

JANA DUFFKOVÁ

ČESKÁ DOVOLENÁ NA KONCI 20. STOLETÍ (obecná charakteristika)

1. POJETÍ DOVOLENÉ – POZNÁMKY K ZÁKLADNÍM TEORETICKÝM A METODOLOGICKÝM SOUVISLOSTEM

Dovolená může být ze sociologického hlediska charakterizována jako delší souvislý úsek volna v ročním rytmu práce a volného času, který si zachovává všechny základní funkce volného času, tj. relaxaci, zábavu a vzdělávání, a vyznačuje se obvykle dočasnou změnou životního stylu, či alespoň některých jeho podmínek, okolností a součástí.

Dovolená je přitom kategorií velice úzce propojenou přinejmenším ještě s třemi dalšími, jimiž jsou rekreace – turismus – cestovní ruch. Uvedené termíny (ve veškeré své nejednoznačnosti pojetí) pojmenovávají čtyři vzájemně se prolínající a překrývající okruhy problematiky, z nichž každý v sobě zároveň obsahuje určité specifické momenty, nebo alespoň specifický zorný úhel pohledu, jimiž se od sebe odlišují. V podstatě nelze analyzovat jeden z těchto okruhů, aniž jsou dotčeny okruhy zbývající. V centru pozornosti následujícího textu je výslovně (a natolik, nakolik to zmíněné vzájemně propojení umožňuje, i výlučně) dovolená – rekreace, turismus a cestovní ruch zde figurují spíše marginálně, a to nikoli jako relativně samostatné, svébytné celky s vlastními směry úvah a vlastními do široka a do různých stran sahajícími koncepty,¹ ale jako dílčí pomocné částečky celkové mozaiky v těch nejdůležitějších odkazech na dovolenou.

Následující text bude vycházet především z dat empirických výzkumů, a je proto namísto ještě před jejich prezentací zmínit alespoň stručně některé problémy, které výzkum dovolených provázejí. I když drtivá většina českých sociologických výzkumů postrádá implicitně formulované pojetí dovolené (mapování dovolených je obvykle jen jednou ze součástí mnohem širě zaměřeného výzkumu), nutně by operacionalizace dovolené měla vyvolat tři zásadní otázky:

¹ Např. ekonomizující otázka průmyslu cestovního ruchu, potřeby rekreace z hlediska psychologie a duševní hygieny či filozofující pojetí člověka v postmoderní době coby turistu.

1. Jak odlišit „prodloužený víkend“ od „kratší dovolené“, jinak řečeno jak dlouhé volno pojímat jako dovolenou?
2. Koho se dovolená vlastně týká?
3. Myslí se dovolenou automaticky volno v letním období, nebo nikoli?

První problém řeší sociologové buď výslovným upozorněním ve znění otázky na to, že jde o nejméně pětidenní souvislou dovolenou (např. GfK) (event. řidčeji přinejmenším třídenní volno), nebo tím, že rozhodnutí o tom, co je vlastně dovolená, ponechávají na respondentech – respondenti jsou dotazováni na prožití své „dovolené“ bez bližšího obsahového či časového vymezení (např. výzkum Sociologického ústavu AV ČR z r. 1999 Deset let společenské transformace v České a Slovenské republice, jehož výsledky jsou jedním z hlavních zdrojů konkrétních dat tohoto textu). V druhém případě jde tedy vlastně spíše o to, co lidé **pocítují** jako dovolenou, co sami hodnotí jako dovolenou po obsahové stránce, z hlediska naplnění určitých funkcí apod. Výpovědím respondentů tak přibývá další, hodnotící dimenze, ale zároveň to může komplikovat komparaci s jinak založenými výzkumy.

Druhý problém vyvstává v souvislosti především se skupinami důchodců a žáků/studentů/učňů, ale také s ženami v domácnosti či na mateřské dovolené, s nezaměstnanými (hlavně dlouhodobě) apod. Podstata problému spočívá v tom, že dovolená jako kategorie ztrácí svůj původní smysl bez svého „protějšku“, tj. pracovního času, a žádá za vyjmenovaných skupin ve svém harmonogramu dne „pracovní čas“ v plném slova smyslu nemá. Určitou výjimkou je případ žáků/studentů/učňů; de facto všechny české výzkumy, které postihují i tyto sociálně-věkové kategorie, automaticky jejich „dovolenou“ ztotožňují s prázdninami (čas strávený ve škole, event. školní přípravou = pracovní čas této skupiny). Některé výzkumy daný problém zdánlivě nemají: soubor respondentů tvoří ekonomicky aktivní populace, event. populace vymezená dolním a/nebo horním věkovým limitem tak, že do něj nejmladší a nejstarší věkové skupiny nespádají – řešení je to však jenom částečné (zejména v souborech vymezených věkem). V jiných výzkumech se objevuje šalamounské řešení: respondenti jsou výslovně upozorněni, že ekonomicky aktivní mají vypovídat o své dovolené a ostatní o době, kterou jako dovolenou prožívali (např. CVVM, resp. výzkumy bývalého IVVM).

Třetí problematický okruh (dovolená = letní dovolená?) často není vůbec jako problém vnímán – právě proto, že k uvedenému automatickému ztotožnění dochází. Svě obsahové oprávnění to jistě má vzhledem k tomu, že převaha dovolených vybíraných v létě je u nás tradiční i praktická (především vzhledem k letním prázdninám dětí) a i v 90. letech 20. století, kdy se přece jen zájem o dovolené v jiných ročních obdobích zvýšil, si v létě svou dovolenou vybírá většina obyvatel. Přece jen však jde o určitou záměnu či zjednodušení, které v určitých souvislostech u specifických skupin obyvatelstva (zemědělci si málokdy mohou dovolit vybrat dovolenou v létě) může vést k poněkud zkresleným výsledkům.

2. MÍT, ČI NEMÍT (DOVOLENOU)?

Z výsledků velké většiny sociologických výzkumů z druhé poloviny 90. let, zabývajících se alespoň částečně otázkou dovolených v ČR, vyplývá, že dovolenou si vůbec

nevybíralo² v této době zhruba 30–40 % osob.³ Obdobné informace přinesl i výzkum Sociologického ústavu AV ČR z r. 1999 Deset let společenské transformace v České a Slovenské republice – zde byla respondentům položena otázka „Měl jste vůbec v roce 1999 dovolenou?“, na niž 42 % osob odpovědělo záporně a 58 % kladně. Ze zmíněného výzkumu vyplývají i některé další podrobnosti týkající se charakteristiky lidí, kteří si dovolenou na konci 90. let nevybírali, resp. faktorů a důvodů, které je k tomu vedou.⁴

Genderové hledisko

Z genderového hlediska ve vybírání dovolené neexistovaly žádné rozdíly – dovolenou si v r. 1999 nevybralo 42 % mužů a 41 % žen.

Rodinná situace

To, zda si člověk vybere či nevybere svou dovolenou, v podstatě neovlivňoval počet dětí; větší vliv v daném okruhu faktorů vykazoval rodinný stav – nejvíce si dovolenou vybírali svobodní lidé (63 %), o něco méně ženatí/vdané i rozvedení a nejméně ovdovělí (pouhých 35 %). U většiny ovdovělých lze předpokládat vazbu buď ekonomickou – vzhledem k jednomu příjmu nemusí být jejich finanční prostředky pro zajištění dovolené dostačující, nebo sociálněpsychologickou – mohou se snažit svůj pocit osamělosti překonávat intenzivní pracovní činností, zejména nemají-li s kým blízkým dovolenou trávit.

Místo bydliště

Častěji si dovolenou vybírali lidé z větších měst (nejvíce v Praze – 70 %) než z menších sídel (nejméně v obcích do 500 obyvatel – 47 %). Jedním z důvodů může být to, že obyvatelé velkých měst pocítují vzhledem ke zpravidla horšímu životnímu prostředí, rychlejšímu rytmu života i obecně zvýšeným nárokům různých rovin života ve velkých městech více než obyvatelé menších sídel výraznou potřebu alespoň dočasné změny těchto momentů.

² Ačkoli se běžně používá pouze sousloví „nevybírat si dovolenou“, je třeba upřesnit, že ve skutečnosti to znamená *nevybírat si delší souvislé volno* (přesný počet dní závisí na konkrétním výzkumu či statistickém prameni), čímž se poněkud komplikují terminologické, a zejména metodické otázky výzkumu dovolených. Pokud si totiž člověk vybere třeba i celý objem dovolené, který mu přísluší, po jednotlivých dnech během roku, bude na něj ze strany statistik pohlíženo jako na člověka, který si dovolenou nevybral, a do téže kategorie bude řazen i v drtivé většině v sociologických výzkumů (event. bude se muset sám na základě oznámených kritérií do této kolonky zařadit).

³ Určitou výjimkou je mezinárodní šetření sedmi zemí střední a východní Evropy koordinované společností FESSEL-GfK z r. 1998, podle něhož si nevybírá dovolenou dokonce 57 % Čechů – dovolená se zde přitom striktně počítá od pěti dní dále. Pro zajímavost: obyvatelé ostatních postkomunistických zemí jsou na tom podle tohoto výzkumu s vybíráním dovolené ještě hůře než my – dovolenou v r. 1998 nemělo 59 % Slováků, 65 % Rumunů, 67 % Poláků, 74 % Ukrajinců, 77 % Maďarů a dokonce 80 % Bulharů. (Quelle: The Central and Eastern European Consumer 1999; dostupné na http://www.gfk.cz/images/press/consumer_vacation.jpg).

⁴ Pokud v této kapitole nebude výslovně uveden jiný pramen, pocházejí data z výzkumu Sociologického ústavu z r. 1999 Deset let společenské transformace v České a Slovenské republice.

Dosažené vzdělání

Určitou souvislost s právě zmíněnou tendencí má jistě také to, že ve větších městech žije – vzhledem ke struktuře pracovních příležitostí – více lidí s vyšším vzděláním a právě vzdělání je faktorem, který s čerpáním dovolené velice výrazně koreluje: čím vyšší vzdělání, tím větší podíl osob vybírajících si svou dovolenou (z osob se základním vzděláním si dovolenou vybralo pouhých 37 %, z vyučených a absolventů středních odborných škol bez maturity 52 %, ze středoškoláků s maturitou 67 % a z vysokoškolsky vzdělaných dokonce 73 %). Tato vazba může být projevem dvou souvislostí: buď ekonomických (velice obecně řečeno většina lidí s vyšším vzděláním má také vyšší plat, a mají tedy dostatek prostředků na dovolenou – ekonomické okolnosti přitom rozhodně nemají u nás pro vybírání dovolené, jak ještě dále zmíníme, jen marginální význam), nebo „hodnotových“ (vysokoškolsky vzdělaní lidé si možná více uvědomují existenční důležitost odpočinku včetně dovolené; u části z nich může také pravidelné čerpání dovolené souviset s preferováním hodnot typu zdraví, rodina, sociální vztahy, duševní vyrovnanost apod. před hodnotami zaměřenými na úzce a ryze profesní a ekonomickou oblast, tedy s určitou podobou postmaterialistické orientace).

Věk

Z hlediska věku bylo čerpání dovolené podle daného výzkumu vcelku vyrovnané až do věkové hranice 50 let⁵ (ve věku do 50 let si vybralo dovolenou 60–66 % osob). Na této hranici se situace lomila a podíl lidí s dovolenou klesl až na minimum 34 % v kategorii nad 60 let (s tím souvisí podle kritéria sociálního postavení také nižší míra čerpání dovolené u důchodců – pouhých 33 %).

Ekonomické faktory

Nejvýznamnější relace existují mezi vybíráním dovolené a ekonomickou situací jednotlivce či domácnosti, a to z různých úhlů pohledů. Jedinou výjimkou je (v daném výzkumu) snad jen kritérium hodnoty celkového rodinného majetku, podle něhož nebyly rozdíly v čerpání dovolené nijak velké – plynule, rovnoměrně, bez výkyvů stoupal podíl osob vybírajících si dovolenou od 52 % (domácnosti s majetkem do 250 tisíc Kč) až do 66 % (domácnosti s majetkem nad 5 milionů Kč).

Výraznější diferenciací nastala u aktuálního příjmu a jeho možností. Lidé s nižšími příjmy si dovolenou spíše nevybírali než vybírali (dovolenou mělo pouze 46 %); podíl osob čerpajících dovolenou pozvolna stoupal až do kategorie příjmu 20 000–25 000 Kč (72 % osob vybírajících si dovolenou) a poté až do nejvyšší příjmové kategorie se tento podíl v podstatě ustálil, pohyboval se okolo 70 %. Ještě zře-

⁵ V daném výzkumu byly nejmladší věkové skupiny sloučeny do jedné kategorie s označením „do 29 let“ a proto z výsledků není patrné to, co se projevuje opakovaně v jiných šetřeních, totiž fakt, že nejvíce si dovolenou (přesněji řečeno prázdniny) vybírají osoby ve věku 15–19 let.

telnější vazba se ukázala mezi čerpáním dovolené a možnostmi spotřeby, resp. rodinného rozpočtu (reprezentováno otázkou „Daří se vám vycházet s rodinným rozpočtem?“): ti, jimž se určitě daří vycházet s rodinným rozpočtem, si vybírali dovolenou v 72 % případů – z těch, kterým se naopak jednoznačně nedaří s rodinným rozpočtem vyjít, mělo dovolenou pouze 41 % (podíly osob s odpověďmi „spíše daří“ a „spíše nedaří“ se nacházely v pravidelně odstupňovaných intervalech mezi těmito krajnostmi).

Zcela jednoznačně byla pak zmíněná vazba finanční situace a vybírání dovolené potvrzena v souvislosti se subjektivním oceňováním ekonomické situace rodiny, se sebezřazováním domácnosti do škály od „určitě bohatá domácnost“ po „určitě chudá domácnost“. Porovnání ukázalo plynulý a pravidelný pokles podílu osob s dovolenou od maxima 83 % rekrutujících se z „určitě bohatých domácností“ až k minimu 25 % osob zařazujících se do „určitě chudých domácností“.

Ekonomické faktory jistě působí na dovolenou v různých směrech; v tomto případě, tj. nevybírání si dovolené, však jde o něco trochu jiného než o to, že si člověk s průměrným platem a průměrným majetkem spíše koupí zájezd do Itálie než cestu kolem světa, nebo že bude trávit dovolenou na chatě či doma místo v pětihvězdičkovém hotelu na Kanárských ostrovech. Lidé nevybírající si dovolenou z ekonomických důvodů obvykle nejenže nechtějí za dovolenou utracet peníze a nevydají je, aby **ušetřili**, ale často navíc usilují o to, aby v době dovolené peníze **vydělal**. Kdyby totiž chtěli jenom ušetřit, nabízelo by se jim přece jen více možností – vybrat si dovolenou a zůstat doma (odpočinout si fyzicky i psychicky alespoň v nezbytné míře, zabývat se na svém bytě či domě něčím, co během roku nestihli vykonat atd.) nebo být na chatě či chalupě (sám pobyt nemusí být o nic dražší než doma), event. trávit volno u příbuzných.⁶

Sociální postavení

Nejméně často si dovolenou „vybírali“ důchodci (výše zmíněných 33 %), ženy v domácnosti a na mateřské dovolené a nezaměstnaní (všichni po 38 %) – jejich konkrétní motivy mají jistě úzké souvislosti ekonomické (jde o skupiny, u jejichž příslušníků nelze masově očekávat vysokou životní úroveň) a možná také „terminologické“ (všechny zmíněné skupiny nemají svůj časový harmonogram rozdělený na pracovní a ne-pracovní dobu a mohou mít určité problémy s tím, co by vlastně „dovolená“ v jejich případě měla být). Naopak nejčastěji se k dovolené hlásili studenti/učni, z nichž si ji vybralo 72 % (viz výše zmíněné souvislosti věku a zejména nejmladších věkových skupin) a jen o něco méně i zaměstnanci (69 %). V určité mezipozici stály samostatně činné osoby – dovolenou si vybralo 57 % z nich (podrobněji viz následující kapitola Práce jako překážka dovolené).

3. PRÁCE JAKO PŘEKÁŽKA DOVOLENÉ

Na základě výše zmíněného výzkumu (i řady dalších) lze hovořit o určitých typech osob často si nevybírajících dovolenou v souvislosti s jejich převažujícími, často dosti

⁶ Dále k tomuto tématu viz subkapitola Utilitární dovolená.

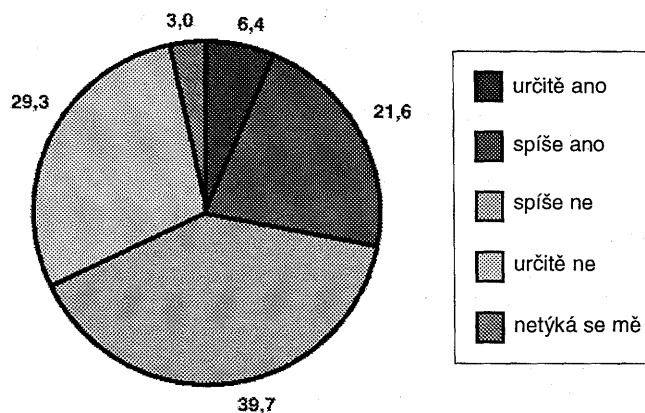
vyhraněnými motivy – ve stručném shrnutí se jedná především o následující důvody a okolnosti:⁷

- a) nepříznivá finanční situace,⁸
- b) obava ze ztráty zaměstnání,
- c) obava ze zbrzdění kariérového postupu,
- d) obava o činnost firmy (oddělení, organizace, úřadu, instituce atd.),
- e) workoholismus.

Okolnosti v typologii motivů nevybírání si dovolené v bodech b)–e) se v různých konkrétních pozicích vážou na práci, zaměstnání, povolání (v konkrétních případech mohou být pochopitelně i vzájemně propojeny). Všechny čtyři vyjmenované typy motivů mohou začínat obecně formulovanou tezí „Mám příliš mnoho práce, než abych si vybíral dovolenou“. Postoje lidí k tomuto problému byly zkoumány např. ve výzkumu MEDIAN 1998, a to s výsledky zachycenými v grafu č. 1.

Graf č. 1: Postoje lidí k nevybírání dovolené odůvodněné množstvím práce – rok 1998

Souhlasíte s výrokem „Nemám kdy si vybrat dovolenou, mám moc práce“? (v %)



Pramen: Market & Media & Lifestyle, Median, Komplet 1998 ČR

Z grafu je patrné, že téměř tři respondenti z deseti jsou přesvědčeni, že si dovolenou nemohou vybrat kvůli „práci“, přičemž nejméně často se k tomuto názoru hlásí pochopitelně důchodci (15 %) a studenti/učni (19 %), zato mírně nadprůměrně zaměstnanci (32 %) a bezkonkurenčně nejvíce podnikatelé (51 %). Lze předpokládat, že zaměstnanců se z výše uvedených konkrétních motivů týká nejvíce obava ze ztráty zaměstnání a ze zbrzdění kariérového postupu, zatímco u podnikatelů to je především obava o činnost firmy (tím vlastně také obava z možné následné ztráty zaměstnání).

⁷ V adekvátně zmenšené míře obdobné důvody a okolnosti platí samozřejmě také pro lidi vybírající si jen menší část své dovolené.

⁸ Blíže viz jednak subkapitulu Ekonomické faktory v předchozí kapitole, jednak kapitulu Některé ekonomické souvislosti dovolených.

K obdobným závěrům došli také výzkumníci IVVM ve svém šetření z r. 1996, v němž se navíc respondenti měli vyjadřovat i k tomu, zda souhlasí s tvrzením „Pokud jde o mne, bez dovolené bych se obešel“. V odpovědích se ještě více než v předchozím případě vyhranily oba krajní póly: 9 % lidí by se bez dovolené rozhodně obešlo na rozdíl od 44 %, kteří by bez dovolené nemohli být (18 % by se bez dovolené spíše obešlo a 22 % spíše nikoli). Dovolenu by postrádali zejména studenti a učni (jen 6 % by se bez ní hypoteticky obešlo a reálně pouze 3 % mají problém najít si chvíli odpočinku). Za takřka zbytečnou naopak dovolenu považovali především důchodci (zde se ovšem mohlo projevit nedorozumění v souvislosti s již výše zmíněnou problematickou identifikací dovolené u důchodců). Z podnikatelů si pouze třetina uměla představit život bez dovolené, ale ve skutečnosti si ji téměř dvojnásobný počet (63 %) vůbec nevybral, údajně právě kvůli přílišnému zaneprázdnění.⁹

I když rozdíl v podílu podnikatelů, kteří si nevybrali dovolenu v roce 1996 (63 %) a v roce 1998 (51 %) není příliš velký, přece jen naznačuje na malé ploše vývoj, který v této otázce proběhl u podnikatelů v 90. letech. Na počátku 90. let, kdy se velmi překotně, často doslova přes noc, rodili další a další zbrusu noví soukromí podnikatelé v jakékoli oblasti podnikání, kteří budovali nové a nové obchody/obchůdky, firmy/firmičky atd., mělo mnoho nových podnikatelů i „podnikatelů“ v podstatě oprávněnou představu, že momentálně dostali šanci, která už se nemusí opakovat, že pokud se nyní „chytí“ a využijí to, co se jim nabízí právě teď, ale zítra už třeba ne, budou „za vodou“. Za této situace by – z jejich pohledu – jen člověk zcela bez rozumu odjel na dovolenou: kvůli jednomu či dvěma týdnům volna přece nepřijdou o miliony a životní šanci. Expertní odhady podílu podnikatelů, kteří v tomto období pracovali bez dovolených (event. kromě toho i bez víkendů), se pohybovaly skutečně velmi vysoko. Je ovšem nutno připomenout, že podobným způsobem se chovalo i mnoho pracovníků na postech manažerů, přesněji řečeno ve funkcích řídicích pracovníků (nemuselo jít jen o top management, svým způsobem ohroženější je střední management, který je pod určitým tlakem shora i zdola) – jejich motivem k ignorování delšího volna většinou nebyly jen peníze, ale také profesní kariéra (a většinou teprve na jejím základě peníze).

Po nějaké době se situace uklidnila a vyjasnila (pro konkrétní osoby třeba i krachem firmy a opuštěním podnikatelské sféry nebo v důsledku osobních zdravotních potíží, kolapsů, zhroutení apod.) a podíl podnikatelů, manažerů či jiných pracovníků silně exponovaných osob vybírajících si dovolenu se začal postupně a pomalu zvyšovat. Zdá se, že hromadné závody v přepracovanosti českých podnikatelů a manažerů už skončily a že stále více lidí pochybuje o tom, že by spolehlivým poznávacím znamením úspěšného byznysmena opravdu mohlo být jen šílené pracovní tempo naplňující deset (a více) hodin denně šest (a více) dní v týdnu po celý rok bez přestávky. Odborníci různých profesí koneckonců již dlouho různými slovy doporučují totéž: za úspěšného považovat toho, kdo nejen umí pracovat (event. vydělávat peníze), ale umí také relaxovat.

Zcela specifickou skupinou osob nevybírajících si dovolenu z důvodů „přemíry práce“ jsou workoholici jakýchkoli profesí a jakéhokoli pracovního postavení: dovo-

⁹ *Veřejnost a dovolená I.* 1996. Praha: IVVM.

lenou považují jednoznačně za ztrátu času, představuje pro ně stres, a to paradoxně právě proto, že de facto za žádných okolností nemohou splnit základní podmínku, kterou lékaři, psychologové či relaxační odborníci tolik zdůrazňují: člověk má o dovolené dělat to, co jej nejvíce uspokojuje. Většina lidí se dovolené nemůže dočkat zpravidla proto, že během ní budou moci dělat to, co je těší, na co nemají během pracovních týdnů čas – dovolená s nucenými činnostmi pak může přinést jen část svého potenciálního pozitivního efektu. Toto očekávání se ale nemůže týkat workoholika: jemu přináší nejvíce radosti pokračovat v práci. Může se potom vcelku snadno stát, že workoholik prožije svou první dovolenou po několika letech až na přímý příkaz lékaře jako součást léčebné terapie.

Obavy z případných negativních důsledků čerpání dovolené mohou mít reálný základ, ale mohou být také vystaveny na zcela mylných předpokladech. Typickým příkladem člověka, který si svou dovolenou nevybírá vlastně omylem, na základě iluzorních důvodů, je situace, kdy jedinec (častěji řídící pracovník) na dovolenou neodchází, protože je přesvědčen o své nepostradatelnosti pro firmu, podnik či organizaci, přičemž realita je zcela jiná. Reálný podklad obav se naopak často týká soukromých podnikatelů nebo samostatně činných osob s malými živnostmi (obchody, agenturami, firmičkami atd.), které se jen tak tak drží nad vodou a které by delší nepřítomnost majitele a většinou i jediného zaměstnance opravdu mohla poškodit, příp. existenčně ohrozit: pokud by si chtěl vybrat dovolenou, musel by obchod zavřít, zakázky odmítnout atd.

Obavy ze ztráty zaměstnání, či přinejmenším zbrzdění kariérového postupu mohou být stejně tak reálné jako zdánlivé – záleží na konkrétním zaměstnavateli. Je sice pravda, že u nás se příliš široce v praxi neuplatňuje filozofie „oddanosti firmě“, která byla a stále ještě je typická pro část Japonců (dnes už ale spíše jen pro generace dříve narozených), jejímž jedním konkrétním projevem je právě nečerpání dovolené, nebo alespoň její výrazná redukce, ale přece jen existují náznaky, že zejména firmy požadující od svých dobře placených zaměstnanců „maximální nasazení“, „flexibilitu“ apod. nejsou dovoleným právě nakloněny.¹⁰ Nelze pak samozřejmě vyloučit, že pokud by firma měla někoho propouštět, mohl by to v první řadě být pracovník, který „klidně odjel na dovolenou a ostatní museli dělat i jeho práci“, či naopak pokud by měl být někdo povýšen, nebude to pracovník, který „klidně odjel na dovolenou a ignoroval tak svou odpovědnost za pracovní úkoly“.

4. SEZÓNNOST A ČETNOST DOVOLENÝCH

Již bylo uvedeno, že hlavní sezónou dovolených obyvatel ČR sice trvale zůstává léto, ale někteří lidé si dovolenou, nebo častěji alespoň její určitou část vybírají i v prů-

¹⁰ Jen některé firmy si jsou velice dobře vědomy významu odpočinku a rozptýlení na dovolené pro své zaměstnance (a efektivnost jejich pracovních výkonů, produktivitu práce po dovolené) – např. v západoevropských zemích je stále běžnější, že v kolektivních či individuálních smlouvách je dohodnut tzv. zvláštní dovolenkový plat či bonus, což v praxi znamená, že pracovníkovi, který si vybere dovolenou, je kromě normálního platu po dobu dovolené vyplácena ještě určitá mimořádná částka. Přitom nejde o zanedbatelné položky: příslušná částka mohla činit např. v polovině 90. let dva měsíční platy v Rakousku, Španělsku a Řecku, jeden měsíční plat v Portugalsku (povinně) a Itálii, 90 % měsíčního platu v Belgii apod. [HORÁLEK, M. – JURZA, M. 1995: *Pracovní doba u nás a v Evropě. Sociální politika* 1:14]

běhu jiných ročních období.¹¹ Představu o celkové „sezónnosti“ dovolených lze získat z konkrétního příkladu roku 2000 a jeho srovnání s lety 1998 a 1999 na základě výsledků výzkumu agentury STEM-MARK nazvaném Český spotřebitel 2001.¹²

Podle tohoto výzkumu si v létě r. 2000 svou dovolenou vybraly téměř dvě třetiny obyvatel, na jaře necelá pětina, v zimě více než pětina a na podzim pouhá desetina obyvatel (velice podobná byla situace ve všech momentech i v předchozích dvou letech – případné rozdíly činí jen několik málo procent).

Po létu¹³ je druhou hlavní sezónou dovolených zima; tato druhá pozice je potvrzována nejen počtem osob, které si vybírají dovolenou, ale i délkou této dovolené – v podstatě minimum osob čerpá dovolenou delší než dva týdny a výrazně nejčastěji přitom jde pouze o jeden týden. Zimní dovolenou je možné s určitou nadsázkou označit za „generační záležitost“: nejvíce ji využívají mladí lidé a – po plynulém poklesu ve středních generacích – nejméně senioři (34 % osob ve věku 15–29 let, 24 % ve věku 30–44 let, 15 % ve věku 45–59 let a 10 % ve věku 60 a více let). Dostí výrazně je vybírání zimní dovolené také diferencováno podle dosaženého vzdělání: využívá ji 41 % vysokoškoláků, 25 % středoškoláků s maturitou oproti 19 % lidí se základních vzděláním a 17 % vyučených. Z hlediska sociálního postavení respondentů není zimní dovolená oblíbená u nepracujících důchodců (6 % ji využívá) i nezaměstnaných a žen v domácnosti (19–20 %); pracující důchodci, zaměstnanci a soukromí podnikatelé bez podřízených čerpají dovolenou v zimě shodně zhruba ze čtvrtiny a o něco více i soukromí podnikatelé s podřízenými; jednoznačně nejoblíbenější je však zimní dovolená, či spíše prázdniny u studentů (plných 45 %). Zimní dovolenou tráví drtivá většina lidí v tuzemsku – částečně se z tohoto pravidla vymykají vysokoškolsky vzdělaní lidé (v zahraničí 17 %), studenti (18 %) a především soukromí podnikatelé se zaměstnanci (20 %). Nejčastější náplní zimní dovolené bývá sportování (zejména u lidí do 45 let, osob s vysokoškolským vzděláním a studentů představuje výrazně převažující obsah dovolené), dále odpočinek, pobyt na chatě/chalupě a návštěvy příbuzných.

Převládající podobou jarní dovolené je týdenní volno; celkově si ho dopřávají spíše lidé mladší (23 % osob ve věku 15–29 let) a vzdělanější (21 % středoškoláků s maturitou a 20 % vysokoškoláků); významným subjektem jsou zde studenti (31 %) a částečně i pracující důchodci (24 %) – jarnímu volnu se naopak spíše vyhýbají soukromí podnikatelé, zejména ti s zaměstnanci (pouze 6 %). Jarní dovolená sice nevypadá ve srovnání s letní či zimní dovolenou na první pohled nijak výrazně, ale pokud by se pro ni hledala nějaká bližší typická charakteristika, snad by ji bylo možné nazvat chatářsko-sportovní (event. chalupářsko-sportovní). Chatařskou specifikou jarní dovolené dodávají svým velice častým pobytem na chatě či chalupě zejména obyvatelé nad 45 let (35–39 %; mladší generace zhruba stejně často uvádějí ještě odpočinek a návštěvy příbuzných – vše rámcově mírně nad 20 %), středoškoláci (ať s maturitou či bez ní – okolo 30 %) a – z hlediska sociální struktury – nepracující důchodci (41 %), částečně i pracující důchodci a zaměstnanci (obojí po 25 %). Sportovní část charakteristiky

¹¹ Zatím ovšem bez privilegia francouzských zaměstnanců, jimž je dovolená prodlužována o 1–2 dny v případě, že si její část vybírají mimo letní sezónu.

¹² Data dostupná na adrese <http://www.przkumtrhu.cz/ceskyspotrebitelem>.

¹³ Letním aktivitám bude podrobněji věnována kapitola Hlavní varianty dovolených.

jarní dovolené vděčí za svou existenci sportování obecně a speciálně např. pěší turistice, které provozují hlavně lidé mladší (počítáno včetně generace do 45 let) a vzdělanější (zcela osobitá ve srovnání s jinými skupinami je náplň jarní dovolené u osob s vysokoškolským vzděláním: 29 % pěstuje pěší turistiku a po 18 % sportuje, vydává se na poznávací cesty a odpočívá).

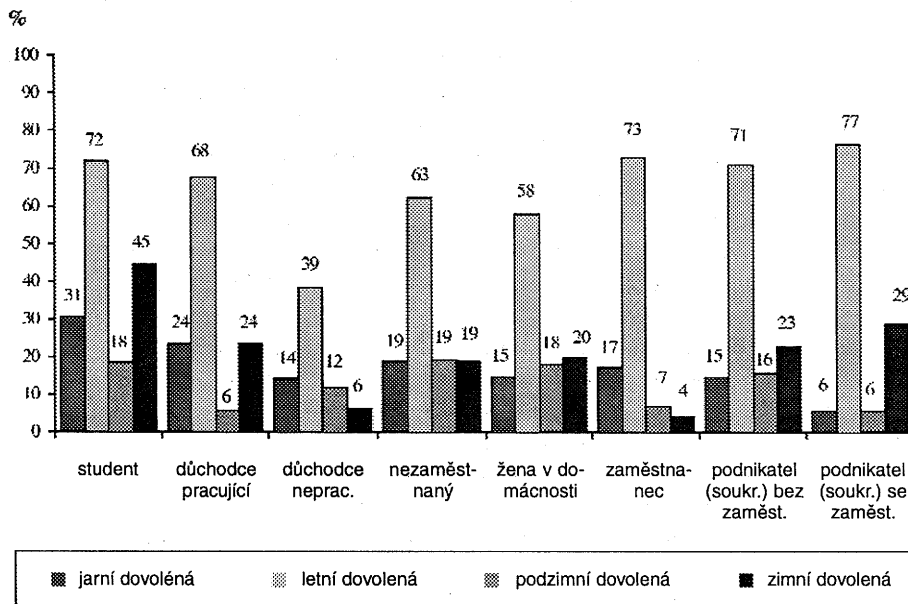
Poslední sezóna – podzim – je pro dovolenou nejméně typická a tradiční, nejméně využívaná (patrně i proto, že podzim následuje příliš brzy po létě, a tedy po „hlavní“ dovolené, kterou pro většinu lidí léto představuje, a tak se cítí ještě dostatečně odpočinuti). Od r. 1999 se podíl osob, které čerpají svou dovolenou v tomto období, udržuje stabilně zhruba na 10 %. Podzimní dovolená je zpravidla pouze týdenní a s místem pobytu v České republice (výjimkou jsou pouze vysokoškoláci – 43 % z nich jelo do zahraničí). Největšími příznivci podzimní dovolené jsou příslušníci nejmladší (15–29 let – 14 %) a nejstarší věkové kategorie (nad 60 let – 13 %); vysokoškolsky vzdělaní lidé (s velkým náskokem před ostatními – 16 %); studenti, nezaměstnaní a částečně i soukromí podnikatelé (nemající další zaměstnance). Podzimní dovolená nemá úplně jednoznačnou obsahovou charakteristiku: pro lidi nad 45 let (a zejména pak pro důchodce) je to velmi často (pro 40 % z nich) pobyt na chatě či chalupě; střední generace se zhruba stejně věnuje odpočinku, návštěvám příbuzných, pobytu na chatě/chalupě a pěší turistice; nejmladší generace (15–29 let) se vcelku překvapivě nejvíce věnuje návštěvám příbuzných (43 % z nich) a jen částečně také cestám za poznáním. Rozdíly se projevují v souvislosti se vzděláním: zatímco vysokoškolsky vzdělaní upřednostňují dosti výrazně cesty za poznáním (následované s určitým odstupem pobytem na chatě/chalupě a odpočinkem), všichni ostatní svou hlavní pozornost dělí vcelku rovnoměrně mezi návštěvy příbuzných a chatu/chalupu. Oproti ostatním sezónám je na podzim poněkud zvýšená frekvence návštěv jiných měst v přiznávané souvislosti s nakupováním.

Z uvedeného grafu je zřetelně patrné zmiňované favorizované postavení letní dovolené před ostatními ročními obdobími – sezónami. Ovšem to, že lidé čerpají dovolenou i mimo tuto „hlavní sezónu“, většinou současně znamená, že si svou dovolenou nevybírají v jednom celku, rozdělují ji do několika částí¹⁴ a často i do několika sezón, což jim umožňuje např. věnovat se svým různým zálibám – léto u moře, podzim na houbách a zima na lyžích, či vyhovět přáním více členů rodiny – v létě sportovně založená tuzemská rodinná dovolená s dětmi a v zimě odpočinek s manželem/manželkou v teplých krajích apod. Relativně malé podíly osob čerpajících svou dovolenou na jaře, na podzim a v zimě, které jsou patrné na grafu, zároveň poukazují na skutečnost, že výše uvedený trend není tak příliš masový, což odpovídá mj. zjištění agentury GfK, že z deseti Čechů čerpajících dovolenou si sedm vybralo jednu dovolenou (v délce nejméně 5 dní), dva 2 dovolené a jeden z nich 3 a více dovolených.¹⁵

¹⁴ Tato skutečnost poněkud komplikuje interpretaci sociologických výzkumů na téma dovolených, protože vzniká další otázka (čtvrtá otázka doplňující v úvodu statí uvedeně tří, které by měly doprovázet operacionalizaci dovolených ve výzkumech): o které ze svých dovolených respondent vlastně vypovídá?

¹⁵ Quelle: The *Central and Eastern European Consumer* 1999; dostupné na adrese: http://www.gfk.cz/images/press/consumer_vacation.jpg

Graf č. 2: Vybírání dovolené v různých sezónách podle sociálního postavení respondenta



Pramen: Český spotřebitel 2001. STEM-MARK, dostupné na adrese <http://www.pruzkumtrhu.cz/ceskyspotrebitel>.

V současné době vzestupný trend několika kratších dovolených nejvíce přitahuje mladou generaci (např. v r. 1998 si mezi mladými ve věku 15–19 let dopřálo jednu dovolenou 29 %, dvě 25 % a 3 a více 12 %) a osoby s vysokoškolským vzděláním (v témže roce mělo jednu dovolenou 28 % vysokoškoláků, dvě 22 % a tři a více 12 %).¹⁶ Rozdělování dovolené na více částí s sebou pochopitelně nese i krácení jejich délky (zpravidla je jedna dovolená delší a ostatní týdenní či jen několikadenní) – přitom ze zdravotního pohledu by ideální dovolená měla trvat v souvislé délce zhruba 3 týdny vzhledem k tomu, že v prvním týdnu se lidský organismus přeladuje z pracovního rytmu a teprve druhý týden v plném smyslu odpočívá, což vrcholí až v třetím týdnu, který je z hlediska regenerace duševních a fyzických sil nejefektivnější.

5. HLAVNÍ VARIANTY DOVOLENÝCH

Dále uvedené schéma zachycuje ve zjednodušené formě základní momenty běžných, víceméně tradičních dovolených. Výchozí je horní trojúhelník celkové charakteristiky dovolených, který je rozdělen především na dovolenkové cestování a pobytové dovolené, které je možné ještě dále členit s přesnějším určením nejfrekventovanějších typů míst pobytu. Pravý trojúhelník se týká destinace vymezené zde třemi hlavními

¹⁶ Tamtéž.

oblastmi (v rozčlenění je respektována četnost cest a pobytů). Levý trojúhelník má vyjadřovat základní charakter hlavní náplně dovolené, v určitém smyslu její cíl (přerušování dělicí čáry ve schématu naznačuje nemožnost disjunkčního oddělení obou typů aktivit, jejich jaksi samozřejmé a přirozené doplňování a prolínání). Dolní trojúhelník se týká míry „masovosti“/individuálnosti a organizovanosti dovolených.

V následujícím textu budou podrobněji komentovány jen některé z možných typů dovolených – ty, které je možné považovat za něčím specifické a přitom relativně rozšířené (dovolená doma, na chatě či na chalupě a dovolená s cestovní kanceláří).

Podle formulace otázek pokládaných v empirických výzkumech, které jsou podkladem dalších subkapitol, půjde o letní období, a to o dovolenou u ekonomicky aktivních osob, o prázdniny u studentů a učňů a u ostatních o dobu, kterou prožili jako dovolenou (na případné výjimky bude upozorněno). Je nutné předeslat některé základní, rámcové informace o letních dovolených: ve stručnosti řečeno, obecně si letní dovolenou v druhé polovině 90. let vybírali nejčastěji mladí lidé ve věku 15–19 let (a dále spíše lidé do 45 let), lidé s vyšším, zejména vysokoškolským vzděláním, obyvatelé větších měst, lidé s dobrou životní úrovní, podnikatelé a ostatní zaměstnanci. Letní dovolená byla nejčastěji dvoutýdenní až třítýdenní, za hlavní náplň své dovolené největší část příslušníků všech věkových, vzdělanostních i sociálních kategorií označila odpočinek (druhým obsahem v pořadí byla pro mladší generace turistika a pro starší pobyt na chatě; pro vysokoškoláky turistika a lidi s nižším vzděláním chataření či chalupaření; pro podnikatele a zaměstnance pěší turistika, pro studenty cesty za poznáním a pro další hlavní sociální skupiny zpravidla opět chataření a chalupaření). Velká většina lidí svou letní dovolenou strávila v rámci ČR (častěji lidé nad 60 let, důchodci, lidé se základním vzděláním a obyvatelé menších měst a obcí); na zahraniční dovolenou odjížděli významně častěji mladí lidé a lidé s vysokoškolským vzděláním.¹⁷

Dovolená doma

Dovolenou trávenou v prostředí domova lze z hlediska funkcí, které by dovolená měla plnit v souvislosti s fyzickým i duševním zdravím, hodnotit jen o stupeň výše než úplnou absenci dovolené. Relaxace o dovolené založená na odpoutání se od každodenních běžných starostí a problémů v práci i v domácnosti a rodině, na věnování se jiným než obvyklým činnostem atd. je rozhodně mnohem efektivnější, jestliže se odehrává v jiném než důvěrně známém domácím prostředí. Žádoucí změna v tomto případě nemůže mít tak pozitivní efekt, protože se vlastně změnilo jen jediné – člověk nechodí do zaměstnání, ale jinak vše zůstává beze změny: stejný byt, stejní sousedé, stejné sociální okolí, stejné činnosti k zajištění provozu domácnosti atd. atd. (pochopitelně citelněji nedostatečnou změnu pocítují zejména ženy).

Podle výzkumu Sociologického ústavu AV ČR z r. 1999 Deset let společenské transformace v České a Slovenské republice svou dovolenou doma tráví:

- častěji lidé z malých obcí než z velkých měst (rovnoměrný pokles od 27,6 % osob z obcí do 500 obyvatel až po 4,6 % Pražanů),

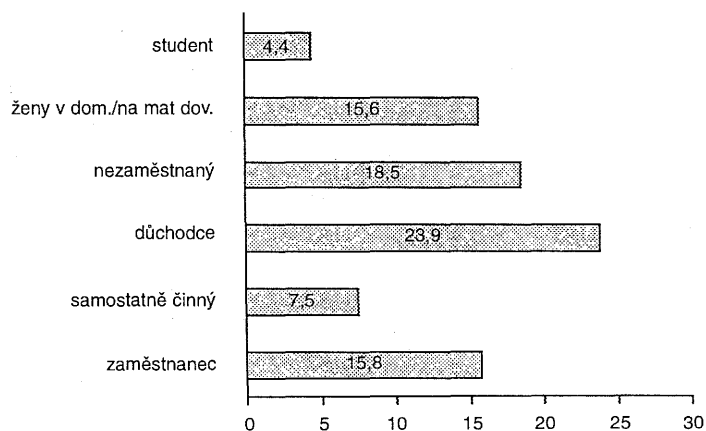
¹⁷ Stručná charakteristika byla sestavena na základě všech v dané stati použitých sociologických výzkumů.

- častěji rodiny s větším počtem dětí (od 13,9 % osob bezdětných a osob s jedním dítětem podíl plynule stoupá až po 22,5 % osob s třemi a více dětmi),
- častěji lidé ovdovělí (20 %) a rozvedení (18,6 %) než ženatí/vdané (16 %) a svobodní (8,6 %),
- častěji lidé starší než mladší (plynulý pokles od 20,2 % osob nad 60 let až po 8,8 % osob mladších 29 let),
- častěji lidé s nižším vzděláním než vyšším (plynulý pokles od 37,1 % lidí se základním vzděláním až po 6,6 % vysokoškoláků).

Výrazně v dané souvislosti působí ekonomické faktory (se zanedbatelnými výjimkami v přímočarých liniích závislosti). Lidé s nižší hodnotou majetku zůstávají o dovolené doma častěji než lidé majetnější – od 15 % lidí s majetkem do 250 tis. Kč po 5,6 % osob s majetkem v hodnotě 5 a více mil. Kč. Obdobně častěji zůstávají doma osoby s nízkým příjmem než lidé s příjmem vysokým – od 18,9 % osob s nejnižším příjmem po 1,9 % osob s nejvyššími příjmy. Zcela jednoznačné úměry souvisí s tím, zda se lidem daří vyjít s rodinným rozpočtem (od 4,9 % osob, jimž se to daří zcela bez problémů, až k 44 % těch, kteří naopak problémy zcela jistě mají), a se sebezařazením domácnosti (od 4 % domácností označujících se za bohaté až po 44,7 % těch, kteří se považují za určitě chudou domácnost – růst je zde desetinásobný!).

Strukturu osob trávících svou dovolenou doma z hlediska sociální struktury ukazuje graf č. 3.

Graf č. 3: Podíly příslušníků různých sociálních skupin trávících dovolenou doma – rok 1999



Pramen: Deset let společenské transformace v České a Slovenské republice. Sociologický ústav AV ČR, Praha 1999

- Osoby, které o dovolené zůstávají doma, lze celkově rozdělit do několika kategorií:
1. nemocní, jimž cestování i samotný pobyt mimo domov znesnadňuje jejich zdravotní stav (dlouhodobá či chronická onemocnění),
 2. osoby, které pečují o někoho např. zdravotně postiženého, pro něhož je pohyb obtížný,

3. lidé s domácím zvířectvem, event. s domácím hospodářstvím, o které by se za jejich nepřítomnosti neměl kdo starat,¹⁸
4. rodiny v nepříznivé finanční situaci,
5. osoby využívající svou dovolenou ke stavbě či přestavbě domova,
6. lidé, kteří jednoduše preferují pobyt ve známém domácím prostředí, nemají touhu cestovat a nevědí, co by jinde měli dělat.

Dovolená na chatě či na chalupě

Chataření a chalupaření se od 60. do 90. let minulého století stalo jedním z typických českých fenoménů a jakožto tzv. druhé bydlení se těšilo značné popularitě. I když se původně předpokládalo, že od počátku 90. let se situace radikálně změní jak proto, že lidé už na tuto formu trávení volného času nebudou odkázáni, že si budou raději vybírat ze stále se rozšiřující škály jiných činností, jejichž realizace dříve nepřicházela v úvahu, tak proto, že pro mnoho rodin se postupně stane ekonomicky neudržitelné financovat dvě bydliště (s veškerými náklady na provoz, údržbu, daně atd.): lidé budou čas, peníze a energii zkrátka investovat do něčeho jiného. Je pravda, že zejména na začátku 90. let nastala určitá redukce počtu, popřípadě i zanícení chatařů a chalupářů (v podstatě zcela podle uvedených dvou hlavních původních předpokladů), ale v současné době to není nic natolik dramatického, aby to ohrozilo podstatu chataření a chalupaření.¹⁹ Je ovšem otázka, co se z chataření a chalupaření coby způsobu trávení volného času a dovolené stane, jestliže bude i nadále pokračovat nynější trend širšího využití chat a chalup: řada lidí si své původně pouze rekreační, a tedy sezónní bydliště připravuje pro trvalý pobyt (přínejmenším po odchodu do důchodu); mladí lidé nemající dostatek financí na pořízení nového bytu si kupují starší domky (včetně rekreačních domků, chat a chalup), které rekonstruují jako své trvalé bydliště; chata či chalupa situovaná blízko velkého města může nahradit finančně mnohem náročnější bydlení v příměstských satelitních městečkách se všemi jejich výhodami klidného a kvalitnějšího životního prostředí venkova a snadné dosažitelnosti pracovních a kulturních příležitostí blízkého města.

Pobyt na chatě či na chalupě jako způsob trávení dovolené je dosti značně diferencovaný. Podle výzkumu Deset let společenské transformace v České a Slovenské republice z r. 1999 lze konstatovat několik jasných tendencí diferenciacie, a to především na základě velikosti místa bydliště (čím větší je místo trvalého bydliště, tím častěji lidé tráví dovolenou na chatě/chalupě – plynulý růst od 5,2 % osob z obcí do 500 obyvatel

¹⁸ Podle výzkumu IVVM z roku 1996 20 % lidí, kteří mají domácí hospodářství, říká, že jim to skutečně brání v realizaci dovolené mimo domov (25 % tvrdí, že „spíše ne“ a 54 % „rozhodně ne“); nejčastěji se nucený ohled na domácí hospodaření objevuje u důchodců, osob se základním vzděláním a pochopitelně lidí z menších sídel, např. u třetiny lidí z nejmenších obcí (*Dovolená a domácí hospodaření* 1996. Praha: IVVM).

¹⁹ Podle údajů Českého statistického úřadu a výzkumů agentury GfK se vlastnictví chat a chalup v 90. letech vyvíjelo takto: 1991 (Sčítání lidu) – chatu či chalupu vlastnilo 12,2 % obyvatelstva, 1993 – 14,3 %, 1994 – 12,0 %, 1995 – 12,3 %, 1996 – 13,2 %, 1997 – 13,6 % (pro srovnání: na konci 80. let příslušný podíl činil 12,6 %). Největší koncentrace chat a chalup je okolo větších měst – Praha-západ a Praha-východ, Brno, Plzeň, Jablonec, Beroun, Kolín a další; z hlediska regionů jde o v první řadě o Středočeský, Jihomoravský, Jihočeský a Plzeňský kraj.

až do 19,1 % Pražanů) a na základě věku (čím starší člověk, tím častěji tráví dovolenou na chatě – plynulý růst od 6,4 % osob do 29 let až k 19,7 % osob nad 60 let). Obě dvě tyto skutečnosti jsou v podstatě očekávatelné a svým způsobem logické. Lidé žijící ve venkovských oblastech (ovšem často také v příměstských oblastech) nemají potřebu přemísťovat se o dovolené blíže k přírodě, oni ji mají celý rok blízko, a pokud bydlí navíc v rodinném domku, nemají ani chatařsko/chalupářskou potřebu budování „sídla“, protože k tomu jim bohatě stačí jejich trvalé bydliště. Mladí lidé svůj volný čas (tedy i o prázdninách či dovolené) tráví raději mimo rodinu se svými vrstevníky a především mnohem „mobilnějšími“ a pestřejšími aktivitami než je okopávání zahrádky a oprava poškozeného plotu (něco jiného jsou ale prázdninové a dovolenkové pobyty mladých na chatách jiných lidí, mimo rodinu – ve skupinách vrstevníků).

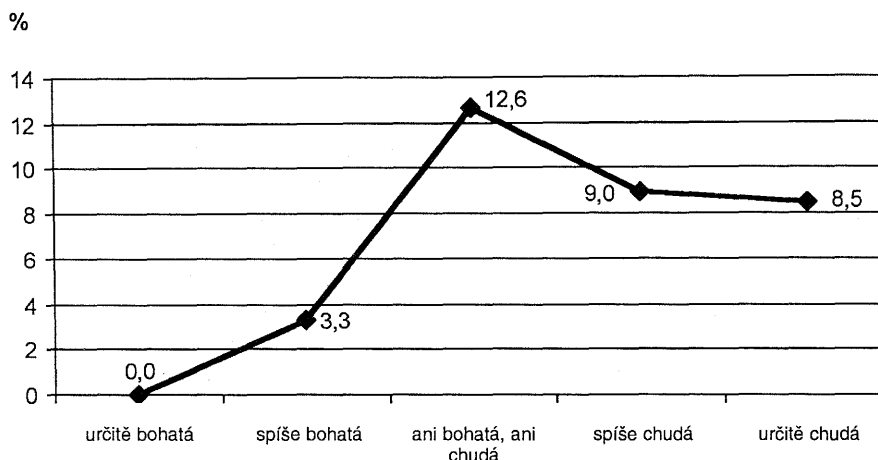
Častěji trávili svou dovolenou na chatě lidé rozvedení a ovdovělí (17,6 % a 12,4 %) než ženatí/vdané (11,5 %) a svobodní (7,6 %). Pokud jde o sociální postavení, nejčastěji dovolenou na chatě/chalupě tráví osoby s „volnějším“ časovým harmonogramem – důchodci (18,8 %) a ženy v domácnosti či na mateřské dovolené (15,6 %), jejichž „dovolená“ se často protahuje na celou letní sezónu, event. přesahuje do jara či do podzimu; z ekonomicky aktivních častěji zaměstnanci (10,8 %) než soukromě činní (7,9 %).

Stejně jako v jiných případech i u dovolené na chatě/chalupě jsou velmi důležitým diferenciacním kritériem ekonomické ukazatele. Čím větší majetek člověk má, tím méně často tráví dovolenou na chatě/chalupě (od 16,5 % osob s majetkem 250–500 tis. Kč až k pouhým 5,5 % osob s více než dvoumilionovým majetkem) – tento trend ovšem ve větším měřítku začíná platit až na úrovni hodnoty majetku, kdy je vůbec možné vlastnictví chaty/chalupy předpokládat (osoby s majetkem do 250 tis. Kč mají chatařskou/chalupářskou dovolenou z 10 %). Totéž můžeme říci o relaci dovolené na chatě/chalupě a vycházení s rodinným rozpočtem – na chatu/chalupu na dovolenou jezdí méně často ti, kteří s rozpočtem vycházejí velice dobře (lze u nich očekávat celkově vyšší životní úroveň), a ti, kteří s ním vycházejí velmi špatně (u nich lze předpokládat celkově nižší životní úroveň, s níž bude častěji souviset i nižší míra vlastnění chaty a chalupy). Konečně naprosto stejný princip komentáře by bylo možné opakovat také ve srovnání frekvence dovolených na chatě a chalupě se sebezaražením domácnosti (konkrétně viz následující graf č. 4). Celkově lze konstatovat, že dovolené na chatě/chalupě jsou nejčastěji záležitostmi skupin obyvatel na střední ekonomické úrovni (jakési střední vrstvy, ovšem zde jen v souvislosti s ekonomickými ukazateli); bohatší vrstvy obyvatel často využívají přednostně jiné, zpravidla okázalejší způsoby trávení dovolené a pro vrstvy hůře ekonomicky situované by bylo velkou zátěží chatu/chalupu trvale finančně udržovat po celý rok, i mimo období dovolených, čímž ovšem pochopitelně zároveň přicházejí i o možnost dovolených, které za určitých okolností nemusejí být o mnoho dražší, než je pobyt doma.

O nezdolnosti a „nenasyčenosti“ řady chatařů a chalupářů svědčí i to, že v r. 1996 z osob, jejichž rodina vlastní chatu či chalupu, plných 44 % souhlasilo s tím, že nejlepší dovolená je právě na chatě.²⁰

²⁰ *Veřejnost a dovolená I.* 1996. Praha: IVVM.

Graf č. 4: Trávení dovolené na chatě či na chalupě podle sebezařazení domácnosti – rok 1999 (v %)



Pramen: Deset let společenské transformace v České a Slovenské republice. Sociologický ústav AV ČR, Praha 199

Dovolená s cestovní kanceláří

Cestovní kanceláře (a jejich celková situace, jejich služby atd.) se v průběhu 90. let velice výrazně změnily. Výchozím a celkově klíčovým momentem jejich proměny a podmínkou jejich současné podoby bylo samozřejmě uvolnění našich státních hranic od r. 1990, odstranění politických a ideologických bariér bránících ze strany ČR výjezd našich obyvatel do zahraničí. Na toto východisko ihned na začátku 90. let navázaly nejprve kvantitativní proměny cestovních kanceláří (vzrostl jejich počet, rozšířila se nabídka – zejména směrem k „západním zemím“ – a stoupl počet zákazníků) a o něco později i proměny kvalitativní (celkové zkvalitnění nabízených a zajišťovaných služeb, pokusy o realizaci různých forem ochrany klientely před negativními dopady finančních i jiných problémů cestovních kanceláří apod.).

Vlna kvalitativních proměn byla (a je) přitom neodlučitelně spojena s postupnou diferenciací a specializací cestovních kanceláří, což především odráží změnu potřeb a požadavků zákazníků: od masového typu „zájezdu pro všechny“ z první poloviny 90. let (důraz na kvantitu – včetně pokud možno okamžitého a enormního zisku) je nutné přejít nejen ke „kvalitnímu zájezdu pro (téměř) všechny“ (snaha o propojení kvantity s kvalitou), ale postupně k „řadě kvalitních zájezdů pro každého“, k vytvoření širokého spektra zájezdů, z nichž každý by vyhovoval jiným příjmovým kategoriím, různě početným rodinám a jiným věkovým skupinám, osobám s odlišnými zájmy a preferencí dovolenkových činností. Vyvrcholením snahy o respektování individuality zákazníků jsou potom cesty a pobyty tzv. šité na míru, kdy cestovní kancelář zorganizuje podle individuálních požadavků a přání klienta, event. úzké skupinky klientů jakýsi adresný zájezd, „zájezd pro uzavřenou skupinu“, či dokonce „zájezd pro

jednoho“ (termín zájezd zde už vlastně ztrácí svůj původní smysl) – v tomto případě je ovšem třeba se připravit platit za „exkluzivitu zážitku“.

S cestovními kancelářemi na dovolenou vyjížděla v druhé polovině 90. let jen menšina obyvatel naší republiky – podle výzkumů IVVM²¹ to z těch, kteří v létě čerpali dovolenou, bylo v daném období každý rok 20–25 % lidí, nejčastěji šlo o vysokoškolsky vzdělané lidi, podnikatele a ostatní zaměstnance. Lze předpokládat, že na dovolené organizované cestovní kanceláří tyto skupiny obyvatel láká především zajištění určitého nezbytného pohodlí (byť na různé úrovni podle nabízených služeb a ceny zájezdu v konkrétním případě) a úspora času při zajišťování dovolené.

Ke konci 90. let 20. století se v organizování dovolené cestovními kancelářemi prozrazuje především trend stále se prohlubující diferenciací mezi klienty a jejich požadavky. Na jedné straně se každým rokem obohacuje seznam nabídek luxusních a i jinak výjimečných dovolených,²² na druhé straně cestovní kanceláře konstatují, že nejdříve vyprodané jsou levné a nejlevnější zájezdy a klienti se snaží cíleně co nejvíce využívat nejruznější slevy a výhody (viz např. tzv. last minute a další). Údajně se však – ani v souvislosti s problémy s životní úrovní – nevrací trend výše zmíněných „dovolených za každou cenu“: lidé si raději koupí dovolenou na místě méně atraktivním, ale přece jen v určité kvalitě než v módním turistickém středisku s problematickým bydlením i dalšími službami.

Jinou výraznou tendencí je v poslední době zřetelný obrat českých klientů cestovních kanceláří od zahraničních dovolených a zájezdů k tuzemským, což je ale součástí obecnějšího trendu pod heslem „Ze zahraničí domů“ (viz blíže následující kapitola). Nejde ale jen o dovolenkové klasické pobyty v českých horách a u českých řek či rybníků, běžné i dříve, jakkoli se zdá, že právě o ně je stále velký zájem. S tím se však nelze spokojit – řada českých „světoběžníků“ jednak doma požaduje tentýž evropský standard, který objevili při zahraničních dovolených (kempování na břehu rybníka dnes již nadchne málokoho), a kromě toho cestovní kanceláře předpokládají, že i v ČR bude většina potenciálních klientů chtít něco zvláštního, třeba výše zmíněnou exkluzivitu zážitku, i když po česku. Na jedné straně se tak nabízejí některé nové typy dovolených (pozvolna např. i agroturistika, ekologická turistika) i tematické zájezdy zcela neobvyklého zaměření: cesty po vinných sklípčích, výlety na zabíjačky či rožnění selat,²³ pozorování zvířat v přírodě, „koňské“ dovolené, sklářské cesty, „pivní turistika“ apod.

²¹ Opakované výzkumy s názvem Dovolená očima veřejnosti.

²² Podle odhadu tajemníka Asociace cestovních kanceláří O. Freidíngera se za exotikou daleko od Evropy ročně vydává asi 150 000 lidí (<http://www.lidovenoviny.cz>). Není už tak zcela ojedinělá situace, že české cestovní kanceláře nabízejí tak exkluzivní dovolené, jako jsou např. desetidenní safari v Tanzánii (orientačně 300 000 Kč), měsíční cesta za domorodými kmeny v Nové Guineji (cca 125 000 Kč), čtrnáctidenní rybolov v Mongolsku (okolo 100 000 Kč), rovněž čtrnáctidenní pobyt na polynéském ostravě Bora Bora (250 000–300 000 Kč) a snad jeden z nejdražších „zájezdů“ do Antarktidy na 14 dní za 370 000 Kč. Kromě toho (ještě) dobrodružněji založený člověk se může zúčastnit už ne zájezdu, ale přímo expedice do Číny, pralesu Indočíny, Laosu, Barmy, ostrovní Indonésie, Tibetu, Nepálu atd. Ojedinilejší však přece jen asi bude případ nejmenovaného českého podnikatele, který si vyjel na dva týdny s milenkou na Martinik: „... objednal si dovolenou za milion dvě stě tisíc korun na osobu. Letělo se speciálním letadlem s postelí, vlastní televizí i knihovnou, stewardem určeným výhradně k jeho potřebám.“ (<http://www.lidovenoviny.cz>). Exotický musí být ovšem i obsah, náplň takové dovolené: potápění se na korálových ostrovech, surfování na písečných dunách, skoky do vodopádů, meditace s buddhistickými mnichy apod.

²³ S touto tzv. agroturistikou mají velké plány zejména moravské oblasti.

7. DESTINACE: TUZEMSKO X ZAHRANIČÍ

Geografický prostor trávení dovolené byl dlouhá léta před rokem 1990 pro drtivou většinu obyvatel ČR vymezen hranicemi zemí tzv. socialistického tábora, a je proto více než pochopitelné i logické, že již od jara 1990 každý, kdo alespoň trochu mohl, vyjížděl na různě dlouhé cesty především do zemí západní Evropy, event. i „za oceán“ (pochopitelně ne všechny tyto akce spadají do kategorie dovolených, velmi často šlo spíše o výlety, prodloužené víkendy apod.). První dovolené v doposud velice obtížně dostupném zahraničí byly dosti často poznamenány tím, že lidé kvůli tomu, aby se dostali na místa, kam dříve nemohli, byli ochotni odjet i za relativně „bojových“ podmínek: s nedostatkem financí, s problematickou znalostí cizích jazyků, s přespáváním v laciných ubytovnách, s pověstnými konzervami z domova apod.²⁴

Stejně tak logické a pochopitelné je i to, že po určité době dlouhými předchozími lety nahraděná touha navštívit Paříž, Neapol, egyptské pyramidy, Niagarský vodopád atd. atd. opadla (samozřejmě jednak proto, že alespoň částečně byla tato touha uspokojena, jednak i proto, že člověk mohl mít pocit, že může počkat – že pokud do svého vysněného místa nepojede nyní, pojede příště, protože možnost tam jet už bude stále otevřená). Za určitý vrchol výjezdů do zahraničí „za každou cenu“ (v tomto případě ve smyslu za cenu značného nepohodlí, finančních problémů, z nichž často plynuly problémy další apod.) se považuje rok 1992, event. ještě rok 1993.

V důsledku celé řady okolností, v nichž výše zmíněný pokles touhy vycestovat „za každou cenu“ byl jen jednou ze součástí (i když nikoli nepodstatnou), se v druhé polovině 90. let začal měnit poměr destinací reálných a dokonce částečně i ideálních dovolených v ČR a v zahraničí, což dokazují dále uváděné výsledky výzkumů.

IVVM v rámci svých pravidelných zářijových (tedy bezprostředně podovolenkových) šetřeních²⁵ klade otázku „Kde jste strávil největší část své dovolené nebo prázdnin?“ – od r. 1996 se podíl těch, kteří si vybrali letní dovolenou a strávili ji především v ČR, pohybuje nad třemi čtvrtinami. V ČR zůstávali častěji mladí do 19 let a naopak lidé nad 60 let, osoby s nižším, zejména základním vzděláním, dělníci, obyvatelé z měst o 20 000–10 000 obyvatelích a o něco častěji také lidé s horší životní úrovní. V zahraničí pobývali častěji lidé ve věku 30–59 let, vysokoškolsky vzdělaní, podnikatelé i představitelé kategorie ostatních zaměstnanců (např. lidé na řídicích postech a administrativní pracovníci), lidé s dobrou životní úrovní. Na špičce zahraničních dovolených (pokud jde o počet českých návštěvníků) se delší dobu drží trojice zemí, které si občas mezi sebou prohodí pořadová místa: Chorvatsko, Slovensko, Itálie; na

²⁴ Asi nejnázorněji tuto situaci ilustrovaly na samém počátku 90. let známé hromadné „svačínové výlety“ do Benátek, kdy se mnoho Italů ozývalo nahlas i v médiích a velice pohoršeně komentovali každodenní (jak tvrdili) obrázky početných členů českých zájezdů rozložených na náměstí svatého Marka a pojidajících své ještě doma připravené svačiny. K tomu se přidávaly postupně závažnější stížnosti: české zájezdy a čeští turisté se mnohde vyhýbali placeným službám (např. místo parkování na vyhrazeném a placeném parkovišti raději zablokovali dopravu zaparkováním v zakázaných zónách; místo přespání v hotelu lidé přechávali noc v autobusu či v autě na parkovišti, ačkoli to bylo zakázané a do určité míry i nebezpečné) či placení vůbec (viz potupné cedulky v příhraničních rakouských obchodech nabádající zákazníky, aby nekradli – pouze v češtině). Čeští turisté neměli na počátku 90. let v mnoha evropských zemích právě nejlepší pověst.

²⁵ Výzkumy pod stejnými názvy Dovolená očima veřejnosti.

místech za nimi v druhé polovině 90. let usadilo Španělsko, Řecko, Francie a také Turecko (to je ostatně dnes módní zemí i pro jiné Evropany) a Tunisko.

V rámci výzkumu MEDIAN 1999 předložili tazatelé respondentům (ve věku 14–79 let) výrok „Upřednostňuji dovolenou v ČR před zahraničím“, s nímž souhlasilo 63 % (rozhodný souhlas – 19 %) osob a nesouhlasilo 35 % (rozhodný nesouhlas – 7 %).²⁶ Tato otázka je poněkud jinak formulovaná a její interpretace se pohybuje vlastně mezi výpověďmi o destinaci reálných dovolených a o teoreticky preferovaných místech trávení dovolené.

Důvodů, proč se lidé začali ve větší míře přiklánět k tuzemským formám dovolených,²⁷ je několik. Některé z nich souvisejí s určitými mezinárodními či globálními jevy a tendencemi v cestování, např. s tím, že cestování v řadě turisticky atraktivních a doposud turisty hojně navštěvovaných zemích se stalo vysloveně nebezpečným;²⁸ pro další země byly ovšem již dříve vydávány příručky radící, kam raději z bezpečnostních důvodů nejezdit, a když už se tam turista ocitne, jak se chovat, aby byla větší pravděpodobnost, že přežije (viz např. výmluvně nazvaná publikace Světový průvodce do nebezpečných míst světa z r. 1997, v níž se vyčísleno 22 válečných zón a 85 dalších velmi rizikových míst na celém světě).

Další důvody se pak týkají přímo českých problémů a okolností. Částečně to jsou důvody a okolnosti nevynucené nějakými vnějšími tlaky – trend poznávat české (a moravské) turistické a rekreační oblasti (poté, co – jak bylo výše řečeno – opadl enormně vysoký zájem o zahraničí).²⁹ Příznivou okolností pro návrat českých dovolenkářů do Čech je jistě i to, že díky snahám přilákat k nám co nejvíce zahraničních turistů, se turistické a rekreační zázemí ČR výrazně zlepšilo a může tedy (alespoň většinou) uspokojovat i zvýšené nároky našich turistů, poskytnout jim mnoho z těch služeb, které okusili v zahraničí. Důvody k preferenci dovolené ve vlasti plynoucí z vnějších podmínek se pak pochopitelně týkají zejména ekonomických faktorů, životní úrovně (viz následující kapitola).

²⁶ Market & Media & Lifestyle. 1999, Praha: Median.

²⁷ Svou roli zde nepochybně hraje i to, že do kategorie dovolených strávených (alespoň z větší části) v ČR patří i chataři a chalupáři a z hlediska statistik dokonce i ti, kteří si vybrali dovolenou a strávili ji doma, tedy v ČR. Ale i bez těchto dvou kategorií je převaha tuzemských dovolených nad zahraničními velmi zřetelná (a koneckonců příslušníci oněch dvou skupinou skutečně svou dovolenou v ČR tráví).

²⁸ Nejde jen o problémy zdravotní, ty existovaly vždy a se zvětšováním objemu a frekvence turistiky samozřejmě roste i počet případů, kdy si turisté domů přivezou nejrůznější, z hlediska své vlasti (a možnosti léčení) exotické nákazy. V dané souvislosti jsou důležitější momenty politické a především akce teroristického charakteru, které na delší či kratší dobu omezují možnosti cestování, a to tím více, že často jejich terčem jsou přímo turisté. Od poloviny 90. let lze namátkou z konkrétních akcí připomenout zejména atentáty nacionalistů na Korsice v r. 1996, šokující útok teroristů přímo na turisty v egyptském Luxoru v r. 1997, únos západních turistů v Jemenu v r. 1998 a pokus o totéž tamtéž o rok později, vražda západních turistů v ugandském národním parku Bwindi v r. 1999, varování separatistické Strany kurdských pracujících před možnými útoky na turisty v jihovýchodním Turecku v r. 1999, útoky proti cestovatelům v turisty vyhledávaných oblastech Namibie. (Teroristický útok na USA ze září r. 2001, který měl velice výrazný dopad na cestovní ruch, do uvedeného výčtu nespadá jen proto, že překračuje horizont časového vymezení obsahu této stati – zahajuje možný přehled podobných akcí v dalším, 21. století.)

²⁹ Je třeba říci, že v tomto trendu nejsou Češi sami – totéž se týká nejen Maďarska, kde jistě spolupůsobí stejně jako u nás i ekonomické okolnosti, ale v poslední době zcela proti dosavadním zvyklostem i Rakouska.

8. NĚKTERÉ EKONOMICKÉ SOUVISLOSTI DOVOLENÝCH

Výše uvedené rozbory výsledků empirických výzkumů na téma dovolených dokazují, že ekonomické ukazatele jsou velice důležitým a takřka univerzálním kritériem diferenciací trávení dovolených. Z obecného hlediska lze tuto situaci dokreslit ještě dvěma ekonomickými aspekty dovolených – jak se lidé dovolenou snaží využít alespoň částečně k získání určitých materiálních hodnot, a především jaké místo zaujímá financování dovolené v jejich rodinném rozpočtu.

Utilitární dovolená

Základní variantou utilitární dovolené, tedy způsobu, jak na dovolené nejen ušetřit, ale spíše získat, vytvořit nějakou materiální hodnotu, je využívání času dovolené pro různé opravy a úpravy bydliště – ať se jedná o byt či dům na trvalé adrese (tedy v případě těch, kteří dovolenou tráví alespoň částečně doma) či o chatu/chalupu (v případě chatařů/chalupářů). Graf č. 5 z výzkumu IVVM poskytuje rámcovou orientaci o oblíbenosti zmíněné „dovolenkové činnosti“ – téměř dvě třetiny Čechů přinejmenším částečně vylepšují své trvalé nebo dočasné bydliště. Při bližším pohledu na členy těchto dvou třetin se ukazuje, že jde nejčastěji o lidi z dělnických profesí (66 %), ekonomicky aktivní osoby ve věku 30–59 let (64 %), osoby z malých sídel do dvou tisíc obyvatel (téměř tři čtvrtiny); méně se těmto činnostem věnují především studenti (44 %).³⁰ Je ovšem pravda, že opravy a úpravy daného typu mohou mít odlišnou podstatu, což už bohužel zmiňovaný výzkum nepostihl: avšak přinejmenším z faktu, že na provozování daných činností nemá podle výsledků výzkumu životní úroveň respondentů žádný vliv, lze usuzovat, že mezi respondenty se objevovali např. jak finančně zajištěnější chataři, kteří takto realizovali své hobby (event. spíše jen „manažerovali“ realizaci úprav specializovanou firmou), tak méně majetní, pro které je takováto cesta úprava bytu tou nejlacinější (vlastní volno a vlastní pracovní síla).³¹

Dovolená v rodinném rozpočtu

Nadpoloviční většina obyvatel na svou dovolenou spoří celý rok (výjimkou jsou podnikatelé, z nichž se to týká jen 43 %)³² a zároveň ovšem dovolená patří mezi ty oblasti, na kterých by většina lidí při nějakých neočekávaných velkých výdajích začala šetřit, event. je vůbec vyškrtla ze struktury své spotřeby.

Téměř ve všech výše probíraných aspektech dovolených se ukázalo, že jedním z vůbec nejdůležitějších kritérií jejich výběru (včetně volby, zda dovolenou mít, či

³⁰ Dovolená a domácí hospodaření 1996. Praha: IVVM

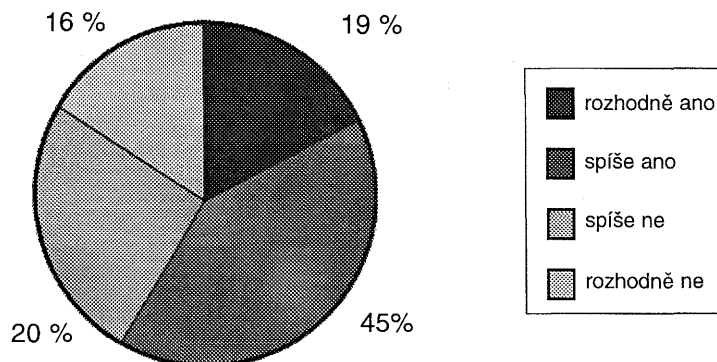
³¹ Objektivně menší význam má v této souvislosti samozásobitelství (potraviny), nicméně pro úplnost je možné dodat, že polovina osob alespoň část své dovolené věnuje i zavařování, konzervování a děláni zásob potravin na zimu – typičtější jsou tyto činnosti pro ženy (56 %), obyvatele nejmenších obcí (62 %), lidi s horší životní úrovní (57 %), osoby se nižším vzděláním (53 %), přičemž z hlediska regionálního jsou nejpilnější Středočeši (důležité chatové oblasti) a Jihomoravané (58 %). (Dovolená a domácí hospodaření 1996. Praha: IVVM).

³² Market & Media & Lifestyle. Median, Komplet 1998 ČR.

nemít) jsou ekonomické podmínky a okolnosti. Platí to dvojnásobně u otázky, nako-
lik se reálná dovolená podobá ideální dovolené: ve výzkumu MEDIAN v r. 1998 bylo
respondentům předloženo k vyjádření tvrzení „Mám dostatek peněz na to, abych si
mohl splnit své představy o dovolené“, s nímž souhlasilo 16 % osob (rozhodně sou-
hlasilo pouze 3,4 % a spíše souhlasilo 12,6 %) a nesouhlasilo 81,1 % (rozhodně nesou-
hlasilo 49,3 % a spíše nesouhlasilo 31,8 %). Přitom jistě nepřekvapí, že mezi těmi,
kteří si mohou svůj ideál nejčastěji splnit, jsou více podnikatelé (33,4 %) než zaměst-
nanci (15,9 %) či studenti (16,4 %).³³

Graf č. 5: Využívání alespoň části dovolené k opravám a údržbě bytu, domu, chaty/chalupy

„Alespoň část dovolené zpravidla použijeme na opravy a údržbu bytu, chaty či chalupy“ – 1996 (v %)



Pramen: Dovolená a domácí hospodaření. IVVM, Praha, 1996

Částečně k pořízení dovolené (zajištění základních podmínek typu ubytování
a dopravy) a částečně ke spotřebnímu chování na dovolené (od vstupného do muzeí
až po koupi třeba zmrzliny a suvenýrů) se vztahovala otázka v poddovolenkových
výzkumech IVVM na to, jak lidé utrácejí peníze na dovolené. S tvrzením „Když jde
o dovolenou, tak na peníze nekoukám“ např. v r. 1996 souhlasilo 39 % (10 % rozhod-
ně souhlasilo, 29 % spíše souhlasilo; pouze pro 16 % osob to bylo naprosto nemysli-
telné). S jeho obsahovým opakem, tj. tvrzením „O dovolené se snažím utratit co nejmé-
ně“ ve stejném výzkumu souhlasilo jen o něco méně – 35 % (rozhodně souhlasilo
9 %, 26 % spíše souhlasilo; pro 17 % to byla naprosto vyloučená představa).³⁴ I tyto
údaje svědčí o značné diferenciaci dovolených, a zejména dovolenkářů, i když je nutné
brát v úvahu, že představy o tom, co to znamená „nekoukat na peníze“ a „utratit co
nejméně“, mohou být u různých lidí různé – zde však jde o celkový postoj, nikoli
o konkrétní sumy.

³³ Tamtéž.

³⁴ Veřejnost a dovolená I. 1996. Praha: IVVM.

V oblasti financování dovolených se zhruba od poloviny 90. let začaly objevovat některé nové možnosti, které převrátily vžitě představy o tom, že člověk nejprve musí mít peníze a teprve potom může jet na dovolenou (v některých případech jde spíše o staronové možnosti – obdobné principy zde existovaly již dříve, ale buď ne přímo v souvislosti s dovolenou, nebo ne v takovém rozsahu).

Jednou z těchto variant jsou dovolené na splátky či dovolené na úvěr, které v současnosti existují dokonce v několika podobách: spotřebitelské úvěry (půjčky bezúčelové i účelové), kontokorent (povolené přečerpání konta u banky), úvěry u splátkových společností (Home Credit, Multiservis a další) a konečně zájezdy na splátky u některých cestovních kanceláří (zpravidla v úzké spolupráci s některou bankou či splátkovou společností – např. cestovní kancelář Čedok a Česká spořitelna). Je možné konstatovat, že prozatím se tato forma financování dovolených zřejmě příliš nerozšířila, i když přesný počet dovolených na úvěr se zjišťuje dosti obtížně – cestovní kanceláře vykazují podíly klientů, kteří si takto dovolenou zajistili za využití jejich služeb, ale pokud např. zákazník zaplatí zájezd penězi vypůjčenými jinde, není vcelku šance to zjistit. Mezi středně velkými cestovními kancelářemi se u nás za rok 1998 prodalo 1,5 % všech zájezdů a v roce 1999 3 %; cestovní kancelář Fischer hovoří o 5 % zájezdů na splátky, zatímco u Čedoku se jednalo o tisíc klientů z celkového počtu 180 000 prodaných zájezdů (v zahraničí se údajně na splátky prodává 20–30 % všech zájezdů). Je ovšem pochopitelné, že stejně jako každý úvěr i úvěr na dovolenou předmět naší koupě více či méně prodraží.

Další novou možností financování dovolených je home-exchange, tzv. bydlení na oplátku, dočasná výměna bytů či domů pro účely dovolené (na obdobných zásadách byl založen již před delší dobou v ČR systém výměny chat na dovolenou). Princip je velmi jednoduchý: dvě rodiny z různých míst si vymění klíče od bytů a každá prožije dovolenou v místě bydliště druhé rodiny. Ekonomická výhoda takovéto dovolené spočívá v tom, že platit je vlastně nutné pouze dopravu do druhého místa a tam se už „bydlí jako doma“: jezdí se autem druhé rodiny, vaří se v jejich kuchyni atd. atd. (samozřejmě za předpokladu, že to platí recipročně, v obou domácnostech). Nezbytným – a ovšem ekonomicky nevyčísitelným – základem dovolené na oplátku je důvěra (vůči členům druhé rodiny) i určitá míra tolerance (rozhodně to není způsob vhodný pro toho, koho přivede do infarktové situace zjištění, že lžičky nejsou v příborníku tam, kde mají být a vždycky byly vidličky). Česká pobočka mezinárodní organizace Intervac, která se zprostředkováním těchto výměn zabývá, nabízí téměř 10 000 míst ze zhruba čtyřiceti zemí světa. Podle jejich zkušeností si tento způsob dovolené oblíbili zejména lidé s vyšším vzděláním, příslušníci středních vrstev. K hlavním výhodám dovolené na oplátku se počítá možnost jet i do zemí, které jsou poněkud nad finanční možnosti dotyčného, alespoň částečně a dočasně se zapojit bezprostředně do života jiné kultury (nikoli z hotelu a přes sklo autobusu při okružní jízdě), strávit i exotickou dovolenou se zázemím domácího prostředí, zdokonalit se v cizím jazyce (z nutnosti). Předností pro mnoho lidí je jistě i to, že nejde o dovolenou naprogramovanou, někým řízenou – všechno záleží na jednotlivci od okamžiku, kdy si vybere

vhodné místo a rodinu, přes dohodu o vzájemně si poskytnutých podmínkách až k tomu, co v bydlíšti druhé rodiny reálně dělat.

Zcela specifickým a zajímavým způsobem financování a celkově i organizování dovolené je systém timeshare, tzv. doživotních či sdílených dovolených, který pronikl do naší republiky teprve nedávno pod sloganem „Jste majiteli své dovolené“. Podstatou tohoto systému je jednorázová koupě doživotního každoročního týdenního pobytu v hotelovém apartmá, bytě, bungalovu, pokoji v penzionu, horské boudě, hausbótu atd. na určitém místě v zahraničí: jinými slovy – klient si za okamžité složení určité částky pohybující se zhruba okolo 200 000 Kč zajistí právo až do své smrti pobývat jeden týden v každém roce v příslušném apartmá či pokoji. Většinou se z této původně pouze sdílené dovolené (člověk sdílí byt či dům s jinými vlastníky; ovšem oni jsou vlastníky v jiných týdnech) stala výměnná sdílená dovolená: stručně řečeno pomocí příkladu – svůj pobyt v pařížském apartmánu čtvrtý dubnový týden můžete pro tento rok vyměnit s jinými vlastníky za jejich první srpnový týden v rybářské boudě na finském pobřeží a příští rok opět s jinými vlastníky za jejich silvestrovský týden v hotelu Karlových Varech. Tímto způsobem může člověk cestovat po celém světě a každý rok být jinde, všude se zajištěným komfortem či spíše luxusem pěti hvězdiček.

Základní „háčky“ podobných výhodných koupí celoživotních dovolených bývají jednak finanční (obvykle to není tak výhodné, jak to na první pohled vypadá, i přes jednorázovou koupi se platí každý rok tzv. udržovací poplatek za údržbu „koupěného“ objektu, různé poplatky jsou vyměřeny i za další služby – výměnu za jiné místo apod.), jednak pramenící z nedodržování některých smluvních ustanovení.

9. SHRNU TÍ

Českou dovolenou na konci 90. let 20. století je možné charakterizovat prostřednictvím následujících trendů:

1. Velice výrazně se rozšířilo (již od počátku 90. let) spektrum různých možných způsobů trávení dovolené, konkrétních dovolenkových aktivit atd.– dovolené se v tomto smyslu velmi rozrůznily a „demasifikovaly“ (řečeno termínem A. Tofflera).

2. Způsoby trávení dovolené i postoje k dovolené se výrazně diferencovaly, a to nejzřetelněji podle ekonomických kritérií a podle věku; z kategorií sociálněekonomického postavení se největší rozdíly objevovaly mezi skupinami ekonomicky aktivních a ekonomicky neaktivních (důležitou roli zde přitom hraje nejen příjem, ale i sama práce a postoje jedince k ní); v některých případech byly diferenčními kritériem také místo bydliště a vzdělání (neplatí to však obecně); relativně malou diferenční sílu vykazovalo zpravidla kritérium pohlaví, rodinného stavu a počtu dětí.

3. Ekonomická kritéria (zejména příjem, stupeň vycházení s rodinným rozpočtem a ekonomická sebeidentifikace domácnosti) hrají velice důležitou roli ve všech rozhodováních týkajících se dovolené: od rozhodnutí, zda vůbec dovolenou vybírat či nikoli, až např. k volbě mezi konkrétními zahraničními zájezdy.

4. I když věkové, generační hledisko je při způsobu trávení volného času i konkrétně dovolené vždy velmi významné, v 90. letech u nás byl tento obecný význam ještě umocněn rozdílem mezi možnostmi a ochotou starších a mladších generací využívat výrazně změněných podmínek trávení volného času a dovolené v 90. letech oproti předchozím desetiletím: starší a částečně střední generace je jednak méně ochotná měnit své zažité zvyklosti, a to i pokud jde o volný čas a dovolenou (jejich zvyklosti se přitom utvářely a upevňovaly především v 50.–80. letech, za zcela jiných podmínek a okolností než v 90. letech), jednak k tomu často už ani nemá ty nejhodnější individuální předpoklady (např. zdraví), a proto volí častěji dovolenou tradiční, zatímco mladá generace je podstatně mobilnější a rovněž náchylnější k přejímání vzorů trávení dovolených u nás dříve neobvyklých či neexistujících.

5. Zhruba 30–40 % občanů si koncem 90. let svou dovolenou nevybíralo buď vůbec, nebo jenom po několika málo dnech v průběhu celého roku (nejednalo se tedy o delší souvislou dovolenou) – důvody souvisely jednak s nepříznivou ekonomickou situací jedince a jeho rodiny, jednak s prací, se zaměstnáním.

6. Příliš mnoho práce bránilo ve vybírání dovolené (či přinejmenším celé dovolené) téměř 30 % lidí: častěji se to týká – kromě workoholiků všech profesí – soukromých podnikatelů (obava o činnost firmy v jejich nepřítomnosti) než zaměstnanců (obava ze ztráty zaměstnání nebo ze zbrzdění kariérového postupu).

7. Skupina lidí trávících svou dovolenou doma (cca 15 % z těch, kteří si svou dovolenou vybírali) to odůvodňovala jak nepříznivými ekonomickými okolnostmi (osoby s horší životní úrovní), tak jinými úzce osobními podmínkami (nenahraditelná trvalá či dlouhodobá péče o někoho či něco; zdravotní problémy; žádná touha cestovat; nutnost různých činností v místě bydliště).

8. Tradičně český způsob dovolené na chatě či chalupě přežil rok 2000 a stále patří mezi často realizované dovolené, zejména pro vrstvy obyvatelstva na střední ekonomické úrovni (pro čtyři osoby z deseti to byla navíc dokonce i představa ideální dovolené); nejčastěji právě s chatařskou či chalupářskou dovolenou souvisel také u nás dosti rozšířený fenomén tzv. utilitární dovolené;

9. Po boomu výjezdů do („západního“) zahraničí na začátku 90. let začala na konci 90. let pozvolna růst pozornost přikládána tuzemským dovoleným (důvody jsou jak ekonomické, tak ale i neekonomické povahy).

10. Hlavní sezónou dovolených zůstalo léto (dovolenou si v létě vybírá okolo dvou třetin obyvatel), avšak v souladu s celosvětovým trendem více kratších dovolených, část lidí prožívala svou dovolenou i v zimě či na jaře (relativně málo lidí si vybíralo alespoň část své dovolené na podzim).

11. Možnosti dovolených s cestovními kancelářemi se výrazně zkvalitnily, velice se rozšířilo spektrum nabídky služeb, pokud jde o destinace a konkrétní náplň dovolené, a v neposlední řadě se objevily individualizované služby („dovolená šitá na míru“); služeb cestovních kanceláří ovšem využívala menšina lidí – 20–25 % z těch, kteří měli v létě dovolenou.

12. Objevily se nové formy organizování a financování dovolené (např. dovolená na úvěr, dovolenkový pobyt na oplátku, doživotní sdílená dovolená), které však využívala jen velmi malá část obyvatelstva.

The Czech Holiday at the End of the 20th Century (A General Characterisation)

Summary

The Czech holiday at the end of the 1990s can be characterised in its basic general features in terms of the following basic trends:

1. possible ways of spending holiday time, specific holiday activities and so forth – in this sense holidays have become very diversified and “demassified” (to use A. Toffler’s term);
2. ways of spending holidays and attitudes to holidays have become strongly differentiated, most clearly by economic criteria and age. As far as socio-economic position is concerned, the greatest emergent differences have been between economically active and economically inactive groups (not only income, but work itself and the individual’s attitude to it play an important role here). In some cases place of residence and education were criteria of differentiation (but this did not apply universally). The criteria of sex, marital status and number of children turned out to have a relatively small differentiating effect;
3. economic criteria (specifically income, degree of access to family budget and economic self-identification of the household) played a very important role in all decisions relating to holidays: from the decision whether to take a holiday at all to the choice between specific foreign holidays.

Specific aspects of the theme of holidays in the CR at the end of the 90s which the article also considers include holiday entitlements that are not taken, holidays spent at home, work as an obstacle to holidays, seasonality of holidays, holidays in own country cottages, holidays with travel agencies, holiday destinations and economic aspects of holidays.