

Abstrakt

Napriek tomu, že nuda býva často považovaná za všednú súčasť každodenného života v dnešnej spoločnosti, akademický svet nie je jednotný v jej vysvetlení. Jednotliví autori sa rozchádzajú vo svojich stanoviskách jednak pri otázke, či je nuda univerzálnym alebo historicky vyvinutým javom a zároveň v položení dôrazu buď na subjekt alebo na vonkajšie podmienky pri otázke pôvodu a pôsobenia nudy. Predložená práca sa usiluje reflektovať tieto konceptuálne problémy a preklenúť ich pomocou alternatívneho, sociologicky relevantného prístupu. Navrhuje nový sociologický koncept, ktorý vychádza z výkladu nudy Martina Heideggera. Nudu chápe ako špecifický typ vzťahu medzi jedincom a jeho prostredím, resp. objektami v ňom. Pôvod a pôsobenie nudy vidí v pásme ich stretávania, čím sa usiluje odvrátiť epistemologické dilemy vyplývajúce z jednostrannej konceptualizácie. Koncept je následne empiricky využitý na interpretáciu konkrétneho segmentu cestovného ruchu, tzv. rekreačné zájazdy. Rekreačný zájazd ako ustálený model, vytváraný a poskytovaný cestovnými kancelármi v podobe komplexného produktu, je tu chápaný ako inštitucionalizovaná a legitímna forma nudy. Aplikovanie konceptu poukazuje predovšetkým na aspekt dočasného vyviazania jedinca zo spoločnosti, ktorý rekreačné zájazdy umožňujú a povzbudzujú, a poukázať na dôsledky, ktoré z danej situácie potenciálne plynú.