



Slovník pojmů z oblasti udržitelného turismu

Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism vám přináší slovník pojmů z oblasti udržitelného turismu pro lepší orientaci v této problematice.



Agenda 21

Agenda 21 je komplexní plán na podporu udržitelného rozvoje v 21. století. Byla přijata v roce 1992 během Konference OSN o životním prostředí a rozvoji v Rio de Janeiru. Agenda 21 se zaměřuje na 21. století, zatímco Agenda 2030 má specifický termín do roku 2030.

Agenda 21 pro cestovní ruch

Agenda 21 pro cestovní ruch je specifická část širšího plánu Agenda 21, který byl přijat během Konference OSN o životním prostředí a rozvoji v roce 1992 v Rio de Janeiru. Tato část se zaměřuje na udržitelný rozvoj v oblasti turismu.

Agenda 2030

Agenda 2030 je dlouhodobý a ambiciózní program, který byl přijat v září 2015 na Valném shromáždění OSN a zahrnuje cíle udržitelného rozvoje, kterých má být dosaženo do roku 2030. Její klíčovou součástí je 17 Cílů udržitelného rozvoje (SDGs) a 169 specifických podcílů, které vstoupily v platnost 1. ledna 2016 a mají být naplněny všemi členskými státy OSN do roku 2030.

Agroturismus

Agroturismus je spojen s turistickými nebo rekreačními pobyty na venkovských farmách, jejichž cílem je poznávání způsobu života v blízkém kontaktu s přírodou. Tento typ turismu zahrnuje přímou účast na zemědělských činnostech, aktivní odpočinek, pěší turistiku či cykloturistiku, poznávání původních technik výroby potravin, jízdu na koni, chov a péči o hospodářská zvířata a další podobné aktivity.

Apiturismus

Apiturismus je forma agroturismu zaměřená na včelařství. Zahrnuje návštěvy včelařství, včelařských farem nebo muzeí, kde se návštěvníci dozvídají o životě včel, výrobě medu či medoviny

a významu opylovačů pro ekosystém. Součástí mohou být i ochutnávky, výroba svíček z vosku nebo pobyty ve včelích domech (tzv. apidomy) pro relaxaci a podporu zdraví díky včelím produktům a vzduchu z úlu.

Autentický turismus (angl. Authentic travel & tourism)

Autentický turismus se zaměřuje na získávání hlubších a autentických zážitků, které umožňují účastníkům poznat a pochopit místní kulturu, tradice a způsob života. Tato forma turismu se snaží vyhnout komercializovaným a turisticky přetíženým atrakcím a místo toho se soustředí na skutečné a přirozené aspekty destinace.

Benátský syndrom

Benátský syndrom je termín, používající se k popisu problému, kdy turismus vede k negativním dopadům na město nebo lokalitu, konkrétně na její infrastrukturu, kulturu a obyvatelstvo. Tento syndrom je pojmenován podle italských Benátek, kde turismus vede k úbytku trvale žijících obyvatel a nárůstu počtu turistů.

Butlerův koncept životního cyklu destinace

Butlerův koncept životního cyklu destinace je teorie, která popisuje vývoj turistické destinace jako sekvenci šesti fází: objevování, rozvoj, zralost, přetížení, pokles a buď obnova, nebo úpadek. Tento model ilustruje, jak se destinace mění v průběhu času, jak se rozvíjí turistická infrastruktura a jaké výzvy mohou nastat v rámci udržitelného turismu.

C

Cirkulární ekonomika

Cirkulární ekonomika, jinak také oběhové hospodářství, usiluje o to, aby produkty, materiály a zdroje byly využívány co nejdéle, a to prostřednictvím recyklace, opravy, renovace a znovu použití.

Coolcation

Coolcation (z angl. slov „cool“ (chladný) a „vacation“ (dovolená)); je druh dovolené zaměřené na vyhledávání chladnějších nebo méně tradičních destinací, kde mohou lidé uniknout před horkým počasím. Termín se začal používat k označení trendu, kdy cestovatelé vybírají chladnější destinace jako reakci na klimatickou krizi.

CSR (angl. Corporate Social Responsibility)

CSR neboli společenská odpovědnost firem, je koncept, který se zabývá otázkou, jak firmy mohou přispět k pozitivnímu rozvoji společnosti a ochrany životního prostředí mimo rámec svých základních obchodních aktivit. To zahrnuje například podporu komunitních projektů, ochranu životního prostředí, zlepšování pracovních podmínek zaměstnanců nebo transparentní řízení firemních operací.

CSRD (angl. Corporate Sustainability Reporting Directive)

CSRD je směrnice o reportování udržitelnosti, kterou v roce 2022 schválil Evropský parlament a Rada EU. CSRD a ESG (Environmental, Social, and Governance) jsou propojené koncepty, přičemž CSRD vyžaduje zveřejňování informací o udržitelných a společensky odpovědných praktikách organizace, které se hodnotí na základě ESG kritérií.

D

Demarketing

Demarketing v turismu je strategie zaměřená na snížení poptávky po turistických destinacích či službách, často s cílem ochrany životního prostředí, řízení kapacity, zlepšení kvality života místních obyvatel či zážitku samotných návštěvníků.

Dobrovolnický turismus (angl. Voluntourismus)

Dobrovolnický turismus kombinuje dovolenou s aktivní pomocí v navštívených oblastech. Zahrnuje aktivní zapojení do projektů, které mají pozitivní dopad na místní komunitu, životní prostředí nebo jinou oblast, kde se turista nachází.

Doxeyho iritační index

Doxeyho iritační index popisuje vývoj vztahu místních obyvatel k turistům ve čtyřech fázích: euforie (turisté jsou vítáni pro ekonomické přínosy), apatie (turisté se stávají běžnou součástí života), znechucení (rostoucí nespokojenost z negativních dopadů turismu) a antagonismus (otevřené nepřátelství vůči turistům).

E

Ekoagroturismus

Ekoagroturistika je forma turismu na ekologicky hospodařících farmách, které produkují bio produkty.

Ekologická certifikace

Ekologická certifikace je postup, kdy nezávislá třetí strana dává ujištění (většinou vydaným certifikátem), že výrobek, proces či služba odpovídá specifickým požadavkům na základě specifických kritérií pro danou oblast (např. pro oblast turismu).

Ekologická stopa

Ekologická stopa je hypotetická jednotka, porovnávající dopady lidské činnosti na ekosystém planety. Měří množství a rychlost spotřeby přírodních zdrojů v porovnání se schopností planety tyto zdroje regenerovat a absorbovat odpady.

Ekoturismus

Ekoturismus je environmentálně zodpovědná forma turismu, která je zaměřená na poznávání přírodních oblastí a chráněných území, a to s ohledem na místní obyvatele a životní prostředí.

EMAS (angl. Eco-Management and Audit Scheme)

EMAS je systém environmentálního managementu a auditu, který je zavedený a regulovaný Evropskou unií. Umožňuje podnikům systematicky a transparentně hodnotit, vykazovat a zlepšovat své výsledky v oblasti životního prostředí.

EMS (angl. Environmental Management System)

EMS je obecný termín pro systémy, které firmy a organizace používají k řízení a zlepšení svých environmentálních dopadů. EMS mohou mít různé formáty a standardy. Zahrnují normy a standardy ISO.

Environmentální stopa

Environmentální stopa je pojem, který zahrnuje různé aspekty vlivu lidských aktivit na životní prostředí. Měří celkový dopad činností na různé environmentální faktory, jako jsou emise skleníkových plynů, spotřeba vody, produkce odpadu, znečištění vzduchu a vody atd.

ESRS standardy (angl. European Sustainability Reporting Standards)

ESRS jsou technické standardy Evropské unie, které určují, jak mají firmy vykazovat informace o udržitelnosti. Tyto standardy jsou součástí širší směrnice CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), která firmám ukládá povinnost pravidelně zveřejňovat podrobné údaje o svém dopadu na životní prostředí, společnost a řízení (tzv. ESG – Environmental, Social, Governance). ESRS tak pomáhají zajistit jednotný a transparentní reporting udržitelnosti napříč evropskými firmami.

ESG (angl. Environmental, Social, and Governance)

ESG jsou environmentální (E), sociální (S) a řídicí (G) kritéria, která dohromady tvoří soubor faktorů pro hodnocení nefinanční výkonnosti firmy – nefinanční reporting. ESG tvoří obrázek o vlivu firmy na životní prostředí a společnost.

F

Farm To Table

Farm to table je model, který klade důraz na přímé získávání ingrediencí z místních zdrojů, čímž se minimalizuje vzdálenost mezi místem produkce a konečným spotřebitelem. Cílem je podpora místních farmářů, snížení ekologické stopy spojené s přepravou potravin a zajištění jejich čerstvosti a kvality.

Flygskam

Flygskam (ze švéd. slov flyg (létání/letadlo) a skam (hanba/stud)); označuje pocit viny nebo studu z využívání letecké dopravy kvůli jejím dopadům na životní prostředí. Pojem vznikl jako součást hnutí za ochranu životního prostředí v reakci na rostoucí obavy ohledně dopadů létání na klima.

G

Gentrifikace

Gentrifikace označuje proces, kdy zvýšený zájem turistů a investice do turistické infrastruktury vedou k proměně charakteru městských čtvrtí nebo lokalit. Typicky dochází k růstu cen nemovitostí a služeb, což může vytlačit původní obyvatelé a změnit sociální a kulturní strukturu místa. S tím souvisí i zánik tradičních obchodů, škol a dalších institucí, které byly součástí místního života. Místo tak ztrácí svůj původní charakter, vylidňuje se a může se proměnit v **turistické ghetto** – prostor uzpůsobený primárně pro potřeby krátkodobých návštěvníků, často na úkor místní komunity a autenticity destinace.

Genius loci

Genius loci je latinský výraz, který znamená „duch místa“. Označuje jedinečnou atmosféru a charakter určitého místa, který ho odlišuje od jiných lokalit. Tento pojem zahrnuje jak fyzické vlastnosti prostředí (architektura, krajina), tak i historii, kulturu a pocity, které místo vyvolává. V turismu je důležité respektovat a zachovávat genius loci, aby destinace neztratila svůj autentický charakter.

Geoturismus

Geoturismus je forma turismu, která se zaměřuje na poznávání a ochranu geologických a geomorfologických rysů a procesů. Tento typ turismu zahrnuje návštěvu míst s významnými geologickými útvary, minerály, fosiliemi a geomorfologickými prvky, a klade důraz na jejich ochranu a vzdělávání veřejnosti o jejich hodnotě.

Globální etický kodex cestovního ruchu (angl. Global Code of Ethics for Tourism, GEK)

Globální etický kodex cestovního ruchu je soubor zásad a doporučení s cílem podporovat odpovědné a udržitelné praktiky v turismu. Tento kodex byl přijat a vydán Světovou organizací cestovního ruchu (UN Tourism) v roce 1999 a určuje zásady chování pro vlády, podnikatele, místní komunity i návštěvníky s cílem podporovat vzájemné porozumění, respekt a ochranu kulturního i přírodního dědictví.

Green Claims Directive (čj. Směrnice o zelených tvrzeních)

Směrnice o zelených tvrzeních je legislativní akt Evropské unie, který stanoví pravidla a regulace pro ekologická a udržitelná prohlášení firem. Jejím cílem je zajistit, že všechna ekologická a udržitelná tvrzení jsou pravdivá, podložená a transparentně komunikovaná, čímž se zamezí klamavým praktikám a greenwashingu.

Green Deal (čj. Zelená dohoda)

Green Deal je plán Evropské unie, jehož cílem je do roku 2050 dosáhnout klimatické neutrality. Zaměřuje se na snížení emisí skleníkových plynů, podporu obnovitelných zdrojů energie, zvýšení energetické účinnosti a ochranu biodiverzity. Dohodu schválily členské státy EU a zahrnuje opatření ovlivňující energetiku, dopravu, zemědělství, stavebnictví a průmysl, aby přechod k udržitelnosti nebyl opomenut žádný jednotlivec ani region.

Green Nudges

Pojem Green Nudges označuje strategii, která využívá principy behaviorální ekonomie k povzbuzení lidí k ekologičtějším rozhodnutím a chování. Termín „nudge“ (popostrčení) se vztahuje na jemné úpravy v prostředí, které mohou ovlivnit rozhodování jednotlivců, aniž by byly přímo nařizovány nebo zakazovány určité volby.

Greenfluencer

Greenfluencer je osoba, využívající své přítomnosti na sociálních sítích a jiných mediálních platformách k propagaci ekologického způsobu života a udržitelných praktik. Cílem je inspirovat a vzdělávat své sledující o environmentálních problémech a motivovat je k tomu, aby přijali šetrnější životní styl.

Greenhushing

Greenhushing je opakem greenwashingu. Jedná se o zatajování vlastních snah v oblasti udržitelnosti. K tomuto chování dochází často z obav před kritikou, podezřením z greenwashingu nebo kvůli snaze vyhnout se případným kontrolám a negativní publicitě.

Greenwashing

Greenwashing je taktika, při které organizace nebo firmy prezentují své produkty, služby nebo praktiky jako ekologicky příznivé, aby vytvořily dojem environmentální odpovědnosti, i když ve skutečnosti nedochází k významným ekologickým přínosům. Tato praktika slouží k ovlivnění vnímání spotřebitelů a veřejnosti a často maskuje nedostatečné skutečné úsilí o udržitelnost.



Honey Pots

Pojem Honey Pots v turismu obecně označuje velmi populární turistické destinace, které přitahují velké množství návštěvníků díky svým atrakcím či atraktivitě. Tyto destinace mají často dobře rozvinutou turistickou infrastrukturu, aby zvládly vysoký počet turistů.



Inkluzivní turismus

Inkluzivní turismus zahrnuje širší koncept než přístupný turismus. Je zaměřen na poskytování aktivit, služeb a turistických produktů navržených tak, aby byly dostupné pro všechny osoby, bez ohledu na jejich zdravotní potřeby, etnický původ, kulturní zázemí nebo jiné rozdíly. Cílem je vytvořit přívětivé a rovnocenné prostředí pro všechny návštěvníky.

Inscenizace/Komodifikace

V kontextu turismu představuje inscenizace či komodifikace proces, při kterém jsou tradiční zvyky, obřady a výrobky předváděny turistům často v upravené nebo zjednodušené podobě, aby byly atraktivní a snadno dostupné. Tento proces může vést

ke ztrátě autenticity, protože se rituály a tradice vytrhávají z jejich původního kontextu a stávají se komerčními produkty, což může způsobit jejich zneuctění nebo degradaci.

Iritace rezidentů

Iritace rezidentů se týká situací, kdy místní obyvatelé vyjadřují negativní reakce nebo frustraci vůči turistům a aktivitám spojeným s turismem, jako je například výstavba nového resortu nebo podobné projekty v jejich oblasti. Tato iritace může mít různé příčiny a formy, od pasivního nesouhlasu až po aktivní protesty a snahu o regulaci turistických aktivit, s cílem minimalizovat jejich dopad na místní a jejich kvalitu života.

ISO normy (angl. International Standards Organization)

ISO normy jsou mezinárodní standardy, které definují požadavky, specifikace, směrnice nebo charakteristiky pro výrobky, služby a systémy. Tyto normy jsou navrženy tak, aby zajišťovaly kvalitu, bezpečnost a efektivitu v různých odvětvích a oblastech činnosti.

ISO 14000 a 26000

ISO 14000 a 26000 jsou skupinou norem, které se zabývají environmentálním managementem. Poskytují společností strukturu pro identifikaci a řízení jejich dopadu na životní prostředí. ISO 14000 se zaměřuje na systémy environmentálního managementu a je zároveň nejznámější a nejrozšířenější standard pro EMS. ISO 26000 se zabývá společenskou odpovědností.

Klimatická neutralita

Klimatická neutralita označuje stav, kdy se množství skleníkových plynů, které člověk vypouští do atmosféry, rovná množství skleníkových plynů, které jsou odstraněny nebo vyrovnány pomocí různých opatření. To znamená, že organizace, jednotlivci nebo národy dosahují vyváženosti mezi emisemi a jejich kompenzací, například prostřednictvím obnovitelných energií, energetické účinnosti nebo projektů na odstranění CO₂.

Komunitní turismus

Komunitní turismus je forma turismu, jejíž koncepce rozvoje vychází z potřeb hostitelské komunity. Je založen na aktivitách místních obyvatel a jeho realizace odráží místní ekonomické podmínky a organizaci. Tento typ turismu je jednou z forem udržitelného turismu a přispívá k jeho realizaci tím, že zajišťuje ekonomické výhody pro místní komunitu a podporuje místní podniky.

L

Last chance tourism (čj. turismus poslední šance)

Turismus poslední šance označuje cestování do oblastí ohrožených především klimatickou změnou. Cestovatelé chtějí tato místa zažít dříve, než dojde k jejich zásadní proměně nebo zániku. Trend je často posilován médii, environmentálními zprávami a rostoucím povědomím o globálních hrozbách. Paradoxně však může zvýšený zájem přispět k dalšímu zatěžování těchto citlivých lokalit.

M

Masový turismus (angl. Mass tourism)

Masový turismus, též hromadný, je obecný termín označující cestování velkých skupin návštěvníků, využívání hromadných ubytovacích a stravovacích zařízení, dopravních prostředků apod. Tento termín se používá jako protipól individuálního turismu a zahrnuje i marketingový aspekt, kdy se vytváří masová poptávka po určitých turistických destinacích a zážitcích.

Měkký turismus (angl. Soft tourism)

Měkký turismus minimalizuje negativní vlivy turismu, harmonizuje potřeby turistů a místního obyvatelstva, chrání přírodu a zachovává kulturní unikátnost

cílového místa. Tento přístup klade důraz na udržitelnost, respekt k místní komunitě a minimalizaci negativních dopadů na životní prostředí.

Mobility HUB

Mobility HUB je místo, kde jsou fyzicky (a často i digitálně) propojeny různé formy dopravy – například veřejná doprava, sdílená kola, elektrokoloběžky, carsharing, taxi služby nebo dobíjecí stanice pro elektromobily. Tyto uzly umožňují snadný a plynulý přestup mezi různými typy dopravy a podporují udržitelnou mobilitu.

N

Nefinanční reporting

Nefinanční reporting je proces zveřejňování informací o environmentálních, sociálních a správních aspektech činnosti organizace, které nejsou finanční povahy. Tento typ reportingu poskytuje transparentnost ohledně dopadů podnikání na širší společnost a prostředí, což je klíčové pro hodnocení jejich společenské odpovědnosti a udržitelnosti.

Nevyvážený turismus (angl. Unbalanced tourism)

Nevyvážený turismus označuje nerovnoměrný a neudržitelný turismus, často spojený s pojmem „overtourism“. Má negativní dopady na místní ekonomiku, kulturu, životní prostředí a kvalitu života obyvatel, jelikož počet turistů

neustále roste. Tento typ turismu často ignoruje principy udržitelnosti a dlouhodobého rozvoje.

NIMBY (z angl. Not-In-My-Backyard effect)

NIMBY efekt, též nedotknutelnost vlastního zájmu, označuje postoj, kdy lidé podporují určitá opatření nebo projekty – například v oblasti udržitelnosti, rozvoje infrastruktury nebo turismu – ale odmítají, aby byly realizovány v jejich bezprostředním okolí. V kontextu turismu to může znamenat, že místní obyvatelé sice uznávají ekonomické přínosy cestovního ruchu, ale zároveň nesouhlasí s výstavbou nových hotelů, rekreačních zařízení nebo přítomností většího počtu turistů ve své čtvrti.

O

Odolnost destinace

Odolnost destinace je schopnost turistické oblasti přizpůsobit se a zotavit se z nepříznivých událostí, jako jsou přírodní katastrofy, ekonomické krize nebo společenské a environmentální tlaky. Tato schopnost zahrnuje rychlou obnovu infrastruktury, ochranu kvality života místních obyvatel a udržení atraktivity pro návštěvníky. Odolné destinace jsou schopny efektivně čelit výzvám a udržet svou prosperitu i v nepříznivých podmínkách.

Odpovědný cestovatel

Odpovědný cestovatel je jedinec, který se snaží minimalizovat negativní dopady svých turistických aktivit na životní prostředí, místní kulturu a ekonomiku tím, že se

chová uvědoměle a respektuje místní zvyky a pravidla. Tento cestovatel aktivně vyhledává udržitelné možnosti a podporuje místní komunitu, čímž přispívá k pozitivním změnám v cílové destinaci.

Odpovědný turismus

Odpovědný turismus se, stejně jako udržitelný turismus, zaměřuje na maximalizaci pozitivních dopadů turismu na společnost, životní prostředí a ekonomiku. Tento koncept se však soustředí na konkrétní činnosti jednotlivců, komunit nebo podniků, které se snaží minimalizovat dopad svých turistických aktivit prostřednictvím osobní odpovědnosti a uvědomělého chování.

Offsetting

Offsetting je proces, kdy organizace nebo jednotlivci snižují svůj uhlíkový otisk financováním projektů s pozitivními environmentálními dopady, jako je výsadba stromů nebo podpora obnovitelných zdrojů energie. Tento přístup se často používá v oblasti turismu k vyrovnání nevyhnutelných emisí z cestování. Offsetting jako takový není nejlepším řešením pro udržitelnost, neboť neřeší základní problém zvyšující se globální uhlíkové stopy.

Overturismus (angl. Overtourism)

Overturismus označuje situaci, kdy je turistické místo nebo destinace přetíženo nadměrným počtem návštěvníků. To může mít negativní dopady na místní obyvatele, životní prostředí, kulturní nebo přírodní dědictví a může rovněž ovlivnit kvalitu zážitků samotných návštěvníků.

Plalking

Plalking je aktivita, která spojuje chůzi se sbíráním odpadků. U plalkingu chodci uklízejí odpadky, které naleznou po cestě. Tento termín je odvozený od slova „walking“ (chůze) a švédského slova „plocka“ (sbírat nebo zvedat).

Pliking

Pliking je termín označující aktivitu, kdy cyklisté při jízdě uklízejí odpadky. Pojem „pliking“ kombinuje slovo „biking“ (cyklistika) se švédským slovem „plocka“ (sbírat nebo zvedat).

Plogging

Plogging je aktivita, která kombinuje běh se sbíráním odpadků. Při plogingu běžci při svém pohybu zvedají a sbírají odpadky, které naleznou po cestě. Termín „plogging“ vznikl spojením slov „jogging“ (běhání) a švédského slova „plocka“ (sbírat nebo zvedat).

Pomalý turismus (angl. Slow tourism)

Pomalý turismus klade důraz na pomalejší tempo, hlubší zážitky a větší respekt k místní kultuře a prostředí. Tento koncept se od tradičního masového turismu odlišuje tím, že se zaměřuje na

kvalitu zážitků, nikoliv na kvantitu, a podporuje udržitelné a odpovědné cestování.

Přístupný turismus (angl. Accessible tourism)

Přístupný turismus se zaměřuje na odstraňování fyzických, komunikativních a informačních bariér, aby byly turistické destinace a služby dostupné pro osoby s různými zdravotními potřebami, seniory a osoby s omezenou mobilitou. To zahrnuje bezbariérové přístupy, přizpůsobené ubytování, dopravu a informační materiály ve formátech přístupných pro různé druhy zdravotních omezení.

R

Regenerativní turismus

Regenerativní turismus zachovávací destinaci v lepším stavu, než byla před návštěvou konkrétního návštěvníka. Na rozdíl od udržitelného turismu, který se zaměřuje na snižování negativních dopadů a zároveň zvyšování ekonomických přínosů, regenerativní turismus si klade za cíl aktivně zlepšovat destinaci. To znamená zvyšovat blaho jak místa, tak jeho obyvatel, nejen minimalizovat škody.

Rurální turismus

Rurální turismus, nebo také venkovský turismus, je forma turismu zaměřená na návštěvu a pobyt ve venkovských oblastech, která umožňuje návštěvníkům zažít život na venkově, včetně jeho kultury, tradice a přírodních krás. Zahrnuje aktivity jako návštěvy farem, turistiku v přírodě či ochutnávky místních produktů.

S

Say-Do Gap (čj. mezera mezi záměrem a chováním)

Say-Do Gap označuje situaci, kdy lidé sice vyjadřují obavy o životní prostředí a souhlasí s důležitostí odpovědného chování, ale toto přesvědčení často nepřevědou do skutečných činů. V kontextu turismu to znamená, že cestovatelé chtějí cestovat odpovědně, ale v praxi často nedělají významné změny ve svém chování nebo je dlouhodobě nedodržují.

SDGs (angl. Sustainable Development Goals)

SDGs, česky Cíle udržitelného rozvoje, označuje 17 globálních cílů, které byly přijaty OSN v rámci Agendy 2030 pro udržitelný rozvoj. Tyto cíle se zaměřují na klíčové výzvy jako vymýcení

chudoby, zajištění kvalitního vzdělání, rovnost pohlaví, ochranu životního prostředí a podporu udržitelného ekonomického růstu. Jejich cílem je dosáhnout udržitelného rozvoje a zlepšení kvality života pro všechny do roku 2030.

Slow food travel

Slow food travel je koncept cestování, který se soustředí na hlubší a smysluplnější zážitky spojené s místní gastronomií a kulinářskou kulturou. Tento přístup vychází z filozofie slow food, která byla založena v 80. letech v Itálii a klade důraz na kvalitu, čerstvost a udržitelnost potravin.

Smart destinace

Smart destinace jsou turistické oblasti, které využívají moderní technologie a data k optimalizaci zážitků návštěvníků a efektivní správě místních zdrojů. Tento přístup zahrnuje integraci digitálních nástrojů pro zlepšení udržitelnosti, personalizaci a kvality služeb.

Sociální turismus

Sociální turismus je specifická forma turismu, která zahrnuje podporu cestování seniorů, osob se zdravotním postižením, z různých sociálních a ekonomických skupin, včetně těch, kteří mají omezené finanční prostředky nebo specifické potřeby.

Soft mobilita

Soft mobilita v turismu označuje využívání ekologicky šetrných způsobů dopravy, jako je chůze, cyklistika, městská hromadná doprava či vlaková doprava. Cílem je minimalizace negativních dopadů na životní prostředí.

Staycation

Staycation (z angl. slov stay (zůstat) a vacation (dovolená)); je pojem označující dovolenou, při které lidé tráví čas doma nebo v jeho blízkém okolí namísto cestování do vzdálenějších destinací. Tento přístup umožňuje relaxaci a objevování okolí bydliště, přičemž obvykle vyžaduje nižší náklady než tradiční dovolené, protože odpadají náklady za dopravu či ubytování.

Světelný smog

Světelný smog označuje nadměrné nebo rušivé osvětlení, které negativně ovlivňuje přirozené noční prostředí. Může mít škodlivé účinky na zdraví lidí, zvířat a rostlin. Patří sem jasné nebo rozptýlené světlo z pouličních lamp, billboardů a osvětlení budov, které zůstává během noci a narušuje spánkový cyklus a přirozené chování noční fauny.

Taxonomie EU

Taxonomie EU je jednotný klasifikační systém Evropské unie, který pomocí jasných a objektivních technických kritérií stanovuje, jaké hospodářské činnosti lze považovat za environmentálně udržitelné. Tím usnadňuje směřování investic do zelené ekonomiky a pomáhá bojovat proti green-washingu.

Tichý turismus (angl. Silent tourism)

Tichý turismus klade důraz na klid a ticho a nabízí únik z hektického tempa moderního života. Tento trend představuje alternativu přeplněných turistických destinací a umožňuje jednotlivcům odpoutat se od každodenního spěchu. Tato forma turismu zahrnuje



aktivity, jako jsou wellness pobyty zaměřené na meditaci, ubytování v klidných hotelech pro odpočinek a regeneraci a výlety do přírody bez digitálních technologií.

Turistická inflace

Turistická inflace označuje růst cen zboží, služeb či nemovitostí v oblastech s velkým množstvím turistů. Vysoká poptávka během hlavních turistických sezón vede k tomu, že místní obyvatelé často čelí vyšším nákladům na život.

Turistifikace

Turistifikace je proces, při kterém je určitá oblast přizpůsobena potřebám turistů na úkor základních funkcí sídla. V důsledku vysoké atraktivity a intenzivního turismu jsou místní služby a infrastruktura orientovány primárně na návštěvníky, což často vede k vytlačení původních obyvatel a upořádání jejich potřeb.

Turistofobie (angl. Tourist phobia)

Turistofobie vyjadřuje negativní postoj a odpor místních obyvatel k turistům. Tento jev se často vyskytuje v oblíbených turistických destinacích, kde vysoký příliv návštěvníků způsobuje problémy jako přeplnění, zvýšené životní náklady, znečištění, ničení infrastruktury apod., což vede k nespokojenosti místních obyvatel.

Turismusfobie

Turismusfobie je strach nebo odpor vůči turismu jako fenoménu. Zahrnuje širší kontext než turistofobie, protože se zaměřuje nejen na samotné turisty, ale na celý turismus jako průmysl a jeho dopady na společnost a životní prostředí.

Travel twins (čj. Blíženecké destinace)

Travel twins jsou destinace, které nabízejí podobné zážitky jako známější místa, ale za nižší cenu nebo s menším počtem turistů. Tento trend reaguje na rostoucí náklady a přeplněnost populárních lokalit a podporuje objevování alternativ bez ztráty kvality zážitku. Podobný pojem, často používaný na sociálních sítích, je **travel dupes**.

Udržitelný rozvoj

Udržitelný rozvoj je rozvoj, který uspokojuje potřeby současnosti, aniž by ohrožoval schopnost budoucích generací uspokojovat své vlastní potřeby. Tento přístup zahrnuje zohlednění ekonomických, ekologických a sociálních aspektů a snaží se najít rovnováhu mezi růstem a ochranou, mezi současnými potřebami a dlouhodobými cíli.

Udržitelný turismus

Udržitelný turismus se, podobně jako odpovědný turismus, zaměřuje na maximalizaci pozitivních dopadů turismu na společnost, životní prostředí a ekonomiku. Tento koncept se vztahuje na celé odvětví turismu a klade důraz na dodržování principů udržitelného



rozvoje na systémové úrovni. Zároveň odpovědný turismus klade důraz na odpovědnost jednotlivců, udržitelný turismus vyžaduje, aby se principy udržitelnosti integrovaly do všech aspektů odvětví, včetně politik, strategií a provozních postupů.

Uhlíková stopa

Uhlíková stopa je měřítkem dopadu společnosti, osoby či výrobku na životní prostředí. Měří množství skleníkových plynů, které jsou uvolněny do atmosféry v důsledku činností člověka. Vyjadřuje se v ekvivalentu oxidu uhličitého (CO_{2e}).

Underturismus (angl. Undertourism)

Underturismus označuje situaci, kdy je v určité turistické destinaci nízký počet návštěvníků, často pod úroveň její kapacity nebo potenciálu. Lze jej chápat jako opak overturismu. Tento stav může být způsoben například nedostatečnou propagací, horší dostupností, bezpečnostními obavami, ale také negativním mediálním obrazem nebo dočasně sníženou atraktivitou místa – například v důsledku přírodních katastrof, jako je požár v národním parku, nebo povodně. Přestože destinace může mít kvalitní infrastrukturu a zajímavé nabídky, zůstává turisticky podvyužitá.

Únosná kapacita

Únosná kapacita označuje takovou míru využívání místa, při níž nedochází k nenávratným změnám v přírodním prostředí, nenarušují se vztahy mezi návštěvníky a místními obyvateli a zároveň zůstává zachována kvalita návštěvnického zážitku. Rozlišujeme několik forem únosné kapacity. **Fyzicky únosná kapacita** představuje maximální počet osob, které může destinace nárazově pojmout bez fyzického poškození prostoru. **Environmentálně únosná kapacita** se vztahuje k úrovni dlouhodobé zátěže, kterou je

dané území schopno zvládat bez trvalého narušení ekosystému. **Socio-kulturně únosná kapacita** označuje hranici, při jejímž překročení dochází k negativním změnám v místní komunitě, například ke ztrátě tradičního způsobu života. **Psychologicky únosná kapacita** pak vyjadřuje míru rozvoje turismu, kterou jsou samotní návštěvníci ještě ochotni akceptovat, aby si mohli v destinaci užít očekávané aktivity bez pocitu nepohodlí či přeplněnosti.

UGC (z angl. User-Generated Content, čj. Obsah tvořený uživateli)

UGC obvykle označuje obsah, který vytvářejí sami uživatelé (cestovatelé) a sdílejí ho na online platformách, jako jsou sociální sítě, cestovatelské blogy nebo recenzní weby. Populární obsah (např. „insta friendly places“) může přispět k přetížení určitých destinací.



Venkovský turismus

Venkovský turismus, nebo také rurální turismus, je forma turismu zaměřená na návštěvu a pobyt ve venkovských oblastech, která umožňuje návštěvníkům zažít život na venkově, včetně jeho kultury, tradic a přírodních krás, a zahrnuje aktivity jako návštěvy farem, turistiku v přírodě a ochutnávky místních produktů.

Vizuální smog

Vizuální smog označuje přemíru rušivých prvků, jako jsou billboardy, reklamy nebo nevhodná architektura, které mohou narušit estetiku destinace a snižovat kvalitu turistického zážitku či kvalitu života místních obyvatel.



Zelený marketing (angl. Green marketing)

Zelený marketing je praxe, při které firmy propagují své produkty nebo služby tím, že zdůrazňují jejich ekologické přínosy a šetrnost k životnímu prostředí. Zaměřuje se na oslovení zákazníků, kteří preferují udržitelné a ekologicky odpovědné volby.

Zelený turismus (angl. Green tourism)

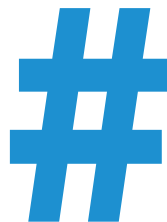
Zelený turismus se zaměřuje primárně na minimalizaci negativních dopadů na přírodu a životní prostředí. Na rozdíl od udržitelného turismu je více orientovaný na ekologické praktiky, jako jsou ochrana přírodních zdrojů a snižování environmentální stopy.

Zero Waste principy

Zero Waste principy jsou strategie a praktiky zaměřené na snahu o maximální recyklaci, minimalizaci odpadu a snížení spotřeby, přičemž výrobky jsou navrženy tak, aby mohly být opakovaně použity, opraveny nebo recyklovány a vráceny zpět do přírody nebo na trh.

5R

Koncept 5R je uznávaný rámec, který pomáhá minimalizovat vznik odpadu a efektivněji využívat produkty a materiály. Zkratka se sestává z pěti anglických slov: **refuse** (vyhýbat se produktům, obalům a materiálům, které nejsou udržitelné nebo vytvářejí nadbytečný odpad), **reduce** (snížit spotřebu zdrojů a materiálů, které mají negativní dopad na životní prostředí), **reuse** (opakovaně využívat produkty a materiály, aniž by se měnila jejich podoba), **repurpose** (najít nové využití pro produkty a materiály, které už neslouží svému původnímu účelu), **recycle** (zpracovat materiály tak, aby mohly být použity k výrobě nových produktů).



Děkujeme Společnosti vědeckých expertů cestovního
ruchu za spolupráci při přípravě slovníku.



SVECR

Slovník pojmů z oblasti udržitelného turismu
Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism
Štěpánská 567/15, 120 00 Praha 2 – Nové Město
czechtourism.cz
Fotografie na titulní straně: Jesenicko, Ladislav Renner