-nevtíravý	2,45	a	2,52	a	0,51	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.6a - Srovnání emocí, které vzbuzuje snímek koncentračního tábora Dachau mezi respondenty s různou velikostí bydliště.

	do 199		200-499		500-999		1.000-1.999	
vzrušující-uklidňující	2,16	abc	2,47	b	2	abc	2,2	ab
ohyzdny-krásný	1,3	a	1,39	a	1,67	a	1,38	a
tísňivý-povznášející	1,14	a	1,39	abc	1,61	bc	1,33	ab
nudný-zajímavý	3,58	ab	3,25	a	3,47	ab	3,52	ab
nepříjemný-příjemný	1,19	a	1,34	ab	1,39	ab	1,29	a
vtíravý-nevtíravý	2,79	ab	2,73	ab	2,52	ab	2,56	ab

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.6b –Pokračování Tab.6a

2.000-4.999		5.000-9.999		10.000-19.999	
2,2	ab	2,05	ac	1,92	ac
1,55	a	1,34	a	1,31	a
1,48	abc	1,32	ab	1,2	a
3,39	a	3,4	a	3,28	a
1,48	ab	1,25	a	1,29	ab
2,84	b	2,33	a	2,17	a

Zdroj: dotazníkové šetření, n=994, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.6c – Dokončení Tab.6a

20.000-49.999		nad 50.000		F	
2,21	ab	1,82	c	5,769	***
1,48	a	1,44	a	2,023	
1,34	ab	1,6	c	4,813	***
3,59	ab	3,86	a	5,2	***
1,37	ab	1,55	a	3,567	***
2,66	ab	2,28	a	4,269	***

Zdroj: dotazníkové šetření, n=994, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.7 - Srovnání emocí, které vzbuzuje snímek koncentračního tábora Dachau mezi respondenty, podle účasti na cestovním ruchu v roce 2007.

	Ano		Ne		F	
vzrušující-uklidňující	2,09	a	2,04	a	0,551	
ohybný-krásný	1,41	a	1,52	b	4,438	
tísňový-povznášející	1,40	a	1,51	b	3,882	
nudný-zajímavý	3,58	a	3,46	a	2,181	
nepříjemný-příjemný	1,36	a	1,49	b	6,042	
vtíravý-nevtíravý	2,54	a	2,41	a	2,175	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.8 - Srovnání emocí, které vzbuzuje snímek koncentračního tábora Dachau podle upřednostňované dovolené.

	nejlevnější nabídka		nejvyšší kvalita		nejlepší poměr		F	
vzrušující-uklidňující	2,08	a	2,08	a	2,07	a	0,02	
ohybný-krásný	1,68	a	1,63	a	1,34	b	20,291	***
tísňový-povznášející	1,65	a	1,62	a	1,33	b	18,465	***
nudný-zajímavý	3,39	a	3,45	ab	3,61	b	3,929	
nepříjemný-příjemný	1,61	a	1,49	a	1,32	b	13,941	***
vtíravý-nevtíravý	2,56	a	2,51	a	2,49	a	0,254	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=994, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Příloha 7. Motivy k účasti návštěvy míst masového vraždění

Tab.1 - Srovnání motivů k účasti návštěvy místa masového vraždění (např. koncentrační tábory, masové hroby) mezi muži a ženami.

	ženy		muži		F	
zábava	4,26	b	4,08	a	5,81	
odpočinek	4,06	a	3,95	a	2,37	
poučení	2,02	a	2,19	b	4,027	
pieta	1,81	a	1,85	a	0,179	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.2a - Srovnání motivů k účasti návštěvy místa masového vraždění (např. koncentrační tábory, masové hroby) mezi různými věkovými skupinami.

	18-20		21-30		31-40		41-50	
zábava	3,83	b	4	bc	4,35	a	4,29	ac
odpočinek	3,82	a	3,81	a	4,14	ab	4,07	ab
poučení	2,02	a	1,9	a	2,21	a	2,07	a
pieta	2,03	a	1,89	a	1,81	a	1,7	a

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.2b – Dokončení Tab.2a

51-60		61-70		nad 70		F	
4,51	a	4,23	abc	4,5	abc	6,189	***
4,32	b	4,06	ab	4,39	ab	4,502	***
2,32	a	2,3	a	2,71	a	3,405	**
1,6	a	1,75	a	2,32	a	2,433	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.3a - Srovnání motivů k účasti návštěvy místa masového vraždění (např. koncentrační tábory, masové hroby) podle dosaženého vzdělání.

	základní		střední bez maturity		střední s maturitou	
zábava	4	a	4,16	a	4,16	a
odpočinek	3,83	a	4,01	a	3,99	a
poučení	2,13	ab	2,42	b	1,98	a
pieta	2,04	a	1,97	a	1,75	a

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.3b – Dokončení Tab.3a

vyšší odborné		vysokoškolské		F	
4,33	a	4,32	a	0,279	
4,03	a	4,23	a	2,005	
2,2	ab	1,91	a	2,765	***
1,85	a	1,69	a	3,406	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.4a - Srovnání motivů k účasti návštěvy místa masového vraždění (např. koncentrační tábory, masové hroby) podle hlavního příjmu domácnosti.

	zaměstnání		podnikání		majetková renta	
zábava	4,21	ab	4,19	ab	5	ab
odpočinek	4,01	a	4,2	a	4,2	a
poučení	2,04	a	2,02	a	2,4	a
pieta	1,79	a	1,73	a	2,4	a

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.4b – Pokračování Tab.4b

důchod		sociální podpora		kapesné	
4,37	b	4,12	ab	3,82	a
4,18	a	3,88	a	3,67	a
2,47	a	2,35	a	1,98	a
1,83	a	2,02	a	2,04	a

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.4c – Dokončení Tab.4a

dary		jiné příjmy		F	
2	ab	3,87	ab	2,7251	**
2	a	3,4	a	3,2471	**
1	a	2,4	a	2,013	
1	a	2,27	a	1,2327	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.5 - Srovnání motivů k účasti návštěvy masového vraždění (např. koncentrační tábory, masové hroby) z hlediska přihlášení se k náboženství či nikoli.

	Ano		Ne		F	
zábava	4,36	b	4,13	a	6,679	**
odpočinek	4,3	b	3,93	a	17,077	***
poučení	2,21	a	2,07	a	1,943	
pieta	1,85	a	1,82	a	0,104	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.6a - Srovnání motivů k účasti návštěvy místa masového vraždění (např. koncentrační tábory, masové hroby) podle velikosti místa bydliště.

	do 199		200-499		500-999		1.000-1.999	
zábava	4,03		4,48		4,1		4,04	
odpočinek	4,18		4,23		3,94		4,13	
poučení	1,78		2,11		2,21		2,08	
pieta	1,8		1,65		1,76		1,98	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.6b – Pokračování Tab.6a

2.000-4.999		5.000-9.999		10.000-19.999	
4,17		4,43		4,05	
3,85		4,05		3,89	
2,12		2,05		2,16	
1,82		1,75		1,88	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.6c – Dokončení Tab.6a

20.000-49.999		nad 50.000		F	
4,14		4,14		5,769	
4,03		3,95		2,023	
2,02		2,15		4,813	
1,83		1,87		5,2	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.7 - Srovnání motivů k účasti návštěvy místa masového vraždění (např. koncentrační tábory, masové hroby) podle účasti na cestovním ruchu v roce 2007.

	Ano		Ne		F	
zábava	4,17	a	4,23	a	0,479	
odpočinek	4	a	4,05	a	0,348	
poučení	2,04	a	2,27	b	6,518	
pieta	1,78	a	1,95	a	3,547	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.8 - Srovnání motivů k účasti návštěvy místa masového vraždění (např. koncentrační tábory, masové hroby) podle upřednostňované dovolené.

	nejlevnější nabídka		Nejvyšší kvalita		nejlepší poměr		F
zábava	4,15		4,04		4,22		1,395
odpočinek	3,95		3,98		4,03		0,433 ***
poučení	2,16		2,15		2,07		0,412 ***
pieta	2,04		1,79		1,78		3,093

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Příloha 8. Motivy k účasti návštěvy míst spojených s židovskou diasporou

Tab.1 - Srovnání motivů k účasti návštěvy míst spojených s židovskou diasporou mezi muži a ženami.

	ženy	muži	F
zábava	4	3,9	0,375
odpočinek	3,77	3,34	3,5015
poučení	2,5	2,45	0,0534
pieta	2,48	2,31	0,4116

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.2a - Srovnání motivů k účasti návštěvy míst spojených s židovskou diasporou mezi různými věkovými skupinami.

	18-20	21-30	31-40	41-50
Zábava	4	3,95	3,56	4,17
odpočinek	3,91	3,62	3,04	3,52
poučení	2,64	2,41	2,52	2,48
Pieta	2,45	2,35	2,48	2,13

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.2b – Dokončení Tab.2a

51-60	61-70	nad 70	F
5	4,33	4	1,8855
4,5	4,33	4	1,5303
2	3	1	0,51737
2	4	2	0,99743

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.3a - Srovnání motivů k účasti návštěvy míst spojených s židovskou diasporou podle dosaženého vzdělání.

	základní	střední bez maturity	střední s maturitou
zábava	4,14	4	3,92
odpočinek	4,14	3,4	3,49
poučení	2,57	2,56	2,49
pieta	2,29	2,28	2,39

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.3b – Dokončení Tab.3a

vyšší odborné		vysokoškolské		F	
3,63		4		0,428	
3,5		3,62		0,5931	
2,5		2,15		0,3134	
2,5		2,54		0,1083	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.4a - Srovnání motivů k účasti návštěvy míst spojených s židovskou diasporou podle hlavního příjmu domácnosti.

	zaměstnání		podnikání		majetková renta	
zábava	3,9	a	4	a	4	a
odpočinek	3,47	a	3,29	a	4	a
poučení	2,37	a	2,59	a	4	a
pieta	2,25	ab	2,29	ab	2	ab

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.4b – Pokračování Tab.4a

důchod		sociální podpora		kapesné	
4,17	a	3,33	a	4,08	a
4	a	3,33	a	3,75	a
2,67	a	2,67	a	2,33	a
3,17	ab	1,67	a	2,33	ab

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.4c – Dokončení Tab.4a

jiné příjmy		F	
4	a	0,4151	
4,33	a	0,6533	
3,33	a	0,7994	
5	b	3,0064	**

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.5 - Srovnání motivů k účasti návštěvy míst spojených s židovskou diasporou z hlediska přihlášení se k náboženství či nikoli.

	Ano	Ne	F
zábava	4,38	3,9	2,3335
odpočinek	2,75	3,6	4,0522
poučení	2,13	2,5	0,8336
pieta	2,13	2,4	0,33917

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.6a - Srovnání motivů k účasti návštěvy míst spojených s židovskou diasporou podle velikosti místa bydliště.

	do 199		200-499		500-999	
zábava	3,33	a	4	a	3,5	a
odpočinek	1,67	b	3	ab	3	ab
poučení	1,67	a	2,3	a	2,8	a
pieta	1,33	a	2	a	2,8	a

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.6b – Pokračování Tab.6b

1.000-1.999		2.000-4.999		5.000-9999	
3,91	a	4	a	4,37	a
3,61	ab	3,6	ab	4	a
2,7	a	2,6	a	2,68	a
2,3	a	3,1	a	2,05	a

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.6c – Dokončení Tab.6a

20.000-49.999		F	
3,85	a	1,667	
3,7	a	2,9451	
2,11	a	1,2246	
2,52	a	1,4605	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.7 - Srovnání motivů k účasti návštěvy míst spojených s židovskou diasporou podle účasti na cestovním ruchu v roce 2007.

	Ano	Ne	F
zábava	3,92	4	0,169
odpočinek	3,54	3,5	0,0223
poučení	2,37	2,77	2,5447
pieta	2,41	2,31	0,1145

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.8 - Srovnání motivů k účasti návštěvy míst spojených s židovskou diasporou podle upřednostňované dovolené.

	nejlevnější nabídka	nejvyšší kvalita	nejlepší poměr	F
zábava	4,07	3,78	3,96	0,514
odpočinek	3,71	3,11	3,6	1,4977
poučení	2,86	2,61	2,36	1,3578
pieta	2,43	2,28	2,4	0,0724

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Příloha 9. Motivy k účasti návštěvy památníků věnovaných obětem Holocaustu

Tab.1 - Srovnání motivů k účasti návštěvy památníků věnovaných obětem Holocaustu mezi muži a ženami.

	ženy	muži	F
zábava	4,2	3,93	2,036
odpočinek	3,8	3,34	3,5754
poučení	2,58	2,19	2,4731
pieta	2,02	1,93	0,1491

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.2a - Srovnání motivů k účasti návštěvy památníků věnovaných obětem Holocaustu mezi různými věkovými skupinami.

	18-20	21-30	31-40	41-50
zábava	3,91	4,16	3,68	4,33
odpočinek	3,45	3,54	3,32	3,75
poučení	2,36	2,65	2,16	2,08
pieta	1,91	1,97	1,88	1,88

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.2b – Dokončení Tab.2a

51-60	61-70	nad 70	F
4	4,33	3	1,3833
3,5	4,33	3	0,4864
2	3,33	1	1,16861
2	3,67	2	1,08795

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.3a - Srovnání motivů k účasti návštěvy památníků věnovaných obětem Holocaustu podle dosaženého vzdělání.

	základní	střední bez maturity	střední s maturitou
zábava	3,86	4,19	3,92
odpočinek	3,71	3,81	3,14
poučení	2,86	2,65	2,27
pieta	2,57	1,85	2,04

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.3b. – Dokončení Tab.3a

vyšší odborné		vysokoškolské		F	
3,88		4,46		1,128	
3,63		4,38		3,4876	
2		2,08		1,0382	
1,75		1,77		0,7214	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.4a - Srovnání motivů k účasti návštěvy památníků věnovaných obětem Holocaustu podle hlavního příjmu domácnosti.

	zaměstnání		podnikání		majetková renta	
zábava	3,97		4,47		4	
odpočinek	3,48		3,71		4	
poučení	2,23		2,18		4	
pieta	1,85		1,71		1	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.4b – Pokračování Tab.4a

důchod		sociální podpora		kapesné	
3,83		4,67		3,67	
3,67		3		3,33	
2,5		3		2,58	
3		1,33		2,17	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.4c – Dokončení Tab.4a

jiné příjmy		F	
4,67		1,4596	
5		0,974	
3,67		1,2261	
4		3,12916	**

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.5 - Srovnání motivů k účasti návštěvy památníků věnovaných obětem Holocaustu z hlediska přihlášení se k náboženství či nikoli.

	Ano		Ne		F	
zábava	4,63		4		3,2391	
odpočinek	3,75		3,53		0,2434	
poučení	2,5		2,35		0,1088	
pieta	1,63		2		0,73868	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.6a - Srovnání motivů k účasti návštěvy památníků věnovaných obětem Holocaustu podle velikosti bydliště.

	do 199		200-499		500-999	
zábava	3,67	a	3,6	a	3,8	a
odpočinek	2,33	ab	2,4	a	3,3	ab
poučení	2	a	2,4	a	2,4	a
pieta	1,67	a	1,8	a	2,1	a

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.6b – Pokračování Tab.6a

1.000-1.999		2.000-4.999		5.000-9.999	
4	a	4,4	a	4,53	a
3,39	ab	3,7	ab	4,21	b
2,7	a	2,2	a	2,63	a
2,13	a	2,6	a	1,47	a

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.6c – Dokončení Tab.6a

20.000-49.999		F	
3,93	a	1,74	
3,79	ab	3,7152	**
1,96	a	0,9615	
2	a	1,2039	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112, popis tabulky viz. Příloha 6, Tab.1

Tab.7 - Srovnání motivů k účasti návštěvy památníků věnovaných obětem Holocaustu podle účasti na cestovním ruchu v roce 2007.

	Ano		Ne		F	
zábava	4,1		3,88		1,028	
odpočinek	3,64		3,27		1,7531	
poučení	2,4		2,23		0,3642	
pieta	1,95		2,04		0,1124	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Tab.8 - Srovnání motivů k účasti návštěvy památníku věnovaných obětem Holocaustu podle upřednostňované dovolené.

	nejlevnější nabídka		nejvyšší kvalita		nejlepší poměr		F	
zábava	3,64		4,11		4,11		1,48	
odpočinek	3,36		3,28		3,65		0,8379	
poučení	2,21		2,17		2,44		0,438	
pieta	2,29		1,56		2,01		1,6723	

Zdroj: Vlastní dotazníkové šetření, n=112

Příloha 10. Statistiky návštěvnosti

Tab. 1- Návštěvnost Malé pevnosti

Malá pevnost	Návštěvnost celkem	Cizinci	Mládež cizina	Mládež ČR
ROK 2005	248 136	195 884	125 419	45 816
Rok 2004	229 906	187 075	116 874	25 339
Rok 2003	194 588	159 418	104 052	20 687

Zdroj: <http://www.pamatnik-terezin.cz/showdoc.do?docid=325>

Tab.2-Návštěvnost Muzea Ghetta

Muzeum Ghetta	Návštěvnost celkem	Cizinci	Mládež cizina	Mládež ČR
ROK 2005	172 484	128 757	72 216	34 024
Rok 2004	158 368	121 972	66 116	20 234
Rok 2003	115 022	94 924	54 061	12 817

Zdroj: <http://www.pamatnik-terezin.cz/showdoc.do?docid=325>

Tab.3- Návštěvnost Magdeburských kasáren

Magdeburské kasárny	Návštěvnost celkem	Cizinci	Mládež cizina	Mládež ČR
ROK 2005	47 416	34 667	16 581	9 303
Rok 2004	48 612	36 056	16 497	6 532
Rok 2003	44 250	32 189	16 536	5 211

Zdroj: <http://www.pamatnik-terezin.cz/showdoc.do?docid=325>

Příloha 11. Seznam koncentračních táborů

Tábor	Určení	Umístění	Založen	Evakuován	Osvobozen	Přibl. počet mrtvých
<u>Auschwitz</u>	Koncentrační/ Vyhlašovací	Oswiecim, Polsko (u Krakova)	26.3.1940	18.1.1945	27.1.1945 Sověty	1,100,000
<u>Bergen-Belsen</u>	Internační/ Koncentrační (po3/1944)	blízko Hannoveru, Německo	1.4.1943	neuvedeno	15.4.1945 Brity	35
<u>Buchenwald</u>	Koncentrační	Buchenwald, Německo (u Weimaru)	16.7.1937	6.4.1945	11.4.1945 Američany	neuvedeno
<u>Flossenbürg</u>	Koncentrační	Flossenbürg, Německo (u Norimberka)	3.5.1938	20.4.1945	23.4.1945 Američany	neuvedeno
<u>Janowska</u>	Koncentrační/ Vyhlašovací	Lvov, Ukrajina	1.9.1941	neuvedeno	1.11.1943 Zlikvidován nacisty	neuvedeno
<u>Kaiserwald/Riga</u>	Koncentrační (Po 3/43)	Meza-Park, Litva (u Rigy)	25.4.1905	1.7.1944	neuvedeno	neuvedeno
<u>Koldichevo</u>	Koncentrační	Baranovichi, Bělorusko	Léto 1942	neuvedeno	neuvedeno	22
<u>Majdanek</u>	Koncentrační/ Vyhlašovací	Lublin, Polsko	16.2.1943	1.7.1944	22.7.1944 Sověty	360
<u>Mauthausen</u>	Koncentrační	Mauthausen, Rakousko (u Linz)	8.8.1938	neuvedeno	5.5.1945 Američany	120
<u>Natzweiler/ Struthof</u>	Koncentrační	Natzweiler, Francie (u Štrasburgu)	1.5.1941	1.9.1944	neuvedeno	12
<u>Plaszow</u>	Koncentrační (Po 1/44)	Krakow, Polsko	1.10.1942	Léto 1944	15.1.1945 Sověty	8
<u>Ravensbrück</u>	Koncentrační	u Berlin, Německo	15.5.1939	23.4.1945	30.4.1945 Sověty	neuvedeno
<u>Sachsenhausen</u>	Koncentrační	Berlin, Německo	1.7.1936	1.3.1945	27.4.1945 Sověty	neuvedeno
<u>Sered</u>	Koncentrační	Sered, Slovakia (u Bratislava)	přelom 1941/42	neuvedeno	1.1.1945 Sověty	neuvedeno

<u>Stutthof</u>	Koncentrační (Po 1/42)	u Danzigu, Polsko	2.9.1939	25.1.1945	9.5.1945 Sověty	65
<u>Theresienstadt</u>	Koncentrační	Terezín, Česká Republika (u Prahy)	24.11.1941	Předán Červenému kříži 3.5.1945	8.5.1945 Sověty	33
<u>Vaivara</u>	Koncentrační/ Průchozí	Estónsko	1.9.1943	neuvedeno	28.6.1944 Uzavřen	neuvedeno

Zdroj: www.holocaust-history.org