

N Á R O D O P I S N Á

revue

4/2021

AUTOŘI STUDIÍ A ČLÁNKŮ NR 4/2021:

Prof. PhDr. Alexandra BITUŠÍKOVÁ, CSc., (*1960) působí v Ústavu etnologie a sociální antropologie SAV v Bratislavě a na Katedře sociálních studií a etnologie Filozofické fakulty Univerzity Mateja Bela v Banské Bystrici. K jejímu dlouhodobému vědeckému zájmu mj. patří přeměny města v období postsocialistické transformace v širokých perspektivách globálního vývoje měst. **ORCID:** 0000-0003-4492-4101. **Kontakt:** alexandra.bitusikova@savba.sk

PhDr. Barbora PŮTOVÁ, Ph.D. et PhD., (*1985) působí jako odborná asistentka v Ústavu etnologie Filozofické fakulty Univerzity Karlovy v Praze. Zabývá se problematikou dějin kultury, umělecké tvorby a kulturního dědictví. Mezi další oblasti jejího odborného zájmu patří historická antropologie a antropologie umění. **ORCID:** 0000-0003-2350-7747. **Kontakt:** barbora.putova@ff.cuni

Doc. Mgr. Daniela STAVĚLOVÁ, CSc., (*1954) vystudovala etnografii a historii na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze. Od roku 1995 je vědeckou pracovnící Etnologického ústavu AV ČR a současně přednáší na katedře tance HAMU v Praze. Její specializací je etnochoreologie a taneční antropologie, svůj výzkum zaměřuje na studium historického i současného tanečního prostředí. **ORCID:** 0000-0001-8989-559X. **Kontakt:** stavelova@eu.cas.cz

MgA. Laura KOLAČKOVSKÁ, DiS. art., (*1996) je studentkou magisterského programu Etnologie a kulturní antropologie na Ústavu etnologie Filozofické fakulty Univerzity Karlovy v Praze. Zároveň je studentkou doktorského studijního programu oboru Taneční věda na HAMU v Praze. Zabývá se výzkumem lidového tance v současné společnosti. **ORCID:** 0000-0002-4446-3504. **Kontakt:** Kolackovska.lau@gmail.com

Ing. Vojtěch KOUBA, Ph.D., (*1983) vystudoval obor regionalistika a veřejná správa na Vysoké škole ekonomické v Praze a kulturologii na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze. Od roku 2010 vyučuje na Katedře arts managementu VŠE v Praze a na Katedře veřejné správy na Západočeské univerzitě v Plzni. Zabývá se především ekonomikou památek a kulturního dědictví. **ORCID:** 0000-0001-5443-5737. **Kontakt:** vojtech.kouba@vse.cz

Yulia BOHUSLAVSKA, PhD, (*1973) vystudovala historii a etnologii na Historické fakultě Oděské národní univerzity Mečnikova. Působí na Oděské národní polytechnické univerzitě – od roku 2000 na katedře historie a etnografie Ukrajiny a od roku 2012 na katedře psychologie a sociální práce. Zabývá se výzkumem v oblasti etnodemografie a etnických stereotypů. **ORCID:** 0000-0003-1360-9379. **Kontakt:** boguslav.yulia@gmail.com

Tetiana TKHORZHEVSKA, PhD, (*1971) vystudovala historii a etnologii na Historické fakultě Oděské národní univerzity Mečnikova na Ukrajině. Působí na Oděské národní polytechnické univerzitě – od roku 1993 na katedře historie a etnografie Ukrajiny a od roku 2010 na katedře kulturologie, od roku 2021 také na Fakultě žurnalistiky, reklamy a vydavatelství Oděské národní univerzity Mečnikova. Zabývá se studiem etnických stereotypů a antropologií města. **ORCID:** 0000-0002-4696-4636. **Kontakt:** tvtkhor@gmail.com

Mgr. Milan BALÓDY, DiS., (*1990) je studentem doktorského studijního programu oboru Teorie a dějiny hudby Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci. Působí jako pedagog na základních uměleckých školách v Přerově a na Potštátě. Zabývá se hudebním životem v 19. a 20. století. **ORCID:** 0000-0001-6541-4405. **Kontakt:** MilanBalody@seznam.cz

Národopisná revue vychází v tištěné černobílé podobě; pdf verze s barevnými fotografiemi jsou od roku 2016 zveřejněny na internetových stránkách časopisu v sekci Archiv <<https://revue.nulk.cz/narodopisna-revue-archiv-cisel/>>.

N Á R O D O P I S N Á

revue

4/2021



OBSAH

Studie a materiály k tématu Tradice jako objekt ekonomického (ne)zájmu

Kultúrne dedičstvo ako komodita? Příklad mestských slávností a festivalov (<i>Alexandra Bitušíková</i>)	259
Suvenýry na pražské Královské cestě jako objekt utváření a vyjednávání autenticity (<i>Barbora Půtová</i>)	270
Kolik stojí pravý český tanec? Autenticita na prodej (<i>Daniela Stavělová – Laura Kolačkovská</i>)	287
Socioekonomické aspekty proměn českých rybářských tradic v regionálních kontextech (<i>Vojtěch Kouba</i>)	299
Peníze milují ticho: transformace představ o penězích v ukrajinském velkoměstě v postsovětské éře (<i>Tetiana Tkhorzhevská – Yulia Bohuslavská</i>)	310
Stopy hudebního života v inzerci Humoristických listů (se zaměřením na 80. léta 19. století) (<i>Milan Balódy</i>)	322

Rozhovor

Etnomuzikologie za obzor roztomilých obrázků: Rozhovor s Lubomírem Tyllnerem o nebezpečných bulharských silnicích i společenském významu etnomuzikologie (<i>Matěj Kratochvíl</i>)	334
--	-----

Společenská kronika

Jubilující Miroslav Válka (<i>Jana Pospíšilová</i>)	337
Blahopřání Miloši Melzerovi (<i>Jana Pospíšilová</i>)	340

Konference

Celostátní setkání u příležitosti 30. výročí návratu černobylských krajanů zpět na území předků (<i>Veronika Beranská</i>)	341
3. sympozium ICTM Study Group on Music and Dance of the Slavic World (<i>Zita Skořepová</i>)	342

Recenze

D. Bittnerová – M. Moravcová (eds.): Festivity jako ukazatel identity a společenského směřování (<i>Andrej Sulítka</i>)	343
S. Brouček a kol.: Místo a úloha zahraničních Čechů v bilaterálních vztazích (<i>Andrej Sulítka</i>)	344
M. Holubová (ed.): Etnografický atlas Čech, Moravy a Slezska IX. Duchovní a hmotné aspekty zbožné peregrinace (<i>Vladimír Maňas</i>)	345
Authentisch oder oberflächlich? Wege der Zusammenarbeit von Museen und Tourismus / Autentické, nebo povrchní? Cesty spolupráce muzeí a cestovního ruchu (<i>Jarmila Pechová</i>)	348

Ročníkový obsah	350
------------------------	-----

Contents in English	352
----------------------------	-----

KULTÚRNE DEDIČSTVO AKO KOMODITA? PRÍKLAD MESTSKÝCH SLÁVNOSTÍ A FESTIVALOV

Alexandra Bitušíková (Ústav etnológie a sociálnej antropológie SAV)

Kultúrne dedičstvo sa v posledných dvoch až troch dekádoch stalo významným objektom záujmu vedcov z rôznych disciplín: etnológie a sociálnej antropológie, histórie, archeológie, kulturológie, sociálnej geografie, ako aj nových samostatných interdisciplinárnych odborov, nazývaných *heritage studies* alebo *critical heritage studies* (štúdiá o dedičstve), *tourism studies* (štúdiá o turizme) a dokonca aj *event studies* (štúdiá o podujatiach).¹ V neposlednom rade rastie záujem o dedičstvo aj v radoch ekonómov, pretože hmotné i nehmotné pamiatky kultúrneho dedičstva sa stále viac stávajú aj zdrojom komerčných záujmov a príjmov, či sa to prejavuje v náraste globálneho kultúrneho turizmu alebo v rastúcej obľube rôznych (kvalitných i nekvalitných) produktov inšpirovaných tradičnou kultúrou.

Odborná diskusia o kultúrnom dedičstve sa posunula od statického chápania kultúrneho dedičstva ako reliktu minulosti, ktorý treba ochraňovať, k chápaniu dedičstva ako procesu a neustále sa meniaceho sociálneho konštruktú, ktorý prepája minulosť s prítomnosťou a budúcnosťou. Podľa Jacinthe Bessière dynamika konštrukcie dedičstva spočíva v aktualizácii, adaptácii a reinterpretácii uchovaných vedomostí, zručností a hodnôt určitej skupiny, čiže spája uchovávanie a inováciu, stabilitu a dynamiku, reprodukciu a kreativitu, a tým vytvára nový sociálny význam, ktorý generuje identitu (Bessière 1998: 27). Koncept kultúrneho dedičstva najčastejšie osciluje medzi dvomi pólmi: dedičstvo ako súhrn teritoriálnych špecifik (priestorové hľadisko) alebo dedičstvo ako kultúrna identita, ktorá je výsledkom i motorom sociálnej a ekonomickej dynamiky komunít v určitom priestore. Medzi týmito pólmi sa pohybujú aj definície z medzinárodných dohovorov, ktoré sa sústreďujú buď na ochranu dedičstva (dôraz na pamiatku) alebo na podporu dedičstva ako zdroja socio-ekonomickej prosperity a integrácie (dôraz na funkciu dedičstva).²

Festivity, rituály, udalosti, sviatky, slávnosti, oslavy či festivaly³ ako súčasť kultúrneho dedičstva sa stávajú objektom samostatného výskumu, a to aj v súvislosti s ich potenciálom stať sa zdrojom lokálneho a regionálneho rozvoja a podpory nových pracovných príležitostí, ako aj prostriedkom nových ekonomických príjmov (napr. Van Aalst – van Melik 2012; Cudny 2013; Getz 1997,

2008; Hann 2018; Picard – Robinson 2009; Quinn 2005, 2009; Testa 2014 a i.). Téma komodifikácie a kapitalizácie (v širokých kontextoch a často v súvislosti s výskumom konzumu a globalizácie) dlhodobo priťahuje aj pozornosť sociálnych/ ekonomických antropológov (napr. Appadurai 1986, 2008; Handelman 1998; van Binsbergen – Wim 2005; Illouz 2017). Mestské festivity sú objektom výskumu aj v česko-slovenskom priestore (napr. Darulová 2013, 2017; Lochmanová 2018; Popelková 2014, 2017; Bitušíková 2020; Testa 2019, 2020) vrátane špecializovaného čísla Národopisnej revue 1/2018.

Tento primárne prehľadový príspevok si nedáva za cieľ definovať rôzne druhy mestských festivít, slávností či festivalov v konkrétnom prostredí, skôr chce upozorniť na dôležitý aspekt komercializácie a komodifikácie týchto podujatí, ktorý môže mať dopad na úspešnosť či neúspešnosť podujatia, ak nie je správne manažované. Cieľom môjho záujmu sú najmä slávnosti a festivaly, ktoré sú cyklické a ktorých cieľom je predstaviť priestorové a kultúrne hodnoty daného mesta, t. j. ide o podujatia, ktoré del Barrio et al. označujú ako festivaly kultúrneho dedičstva (Del Barrio et al. 2012) alebo Jepson a Clarke ako komunitné festivaly (*community festivals*, Jepson – Clarke 2013). V slovenskom prostredí za takéto slávnosti a festivaly možno označiť napr. Salamander v Banskej Štiavnici (Darulová 2013) alebo Radvanský jarmok v Banskej Bystrici (Bitušíková 2020), v českom prostredí napr. masopust na Hlinecku (Testa 2020). Zámerom týchto slávností a festivalov je priniesť zábavu, poučenie i únik do „inéno“, festivalového sveta, kde neplatia všetky pravidlá každodenného života, ale zároveň udržať estetické hodnoty spojené s kultúrnym dedičstvom (alebo jeho časťou) daného spoločenstva. Aj keď primárne vychádzam z teoretických východísk a metód urbánnej etnológie a antropológie, inšpiráciou mi boli aj práce ekonómov, najmä z oblasti kultúrnej alebo kreatívnej ekonomiky (*culture economy*, *creative economy*), ktorá skúma potenciál kultúrneho a kreatívneho priemyslu v ekonomickom rozvoji; novej rozvíjajúcej sa zážitkovej ekonomiky (*experience economy*), ktorá si všímá trendy (najmä mladšej generácie) investovania do zážitkov namiesto do materiálnych vecí; ako aj rituálnej ekonomiky

(*ritual economy*), ktorá predstavuje nové teoretické prístupy k štúdiu ekonomiky a moci vo vzťahu k spoločnosti a sociálnej zmene (napr. McAnany – Wells 2008).

Príspevok sa zameriava prednostne na prehľad vybraných dostupných prác, ktoré sa sústreďujú na štúdium mestských festivít a festivalov. Neprináša odpovede, skôr chce klásť otázky a priniesť inšpirácie pre ďalší, taký potrebný výskum v stredoeurópskom prostredí. S nárastom rôznych mestských podujatí sme svedkami aj rastúcej komercie, ktorá však neprispieva k udržateľnosti a odolnosti mestského života a jeho komunít, ani k rozvoju udržateľného a zodpovedného turizmu. Práve preto je výskum v tejto oblasti veľkou výzvou a nevyhnutnosťou. Etnológia a sociálna antropológia môže prispieť výsledkami svojich výskumov aj k tvorbe lepších mestských politík a stratégií v oblasti mestského rozvoja a rozvoja kultúrneho turizmu.

1. Mestské slávnosti a festivaly a ich vplyv⁴ na mestský rozvoj a lokálne spoločenstvo

Podľa početnej vedeckej literatúry (Derrett 2009; Johansson – Kociatkiewics 2011; Del Barrio et al. 2012; van Aalst – van Melik 2012; Jaeger – Mykletun 2013; Jepson – Clarke 2013; Miskowiec 2017; Testa 2014, 2020 a i.) sa mestské slávnosti a festivaly (najmä tie, ktoré súvisia s miestnou históriou a tradíciami) stávajú stále častejšie súčasťou lokálneho plánovania, marketingu a rozvoja. Mnoho mestských samospráv verí, že slávnosti a festivaly môžu prispieť k zlepšeniu lokálneho imidžu, k podpore miestnej špecifickosti a k vyšším ekonomickým ziskom (Saayman – Saayman 2006) a sú tiež prostriedkom upevnenia lokálnej identity a spolupatričnosti a posilňovania lokálnej hrdosti (Addo 2009; Jaeger – Mykletun 2013). Ako zdôraznila Sharon Zukin už v 90. rokoch 20. storočia, mestá po úpadku industriálnej produkcie „objavili“ kultúru ako dôležitý biznis a možnú konkurenčnú výhodu v globálnej súťaži s inými mestami (Zukin 1991; 1998) a naplno ju využívajú v snahe pritiahnuť do mesta čo najviac domácich návštevníkov i turistov.

Mnohé mestské festivaly, založené na podpore kultúrneho dedičstva, získali počas ich vývoja významnú medzinárodnú reputáciu (napr. Notting Hill Carnival v Londýne, Edinburgh Festival Fringe, berlínsky Carnival of Cultures, Rotterdam Summer Festival alebo benátsky Carnival of Venice) a každoročne prilákajú do mesta desaťtisíce domácich aj zahraničných návštevníkov. Viaceré mestské festivaly sa tak dostali na mapu globálneho

kultúrneho turizmu, ktorý je nielen najstaršou formou cestovania v histórii ľudstva, ale aj najrýchlejšie rastúcim segmentom turizmu na svete (Timothy – Boyd 2006).⁵ Využívanie a revitalizácia kultúrneho dedičstva (vrátane jeho nehmotných foriem a „živého dedičstva“, ktoré predstavujú aj slávnosti a festivaly) ide ruka v ruku s prehĺbovaním globalizácie a prepájaním sveta práve prostredníctvom kultúrneho turizmu (*cultural tourism* alebo *heritage tourism*). Tento segment turizmu, podporovaný aj politikami a praktikami UNESCO (cestou svetových zoznamov hmotného i nehmotného kultúrneho dedičstva, ale aj národných reprezentatívnych zoznamov) nie je hodnotovo neutrálny a je značne ovplyvňovaný politickým a kultúrnym lobbovaním jednotlivých štátov a ich snahou dostať domáce hmotné či nehmotné kultúrne pamiatky na zoznamy svetového dedičstva. Často sa tu stretávajú záujmy rôznych skupín, čo vedie k tomu, že niektoré časti histórie a tradície môžu byť zámerne „zabudnuté“ a ignorované, iné sú oživované, pretvárané, či dokonca „vynachádzané“ (podľa konceptu „*invented tradition*“ – vynájdenej tradície Erica Hobsbawma, 1983). Kultúrne dedičstvo a jeho UNESCO pamiatky sa stávajú nástrojom domácej i medzinárodnej stratégie s cieľom maximalizovať využitie dedičstva v rámci globálneho turizmu. Na domácom trhu sa pamiatky kultúrneho dedičstva využívajú na stimulovanie lokálnej, regionálnej a národnej identity a hrdosti, na medzinárodnom trhu sa „predávajú“ ako ikonické a unikátne značky a symboly tej-ktorej lokality či štátu. Tieto procesy sprevádza trend privatizácie rôznych služieb a tovarov, čím sa kultúrny turizmus stále viac približuje biznisu s primárnym cieľom zisku (Salazar 2010: 130-131).

1.1 Ekonomická hodnota a dopad organizovania mestských slávností a festivalov

Mestské slávnosti a festivaly ako súčasť „živého“ kultúrneho dedičstva (t. j. nehmotného kultúrneho dedičstva) sa stali objektom záujmu viacerých disciplín vrátane ekonomických subdisciplín, ktoré sa snažia z rôznych perspektív merať ekonomickú hodnotu a ekonomický dopad týchto podujatí. Štúdie z oblasti manažmentu (vrátane tzv. destinačného manažmentu) opisujú slávnosti a festivaly ako „produkty“, ktoré možno „kúpiť“ a „konzumovať“ návštevníkmi (Picard – Robinson 2006: 3), čo je často odrazom neoliberalných prístupov k štúdiu mestského rozvoja. Tieto štúdie sledujú napr. vzorce a motívy konzumného správania rôznych návštevníkov

slávností a festivalov, ich výdavky spojené s dopravou, stravovaním, ubytovaním či nákupom suvenírov a na základe týchto indikátorov posudzujú ekonomickú úspešnosť mestských podujatí (napr. Apostokalis – Viaskadou-raki 2017; Backman et al. 1995; Thrane 2002). Výskumy ukazujú, že čím viac lokálnych poskytovateľov služieb je do podujatia zapojených, tým väčší je ekonomický benefit, a to tak pre mesto a región, ako aj pre samotných poskytovateľov služieb (Irshad 2011).

Ďalšia skupina ekonomicky-orientovaných štúdií sa pozerá na mestské slávnosti a festivaly ako na prostriedok marketingu a branding (znova aj vrátane destináčného marketingu, zameraného na konkrétne ekonomické aktivity v konkrétnej lokalite), ktorý vedie k zlepšeniu imidžu a propagácie miest s cieľom prilákať čo najviac domácich i zahraničných návštevníkov. Tieto práce sledujú podporu reprezentácie miest cez ich symboly, významy, podoby, imaginácie alebo cez rozvoj infraštruktúr, nevyhnutných pre rozvoj turizmu v meste (napr. Getz 1997; Johansson – Kociatkiewicz 2011). UNESCO branding hrá v tomto význame obzvlášť významnú úlohu. Mestá, ktorých podujatia alebo pamiatky sú zapísané na zoznamy svetového dedičstva UNESCO, využívajú tento status pragmaticky najmä pre potreby ekonomickej regenerácie a zvyšovania ziskov (Askew 2010: 33-34).

Mestské slávnosti a festivaly prinášajú návštevníkom aj príležitosti zažiť nové zážitky (*consumption of experiences*) a podporujú zážitkovú ekonomiku – ďalšiu pomerne novú oblasť ekonomických štúdií (*experience economy*, napr. Pine – Gilmore 1999; Manthiou et al. 2014; Getz – Page 2016). Pine a Gilmore (1999) definujú zážitky ako ekonomickú hodnotu, vytvárajúcu kompetitívnu výhodu, ktorú je ťažké imitovať alebo nahradiť. To znamená, že ekonomickú úspešnosť podujatia možno posilniť tým, že sa organizátori (často municipalita) a ďalší aktéri (napr. komerčné prevádzky, kultúrne agentúry a pod.) pokúsia znásobiť zážitok účastníkov podujatia tak, aby ostal v ich spomienkach ako výnimočný či až nezabudnuteľný, t. j. postavia scenár podujatia na špecifickom zážitku. Zážitky sú novým „produktom“, ktorý si možno zakúpiť a ktorý vedie k ďalšiemu ekonomickému rastu (napr. Herrero et al. 2007). Do tejto kategórie v slovenských reáliách patria napr. fotografie turistov v dobových kostýmoch alebo tradičnom odeve, možnosť verejne si zaspievať s hudobnou skupinou/ tradičnou hudbou, aktívna účasť na krátkodobom kurze výučby nejakej tradičnej výtvarnej techniky alebo účasť na výnimočnom

predstavení, ktoré nemožno zažiť nikde inde (napr. Deň kroja v Banskej Bystrici⁶).

Niektorí autori (napr. Quinn 2005; van Aalst – van Melik 2012) upozorňujú, že rastúca komercializácia mestských slávností a festivalov má aj negatívne stránky: zvyšujúce sa ceny tovarov, služieb i kultúrnych programov (vrátane komerčných zážitkov) spôsobujú, že podujatia sa stávajú pre niektoré skupiny obyvateľstva cenovo nedostupné. To môže viesť k situáciám, že lokálne obyvateľstvo, ktoré bolo pôvodne hlavnou cieľovou skupinou i spoluvorcom podujatia, je postupne vytláčané rastúcim počtom turistov, často z iných krajín (to je príklad veľkých mestských festivalov ako Salzburg Festival, Edinburgh Festival, Bristol International Festival of the Sea alebo Notting Hill Carnival v Londýne; Arnold 2001; Atkinson – Laurier 1998; Cudny 2013; Hall 1992 a i.). Okrem toho, nárast návštevníkov z iných miest a krajín vytvára tlak na lokálne komunity – nositeľov a spoluvorcov podujatia – prispôbiť lokálne kultúrne hodnoty potrebám a vkusu návštevníkov a riskovať stratu hodnoty autenticity. Tento tlak medzi lokálnymi nositeľmi kultúrneho dedičstva (hostiteľmi) a vonkajšími návštevníkmi (hostami) môže byť zdrojom konfliktu (aj keď neviditeľného). Je preto nevyhnutné hľadať a vytvárať cesty pre spoluprácu všetkých aktérov v organizácii podujatí i v oblasti kultúrneho turizmu s cieľom eliminovať možné negatívne účinky rôznych rozhodnutí na kultúrne hodnoty.

Komercializácia a komodifikácia mestských slávností a festivalov má negatívny dopad aj na životné prostredie. Množstvo odpadov a nadmerné používanie jednorázových pohárov, tanierov i príborov (často plastových) na týchto masových podujatiach sa stávajú závažným problémom a mnohé mestá už zavádzajú v tejto oblasti prísne pravidlá zamerané na zelené riešenia.⁷

1.2 Socio-kultúrna hodnota a dopad organizovania mestských slávností a festivalov

Na druhej strane spektra prevažne ekonomickej literatúry o úlohe a hodnote mestských podujatí (slávností a festivalov) nachádzame sociologické a antropologické práce. Tie zdôrazňujú hlavne socio-kultúrne hodnoty a vplyv mestských slávností a festivalov na mestskú societu, ktoré presahujú ekonomické benefity (Irshad 2011). Viaceré antropologické práce (Appadurai 1986; van Binsbergen – Geschiere 2005; Ilouz 2017; Picard – Robinson 2009 a i.) sa téme komodifikácie a kapitalizácie objektov kultúrneho dedičstva venovali už od 90. rokov

20. storočia. Na nich nadväzujú ďalší bádatelia a bádatelky – najmä reprezentanti sociálnej antropológie, ktorí značne prispeli k novej teoretizácii témy aj vďaka komparatívnym výskumom (v súčasnosti najmä Testa 2017, 2019, 2020).⁸

Práce týchto bádateľov poukazujú na to, že mestské podujatia sú prostriedkom sociálnej interakcie a participácie, ako aj sociálnej kohézie a inklúzie rôznych skupín. Poskytujú účastníkom možnosti rozvoja rôznych zručností a zapájanie sa do dobrovoľníckych aktivít, čo vedie k posilňovaniu občianskej spoločnosti. Prispievajú k formovaniu lokálnej hrdosti a identity, ako aj k uvedomovaniu si a akceptácii kultúrnej rôznorodosti.

Mestské slávnosti a festivaly umožňujú prepájanie mestských komunít (napr. na úrovni spolupráce mestských obvodov a štvrtí), čím posilňujú tak dôležité vlastnosti a schopnosti ľudí a ľudských skupín a spoločenstiev v 21. storočí – odolnosť (*resilience*), udržateľnosť (*sustainability*) a inkluzívnosť (*inclusivity*) mestského (ale aj vidieckeho) spoločenstva (napr. Derrett 2009; Holtorf 2018; Pinto et al. 2019). Ak sú tieto podujatia viazané dlhodobo na konkrétne miesto, napr. námestie alebo mestská štvrť (*place-bound festivals*), prezentujú aj priestorové a kultúrne hodnoty určitého mestského priestoru v určitom čase (Derrett 2003; Quinn 2005; MacLeod 2006; van Aalst – van Melik 2012). V sociologickej a antropolologickej literatúre sa stále väčší dôraz kladie na dôležitosť participácie najrôznejších aktérov pri organizácii mestských slávností a festivalov a manažmente kultúrneho turizmu. V praxi sa tieto dve oblasti (organizovanie podujatí – *event management* a kultúrny turizmus) často rozvíjajú samostatne, hoci ich prepojenie by prinieslo omnoho väčší efekt (Getz 2008: 422).

2. Autenticita a komodifikácia v kultúrnom dedičstve

V súvislosti s nárastom mestských slávností a festivalov a ich komerčným charakterom sa veľká pozornosť v odbornej literatúre venuje vzťahu autenticity a komodifikácie kultúrneho dedičstva, a to najmä v kontexte kultúrneho turizmu.

Koncept autenticity má vo výskume kultúrneho dedičstva dynamickú históriu – počas dlhých desaťročí 20. a 21. storočia bol mnohokrát oslavovaný, skúšaný, zatracovaný, kritizovaný, spochybňovaný až odmietaný. Andrew Potter v práci *The Authenticity Hoax* napísal, že autenticita je niečo, čo ľudia chcú – ak má niečo nálepku autenticity, zvyčajne to ľudia považujú za dobrú vec

(Potter 2010: 6). Autenticita je spájaná s pocitom nostalgie, pretože mnohí sa pozerajú na minulosť s nostalgiou ako na niečo krásne, čisté a odchádzajúce, na čom stavia aj turistický priemysel. David Lowenthal (2015: 31) nazval nostalgiu ako súčasný obľúbený trend pozerania sa späť, do minulosti. Ďalej tvrdí, že minulosť je čiastočne produktom súčasnosti, pretože ľudia neustále pretvárajú kolektívnu pamäť a prepisujú históriu (Lowenthal 2015: 69).

V staršej literatúre o kultúrnom dedičstve bola autenticita definovaná ako stabilná hodnotová kategória, spájaná s tradíciou, pôvodnosťou, pravosťou a hodnovernosťou, súčasný výskum ju opisuje skôr ako dynamickú, performatívnu, relatívnu a podmienenú. To, čo sa považuje za autentické dedičstvo, sa mení podľa rôznych sociálnych, kultúrnych, politických, religióznych, ekonomických a iných kontextov (Silverman 2015: 69). V minulosti sa za autentický objekt považovalo napr. dielo, vytvorené nositeľom tradície a slúžiace pôvodnej funkcii, a to, čo vzniklo pre potreby komercie či turistov, bolo automaticky považované za neautentické. Takéto chápanie autenticity prešlo kritickým prehodnotením, ktoré zdôrazňuje autenticitu ako sociálny konštrukt, ktorý je „vyjednávateľný“, t. j. možno o ňom diskutovať a prehodnocovať ho (RICHERS Project Taxonomy 2015). Početná literatúra o autenticite vo vzťahu ku kultúrnemu dedičstvu odráža viaceré prístupy a názory na problematiku, ktoré sa môžu líšiť aj v rôznych európskych geografických regiónoch a kultúrnych kontextoch (napr. v strednej a východnej Európe sa autenticita spája aj so stále obľúbeným pojmom folklór, ktorý má v mnohých iných kultúrnych kontextoch negatívnu konotáciu; viac o autenticite napr. Bendix 1997; Bortolotto 2013; Testa 2017, 2019).⁹

Dôležitú úlohu v diskurze o autenticite zohrala Organizácia Spojených národov pre vzdelávanie, vedu a kultúru (UNESCO), kde odborné debaty o tom, aké znaky autenticity má mať objekt/ podujatie, ktorý sa dostane na svetový zoznam kultúrneho dedičstva, vyústili do viacerých dokumentov a deklarácií, z ktorých najznámejší je *Nara Document* z roku 1994, týkajúci sa však hlavne autenticity hmotných pamiatok (ich dizajnu, materiálu, formy a štruktúry). V oblasti autenticity nehmotného dedičstva sú diskurzy ešte komplexnejšie a UNESCO sa vo svojich deklaráciách a dohovoroch termínu autenticita skôr vyhýba.¹⁰ Problém totiž môže nastať, ak sa prejavov nehmotného kultúrneho dedičstva (vrátane slávností, festivalov, karnevalov a iných podujatí), zapísaných na Reprezentatívnom zozname nehmotného kultúrneho

dedičstva ľudstva (prípadne na národných reprezentatívnych zoznamoch) zmocnia namiesto pôvodných tvorcov a nositeľov javu iné skupiny, neraz s čisto ekonomickým záujmom. Dôvodom, prečo sa tak často stáva, je práve rastúci kultúrny turizmus a záujem turistov o „skutočné“, „pravé“ – tzv. autentické zážitky.

Autenticita sa v literatúre o turizme objavuje od 80. – 90. rokov 20. storočia a prináša rôzne, často až protichodné stanoviská (od tých, ktoré tvrdia, že návštevníci primárne hľadajú autentické zážitky, po tie, ktoré tvrdia, že návštevníkom je to jedno a „naozajstné“ zážitky nehľadajú). Hranica medzi autentickým a neautentickým sa u turistov stiera – pre nich je prostredníctvom rôznych promo-aktivít dôležité uveriť, že neautentické je autentické a najvýznamnejší je pre nich výsledný efekt – či to bol zážitok zábavný, edukatívny a hodný zapamätania (Halewood – Hannam 2001; Timothy – Boyd 2006). Podľa Testu v prípade podujatí s dlhou tradíciou sa dlhodobosť podujatia spája automaticky s originalitou a autenticitou (Testa 2020), avšak snaha o autenticitu môže viesť ku komodifikácii, keďže mnohé prejavy lokálnej kultúry nemožno prezentovať pre návštevníkov podujatia v pôvodnej podobe, forme a dĺžke (Moosa 2016: 15). V tejto súvislosti je často citovaný koncept, ktorý zaviedol Dean MacCannell už v roku 1976 v kontexte tzv. etnického turizmu – ide o koncept „javiskovej autenticity“ (*staged authenticity*). V jeho ponímaní držiteľia tradície (a hostitelia) ponúkajú ich kultúru ako produkt (predstavenie) návštevníkom, často prostredníctvom cestovnej kancelárie alebo turistického sprievodcu, v dnešnom slovníku „tour operátora“.¹¹ Tento koncept dodnes rezonuje v rôznych odborných prácach (napr. Bruner 2001; Chhabra et al. 2003). Okrem konceptu „javiskovej autenticity“ sa stretávame v literatúre s ďalšími: neautentické dedičstvo (*inauthentic heritage*), relatívna autenticita (*relative authenticity*) alebo konfliktné dedičstvo (*contested heritage*), avšak analýza týchto rôznych konceptov nie je cieľom tohto príspevku.

O koncepte komodifikácie kultúrneho dedičstva tiež vznikli desiatky vedeckých prác a ešte viac odporúčaní pre rôzne úrovne rozhodujúcich orgánov v každej krajine. Pri definovaní komodifikácie v kultúrnom dedičstve vychádzam pre ciele tohto príspevku z taxonómie projektu RICHES (RICHES Project Taxonomy 2015). Podľa výsledkov projektu, ktoré vznikli na konsenze mnohých projektových partnerov – výskumníkov z rôznych európskych členských a asociovaných krajín EÚ –

predstavuje komodifikácia kultúrneho dedičstva proces, ktorý premieňa a posúva ľudské, sociálne a kultúrne hodnoty do sféry trhových hodnôt. Zjednodušene to znamená, že ekonomické hodnoty súťažia a môžu prevážiť nad kultúrnymi hodnotami, a akékoľvek lokálne kultúrne javy a podujatia sú tak neustále komunikované, diskutované a často spochybňované – v súťaži s ekonomickými hodnotami. A práve kultúrny turizmus je tou hnacou silou, ktorá podporuje marketing a „predaj“ kultúrnych produktov a zážitkov (RICHES Project Taxonomy 2015).

Oba procesy – autenticita aj komodifikácia sú silne prepojené a môžu mať tak pozitívny, ako aj negatívny vplyv na kultúru lokálneho spoločenstva. Kultúrny turizmus ako dôležitý motor miestneho rozvoja možno naštartovať práve na základe existujúceho živého bohatstva a autenticity kultúrneho dedičstva, pretože mnohí návštevníci (často skúsení, scestovaní a vzdelaní) z iných regiónov či krajín už dnes dokážu oceniť a rozpoznať domáce, stále živé kultúrne prejavy od tých, ktoré sú zinscenované len pre potreby turistov cez turistickú agentúru a tour operátora. Tento trend môže prispieť – pri dobrom lokálnom/ regionálnom manažovaní využitia kultúrneho dedičstva, ktorý stavia na participácii rôznych aktérov (od municipality cez miestnych podnikateľov po rôzne občianske a záujmové združenia) – k propagovaniu a využitiu potenciálu kultúrneho dedičstva v lokálnom rozvoji bez toho, aby sa lokálne kultúrne hodnoty museli prispôsobovať potrebám a vkusu návštevníkov.

Hranica medzi autenticitou a komodifikáciou je však veľmi krehká. Tao Zhang et al. zdôrazňujú, že práve autenticita je kľúčová v marketingu kultúrneho turizmu. Podľa autorov je komodifikácia dvojsečnou zbraňou, pretože turizmus mení kultúru na komoditu, čo však neraz vedie k strate jej autenticity (Zhang et al. 2019: 1). Okrem toho je proces komodifikácie kultúrneho dedičstva stále viac spojený aj s jeho politizáciou – využívaním kultúrneho dedičstva v prospech rôznorodej národnej alebo lokálnej politickej agendy (v prostredí Slovenskej republiky napr. s využívaním až zneužívaním kultúrneho dedičstva a jeho dezinterpretáciou neofašistickou politickou stranou Kotlebovci-Ľudová strana Naše Slovensko a jej sociálnymi médiami, ale čoraz častejšie aj inými politickými stranami, hnutiami a skupinami, ktoré sa prezentujú ako tzv. národné, vlastenecké, sociálnodemokratické, pro-slovenské alebo pro-slovanské). Mnohé tieto skupiny prvoplánovo a hrubo zneužívajú kultúrne dedičstvo na svoje politické ciele bez poznania jeho podstaty, vývinu

a jeho multikultúrneho a multietnického charakteru, bez ktorého by kultúrne dedičstvo v rámci Slovenskej republiky nebolo také pestré a výnimočné.

Záujem návštevníkov o lokálne kultúrne poznanie a zážitky sa každoročne zvyšuje,¹² a s tým sa zvyšuje aj tlak na nositeľov dedičstva a potenciálnych poskytovateľov „kultúrnych“ služieb. Akonáhle lokálni poskytovatelia kultúrnych zážitkov a služieb vidia možnosť lepšieho zárobku, často prispôbia „svoju kultúrnu ponuku“ potrebám či vkusu návštevníkov – a to neraz aj za cenu kompromisu v oblasti vlastných kultúrnych hodnôt. Práve tu sa stretávajú kultúrno-hodnotové a ekonomické záujmy lokálnych nositeľov a poskytovateľov s požiadavkami a očakávaniami rôznych skupín návštevníkov – od komerčných užívateľov ponúkaných služieb až po náročných návštevníkov, ktorí hľadajú nové poznatky a vzdelanostné zážitky.

Kultúrny turizmus, ktorý sa značnou mierou podpisuje pod komodifikáciu kultúrneho dedičstva, na jednej strane produkuje milióny nových turistov, prispievajúcich k zvyšovaniu ekonomických ziskov v každej destinácii, na druhej strane však vychováva aj takých (menšínových) turistov, pre ktorých je cestovanie „za kultúrou“ nekonečným vzdelávacím procesom, cestou k seapoznaniu a pochopeniu iných, ako aj prostriedkom posilňovania humanity, ľudskej solidarity, tolerance a akceptácie.

Mnohí návštevníci mestských podujatí, ktoré sa prezentujú ako slávnosti či festivaly kultúrneho dedičstva, vyhľadávajú okrem zábavy aj ponaučenie a hodnotu – ak táto nie je chránená a dobre spravovaná, podujatie stráca na atraktivnosti. Sonkoly a Vahtikari zdôrazňujú, že súčasné kritické štúdiá o kultúrnom dedičstve už prehodnocujú starší koncept dedičstva orientovaný na ochranu a konzervovanie (*conservation-oriented*) a nahrádzajú ho konceptom dedičstva zameraným na hodnoty (*value-oriented*). Kultúrne dedičstvo má dôležitý sociálno-kultúrny a hodnotový, ale aj ekonomický dopad na spoločnosť, preto je nevyhnutné podporovať snahu o integráciu sociálnych a ekonomických hodnôt reprezentovaných dedičstvom (Sonkoly – Vahtikari 2018: 11 – 12). Manažment kultúrneho dedičstva – vrátane manažovania slávností a festivalov – si v súčasnosti vyžaduje spoluprácu rôznych sektorov a rôznych aktérov, kde dôležitú úlohu hrajú práve lokálne komunity – nositelia tradície. Len dôslednou a širokou spoluprácou rôznych skupín – od municipalít cez odborníkov, miestnych podnikateľov – poskytova-

teľov služieb až po nositeľov tradície je možné prispieť k udržateľnosti kultúrneho dedičstva a jeho hodnôt. Práve z dôvodu nutnosti posilňovania udržateľnosti a reziliencie kultúrneho dedičstva sa tak dôležitý dôraz kladie na participatívny manažment a inkluzívnosť, ktoré predpokladajú čo najširšiu účasť rôznych skupín obyvateľstva v rozhodovacích procesoch na každej úrovni – od lokálnej po národnú.

3. Prípadová štúdia:

Radvanský jarmok v Banskej Bystrici

Príkladom známeho mestského festivalu, ktorý prešiel mnohými socio-ekonomickými a kultúrnymi premenami, je Radvanský jarmok v Banskej Bystrici (Bitušková 2020). Jeho história sa oficiálne začala v roku 1655 a trvá nepretržite dodnes (s výnimkou roku 1944 počas 2. svetovej vojny – Slovenského národného povstania – a pandémie vírusu COVID-19 v roku 2020). Jarmok pôvodne súvisel s púťou počas sviatku narodenia Panny Márie (8. septembra). Konanie tohto podujatia sa preto odvtedy odvíja od tohto dátumu, t. j. v prvej polovici septembra. Pre väčšinu domácich obyvateľov obľúbený jarmok dodnes znamená predovšetkým festival, ktorý predznamenáva koniec leta a začiatok jesene. Počas viacerých storočí bol Radvanský jarmok dôležitým, najmä komerčným podujatím v rámci multikultúrnej a multietnickej Habsburskej monarchie – bol centrom obchodu (výmeny domácky vyrobeného tovaru, a tým aj podpory inovácií), ako aj prostredníkom kultúrnych premien. Do roku 1948 jarmok podporoval lokálnu produkciu a výmenu, s nástupom komunistického režimu a s ním spojenou industrializáciou a „nového“, socialistického spôsobu života sa ale jeho kultúrna i ekonomická funkcia zmenila. Z multikultúrneho a multietnického podujatia sa pretransformoval na homogenizované podujatie, ktoré bolo určené len pre domácich „Slovákov“, zdôrazňujúcu ideu víťazstva robotníckej triedy, t. j. propagujúcej výtvarky a víťazstvá proletariátu a oslavujúce „ľudovú“ kultúru (často prezentovanú najmä folklórnymi súbormi a skupinami). Radvanský jarmok vládu autoritatívneho komunistického režimu (1948 – 1989) síce prežil a prežíval, ale bez stáleho miesta, bez vízie a stratégie.¹³

Po zmene režimu (1989) a postupnej premene spoločnosti na demokratickú sa menila aj vízia a forma Radvanského jarmoku. Po viacerých zmenách lokalizácie sa jarmok, definovaný už ako dôležitý mestský

festival (aj keď už len nepriamo spojený s pôvodnou lokalitou Radvaň, ktorá splynula s mestom) jednoznačne ukotvil v centrálnej časti mesta – najprv na Námestí Štefana Moyzesa a následne aj na hlavnom Námestí Slovenského národného povstania a vedľajšom verejnom priestore pri Barbakane (od roku 1998). S prechodom od rôznych lokalizácií jarmoku na stále miesto v centre mesta (tzv. *place-bound festival*) sa menila aj funkcia podujatia – od pôvodne komerčno-zábavnej na spoločensko-kultúrnu s cieľom prezentovať tradičnú kultúru (prevažne) stredného Slovenska. Slovami Alessandra Testu možno povedať, že Radvanský jarmok, pôvodne tradičný jarmok s prevažne komerčným charakterom, sa vedome pretransformoval na mestský festival s dôrazom na kultúrne dedičstvo.¹⁴ Táto nová funkcia festivalu sa jednoznačne umocnila po roku 2011, keď bol Radvanský jarmok zapísaný na Reprezentatívny zoznam nehmotného kultúrneho dedičstva Slovenska. Iniciátorom bolo Mesto Banská Bystrica. Od toho roku sa scenár Radvanského jarmoku odvíjal jednoznačne od reprezentatívneho zoznamu a jeho kritérií.

Primárnym cieľom Radvanského jarmoku po zápise v roku 2011 bolo prezentovať tradičné remeslá širšieho regiónu Banskej Bystrice na tzv. Trhu umeleckých remesiel (neskôr Trhu tradičných remesiel), ktorý sa od roku 2011 každoročne rozširoval v súlade s rastúcim záujmom remeselníkov zúčastniť sa a prezentovať svoje výrobky i výrobu na jarmoku. Trh tradičných remesiel je v súčasnosti (2021) najdôležitejšou súčasťou jarmoku, ktorú manažuje Mesto Banská Bystrica a jeho oddelenie kultúry. To, že prezentácia remeselníkov, ktorí nadväzujú na tradičnú remeselnícku tvorbu, sa stala prioritou tohto podujatia, sa odráža aj v internej organizácii a plánovaní podujatia v rámci Mesta Banská Bystrica. Mesto v ostatných rokoch každoročne zvyšovalo dotáciu na Radvanský jarmok (36 900 Eur v 2016; 47 500 Eur v 2017; 54 000 Eur v 2018, 72 000 Eur v 2019),¹⁵ pričom financie dotovali najmä kultúrny program a účasť remeselníkov, ktorí nasledujú tradíciu podľa kritérií, určených Mestom Banská Bystrica.

Na Trhu tradičných remesiel (v časti Barbakan a hlavné Námestie SNP) sa každoročne zúčastňuje okolo 150 remeselníkov, ktorí prezentujú tradičnú výrobu (t.j. demonštrujú spôsoby tradičnej výroby) a predávajú svoje výrobky. Títo výrobcovia platia mestu len formálne nájomné (30 Eur za trojdňovú účasť; avšak niektorí, ktorí

sa na jarmoku zúčastňujú už mnoho rokov, majú aj tento symbolický nájom odpustený). Z tohto údaju je zrejmé, že mesto si váži tradičných výrobcov a je ochotné dotovať ich účasť na podujatí. Okrem tzv. „tradičných“ výrobcov, ktorí nielen predávajú výrobky, ale aj prezentujú tradičnú výrobu a učia záujemcov tradičné techniky, sa na jarmoku zúčastňujú aj ďalší predajcovia (najmä predajcovia výrobkov iných výrobcov – napr. medovníkárov), ktorí už platia vyšší nájom a ich stánky sú umiestnené mimo hlavnej zóny – v príľahlej Dolnej ulici. Stravovacie služby, ako aj iné zábavné služby a zábavy spojené s jarmokom (napr. kolotoče) sú lokalizované ďalej od hlavnej pamiatkovej zóny. Tieto služby sú už považované jednoznačne za komerčnú službu, t.j. majitelia stánkov či kolotočov (a i.) platia nájom Mestu Banská Bystrica.

Rozhovory s predstaviteľmi/ predstaviteľkami Odboru kultúry, športu a cestovného ruchu, ktorí/ ktoré sú dlhoročne hlavnou súčasťou organizačného tímu Radvanského jarmoku (v úzkej a dôležitej spolupráci s rôznymi mestskými organizáciami a mimovládny sektorom), potvrdili, že mesto kladie od roku 2011 (rok zápisu) absolútny dôraz na kvalitu podujatia – aj ak je to na úkor komerčného zisku. O tom, že vedenie mesta považuje Radvanský jarmok za jedno z najvýznamnejších kultúrnych podujatí v kalendári mesta, svedčí každoročne sa navyšujúci rozpočet na podujatie (prezentovaný v údajoch vyššie), ale aj trvanie na kvalitatívnych indikátoroch, týkajúcich sa kritérií výroby výrobkov (materiál, forma a funkcia výrobkov). Radvanský jarmok od roku 1655 až po rok zápisu na Reprezentatívny zoznam nehmotného kultúrneho dedičstva na Slovensku (2011) – a následne – demonštruje snahu potvrdzovať jeho funkciu ako významného mestského jarmoku a festivalu s cieľom posilniť mestskú identitu a solidaritu, ako aj budovať funkciu jarmoku ako nadregionálnej až nadnárodnej udalosti, ktorá dokáže priťahovať do mesta rôznych návštevníkov, ale aj možných investorov.

Radvanský jarmok je v súčasnosti priestorom prezentácie hmotného i nehmotného kultúrneho dedičstva, kde sa stretávajú rôzne druhy hudobného i výtvarného umenia, pričom každý rok je tematicky venovaný jednému z kultúrnych fenoménov z Reprezentatívneho zoznamu nehmotného kultúrneho dedičstva ľudstva UNESCO alebo Reprezentatívneho zoznamu nehmotného kultúrneho dedičstva Slovenska (napr. Fujara – hudobný nástroj a jeho hudba; Tradičné bábkarstvo na Sloven-

sku; Drotárstvo; alebo Tradičné ručné zvonenie na zvon a funkcia zvonárov na Slovensku). V tomto zmysle možno Radvanský jarmok definovať ako integrujúce miesto, kde hmotné a nehmotné vlastnosti kultúrneho dedičstva koherujú a dochádza k ich vzájomnému stretu (Perry et al. 2020). Dôležitým aspektom organizácie jarmoku je spoluúčasť/ spoluorganizácia rôznych organizácií – od mesta cez podnikateľov po rôzne mimovládne organizácie, čo podporuje tzv. *co-creation* podujatia – t. j. dôležité prepojenie rôznych síl pri organizácii jarmoku, hoci v tejto oblasti sú stále mnohé rezervy (najmä zapojenie samotných občanov do spoluorganizácie jarmoku). Tzv. komodifikácia jarmoku/festivalu odráža všetky trendy súčasného vývoja, ktorý prepája globalizáciu s lokalizáciou a reflektuje vzťahy a napätia medzi tlakom na ekonomické zisky a úsilím chrániť a podporovať kultúrne dedičstvo.

Zhrnutie

Cieľom príspevku bolo poukázať na problematiku komodifikácie kultúrneho dedičstva na príklade mestských slávností a festivalov, ktorých návšteva je v ostatných dekádach 21. storočia najrýchlejšie rastúcim segmentom kultúrneho turizmu. Mestské festivity predstavujú rôznorodé aktivity of malých komunitných slávností po veľké eventy, ktoré priťahnu do mesta tisíce návštevníkov. Príspevok sa zameria najmä na mestské slávnosti a festivaly, ktoré sú cyklické a ktoré predstavujú priestorové a kultúrne hodnoty daného mesta a komunity (festivaly kultúrneho dedičstva alebo komunitné slávnosti a festivaly), pričom cieľom nebolo porovnanie vybraných festivalov, ale skôr prehľad rôznych prístupov k výskumu mestských podujatí a ich dopadu na lokálne spoločenstvo a mestský rozvoj.

Záverečný príklad prípadovej štúdie o Radvanskom jarmoku (jedinečného podujatia tohto druhu, zapísaného na Reprezentatívny zoznam nehmotného kultúrneho dedičstva v SR) ukázal jeden z prístupov, ako mesto pristupuje k organizácii mestského festivalu – aj z pohľadu ekonomických ukazovateľov a cieľov. Radvanský jarmok – podľa výsledkov výskumu – zatiaľ čiastočne odoláva tlakom globalizačných trendov. Vďaka jasným pravidlám organizátorov (Mesta Banská Bystrica) a definovaní

kvalitatívnych požiadaviek na účasť na Trhu tradičných remesiel si Radvanský jarmok stále uchováva isté črty autenticity – spojenia s tradíciou a tiež priameho prepojenia výrobcov a návštevníkov počas jarmoku (prostredníctvom možnosti transmisie remeselných zručností priamo na mieste). Tento trend je možné udržiavať pravdepodobne preto, že Radvanský jarmok doposiaľ priťahuje len domácich (slovenských) návštevníkov a nie je destináciou medzinárodného kultúrneho turizmu.

Početné výskumy mestských slávností a festivalov ako súčasti živého kultúrneho dedičstva poukazujú na ich súvislosť 1) s neoliberalnými mestskými stratégiami, ktoré sa prostredníctvom slávností a festivalov snažia prilákať do mesta návštevníkov i investorov, regenerovať mestskú ekonomiku a maximalizovať ekonomické zisky a 2) s globálnym nárastom kultúrneho turizmu. Milióny turistov na celom svete čoraz častejšie vyhľadávajú podujatia, ktoré im prinesú zábavu i poučenie, a hlavne unikátne („autentické“) zážitky. Miesta, kde jedinečné kultúrne podujatia či artefakty ešte žijú, sa stávajú vyhľadávanými destináciami, čo však vedie k ich postupnej komercializácii a komodifikácii, t. j. začnú sa prispôbovať potrebám a vkusu návštevníkov, a to aj za cenu zmeny či straty vlastných kultúrnych hodnôt. Prejavuje sa to v ponuke služieb a produktov pre turistov (napr. v ponuke jedál, často „globálnych“ – bez väzby na lokálnu gastronómiu, v ponuke suvenírov, ale aj v ponuke kultúrnych programov rôzneho žánru a kvality). Vzťah medzi autenticitou a komodifikáciou je veľmi krehký a ustrážiť ho možno jedine dôsledným manažmentom, na ktorom participujú všetci aktéri – od municipality cez odborníkov na kultúrne dedičstvo, miestnych podnikateľov, agentúry, dobrovoľnícke a mimovládne skupiny až po samotných obyvateľov a nositeľov tradície. Stratégie zodpovedného turizmu zdôrazňujú seriózný záujem o angažovanosť lokálneho obyvateľstva, a to nielen vo forme javiskovej autenticity či vynájdenej tradície, ale vo forme aktívnej účasti miestnych ľudí vo všetkých fázach organizácie podujatia od plánovania až po ukončenie. Takáto spolupráca a participatívne plánovanie i organizácia každého podujatia (*co-creation*) vedie k zvýšeniu hrdosti a posilneniu identity v lokálnych komunitách a buduje dôveru medzi hosťiteľmi a návštevníkmi – hosťami.

* Príspevok je výsledkom štúdia a výskumu v rámci VEGA projektu č. 2/0064/21 s názvom „Proces eventizácie vo sviatkovej kultúre Slovenska v 21. storočí“.

POZNÁMKY:

1. Keďže ide primárne o prehľadovú prácu, v príspevku uvádzam aj pôvodné anglické termíny (v kurzíve v zátvorkách), najmä preto, že nemajú jednoznačné ekvivalenty v slovenskom jazyku.
2. ESPON project The Role and Spatial Effects of Cultural Heritage and Identity (2004-2006), Executive Summary written by Ca' Foscari University, Venice, Italy. Dostupné na: <https://www.espon.eu/sites/default/files/attachments/fr-1.3.3_revised-full_August2006.pdf>.
3. Odborná literatúra obsahuje široké spektrum definícií mestských podujatí, ktoré nie sú cieľom tejto štúdie. V príspevku vychádzam zo známej Falassioho definície, ktorý tvrdí, že termín festival predstavuje v sociálnych vedách rôzne druhy podujatí, sakrálnych i profánnych, súkromných i verejných, oslavujúcich tradíciu i inovácie, navrhujúcich nostalgické návraty a umožňujúcich oživenie a predstavenie starých zvykov, ako aj oslavujúcich experimentálne umelecké avantgardy (Falassi 1987). Z novších definícií možno nadviazať na Alessandra Testu, ktorého definícia festivalu sa odráža od piatich kategórií/dimenzíí (the public dimension, the ritual dimension, the festive atmosphere, the festive behavior and high rate of cultural codifications). Testa je v ostatných rokoch snád najvýznamnejším sociálnym antropológom, ktorý sa venuje téme (histórii i teoretizácii) festivalov (Testa 2014).
4. V anglofónnej literatúre, ale aj v európskej „projektovej“ terminológii sa používa termín „impakt“ vo význame vplyvu, dopadu či dosahu nejakého podujatia alebo aktivity na spoločnosť. Slovenská terminológia (*Krátky slovník slovenského jazyka* alebo *Slovník cudzích slov*) termín „impakt“ zatiaľ v týchto významoch neakceptuje, preto v práci používam termíny „vplyv“ a „dopad“.
5. V práci používam termín „turizmus“ a „kultúrny turizmus“ v súlade s medzinárodnou terminológiou v odbornej literatúre. V slovenskom jazyku a slovenskej ekonomickej literatúre stále prevažuje termín „cestovný ruch“, avšak s presadzovaním medzinárodnej terminológie sa pojmy „turizmus“ a „cestovný ruch“ používajú aj v slovenskom jazyku často ako synonymá. Podľa Matlovičovej et al. (2015) je pojem turizmus širší a zahŕňa komplex spoločenských aktivít súvisiacich premiestňovaním, vrátane spôsobov jeho manažmentu a marketingu ako aj tých, ktoré s ním súvisia nepriamo (sociálnych, kultúrnych, ekonomických a pod.).
6. Deň kroja je podujatie, organizované od roku 2018 ako súčasť Radvanského jarmoku v Banskej Bystrici – podujatia zapísanom na národnom Reprezentatívnom zozname nehmotného kultúrneho dedičstva. Iniciátorom podujatia bol populárny časopis Slovenka a aktívnymi podporovateľmi sa stali Mesto Banská Bystrica a Matica slovenská. Cieľom podujatia je, aby počas Dňa kroja prišlo na jarmok do Banskej Bystrice čo najviac obyvateľov Slovenska oblečených v tradičnom odevu („kroji“). S podporou Matice slovenskej sa v autobusoch z celého Slovenska v roku 2018 dostavilo

LITERATÚRA:

- Addo, Ping-Ann 2009: Anthropology, Festival, and Spectacle. *Reviews in Anthropology* 38, č. 3, s. 217 – 236.
- Apostolakis, Alexandros – Viskadouraki, Ioanna 2017: Analysis of the Economic Impact of Cultural Festivals in the Local Economy. *Cultural Management: Science and Education* 1, č. 2, s. 9 – 26.
- Appadurai, Arjun 1986: *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Appadurai, Arjun 2008: *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalisation*. Eight printing. Minneapolis: University of Minnesota Press.

- do Banskej Bystrice 2679 a v roku 2019 až 3882 „krojovaných“ účastníkov (rok 2020 sa uskutočnil symbolicky online formou). Podujatie prináša vizuálne silný „zážitok“ pre návštevníkov, ale je značne „komodifikovaný“ i spolitizovaný.
7. Takéto prísne pravidlá zaviedlo od roku 2019 aj mesto Banská Bystrica pri organizovaní Radvanského jarmoku a Dňa kroja.
 8. Cieľom príspevku nie je podrobná analýza rôznych prístupov sociálnych antropológov k téme komodifikácie všeobecne, skôr dôraz na tému mestských slávností a festivalov v tejto perspektíve.
 9. Téma autenticity (aj v súvislosti s pojmom folklór) nie je hlavným cieľom tohto príspevku, ale rozhodne jej treba venovať pozornosť vo výskumoch v strednej a východnej Európe, ako sa o to snaží napr. Alessandro Testa. V slovenskej spoločnosti je téma (autenticity, pravosti) výrazne spolitizovaná a polarizujúca.
 10. Ide predovšetkým o Dohovor o ochrane nehmotného kultúrneho dedičstva z roku 2003 a v rámci neho zriadenie Reprezentatívneho zoznamu nehmotného kultúrneho dedičstva ľudstva. Zápisu na tomto zozname predchádzajú zápisy vybraných javov nehmotného kultúrneho dedičstva na národných zoznamoch/ súpisoch.
 11. Nedá mi nespomenúť určitú paralelu so slovenským a českým teoretickým diskurzom o folklorizme – Milan Leščák a Oldřich Sirovátka nemali pravdepodobne možnosť čítať o „staged authenticity“, ale dospeli k podobným záverom, aj keď ich treba vnímať v dobovom kontexte (Leščák – Sirovátka 1982: 252 – 259).
 12. Pandémia COVID-19 prispela od roku 2020 k výraznému zvýšeniu záujmu o domáci cestovný ruch na Slovensku (podobný trend možno sledovať i v iných krajinách). Z rôznych primárnych informačných zdrojov je evidentné, že záujem o špecifické, tzv. autentické zážitky sa zvyšuje a rôzne lokálne a regionálne agentúry sa snažia požiadavky klientov napĺňať čo najlepšie rozšírením ponuky turistických produktov, napr. <<https://www.zahoramizadolami.sk/>>.
 13. Radvanský jarmok sa od 60. – 70. rokov 20. storočia konal na mnohých miestach: na Ulici Mieru v miestnej časti Radvaň, pri budove ZŠ Radvaň, na príjazdovej ceste zo Zvolena do Banskej Bystrice a pri Bárcyiovskom kaštieli v Radvani. Po asanácii rodinných domov v Radvani a výstavbe panelového sídliska v 80. rokoch sa jarmok presúval smerom do centra mesta a konal sa na Ceste na štadión, na Troskách, na Huštáku, na Hronskom predmestí, na Uhlisku i na plážovom kúpalisku. Ani jedna lokácia však nebola optimálna a dôstojná a neprispievala k budovaniu lokálnej identity jarmoku.
 14. Testa hovorí o „events that want to become heritage“, čo sa vzťahuje aj na Radvanský jarmok (Testa 2020).
 15. Transparentné údaje poskytnuté predstaviteľkou Oddelenia kultúry, športu a turizmu, 6. September 2021. V roku 2020 sa jarmok po druhýkrát v jeho dlhej histórii nekonal kvôli pandémie COVID-19.

- Arnold, N: 2001: Festival Tourism: Recognising the Challenges, Linking Multiple Pathways between Global Villages of the New Century. In: Faulkner, Bill et. al (eds.): *Tourism in the 21st Century: Reflections on Experience*. London: Continuum, s. 130 – 157.
- Askew, Marc 2010: The Magic List of Global Status. UNESCO, World Heritage and the agendas of states. In: Labadi, Sophia – Long, Colin (eds.): *Heritage and Globalisation*. London – New York: Routledge, s. 19 – 44.
- Atkinson, D. – Laurier, E. 1998: A Sanitised City? Social Exclusion at Bristol's 1996 International Festival of the Sea. *Geoforum* 29, s. 199 – 206.

- Backman, Kenneth – Backman, Sheila – Uysal, Muzaffer – Sunshine, Karen Mohr 1995: Event Tourism: An Examination of Motivations and Activities. *Festival Management and Event Tourism* 3, č. 1, s. 15 – 24.
- Bendix, Regina 1997: *In Search of Authenticity*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Bessière, Jacinthe 1998: Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas. *Sociologia Ruralis*, Vol. 38, No. 1, s. 21 – 34.
- Bitu   kov  , Alexandra 2020: Cultural Heritage-Based Urban Festival as a Tool to Promote Local Identity and City Marketing: The Case of the Radva   Fair in Bansk   Bystrica, Slovakia. *Narodna umjetnost* 57,   . 2, s. 131 – 146.
- Bortolotto, Chiara 2013: *Authenticity: A Non-Criterion for Inscription on the Lists of UNESCO's Intangible Cultural Heritage Convention*. Final Report. IRCI Meeting on ICH – Evaluation and Inscription Criteria for the Two Lists of UNESCO's Intangible Heritage Convention, January 2013, Osaka: International Research Centre for Intangible Cultural Heritage in the Asia-Pacific Region.
- Bruner, Edward M. 2001: The Maasai and the Lion King: Authenticity, Nationalism, and Globalization in African Tourism. *American Ethnologist* 28,   . 4, s. 881 – 908.
- Chhabra, Deepak – Healy, Robert, G. – Sills, Erin 2003: Staged Authenticity and Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research* 30,   . 3, s. 702 – 719.
- Cudny, Waldemar 2013: Festival Tourism: the Concept, Key Functions and Dysfunctions in the Context of Tourism Geography Studies. *Geografick     asopis / Geographical Journal* 65,   . 2, s. 105 – 118.
- Darulová, Jolana 2013: The Tradition of the Salamander Parade. *Slovensk   národopis* 65,   . 5, s. 539 – 547.
- Darulová, Jolana 2017: Lokálne a glob  lne prvky s   asneh   zimneh   sviatkovania v meste. *Journal of Urban Ethnology* 15, s. 9 – 20.
- Del Barrio, María José – Devesa, María – Herrero, Luis C  sar 2012: Evaluating Intangible Cultural Heritage: The Case of Cultural Festivals. *City, Culture and Society* 3,   . 4, s. 235 – 244.
- Derrett, Ros 2003: Making Sense of How Festivals Demonstrate a Community's Sense of Place. *Event Management* 8, s. 49 – 58.
- Derrett, Ros 2009: How Festivals Nurture Resilience in Regional Communities. In: Ali-Knight, Jane – Fyall, Alan – Robertson, Martin – Ladkin, Adele (eds.): *International Perspectives of Festivals and Events*. Elsevier, s. 107 – 124.
- ESPON project 2006: „The Role and Spatial Effects of Cultural Heritage and Identity (2004-2006).“ *ESPON* [online] [cit. 25. 7. 2021]. Dostupné z: <https://www.espon.eu/sites/default/files/attachments/fr-1.3.3_revised-full_August2006.pdf>.
- Falassi, Alessandro 1987: Festival: Definition and morphology. In: Falassi, Alessandro (ed.): *Time out of Time*. Albuquerque: University of New Mexico Press, s. 1 – 10.
- Getz, Donald 1997: *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communications.
- Getz, Donald 2008: Event Tourism: Definition, Evolution, and Research. *Tourism Management* 29, s. 403 – 428.
- Getz, Donald – Page, Stephen J. 2016: Progress and Prospects for Event Tourism Research. *Tourism management* 52, s. 593 – 631.
- Hall, C. M. 1992: *Hallmark Tourist Events: Inmpacts, Management, Planning*. London: Belhaven Press.
- Halewood, Chris – Hannam, Kevin 2001: Viking Heritage Tourism: Authenticity and Commodification. *Annals of Tourism Research* 28, s. 565 – 580.
- Handelman, Don 1998: *Models and Mirrors. Towards an Anthropology of Public Events*. Second printing. New York – Oxford: Berghahn Books.
- Hann, Chris 2018. Ritual and Economy: From Mutual Embedding to Non-Profit Festivalisation in Provincial Hungary. *Lietuvos Etnologija* 18 (27), s. 9 – 34.
- Herrero, Luis C  sar – Sanz, José Angel – Devesa, Maria – Bedate, Ana Maria – del Barrio, Maria José 2007: Economic Impact and Social Performance of Cultural Macrofestivals. In: Richards, Greg (ed.): *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. Binghamton: The Haworth Hospitality Press, s. 303 – 328.
- Hobsbawm, Eric 1983: Introduction: Inventing Traditions. In: Hobsbawm, Eric – T  nger, Terence (eds.): *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press, s. 1 – 14.
- Holtorf, Cornelius 2018: Embracing Change: How Cultural Resilience Is Increased through Cultural Heritage. *World Archaeology* 50,   . 4, s. 639 – 650.
- Illouz, Eva (ed.) 2017: *Emotions as Commodities: Capitalism, Consumption and Authenticity*. Routledge.
- Irshad, Humaira 2011: *Impact of Community-based Events and Festivals on Rural Places*. Alberta, Canada: Government of Alberta.
- Jaeger, Kari – Mykletun, Reidar J. 2013: Festivals, Identities, and Belonging. *Event Management* 17, s. 213 – 226.
- Jepson, Allan – Clarke, Alan 2013: Events and Community Development. In: Finkel, Rebecca – McGillivray, David – McPherson, Gayle – Robinson, Peter (eds.): *Research Themes for Events*. Wallingford: CAB International, s. 6 – 17.
- Johansson, Marjana – Kociatkiewicz, Jerzy 2011: City Festivals: Creativity and Control in Staged Urban Experiences. *European Urban and Regional Studies* 18,   . 4, s. 392 – 405.
- Le      , Milan – Sirovátka, Old  ich 1982: *Folkl  r a folkloristika*. Bratislava: Smena.
- Lochmanov  , Jana 2018: M  stsk   slavnosti v Brtnici, Jemnici a Jihlav   s p  hl  dnut  m k   ir  m souvislostem. *N  rodopisn   revue* 28,   . 1, s. 13 – 27.
- Lowenthal, David 2015: *The Past is a Foreign Country*. Revisited. Cambridge University Press
- MacCannell, Dean 1976: *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.
- MacLeod, Nicola E. 2006: The Placeless Festival: Identity and Place in the Post-Modern Festival. In: Picard, David – Robinson, Mike (eds.): *Festivals, Tourism and Social Change. Remaking Worlds*. Channel View Publications, s. 22 – 237.
- Manthiou, Aikaterini – Lee, Soenjeong – Tang, Liang R. – Chiang, Lanlung 2014: The Experience Economy Approach to Festival Marketing: Vivid Memory and Attendee Loyalty. *Journal of Services Marketing* 28,   . 1, s. 22 – 35.
- Matlovi  ov  , Kvetoslava – Klam  r, Miroslav – Mika, Miloslaw 2015: Turizmus a jeho vymedzenie. In: Matlovi  ov  , Kvetoslava – Klam  r, Miroslav – Mika, Miloslaw (eds.): *Turistika a jej formy*. Pre  ov: Pre  ovsk   univerita/ Grafotla   Pre  ov, s. 10 – 23.
- McAnany, Patricia A. – Wells, E. Christian 2008: Toward a Theory of Ritual Economy. *Research in Economic Anthropology* 27,   . 1, s. 1 – 16.
- Miskowiec, Magdalena 2017: The Role of Urban Festival in Public Space: Case study of the light move festival in Lodz. *Folia Geographica Socio-Oeconomica* 29, s. 107 – 119.
- Moosa, Zakiyya 2016: Authenticity and Commodification of Cultural Events for the Maldivian Tourism Industry. *International Journal of Asian Business and Information Management* 7,   . 2, s. 15 – 24.

- Perry, Beth – Ager, Laura – Sitas, Rike: 2020. Cultural Heritage Entanglements: Festivals as Integrative Sites for Sustainable Urban Development. *International Journal of Heritage Studies*, 26, č. 6, s. 603 – 618, DOI: 10.1080/13527258.2019.1578987
- Picard, David – Robinson, Mike (eds.): 2006: *Festivals, Tourism and Social Change. Remaking Worlds*. Second printing. Clevedon – Buffalo – Toronto: Channel View Publications.
- Pine, B. Joseph – Gilmore, James H. 1999: *The Experience Economy*. Boston: Harvard University Press.
- Pinto, Maria Rita – Fabbriacattzi, Katia – Bosone, Martina 2019: Heritage Community Resilience for Sustainable and Resilient Human Settlements. In: Gambardella, Carmine (ed.): *World Heritage and Legacy. Culture, Creativity, Contamination. Conference paper in XVII International Forum World Heritage and Legacy, Naples – Capri 7-8 June 2019*. Gangemi Editore International Publishing, s. 1120 – 1129.
- Popelková, Katarína a kol. 2014: *Čo je to sviatok v 21. storočí na Slovensku?* Bratislava: Ústav etnológie SAV.
- Popelková, Katarína 2017: Holidays - the Mirror of Society. The Social and Cultural Contexts of Present-Day Holidays in the Slovak Republic. *Slovenský národopis / Slovak Ethnology* 65, č. 2, s. 171 – 186.
- Potter, Andrew 2010: *The Authenticity Hoax. How We Get Lost Finding Ourselves*. New York: HarperCollins.
- Quinn, Bernadette 2005: Arts Festivals and the City. *Urban Studies* 42, č. 5 – 6, s. 927 – 943.
- Quinn, Bernadette 2009: Festivals, events and tourism. In: Jamal, Tazim – Robinson, Mike (eds.): *Festivals, events and tourism. The SAGE Handbook of Tourism Studies*. London: Sage, s. 483 – 503.
- RICHES Project 2015: *RICHES Taxonomy* [online] [cit. 16. 7. 2021]. Dostupné z: <<https://resources.riches-project.eu/research/taxonomy/>>.
- Salazar, Noel 2010: The Globalisation of Heritage through Tourism: Balancing Standardisation and Differentiation. In: Labadi, Sophia – Long, Colin (eds.): *Heritage and Globalisation*. London - New York: Routledge, s. 130 – 146.
- Saymann, Melville – Saayman, Andrea 2006: Does the Location of Arts Festivals Matter for the Economic Impact? *Papers in Regional Science* 85, s. 569 – 584.
- Silverman, Helaine 2015: Heritage and Authenticity. In: Waterton, Emma – Watson, Steve (eds.): *The Palgrave Handbook of Contemporary Heritage Research*. Hampshire – New York: Palgrave Macmillan, s. 69 – 88.
- Sonkoly, Gabor – Vahtikari, Tanja 2018: *Innovation in Cultural Heritage Research. For an Integrated European Research Policy*. European Union: Directorate for Research and Innovation.
- Testa, Alessandro 2014: Rethinking the Festival: Power and Politics. *Method and Theory in the Study of Religion* 26, s. 44 – 73.
- Testa, Alessandro 2017: From Folklore to Intangible Cultural Heritage: Observations about a Problematic Filiation. *Österreichische Zeitschrift für Volkskunde*, Vol. 119, č. 3-4, s. 183-204.
- Testa, Alessandro 2019: Doing Research on Festivals: Cui Bono? *Journal of Festive Studies* 1, č. 1, s. 5 – 10. DOI: 10.33823/jfs.2019.1.1.23
- Testa, Alessandro 2020: Events that Want to Become Heritage: Vernacularisation of ICH and the Politics of Culture and Identity in European Public Rituals. In: Kockel, Ullrich – Clopot, Cristina – Tjarve, Baiba – Nic Craith, Mairead (eds.): *Heritage and Festivals in Europe*. London – New York: Routledge, s. 79 – 94.
- Thrane, Christer 2002: Jazz Festival Visitors and Their Expenditures: Linking Spending Patterns to Musical Interest. *Journal of Travel Research* 40, č. 3, s. 281 – 286.
- Timothy, Dallen J. – Boyd, Stephen. W. 2006: Heritage Tourism in the 21st Century: Valued Traditions and New Perspectives. *Journal of Heritage Tourism* 1, č. 1, s. 1 – 16.
- van Aalst, Irina – van Melik, Rianne 2012: City Festivals and Urban Development: Does Place Matter? *European Urban and Regional Studies* 19, č. 2, s. 195 – 206.
- van Binsbergen, Wim M. J. – Geschiere, Peter L. (eds.) 2005. *Commodification: Things, Agency, and Identities*. Münster: LIT Verlag.
- Wells, Christian E. – McNany, Patricia A. (eds.) 2012: *Dimensions of Ritual Economy*. Emerald Group Publishing.
- Zhang, Tao – Wen, Huijen – Li, Xi 2019: A Tourist-based Model of Authenticity of Heritage Sporting Events: The Case of Naadam. *Sustainability* 11, č. 1 (108), s. 1 – 20. DOI:10.3390/su11010108.
- Zukin, Sharon 1991: *Landscapes of Power. From Detroit to Disney World*. Berkeley, Los Angeles: University of California Press.
- Zukin, Sharon 1995: *The Cultures of Cities*. Malden, Oxford: Blackwell Publishers.
- Zukin, Sharon 1998: Urban Lifestyles. Diversity and Standardisation in Spaces of Consumption. *Urban Studies* 35, č. 5 – 6, s. 825 – 839.

Summary

Cultural Heritage as a Commodity? An Example of City Festivities and Festivals

The treatise deals with the commodification of culture heritage (on the example of city festivities and festivals). Based on numerous, mostly foreign, publications it submits an overview of research approaches to the research on eventization – especially the growing number of city festivities and festivals, which turn into events attracting large numbers of visitors and supporting the commercial character of the events. The treatise points out the tendencies of municipalities and other co-organizers that, wittingly or unwittingly, transform cultural heritage into an economic commodity – a product, which can have an impact on the transformation of values and the forms of different expressions of cultural heritage. The treatise also reflects on the academic debate about the relationships between authenticity and commodification of cultural heritage, which has long been a challenge for (not only) ethnology and social anthropology. The conclusion includes a case study about the Radvaň Fair in Banská Bystrica, held since 1655 and inscribed on the Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Slovakia in 2011. The fair has experienced several changes – from a marketplace with a predominantly economic function to a city festival that pays tribute to traditional handicrafts and folklore. In the context of the theme of this cultural heritage commodification, the research intends to observe the strategies and goals of the municipality – the leading organizer of the fair – in organizing the event.

Key words: Cultural heritage; commodification of cultural heritage; city festivities and festivals; Radvaň Fair; Banská Bystrica.

SUVENÝRY NA PRAŽSKÉ KRÁLOVSKÉ CESTĚ JAKO OBJEKT UTVÁŘENÍ A VYJEDNÁVÁNÍ AUTENTICITY

Barbora Půtová (Ústav etnologie Filozofické fakulty Univerzity Karlovy)

Předmětem studie je popis a zhodnocení stavu obchodů se suvenýry na pražské Královské cestě, která byla do začátku roku 2020 turisticky nejvytíženější částí Prahy. Obchod se suvenýry a jejich konkrétní podoba jsou přiblíženy na základě ekonomické, ale zejména kulturní a sociální změny, která ovlivnila strukturu nájemníků provozoven a sortiment nabízeného zboží. Studie je založená na výsledcích smíšeného terénního výzkumu realizovaného v letech 2014–2021 za využití metod kvantitativní obsahové analýzy dokumentů a kvalitativního zúčastněného pozorování a polostrukturovaných rozhovorů. Studie si klade za cíl stanovit typologii suvenýru na Královské cestě prosazující se po revoluci v roce 1989. K dosažení cíle byly stanoveny dvě výzkumné otázky. První otázka zjišťuje strukturu nájemníků provozoven a druhá otázka identifikuje sortiment nabízeného zboží a služeb. Studie upozorňuje na procesy inscenované autenticity, autentizace a komodifikace, které proměnily suvenýr v komerční, homogenizovaný a také standardizovaný objekt. Zároveň studie předkládá návrh na postupnou změnu suvenýru na Královské cestě související s nárůstem tuzemského turismu a slow tourismu (pomalý turismus) a nástupem kvalitativního posunu profilu turisty a jeho potřeb a očekávání.

Městský turismus a turistické enklávy v Praze

Městský turismus představuje jednu z hlavních forem převážně krátkodobého cestovního ruchu, jehož rozvoj je spojen s procesy deindustrializace a suburbanizace nastupujícími po druhé světové válce (Spirou 2011). Státy bývalého východního bloku včetně dnešní České republiky začaly na turistický trh vstupovat na začátku 90. let 20. století. Pád železné opony a později vstup do Evropské unie a schengenského prostoru lze považovat za ústřední milníky v historii městského turismu ve střední Evropě. Rozvoj turismu v Praze zaznamenal po roce 1989 expanzivní rozvoj. Praha se stala městem s nejvyšší intenzitou cestovního ruchu ve střední Evropě.¹ Městský turismus změnil nejenom fyzickou strukturu měst, ale způsobil také přechod ze sekundárního k terciárnímu sektoru (terciarizace). Většina měst se transformovala

z míst průmyslové výroby do míst spotřeby (Morrison – Coca-Stefaniak 2020). „*Některým městům se podařilo přirozeně transformovat z průmyslové pustiny do turistické mekky.*“ (Fainstein – Judd 1999: 12) Městský turismus je situován do měst a městských (nerezortních) destinací, v nichž jsou na hustě osídlené a poměrně malé ploše soustředěny rozmanité turistické aktivity. Turismus ve městě není rovnoměrně rozložen v jeho urbanistickém celku. V určitých oblastech se projevuje silná koncentrace turismu – kombinace aktivit, atrakcí a zábavních anebo nákupních funkcí zaměřených na přilákání a uspokojování potřeb, požadavků a očekávání turistů. Tyto oblasti koncentrace se označují jako turistické obchodní čtvrtě (Getz 1993), turistické enklávy (Fainstein – Judd 1999; Judd 2003), turistické oblasti (Pearce 2001; Maitland – Newman 2004) nebo městské turistické okrsky (Hayllar – Griffin 2005; Edwards – Griffin – Hayllar 2008). Rozvoj komunikačních technologií a vstup nízkonákladových aerolinek na trh letecké dopravy ovlivnil návštěvnost měst, jež není striktně vázána na konkrétní sezónu a v mnoha případech doplňuje letní dovolenou (Rončák 2019). Turistická sezóna je ve městech obvykle delší než v jiných typech destinací, převažuje celoroční návštěvnost s vyšší koncentrací turistů na jaře a v létě. „*Ve vrcholných letních měsících mnoho obyvatel odjíždí z města, čímž „uvolní“ prostor turistům.*“ (Koenigs – Postma – Papp 2018: 5) Největší množství zahraničních turistů do Prahy míří v dubnu, květnu, červenci a srpnu, zatímco nejnižší počet turistů je zaznamenán v lednu, únoru a listopadu.

Turistické enklávy představují „*lineární růst počtu restaurací, stánků s občerstvením, obchodů se sladkostmi a pestrou škálu obchodů s dárkovými předměty a suvenýry, které uspokojují potřeby návštěvníků nakupujících ve volném čase*“ (Stansfield – Rickert 1970: 215). V historických městech, k nimž patří Praha, jsou turistické enklávy situovány v centru, zejména na trase Královské cesty, na Starém Městě, Malé Straně a v některých částech Nového Města.² Dochází zde k turistickému přetížení doprovázenému negativními vlivy overturismu a turistifikace (Dumbrovská – Fialová 2016). Turistické enklá-

vy ztrácejí místní obyvatelé a mění se v turistické ghetto, v němž se projevuje přelidnění (overcrowding), ztráta kupní síly rezidentů, snížení kvality života a dostupnosti zboží a služeb denní potřeby, vytlačování základních funkcí města (obytná, obslužná, administrativně-správní apod.) a původních obyvatel (turistická gentrifikace), de-rezidencializace, nárůst potravinových pouští, dopravní kongesce, privatizace veřejných míst nebo nárůst cen nemovitostí. Turismus v Praze charakterizuje znehodnocování vlastního kulturního kapitálu podnikatelskými aktivitami a absence regulace rozvoje, která vyústila do efektu turistické pasti (Pásková 2008). Efekt turistické pasti vystihují „*neonové nápisy, levné suvenýry, davy lidí, dopravní ruch a spousta reklamy. Tyto lokality a destinace jsou navenek lesklé a zářivé, ale ve své podstatě jsou jen málo významné*“ (O’Halloran 2002: 592). V důsledku efektu turistické pasti nastává zkrácení životního cyklu destinace a prohloubení ekonomické závislosti rezidentů na turismu, které může ohrozit ekonomická krize nebo recese. Praha se v období před nástupem pandemie covidu-19 nacházela na pomezí fáze konsolidace a stagnace. Aktuálně se ocitá na pomezí stagnace a poststagnace. Můžeme očekávat, že návštěvnost a turistické aktivity v turistické enklávě v Praze budou klesat nebo naopak vstoupí do stabilizační nebo dokonce adaptační fáze (Szromek 2019).³

Královská cesta: hlavní pražská turistická enkláva po roce 1989

Královská cesta, zvaná také Korunovační, představuje symbolické označení trasy spojující území Starého Města, Malé Strany a Hradčan, již absolvovali čeští panovníci se svým průvodem při příležitosti korunovace v katedrále svatého Víta, Václava a Vojtěcha na Pražském hradě. Královská cesta zahrnuje síť ulic a řetězec tvořený obytnými domy, paláci, kostely, mostem a několika náměstími, které lemují spojnicí protínající historické jádro města. Tyto vertikálně výrazné, významné prvky poutají zájem turistů a fungují jako rozpoznatelné hmotné elementy, které tvoří sekvenci a stanovují způsob pohybu. „*Lidé, kteří se obracejí ke vzdáleným významným prvkům, činí to nejen kvůli celkové orientaci, ale ještě častěji to dělají pro jejich symbolický význam.*“ (Lynch 2004: 83) Korunovační průvod procházející Královskou cestou vytvářel pouto mezi hlavním městem království a panovníkem, podporoval také Prahu jako historické a kulturní centrum království. Jedná se o trasu, na níž panovník potvrzoval svou roli vládce. Fyzicky i symbolicky po ní vystupoval na místo, odkud svou funkci vykonával. Silueta Pražského hradu vévodí jako neustálý symbolický ukazatel, neboť téměř po celé délce Královské cesty může chodec tento cíl sledovat (Půtová 2016). Charakteristiku cesty určují aktivity, které

	FÁZE ŽIVOTNÍHO CYKLU DESTINACE		
VLASTNOSTI	Konsolidace	Staganace	Poststagnace
Úroveň obsazenosti	Velmi vysoká	Vysoká	Nízká
Typy návštěvníků podle Cohena (1972)	Průzkumník	Organizovaný masový turista	Individuální masový turista
Vnímání návštěvníků	Klienti	Klienti	Cizinci
Atraktivita	Převážně specializované a turisticky orientované	Specializované a turisticky orientované	Specializované a turisticky orientované
Vlastnictví provozoven	Především nelokální	Především nelokální	Především nelokální
Sezónnost	Sezónní	Vysoce sezónní	Vysoce sezónní
Délka pobytu	Poměrně krátká	Krátká	Krátká
Komodifikace artefaktů	Komerční	Vysoce komerční	Vysoce komerční

Vlastnosti životního cyklu destinace Prahy v období před a po propuknutí pandemie covidu-19. Upraveno podle Buhalis 2000

se v tomto komunikačním koridoru odehrávají. Pražská královská cesta je v posledních třech dekadách hlavní pražskou turistickou enklávou, jejíž obchody jsou orientované především na produkty a služby pro turisty.

Po roce 1989 se na území Královské cesty projevila ekonomická, prostorová i sociální restrukturalizace, která doprovázely procesy revitalizace a komercializace (Enyedi 1998; Sýkora 1999). Královská cesta je situována na území Pražské památkové rezervace. Mnohé objekty jsou prohlášeny za národní kulturní památku nebo kulturní památku, a proto podléhají památkové ochraně. Budovy na Královské cestě z tohoto důvodu zasáhla převážně změna funkčního využití, která vedla k nahrazení rezidenčního využití budov jejich komerčním využitím. Nově zavedené tržní hospodářství přineslo liberalizaci cen, řídící se vztahy nabídky a poptávky. V důsledku privatizace a restituce bylo mnoho nemovitostí na Královské cestě převedeno na soukromé osoby a mnohé nemovitosti se navrátily původním majitelům nebo jejich potomkům, jejichž osobní vazby k objektům i k zemi jejich původu se v mnoha případech zpetrhaly (Klaus 1995; Sýkora 1999, 2001). Tato vlastnická struktura nemovitostí zapříčinila, že obchodní prostory v parteru objektů neprovozují vlastníci nemovitostí (fyzické osoby a firmy), ale jsou v nájmu třetí osoby. Další domy na Královské cestě jsou ve vlastnictví obce, tj. Hlavního města Prahy, která obchodní prostory rovněž pronajímá. Podnikatelsky nejaktivnější skupinou se po roce 1989 staly lokální subjekty (Čermáková 2012; Dumbrovská 2016).

Královská cesta: důsledky transformace v turistickou enklávu

V rámci smíšeného terénního výzkumu realizovaného v letech 2014–2021 v prostoru Královské cesty byly identifikovány především dva aspekty: 1. struktura nájemníků provozoven, 2. sortiment nabízeného zboží a služeb, jež se v důsledku podílejí na úrovni autenticity turistické enklávy, konstrukci turistických představ a obrazu destinace prostřednictvím suvenýru. Sběr dat proběhl formou kvantitativní obsahové analýzy dokumentů a kvalitativního zúčastněného pozorování a polostrukturovaných osobních rozhovorů. Moje pozice výzkumníka byla od počátku specifická, neboť jsem si zvolila pro svůj výzkum oblast, v níž se pohybuji od dětství. Působila jsem zde tedy od počátku v pozici insidera, jehož předností je důkladné porozumění prostředí a každodenní zkušenost, včetně

participace na občanském životě. Tato pozice na jedné straně znamenala zkoumat „ve vlastním *hnízdě*“ (Lofland et al. 2004: 40), na straně druhé mě vedla k přijetí odlišné perspektivy a získání kritického odstupu. Vyžadovala zpochybnění pravdivosti některých myšlenek a způsobu uvažování, které mi byly do té doby vlastní. Zúčastněné pozorování jsem zvolila i z toho důvodu, že dovoluje „*dlouhodobé, systematické a reflexivní sledování probíhajících aktivit přímo ve zkoumaném terénu s cílem objevit a reprezentovat sociální život a proces*“ (Švaříček – Šedová a kol. 2007: 143). Zvolená metoda mi umožnila sledovat různé aktéry (turisty, provozovatele, manažery a zaměstnance obchodů orientovaných na turisty a místní rezidenty) či aktivity a zaznamenávat celoroční turistický provoz na Královské cestě a jeho sezónní proměny. Umožnila mi také nahlédnout na situační kontext, odkrýt a interpretovat latentní významy a aktivity. Při zúčastněném pozorování jsem neopomněla ani vizuální stránku prostředí jako determinantu, která ovlivňuje chování a rozhodování aktérů, zejména pak turistů při návštěvě obchodů a nákupu suvenýrů. Pozorování se stalo základním nástrojem při definování suvenýru a jeho typologie na Královské cestě, proto jej doplnilo pořizování fotografií jako nezávislého zdroje informací, emocí a postřehů. Fotografování probíhalo zjevně během pomalého pohybu v terénu, ale také skrytě, pod záminkou jiných činností (Sztompka 2007). Během pozorování jsem vyslechla nahodilé rozhovory mezi aktéry, konkrétně pak mezi turisty a prodejci, turisty a původními obyvateli a turisty navzájem. Některé hypotézy jsem si ověřovala kvalitativní metodou polostrukturovaných rozhovorů s vybranými starousedlíky a průvodci na Královské cestě. Polostrukturované rozhovory byly vedeny podle předem připraveného scénáře a jasně stanoveného okruhu otázek. Tuto metodu jsem zvolila kvůli možnosti vyžadovat další podrobnosti a vysvětlení odpovědí respondentů a také možnosti pokládat doplňující otázky v případě, že se objevily nové či rozšiřující informace. Obsahová analýza se vztahovala na Památkový katalog Národního památkového ústavu a stavebně-historické průzkumy Národního památkového ústavu, územního odborného pracoviště v hlavním městě Praze, Katastr nemovitostí ČÚZK, Registr živnostenského podnikání, Obchodní rejstřík a soubor pořízených fotografií. Cílem obsahové analýzy bylo určit četnost výskytu jednotlivých kategorií⁴ a vztahy mezi nimi a odhalit možnou distorzi informací s ohledem na určité aktéry na Královské cestě.

Pokud jde o první sledovaný výzkumný okruh, lze konstatovat, že na vývoji fyzického prostředí a funkčních struktur na Královské cestě měli a doposud stále mají klíčový vliv cizinci. Podnikatelské vakuum vzniklé na začátku 90. let 20. století zaplnili převážně obchodníci z jihovýchodní, východní a střední Evropy. Podnikající imigranti velmi dobře zachytili potenciál na Královské cestě, kde dokázali uplatnit nejenom dosavadní zkušenosti v oblasti turismu v zemi svého původu, ale také interaktivní přístup k živnosti a schopnost orientace v komerčním prostředí hostitelského státu. Provozovny na Královské cestě kladou minimální požadavky na vstupní investice. Zejména prodejny se suvenýry náleží do živnosti ohlašovací (volné), již lze podle živnostenského zákona vykonávat jako osoba samostatně výdělečně činná bez dalších podmínek. I když jsou nájmy v této turistické enklávě velmi vysoké, dosahující až statisícových částek, nevyžaduje prodejna suvenýrů vysokou vstupní investici (Hoffman – Musil 1999). Nejvíce zastoupení podnikající imigranti pocházejí z jihovýchodní Evropy (Albánská republika, Republika Bosna a Hercegovina, Bulharská republika, Chorvatská republika, Srbská republika, Turecká republika), obchody dále provozují imigranti z východní Evropy (Ukrajina, Ruská federace, Arménská republika) a střední Evropy (Slovenská republika, Polská republika, Maďarsko). Imigranti z bývalé Jugoslávie vyhledali Českou republiku v první polovině 90. let v období občanské války (Uherek 2003). Jejich příchod odpovídal vzrůstajícímu zájmu zahraničních turistů o Prahu a poptávce po suvenýrech i turistických službách. Podnikající imigranti dokázali zaplnit mezeru na trhu a zároveň definovat základní typy suvenýrů na Královské cestě.⁵ Navzdory klesající návštěvnosti Prahy a koronavirové recesi dvě třetiny podnikajících imigrantů neuvažují o ukončení činnosti, spíše hledají nové podnikatelské strategie.⁶

U druhého sledovaného okruhu bylo na základě zúčastněného pozorování, obsahové analýzy a polostrukturovaných rozhovorů zjištěno, že sortiment nabízeného zboží a služeb se na Královské cestě začal okamžitě proměňovat po roce 1989. Obchody původně cílené na místní obyvatele (potraviny, pekárny, řeznictví a uzenářství, železářství) nahrazovaly obchody se suvenýry, prodejny se sklem a bižuterií anebo kavárny a restaurace s předzahrádkami orientované na zahraniční návštěvníky. Změny zasáhly zejména oblast parteru domů. V nabídce zboží se projevila homogenizace a vztah země

původu imigrantů a prodávaného zboží, importovaného převážně z Číny nebo ze zemí původu imigrantů. Převažuje nabídka neautentického zboží, především suvenýrů, které ve většině případů postrádají vazbu na českou kulturu a tradici. Ačkoliv je většina zboží zaměřena na turisty, je možné vyhledat odlišnosti v sortimentu prodávaného zboží podle země původu majitelů provozoven. V prodejnách imigrantů jsou přítomni manažeři prodeje a zejména prodavači, kteří jsou zpravidla také imigranti z jihovýchodní a východní Evropy nebo střední Asie. Prodavači v obchodech pracují na živnostenský list nebo dokonce nelegálně bez pracovně-právního vztahu nebo jiné smlouvy šest dní v týdnu a v sezónách až dvanáct hodin denně. Na Královské cestě se prosadil model etnické ekonomické enklávy, v níž se etniční podnikatelé prostorově koncentrují a zaměstnávají příslušníky stejného nebo jazykově blízkého etnika (Light – Gold 2000; Čermáková 2008). Podnikající a prodávající imigranti zde sice získali hegemonii, ale nevytvořili paralelní kulturu, v lokalitě nebydlí a své obchody i zboží prezentují jako tuzemské.⁷ Na Královské cestě země původu podnikajících imigrantů i prodavačů nekoresponduje se zeměmi původu turistů, kteří navštěvují Prahu. Turisté převážně přijíždějí ze Spolkové republiky Německo, Velké Británie, Spojených států amerických, Italské republiky, v posledních letech narůstá také počet turistů z Ruské federace a Čínské lidové republiky. V důsledku pandemie covidu-19 navštěvují Prahu i nadále turisté ze Spolkové republiky Německo a z Velké Británie, nově převažují turisté z Polské a Slovenské republiky (Prague City Tourism 2017, 2018, 2019, 2020, 2021; Český statistický úřad 2021b).

Typologie suvenýru na Královské cestě

Nízký sociální a ekonomický kapitál obyvatel po roce 1989 a neschopnost rychlé adaptace na nové tržní podmínky vyústily k segregaci lokálních artefaktů a zavedení neautentických, standardizovaných a sériově vyráběných suvenýrů na Královské cestě, které neodpovídají lokální nebo regionální kultuře a historii (Peters 2011). Podnikající imigranti se volbou suvenýrů zapojili do procesů globalizace, kapitalismu a konzumerismu. Sériová výroba suvenýrů se rozšířila již po druhé světové válce, kdy se turismus začal stávat výsadou nižší a vyšší střední vrstvy v západní společnosti. Sériově vyráběné suvenýry postupně zaplnily trhy, trži-

ště a obchody, které nabízejí řady podobně nebo stejně vypadajících předmětů, denně doplňovaných pro další skupiny příjíždějících turistů (Paraskevaidis – Andriotis 2015). Tyto suvenýry, importované z jihovýchodní a východní Evropy a Číny, reprezentují destinaci a podílejí se na tvorbě jejího obrazu. Pro insidera je nepochopitelné, jak mohou na Královské cestě jako hlavní suvenýry dominovat například ruské matřošky, beranice nebo části sovětských uniforem. V 90. letech však přetrvával obraz Prahy jako země okupované Sovětským svazem. Především západní turisté v tomto období nedokázali rozlišovat mezi jednotlivými státy bývalého východního bloku.⁸ Tendenčně zvolené suvenýry odpovídaly aktuální historické perspektivě, ale jejich zastoupení v současné nabídce postrádá opodstatnění. Každá destinace je neustále apropriována, přisvojována a proměňována novými nastupujícími generacemi. Pracující imigranti dokázali reagovat na Královskou cestu tím, že si ji přizpůsobili (Lefebvre 1991). Nabídku suvenýrů rozšířili o další standardizované a homogenizované suvenýry a dárkové předměty odpovídající požadavkům turistů, z nichž mnozí očekávají určité typy produktů a úroveň obeznamnosti s těmito produkty. Jedná se rovněž o důsledek absence řízení a regulace rozvoje turismu, koncepce, marketingových nástrojů a strategického plánu rozvoje



K nejvíce zastoupeným sériově vyráběným suvenýrům patří ruské matřošky s tradičními i moderními motivy. Foto Barbora Půtová

na Královské cestě po roce 1989. Za jediné regulační mechanismy lze pokládat územní plán hlavního města Prahy a památkovou ochranu budov. Další problém spočívá v povrchním vztahu provozovatelů obchodů k historii a kulturnímu dědictví destinace Prahy a nevyspělosti z hlediska etiky podnikání. Převažující podoba suvenýru od 90. let 20. století až do současnosti zároveň odpovídá neřízenému rozvoji komerčních aktivit spojených s turismem v historickém jádru Prahy, včetně Královské cesty.

Suvenýry dostupné a nabízené na Královské cestě je možné rozčlenit do pěti kategorií: obrazové, přírodní, symbolické, odkazující (značky) a lokální produkty (Gordon 1986).⁹ Obrazový suvenýr představuje nejrozšířenější typ suvenýru, který zahrnuje pohlednice, ilustrované a obrazové knihy, katalogy, brožury a průvodce Prahou a fotografie pořízené na Královské cestě. Pohlednic existuje široká nabídka, od dobových černobílých pohlednic přes pohlednice dřevěné až po pohlednice barevné nebo 3D pohlednice. Často je charakterizuje úprava nebo specifický úhel pohledu konkrétního místa z historické Prahy, jež zdůrazňují dokonalost a jedinečnost destinace a naplňují turistické představy o destinaci. Fotografie mohou zachycovat části Prahy, samotného turistu i jeho blízké, v mnoha případech kolemjdoucí chodce a další turisty. Tyto personalizované fotografie se proměňují v důležitou součást turistického zážitku, neboť potvrzují, že turista destinaci navštívil. Fotografie jsou „stopy autentické zkušenosti“ (Stewart 1984: 135). Přírodní suvenýr může charakterizovat přírodní materiál nebo se jedná o objekty, jako jsou úlomky hornin, písek, trávy, mušle, kosti nebo šišky. Na Královské cestě k přírodním suvenýrům patří nejčastěji dlažební kostky (kočičí hlavy), různé kameny¹⁰ nebo úlomky kamenů z historických plastik a památek, nejčastěji z kostela Panny Marie před Týnem, Karlova mostu nebo katedrály svatého Víta, Václava a Vojtěcha. Pokud je však přírodní suvenýr „odvezen a přinesen do prostředí obývacího pokoje, promění se ve významnou ikonu. V novém kontextu je sakralizován a prostoupen silou všemožných asociací spojených s jeho původním prostředím“ (Gordon 1986: 142).

Symbolické suvenýry reprezentují sériově vyráběné suvenýry, které jsou na Královské cestě zastoupeny ze dvou třetin. „Vyvolávají zakódovanou nebo zkrácenou zprávu o místě nebo období, z něhož pocházejí.“ (Gordon 1986: 142) Tento typ suvenýru vystihuje metonymický charakter, protože používá atributy a části

fyzického kontextu (krajiny), aby odkazoval na město jako celek. Vše, co je přímo odvozeno z urbanistické a architektonické tvárnosti města, bude považováno za metonymický odkaz na Prahu (Geeraerts 2002). Tyto suvenýry doplňuje motiv pamětihodnosti, symbolu anebo významné osobnosti spojené s Prahou, jež jsou ztvárněny realisticky, v trojrozměrném provedení, stylizovaně nebo ve zkráceném měřítku. Jedná se například o hrníčky, sklenice, talíře a další užitékové předměty, propisovačky, tužky, magnetky, klíčenky, tácky a podložky, trička, mikiny a další oděvy, tašky, šátky, peněženky, hodinky a jiné doplňky, plyšové hračky a dřevěné loutky. Symbolické suvenýry dále tvoří repliky a miniatury památek (Stewart 1984), k nimž patří Staroměstský orloj, Karlův most nebo Pražský hrad. Symbolické suvenýry reprezentují nejenom pamětihodnosti, ale osobnosti české historie (Karel IV., Franz Kafka), literární postavy (voják Švejk, Golem) a pohádkové postavy (Krteček, Spejbl a Hurvínek). Osobnosti a postavy vstupují i do sériově vyráběných hraček, jako jsou plyšové hračky, maňásci nebo loutky. Některé suvenýry doplňují reprodukováné motivy z umělecké tvorby českých malířů, jako jsou ženské alegorie nebo florální motivy Alfonse Muchy. Symbolický suvenýr odkazuje na konkrétní destinaci, kterou by měl turistovi po návratu domů připomínat. Suvenýry jako matřoška (ruská bábuška) nebo různé odznaky jsou z této perspektivy projevem geograficky přemístěné autenticity a vykonstruované re-

ality. Tyto suvenýry reprezentují jinou geografickou oblast nebo region než navštívenou turistickou destinaci (Hashimoto – Telfer 2007; Půtová 2018; Dumbrovská – Fialová 2020). Na Královské cestě jsou dokonce zastoupeny obchody nabízející převážně ruské suvenýry. Geograficky přemístěná autenticita se na Královské cestě vztahuje i k suvenýrům s reprodukovánými motivy z tvorby rakouského malíře Gustava Klimta nebo nizozemského malíře Vincenta van Gogha.

Odkazující suvenýry sice nedisponují schopností odkazovat na konkrétní destinaci, ale tuto vlastnost získávají na základě označení, slova nebo nápisu, specifikujícího danou zemi, město nebo pamětihodnost. Podobně jako u symbolického suvenýru i sem můžeme zařadit hrníčky, püllitry, sklenice, talíře, popelníky a další užitékové předměty, propisovačky, tužky, magnetky, klíčenky, tácky, trička, mikiny a další oděvy, tašky, šátky, peněženky, hodinky a jiné doplňky. Na těchto sériově vyráběných suvenýrech se nachází slova nebo slovní spojení Czech Republic, Prague/Praha, Prague Bohemia, I love Prague, I love Czech Beer, Praha Drinking Team nebo Born to be Wild Prague. Jsou to mystifikující zaklínadla, jež „*dávají moc tam, kde předtím nikdy nebyla*“ (Gordon 1986: 142). Tričko bez nápisu je běžnou komoditou, až nápis jej proměňuje v suvenýr a nositele emocionální hodnoty. Do odkazujícího suvenýru se řadí smaltované uliční tabule s názvy hlavních pražských ulic. Další specifickou



V obchodech najdeme nespočet symbolických suvenýrů využívajících pamětihodnosti nebo symboly Prahy. Foto Barbora Půtová



Sériově vyráběné loutky doplňují nabídku většiny obchodů se suvenýry. Foto Barbora Půtová

skupinou odkazujících suvenýrů na Královské cestě jsou vyšívány oděvy a kuchyňské textilie jako zástěry, ubrusy nebo kuchyňské rukavice a chňapky, které si turista může zakoupit s již vyšitým nápisem.¹¹ Požadované slovo však může být před jeho zraky vyšito na šicím stroji.



Trička s různými nápisy jako Praha, Prague nebo Praha Drinking Team se řadí k odkazujícím suvenýrům. Foto Barbora Půtová

Lokální produkty jsou specifické a tradiční v dané destinaci. Jedná se o širokou škálu produktů, k nimž patří lokální pokrmy, sladkosti a potraviny, alkohol, oděvy a řemeslné artefakty. U lokálního produktu se očekává, že byl v místě původu zhotoven. Tím získává na své



S trdelníkem je spojena geograficky přemístěná autenticita, jeho původ totiž sahá do Sedmíhradska (dnešní Rumunsko). Foto Barbora Půtová



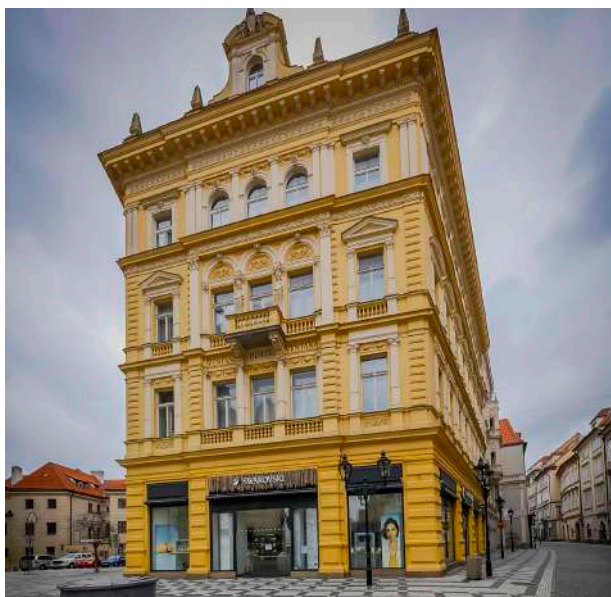
Odkazující suvenýr může na Královské cestě vzniknout přímo před očima turisty – vyšitý nápis na šicím stroji. Foto Barbora Půtová



Geograficky přemístěnou autenticitu reprezentuje také ruská beranice (ušanka). Foto Barbora Půtová

unikátnosti a autenticitě. K lokálním sladkostem a lahůdkám se na Královské cestě řadí staročeský/staropražský trdelník (trdlo),¹² české lívance,¹³ český perník¹⁴ a karlovarské oplatky, v zimních měsících pečené kaštany¹⁵. S trdelníkem a karlovarskými oplatkami je také spojena geograficky přemístěná autenticita. Regionální pokrmy jsou zastoupeny oplatky, pokrmy lokálně neautentické pak trdelníkem. Lokální alkohol představují plzeňské pivo, karlovarská becherovka, moravská slivovice a svažené víno¹⁶. I když pivo a becherovku spojuje regionální charakter, mezi Čechy a zahraničními turisty se projevuje odlišné vnímání. Zatímco zahraniční návštěvník vnímá pivo na obecné úrovni (české pivo) a nerozlišuje mezi jednotlivými značkami, pro Čechy mají jednotlivé značky regionální charakter, odlišnou chuť i kvalitu a v některých případech dokonce tvoří aspekt regionální identity. Regionální úroveň zastoupení je v turismu zčásti nebo zcela potlačena z důvodu obecné propagace a očekávání neznalosti místní kultury ze strany turistů. Mezi lokálními oděvy se nachází další příklad geograficky přemístěné autenticity – ruská beranice (ušanka) a sovětské uniformy.

Lokální řemeslné artefakty představují heterogenní skupinu zboží, k nimž se řadí české sklo a křišťál, český porcelán, český granát a vltavín, české loutky, české dřevěné hračky, česká lidová řemesla a český výtvarný design. V České republice má sklářství staletou tradici a český křišťál je v zahraničí ceněným artiklem. Na Královské cestě můžeme vyhledat specializované prodejny skla a křišťálu, jako jsou Moser, Swarovski, Erpet Bohemia Crystal a Crystal Direct plus s.r.o., v nichž se prodávají produkty opatřené certifikátem deklarujícím pravost a původ zboží, tradiční materiál a technologii. Na Královské cestě je zároveň možné zakoupit křišťálové lustry, vázy, popelníky, skleněné miniatury a bižuterii v obchodech se suvenýry, jež jsou obvykle označovány Bohemia Crystals nebo Bohemia Jewellery. Toto zboží však není certifikované, jeho původ je nejasný a nesplňuje standardy kvality, což zpochybňuje a snižuje nejenom kvalitu a tradici českého skla a křišťálu, ale také kvalitu turistického zážitku.¹⁷ Mnozí turisté se navíc domnívají, že kupují skutečně autentický suvenýr z důvodu jeho vysoké ceny. Autenticita je klíčovou složkou produkce lokálních suvenýrů. Turisté, kteří je vyhledá-



Jedna z mála specializovaných prodejen na křišťál Swarovski představuje lokální řemeslné artefakty.
Foto Martin Frouz



Český granát, produkt lokálních řemeslných artefaktů, je na Královské cestě prodáván v obchodech se suvenýry bez certifikátu o pravosti.
Foto Barbora Půtová

vají, požadují ruční výrobu, protože jsou přesvědčeni, že tyto produkty jsou původní, jedinečné a originální oproti sériově vyráběným suvenýrům. Analogická situace doprovází šperky z českého granátu a vltavíny. Na Královské cestě má své zastoupení pouze jeden certifikovaný prodejce¹⁸ s českými granáty.¹⁹ Český porcelán reprezentuje na Královské cestě zejména karlovarský porcelán a tzv. cibulák s modrými rostlinnými motivy. Zpravidla ani Čech není schopný rozeznat rozdíl mezi pravým a falešným cibulákem, případně mezi cibulákem první a druhé jakosti.²⁰ O to těžší, resp. prakticky nemožná je identifikace pro turistu, který je na Královské cestě navíc vystaven padělkům cibuláku z Číny. České loutky a loutkářství jsou od roku 2016 (spolu se slo-



Krojované panenky jsou ručně zhotoveným produktem, který lze zařadit do lokálních řemeslných artefaktů. Foto Barbora Půtová

venským loutkářstvím) zapsány v Seznamu světového nehmotného kulturního dědictví UNESCO. Ovšem na prodej loutek a dalších dřevěných výrobků se na Královské cestě zaměřují pouze čtyři obchody, z nichž pouze některé nabízejí kvalitní dřevěné hračky od českých výrobců.²¹ Levnější a sériově vyráběné loutky jsou součástí nabídky většiny obchodů se suvenýry. V těchto obchodech jsou nabízeny repliky Spejbla a Hurvínka nebo vojáka Švejka, které doplňují pohádkové bytosti (princezna, drak, král), momentální poptávce odpovídající filmové hrdinové nebo Pinocchio, ale i silikonové masky herců, politiků a dalších zahraničních osobností.

K výrobkům českých lidových řemesel se na Královské cestě řadí velikonoční kraslice, různé vánoční ozdoby, krojované panenky a figurky z kukuřičného šustí. Obchody se suvenýry zaplňují celoročně především dřevěné kraslice či porcelánová vejce zdobená jako Fabergého vejce, jejichž původ ovšem souvisí s tradicí ruské pravoslavné církve.²² České malované skleněné vánoční ozdoby, především ve tvaru koule nebo rakety s glitry, doplňují sortiment mnoha obchodů na Královské cestě, z nichž některé nabízejí sériově vyráběné ozdoby z východní a střední Evropy. Krojované panenky jsou ručně zhotoveným regionálním produktem, jenž přibližuje české, moravské i slovenské kroje.²³ Výrobky z kukuřičného šustí zahrnují nejčastěji figurky (panenky, andílky, zvířata) nebo vánoční betlém; i v tomto případě se však jedná o regionální produkt.²⁴ Regionální řemeslné produkty a řemeslníky cíleně podporuje česká společnost Manufaktura, jež má na Královské cestě tři obchody. Její sortiment tvoří kromě panenek z kukuřičného šustí, textilu z modrotisku, malovaných kraslic, svíček z včelího vosku a dřevěných hraček také přírodní kosmetika z českých přírodních surovin. Na Královské cestě se za posledních osm let projevilo úsilí o prosazení současného designu a designových suvenýrů mladých českých autorů, které lze považovat za nastínění cesty možného pozitivního vývoje v oblasti suvenýru. Ukázkami této cesty jsou Debut Gallery a Local Artists, prosazující lokální tvůrce, designovou produkci i ruční řemeslnou výrobu.²⁵

Vnímání suvenýru a jeho autenticity na Královské cestě

Vnímání suvenýru, úroveň autenticity a turistického zážitku na Královské cestě ovlivňuje i způsob jeho prezentace a prodeje nebo přístup prodejců k zákazníkům (turistům). U obchodů se suvenýry často schází koncepce a uspořádání nabízených produktů i interiéru

prodejny. „Atributy obchodu jsou inherentní vlastností obchodu, jež zákazníci používají při rozhodování, ve kterém obchodu nakupovat.“ (Swanson 2004: 366) Suvenýry jsou vystavené ve velkém množství, bez tematického členění a bez dostatečného rozestupu mezi regály. Prodejci ve vztahu k zákazníkům nevykazují vysoké profesionální jednání. „Prodáváč nás vyhodil a ještě řval, ať nás hned přejede tramvaj. A to jsme chtěli jen účet. Nebyl to Čech, ale pocházel z ruský mluvící země.“ (Respondent SM) Prodejce charakterizuje nízká jazyková kompetence, nedostatečnost v oblasti znalosti prodáváného zboží, přesnosti a pravdivosti poskytovaných informací o suvenýru a současně malá historická znalost Královské cesty i celé turistické destinace. Osobní zkušenosti turistů s nákupem suvenýrů jsou zásadní pro jejich pozdější vnímání destinace. V prezentaci suvenýru sehrává roli označení obchodu,²⁶ jehož výloha²⁷ propojuje interiér a exteriér provozovny. Provozovatelé prodejen v mnoha případech nerespektují bohatství architektury a historickou hodnotu Královské cesty, která navzdory pravidlům a požadavkům jednotlivých úřadů zůstává skryta pod oparem vizuálního smogu. Přispívají k němu zejména unifikované nosiče reklamy, loga značek nebo označení sortimentu, které lze zakoupit uvnitř provozovny. „Evidentně jde o obchodní model, s mini-

málními náklady maximalizovat zisk. A od toho se vše odvíjí.“ (Respondent PZ) Hodnotu objektu i provozovny esteticky degradují reklamní prvky v agresivní barevnosti, z nekvalitního materiálu, v nepřiměřeném rozměru i počtu, velkoplošné polepy a nápisy, fotografie, tabule zboží a slevové nabídky (Drápalová 2020). Označení prodejny je výpovědí o úrovni nabízeného zboží, které by turistu mělo motivovat ke vstupu do obchodu, výběru a nakupování suvenýrů. Většina turistů totiž nepovažuje dovolenou za kompletní, pokud se její součástí nestane nakupování suvenýrů.

Na Královské cestě se v označení obchodů se suvenýry uplatňuje inscenovaná autenticita, v níž jsou turisté přesvědčováni o původnosti, pravosti a věrohodnosti suvenýru (MacCannell 1973). Obchody zdobí názvy Bohemia Crystal, Czech Souvenirs, Souvenir Praha nebo Made by Prague. Turisté mají tendenci kupovat suvenýry, které jsou sémanticky spojené s navštívenou destinací, a to nápisem na odkazujícím suvenýru nebo nápisem na prodejně. Pokud je adjektivum české použito jako název obchodu i značka například skla, získává specifický význam a věrohodnost. Sklo je hmotným suvenýrem z cest konkrétního turistu a také záznamem Prahy v konkrétním historickém okamžiku. Suvenýr je možné z tohoto hlediska identifikovat jako reprezentaci



Suvenýry vystavené ve velkém množství a bez tematického členění nepodporují zákaznický atraktivní prezentaci obchodu na Královské cestě. Foto Barbora Půtová



Prodej trdelníku na Královské cestě (Celetná ulice) charakterizuje nevhodná prezentace, k níž patří slevová nabídka, naddimenzované obrazy nebo provizorní plastové cedule. Foto Martin Frouz

destinace, města, regionu nebo národa. V budoucnosti se může stát přímým podnětem k návratu do destinace, a to i pro jedince, kteří ho dostali darem. Turisté na Královské cestě se mohou domnívat, že zakoupené suvenýry v těchto prodejnách nesou pečeť ryzí a nefalšované autenticity. Za autentický není považován pouze originál, ale také přesvědčivá kopie, replika nebo reprodukce (Bruner 1994). Atributy spojené se suvenýry,²⁸ které jsou hodnoceny jako autentické, totiž varíjí na základě typologie turisty a turismu, ale také podle délky pobytu, počtu předchozích návštěv destinace, úrovně turistických zkušeností, věkové kategorie, dosaženého vzdělání, sociálního statusu, výše příjmu nebo osobních preferencí (Littrell – Anderson – Brown 1993).

Rozlišování skutečné autenticity od inscenované nemusí být natolik důležité jako pocity turistů vážící se k suvenýru. Ten vyvolává emoce, které se objevují při jeho nákupu a pro vlastníka utváří hodnotu nezapomenutelného zážitku a přítomnosti v destinaci. Turista zpravidla vybírá suvenýr z nabídky, která je k dispozici na konkrétním místě (Půtová 2019). Ačkoliv může být nespokojený s typem i kvalitou a provedením suvenýru na Královské cestě, nejedná se o překážku bránící jeho nákupu. Symbolický odkaz na místo, v němž je suvenýr zakoupen, stále zvyšuje autenticitu i úroveň vnímání suvenýru. Odkazující suvenýry, které obsahují zobrazení pamětihod-



Souvenir shop v Karlově ulici zaplněný standardizovaným zbožím nemotivuje turistu ke vstupu a nakupování ani v plné turistické sezoně. Foto Barbora Půtová

ností na Královské cestě nebo například nápis Praha, jsou tak považovány za autentické, i když je zřejmé, že navozují inscenovanou autenticitu. Mnozí turisté si dokonce uvědomují, že se nejedná o lokální výrobek. „Všeobecně se domnívám, že návštěvníci si tuto skutečnost uvědomují, ale nijak se tím netrápí. Dále bude záležet na vkusu, kultivovanosti turisty.“ (Respondent PZ) I za těchto okolností jsou zejména odkazující suvenýry považovány za typické pro destinaci, v níž jsou nabízeny a prodávány. Symbolicky zůstávají spojeny s konkrétním místem a osobní zkušeností. Prodlužují turistický zážitek a hrají důležitou roli jako hmotný důkaz z pohledu první osoby (turista, který disponuje zkušeností a suvenýry) i z pohledu třetí osoby (přátelé, sousedé nebo příbuz-



Věrohodnost a pečeť autenticity suvenýrů na Královské cestě se snaží potvrdit označení obchodů, například Made by Praha v Mostecké ulici. Foto Barbora Půtová

ní, kteří dostali a vlastní suvenýr, aniž by zažili destinaci nebo čas jeho získání). „*Já si myslím, že turistům ani nejde o lokální výrobek, oni se nad tím tak dalece vůbec nezamýšlí. Chtějí něco, čeho se doma dotknou a vzpomenou si na Prahu.*“ (Respondent IP) Proto se neautentický a sériově vyráběný suvenýr může proměnit v hodnotný a mimořádný objekt (Ingold 2007; Haldrup – Larsen 2010). Jeho materiální hodnota je překonána emocionální hodnotou, jež je napojena na cestovní příběh turisty a konkrétní časový úsek v osobní historii turisty. Po návratu domů je suvenýr podobně jako vzácný artefakt z depozitáře vystavený na komodách, policích, krbových římsách nebo umístěný na dveřích ledniček.

Královskou cestu jako destinaci turisté vnímají nejenom vizuálně, kdy se obchod a suvenýr stávají primárními prvky, ale i dalšími smysly. Smysly ovlivňují zkušenost turisty a jsou důležitou součástí tvorby destinace, která posiluje individuální paměť a spojení mezi turisty a městem. Vizuální dojmy vytváří obraz prostoru, zvukové a hmatové dojmy vtiskují prostoru jedinečný charakter, chuť ovlivňuje význam prostoru a vůně umožňuje evokovat vzpomínky na dané město. Destinace je jedinečný konglomerát památek, zvuků, vůní, textur, chutí a teplotních podmínek (Thibaud 2011). Královskou cestu je možné tělesně prožívat, cítit, poslouchat i chutnat. Turista cítí vůně obchodů a poskytovatelů masážních a regeneračních služeb (esenciální oleje a masti), pokrmů (pizza, lívance, trdelník a další sladkosti) a nápojů (pivo a svažené víno), několika málo stromů a rostlin v květináčích na předzahrádkách, v parném létě vůni prudkého deště, zápach dopravních prostředků a odpadků a při přechodu Karlova mostu vůni Vltavy. Tělem může turista vnímat chodníky, zejména nerovnoměrnost kočičích hlav, tvary a plochy stavebních objektů, obchody, jejich exteriér i interiér a neúmyslné doteky prodejců nebo dalších turistů během pohybu v úsecích Královské cesty. Turista slyší reprodukovanou hudbu vycházející z prodejen suvenýrů, živou hudbu pouliční produkce nebo koncertů, hluk z kamenných restaurací a předzahrádek, klimatizace a větráků, výklad a instrukce průvodců turistických skupin, pokřikování ostatních turistů, možná nesrozumitelnou diskusi Pražanů, rytmus stavebních prací a hluk automobilové dopravy. Chuť turista zapojuje při konzumaci jak českých, tak zahraničních pokrmů, sladkostí a nealkoholických nebo alkoholických nápojů.

Potenciál a budoucnost suvenýru na Královské cestě

Suvenýr se na Královské cestě stal hlavním aktérem dramaturgického slovníku autenticity, autentizace a komodifikace. Autenticita je „*sociálně konstruovaný koncept a jeho sociální [...] konotace proto není daná, ale lze ji vyjednávat*“ (Cohen 1988: 374). Prostředí Královské cesty charakterizuje inscenovaná autenticita, která primárně skrývá nepůvodní prvky v podobě suvenýru nabízeného převážně zahraničními prodejci v obchodech zahraničních provozovatelů. Hlavním produktem těchto obchodů jsou komerční, standardizované a sériově vyráběné suvenýry, které mohou snižovat jedinečnost konkrétního objektu nebo přímo obraz destinace. Vývoj podoby suvenýru na Královské cestě od 90. let 20. století do současnosti je důsledkem specifického projevu horké autentizace, která představuje imanentní, repetitivní a neformálně performativní proces utváření, udržování a posilování autenticity objektu (Lindholm 2008; Cohen – Cohen 2012). Zahraniční provozovatelé obchodů se suvenýry působí v této turistické enklávě spontánně, individuálně a bez výrazného marketingového řízení veřejných sektorů, zejména pak Magistrátu hlavního města Prahy. Protože je masově vyráběný suvenýr kontinuálně nabízen již tři dekády, uplatňuje se zde sebeupevňující proces, jenž výskyt těchto neautentických předmětů posiluje. Existence tohoto typu suvenýru závisí na jeho neustále nabídce a prezentaci, na



Po propuknutí pandemie covidu-19 se na Královské cestě objevil nový typ lokálního produktu – „covidník“, čokoládový dezert, připomínající zvětšenou verzi koronaviru. Foto Martin Frouz

neustálém přesvědčování o jeho autenticitě a akceptaci této autenticity ze strany turisty.

V procesu autentizace je suvenýr potvrzován jako původní, opravdový a originální. Z toho vyplývá, že o kvalitě a typu suvenýru na Královské cestě lze vyjednávat, jeho podoba i významy nejsou fixní. Suvenýry jsou „malíčkosti, které skýtají netušené možnosti, když se k nim přistoupí znovu prostřednictvím teorie, doteku, produkce, spotřeby a užití“ (Love – Kohn 2001: 61). Je možné je využít jako strategický nástroj ke konstrukci a vyjednávání národní identity a historie. Na Královské cestě stále dominantně převažují aktéři soukromého sektoru, kterými jsou provozovatelé obchodů se suvenýry usilující zejména o zvyšování tržeb a zisků. Do tohoto procesu by se měl v této fázi vývoje zapojit Magistrát hlavního města

Prahy, v jehož zájmu je budování autenticity destinace, podpora tvorby obrazu města a jeho vnější propagace (trh se suvenýry). Možností je budování Prahy na autenticitě, vyplývající z kultury, historického dědictví a životního stylu Pražanů. Zájemem Magistrátu by měl být jak zisk z prodeje suvenýrů a uspokojení poptávky turistů, tak i reprezentace města a šíření povědomí o Praze jako unikátní a nezapomenutelné evropské metropoli.

Magistrát hlavního města Prahy by měl vydat závazná nařízení vztahující se ke Královské cestě a nabídce suvenýrů, jež budou založena na průběžně prováděném výzkumu²⁹ poptávky po suvenýrech, potřeb turistů i místních obyvatel a na analýze a komparaci s jinými zahraničními městy. Pro zlepšení fungování trhu se suvenýry na Královské cestě je důležité motivační prostředí a ko-



Prázdné provozovny v Celetné ulici v důsledku pandemie covidu-19 mohou být příležitostí k vyjednávání autentického suvenýru na Královské cestě. Foto Martin Frouz

munikace hlavního města Prahy se soukromým sektorem, jejímž cílem by bylo rozšíření nabídky kvalitních suvenýrů, koncepční požadavek inovace a změny produktů provozovatelů obchodů. Magistrát hlavního města Prahy může také omezit počet obchodů se suvenýry ve prospěch obchodů pro místní obyvatele, které se na Královské cestě nacházely před rokem 1989 a na začátku 90. let 20. století. Obchody se suvenýry je možné situovat do izolovaných částí Prahy, odklonit hlavní turistickou trasu do jiných částí Prahy³⁰ nebo zpřístupnit úsek Královské cesty jako živou ulici s dílnami a obchody po vzoru Poble Espanyol v Barceloně. O to více by Praha mohla přilákat turisty, kteří hledají odlišnou a autentickou destinaci s jedinečným kulturním produktem.

Otevírá se příležitost pro formulaci a konceptualizaci autentického suvenýru,³¹ jenž by využíval místní kulturu (lokální, regionální i národní), domácí tradice a výtvarnou kreativitu. Královská cesta by měla disponovat suvenýry, jež obsahují adekvátní symbolickou hodnotu a odrážejí specifický národní charakter. V tomto pojetí je suvenýr prostředkem, který stanovuje hranice mezi vlastní a cizí kulturou, a upevňuje tak pocit identity, sounáležitosti a příslušnosti (Spooner 1986). Takový suvenýr by měl podporovat výrobce a prodejce regionálních produktů

s vazbou na všechny regiony České republiky. Každý suvenýr by charakterizovaly proměnné, k nimž patří příběh produktu, historie a původní i soudobý způsob jeho použití, kvalita zvoleného materiálu, jeho význam pro občany i pro turisty (Buhalis 2000). Kvalita suvenýrů by byla zaručena certifikací, garantující důvěryhodnost, odlišující kvalitní a nekvalitní zboží a zvyšující informovanost spotřebitelů (turistů). Formulaci a konceptualizaci autentického suvenýru rovněž otevírá a vyžaduje aktuální situace. Ještě ve střednědobém výhledu bude globální turismus ovlivněn dopady pandemie covidu-19, které přinesou nárůst tuzemských turistů,³² nové obchodní modely, kvalitativní posun profilu turisty a postupné prosazení slow tourismu (pomalý turismus).³³ Na Královské cestě může být uplatněn cílený marketing zaměřený na skupiny turistů s větším zájmem o destinaci, život v ní a její původní obyvatele. Za těchto okolností dochází k odmítání vykonstruované autenticity, v níž je turista pouze pasivním návštěvníkem, jenž si při honbě za zážitky zapomíná užívat kouzlo okamžiku a vychutnávat každý zážitek (Dickinson – Lumsdon 2010; Clancy 2018). Vliv globalizace by zde proto neměl být patrný. Je žádoucí, aby se Praha odlišovala od ostatních destinací, protože turisté nového typu oceňují a respektují rozmanitost, kvalitu a autenticitu.

POZNÁMKY:

1. Ročně Prahu navštívilo kolem 8 milionů turistů (Anonym 2020). Nepříznivý vývoj pandemie covidu-19 způsobil, že v roce 2020 Prahu navštívilo 2,18 milionu turistů (Český statistický úřad 2021a).
2. Pojem enkláva převzatý z politické geografie vystihuje jasně ohraničené území oddělené od jiného podobného homogenního teritoria. V antropologii turismu užívané sousloví turistická enkláva se může uplatňovat na širší prostor, jehož součástí jsou vedlejší enklávy. Konkrétně Královská cesta je obklopena a prostoupěna řadou vedlejších turistických enkláv a prostor, které jsou, nebo mohou být její širší součástí.
3. Například Pražský hrad, nejnavštěvovanější turistický cíl České republiky, zaznamenal v roce 2020 největší pokles návštěvnosti o 80 % a umístil se na čtvrtém místě za AquaPalace Praha (Čestlice), Zoologickou zahradou hl. m. Prahy (Troja) a Lanovou dráhou na Petřín na Malé Straně (Institut turismu 2020, 2021).
4. U každé stavby byly zjišťovány následující indikátory: typ a fáze památkové ochrany nemovitosti, vznik stavby a její základní stavební úpravy, původní i současné využití nemovitosti, vlastník nemovitosti, provozovatel (nájemce) obchodu a sortiment nabízeného zboží a služeb, zejména v oblasti parteru. Indikátory byly ověřovány a doplňovány s rozestupem tří let.
5. Oproti tomu v jedné třetině provozoven podnikají čeští podnikatelé, jejichž zboží se odlišuje od podnikajících imigrantů. Zaměřují se na restaurace, ubytovací zařízení, knihkupectví, divadla nebo směnárny.
6. Mnozí provozovatelé obchodů uzavřeli po první nebo druhé vlně pandemie covidu-19 a znovu je otevřeli až v období letních prázdnin v roce 2021, někteří dokonce čekají až na turistickou sezónu v roce 2022.
7. Královská cesta se v některých ohledech přiblížila arabskému tržišti (súku), které figuruje jako socioekonomický mikrosvět, v němž se uplatňuje prostorová lokalizace obchodů, nahodilé a navýšené ceny, zboží různé kvality a původu, levný import nebo padělané výrobky známých značek (Geertz 1978).
8. Dodnes mnoho amerických a australských turistů nedokáže rozlišovat mezi evropskými hlavními městy, která jsou si kulturně, historicky i architektonicky podobná. Velmi obtížné je pro turisty navzájem rozeznávat Prahu, Vídeň a Budapešť (Puczko – Rátz – Smith 2007).
9. Obchody se suvenýry na Královské cestě zaplňuje široká škála produktů a zboží, které se vymykají kategorizaci – jako kabelky nebo boty. Ve skutečnosti se totiž jedná o běžné velkoobchodní i maloobchodní zboží, dostupné v teritoriu Starého Města i Nového Města za mnohonásobně nižší cenu. Kolorit Královské cesty dokreslují také pouliční umělecké produkce a atrakce, k nimž patří například možnost vyfotografovat se s krajtou nebo holubicí. Statut muzea si v trase Královské cesty volně přisvojují různé atraktivní jako muzea voskových figurín, čokolády, strašidel nebo mučících nástrojů, které neodpovídají definici muzea a neprezentují žádné kulturní hodnoty.

10. Novým fenoménem, který se objevuje po celé České republice v posledních dvou letech, je malovaný kamínek. Jeho tvůrce ho odloží na turisticky exponovaném místě, např. na kamenné zábradlí Karlova mostu. Nálezce si jej může ponechat, nebo umístit kdekoli v republice či na světě. Na jedné straně kamínku se nachází malovaný motiv nebo nápis, na druhé straně název skupiny Kamínky, logo Facebooku a PSČ, odkud tvůrce pochází. Nálezce po přidání do facebookové skupiny uvede PSČ a místo, kde kamínek našel. Autor kamínku a členové skupiny mohou sledovat jeho aktuální pohyb.
11. Jedná se o dva obchody Ricami Veronica v Karlově ulici 12/184 a 23/146.
12. Trdelník se rozšířil ve druhé polovině 18. století až do slovenské Skalce. Zde se ve výslužbě usadil maďarský generál a básník József Gvadányi (1725–1801), který do svých služeb přijal kuchaře ze Sedmíhradska. Jeho recept na trdelník pronikl i do lidových vrstev. Slovensko pro Skalický trdelník získalo v roce 2005 registrovanou ochrannou známku EU, tzv. CHZO, neboli chráněné zeměpisné označení. CHZO představuje informaci o provenienci výrobku (Dinka 2021). Provozovateli obchodů na Královské cestě je trdelník vyhledáván z důvodu vysokého zisku, jednoduché přípravy a prezentace pečení na kovovém válci v žáru dřevěného uhlí před turisty.
13. Lívance představují tradiční český moučník, jehož historie sahá do Rakouska-Uherska.
14. V Nerudově 9/254 se nachází Gingerbread museum a řemeslná pekárna specializovaná zejména na český perník.
15. Nabídka pečených kaštanů je jednou z mála tradičních lahůdek, které nabízejí prodavačky vybavené pojízdnými kamínky v ulicích staré Prahy v 19. století.
16. Nabízené svažené víno na Královské cestě je většinou již hotově zakoupené, proto je jeho chuť velmi sladká a málo kořeněná. Nejedná se o žádnou zvláštní směs koření, kterou by si prodejce doma namíchal a mohl prodávat jako vlastní recepturu.
17. Problém spočívá v nedostatečném systému certifikace produktů a jeho institucionálním ukotvení v českém právním řádu.
18. Podniková prodejna Granátu Turnov sídlí v Muzeu českého granátu v Karlově 8/186.
19. Ostatní nabízené zboží představují uměle vyrobené kubické zirkonie, pyralmandinové granáty nebo skleněné imitace drahokamů. Pravý český granát je přitom sytě krvavě rudý pyrop (Klečák – Holásek 1972).
20. Pravý cibulák vyrábí Český porcelán a.s. v Dubí u Teplic, falešný a levnější cibulák (kolekce Saphyr a Natalie) pak vyrábí Porcelánka Thun (Chládek – Nová 1991).
21. Dřevěné hračky a loutky českých firem, družstev a malých řemeslných dílen jsou zastoupeny v obchodě Hračky U Zlatého lva v Celné 32/568.
22. V období velikonočních svátků se na Královské cestě objevují stánky s kraslicemi různých velikostí a druhů (slepičí, kachní, husí), které nabízí prodejci a zároveň tvůrci těchto kraslic.
23. Výrobou krojovaných panenek se zabývá Lidová tvorba, družstvo umělecké výroby, Uherský Brod, jako jediná firma v České republice.
24. Využívání kukuřičného šustí k výrobě dekorativních figurek bylo rozšířené v oblastech, kde se pěstovala kukuřice, především na jižní Moravě a na Slovensku.
25. Podobnou strategii zvolily i obchody Pragtique v Mostecké 20/45 a Lípa na Malém náměstí 4/138, uzavřené z důvodu pandemie covidu-19, které spolupracovaly s tuzemskými výrobci, řemeslníky a výtvarníky, i charitativními organizacemi.
26. Na základě § 17 odst. 7 a 8 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, musí označení provozovny obsahovat obchodní firmu nebo název nebo jméno a příjmení podnikatele a jeho identifikační číslo. Další požadavky k označení provozovny na Královské cestě i v Praze stanovují a regulují Odbor památkové péče a Odbor živnostenský a občanskosprávní Magistrátu hlavního města Prahy a Stavební úřad městské části Praha 1.
27. Zejména parter, výkladec a výstrč.
28. Míru autenticity turista připisuje suvenýru na základě různých kritérií a atributů, k nimž patří původ, materiál, kvalita a úroveň ztvárnění, cenová dostupnost, jedinečnost a odlišnost od ostatních v dané destinaci i ve srovnání se suvenýry, které si turista zakoupil v minulosti.
29. Charakterem činnosti tomu odpovídá společnost Prague City Tourism. Je to příspěvková organizace, jejímž zřizovatelem je hlavní město Praha. Budování autenticity na Královské cestě by proto zajišťovala v souladu se zájmy svého zřizovatele.
30. Větší rozproštění turistických cílů v historickém jádru města i mimo něj dovoluje prezentovat neobjevené části Prahy, jako například Holešovice, Výstaviště nebo Karlín. Rozšíření turistů mimo přetížené části navíc snižuje únik příjmů z turismu, protože podporuje rozvoj malého a středního podnikání v lokalitách mimo centrum (Makovský et al. 2016).
31. Při jeho formulaci je potřeba zohlednit následující okruhy otázek. Co představuje suvenýr? Jaká je zpráva, kterou má vyjádřit? Jaký sděluje příběh? Co připomíná? Jaké hodnoty obsahuje? Jakým způsobem by se měl obsah v suvenýru projevit? Kdo bude zajišťovat prodej suvenýru?
32. Tuzemští turisté cestují opakovaně, vyjadřují vysokou ochotu k návratu, většinou dobře znají Prahu, jejich interakce s místními obyvateli je vyšší, jejich návštěvnost nemá výrazné sezonní výkyvy.
33. Městská část Praha 1 reagovala na masivní odliv turistů v důsledku pandemie covidu-19 koncepčním návrhem na restart ekonomiky v centru hlavního města, v němž zdůraznila příležitosti současné doby pro Prahu, k nimž zařadila orientaci na turismus s vyšší přídanou hodnotou, kvalitativní posun profilu zákazníka, udržitelný cestovní ruch, digitalizaci centra města a vytvoření jasné koncepce rozvoje města (Městská část Praha 1 2020).

LITERATURA:

- Anonym 2020: *Destinační management Prahy: Zájmy Prahy na prvním místě. Koncepce příjezdového cestovního ruchu hlavního města Prahy*. Prague City Tourism.
- Bruner, Edward M. 1994: Abraham Lincoln as Authentic Reproduction: A Critique of Postmodernism. *American Anthropologist* 96, č. 2, s. 397–415.

- Buhalis, Dimitrios 2000: Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management* 21, č. 1, s. 97–116.
- Clancy, Michael 2018: *Slow Tourism, Food and Cities: Pace and the Search for the "Good Life"*. London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Cohen, Erik 1988: Authenticity and Commoditization in Tourism. *Annals of Tourism Research* 15, č. 3, s. 371–386.

- Cohen, Erik – Cohen, Scott A. 2012: Authentication: Hot and Cool. *Annals of Tourism Research* 39, č. 3, s. 1295–1314.
- Čermáková, Dita 2008: Klientský systém a jeho specifika. In: Drbohlav, Dušan (ed.): *Nelegální ekonomické aktivity migrantů (Česko v evropském kontextu)*. Praha: Nakladatelství Karolinum, s. 167–175.
- Čermáková, Dita 2012: Podnikání migrantů v Praze: Případová studie Královská cesta. In: Ouředníček, Martin – Temelová, Jana (eds.): *Sociální proměny pražských čtvrtí*. Praha: Academia, s. 116–135.
- Dickinson, Janet – Lumsdon, Les 2010: *Slow Travel and Tourism*. Washington, DC: Earthscan.
- Dinka, Pavol 2021: *Příbeh Skalického rubína a Skalického trdelníka*. Skalica: Vydavateľstvo Spolku slovenských spisovateľov.
- Drápalová, Kristýna 2020: *Manuál pro kultivovanou Prahu*. Praha: Hlavní město Praha – odbor památkové péče Magistrátu hl. města Prahy.
- Dumbrovská, Veronika 2016: Urban Tourism Development in Prague: From Tourist Mecca to Tourist Ghetto. In: Bellini, Nicola – Pasquinelletti, Cecilia (eds.): *Tourism in the City: Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism*. New York: Springer International Publishing, s. 275–283.
- Dumbrovská, Veronika – Fialová, Dana 2016: Turistické okruhy a turistifikace v Praze: Případová studie Královské cesty. *Studia Turistica* 7, s. 6–17.
- Dumbrovská, Veronika – Fialová, Dana 2020: The City of One Hundred Souvenir Shops: Authenticity of Souvenirs in Prague. *Journal of Tourism and Cultural Change* 18, č. 2, 187–200.
- Edwards – Griffin – Hayllar 2008: Urban Tourism Research: Developing an Agenda. *Annals of Tourism Research* 35, č. 4, s. 1033–1052.
- Enyedi, György 1998: Transformation in Central European Postsocialist Cities. In: Enyedi, György (ed.): *Social Change and Urban Restructuring in Central Europe*. Budapest: Akadémiai Kiadó, s. 9–34.
- Fainstein, Susan S. – Judd, Dennis R. 1999: Global Forces, Local Strategies and Urban Tourism. In: Judd, Dennis R. – Fainstein, Susan S. (eds.): *The Tourist City*. New Haven, CT: Yale University Press, s. 1–20.
- Geeraerts, Dirk 2002: The Interaction of Metaphor and Metonymy in Composite Expressions. In: Dirven, René – Pörings, Ralf (eds.), *Metaphor and Metonymy in Comparison and Contrast*. Berlin: Mouton de Gruyter, s. 435–465.
- Geertz, Clifford 1978: The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing. *The American Economic Review* 68, č. 2, s. 28–32.
- Getz, Donald 1993: Planning for Tourism Business Districts. *Annals of Tourism Research* 20, č. 1, s. 583–600.
- Gordon, Beverly 1986: The Souvenir: Messenger of the Extraordinary. *Journal of Popular Culture* 20, č. 3, s. 135–146.
- Haldrup, Michael – Larsen, Jonas 2010: *Tourism, Performance and the Everyday: Consuming the Orient*. London: Routledge.
- Hashimoto, Atsuko – Telfer, David J. 2007: Geographical Representations Embedded within Souvenirs in Niagara: The Case of Geographically Displaced Authenticity. *Tourism Geographies* 9, č. 2, s. 191–217.
- Hayllar, Bruce – Griffin, Tony 2005: The Precinct Experience: A Phenomenological Approach. *Tourism Management* 26, s. 517–528.
- Hoffman, Lily – Musil, Jiří 1999: Culture Meets Commerce: Tourism in Postcommunist Prague. In: Judd, Dennis R. – Fainstein, Susan S. (eds.): *The Tourist City*. New Haven, CT: Yale University Press, s. 179–197.
- Chládek, Jiří – Nová, Ilona 1991: *Porcelán kolem nás*. Praha: Nakladatelství technické literatury a Karlovarský porcelán.
- Ingold, Tim 2007: Materials Against Materiality. *Archaeological Dialogues* 14, č. 1, s. 1–16.
- Institut turismu 2020: *Návštěvnost turistických cílů 2019*. Praha: Czech Tourism.
- Judd, Dennis R. 2003: Visitors and the Spatial Ecology of the City. In: Hoffman, Lily M. – Fainstein, Susan S. – Judd, Dennis R. (eds.): *Cities and Visitors: Regulating People, Markets, and City Space*. Oxford: Blackwell Publishing, s. 23–38.
- Klaus, Václav 1995: *Dopočítávání do jedné*. Praha: Management Press.
- Klečák, Jiří – Holásek, Oldřich 1972: *Český granát*. Ústí nad Labem: Severočeské nakladatelství.
- Koens, Ko – Postma, Albert – Papp, Bernadett 2018: Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability* 10, č. 12. <https://doi.org/10.3390/su10124384>
- Lefebvre, Henri 1991: *The Production of Space*. Oxford: Blackwell.
- Light, Light – Gold, Steven 2000: *Ethnic Economies*. San Diego: Academic Press.
- Lindholm, Charles 2008: *Culture and Authenticity*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Littrell, Mary Ann – Anderson, Luella F. – Brown, Pamela J. 1993: What Makes a Craft Souvenir Authentic? *Annals of Tourism Research* 20, č. 1, s. 197–215.
- Lofland, John et al. 2004: *Analyzing Social Settings: A Guide to Qualitative Observation and Analysis*. Belmont, CA: Wadsworth Thomson.
- Love, Lisa L. – Kohn, Nathaniel 2001: This, That, and the Other: Fraught Possibilities of the Souvenir. *Text and Performance Quarterly* 21, č. 1, s. 47–63.
- Lynch, Kevin 2004: *Obraz města*. Praha: Polygon.
- MacCannell, Dean 1973: Staged Authenticity Arrangements of Social Space in Tourist Settings. *American Journal of Sociology* 79, č. 3, s. 589–603.
- Maitland, Robert – Newman, Peter 2004: Developing Tourism on the Fringe of Central London. *International Journal of Tourism Research* 6, č. 5, s. 339–348.
- Makovský, Lukáš et al. 2016: *Ekonomická udržitelnost města: Analýza ekonomických dopadů Strategického plánu hl. m. Prahy – aktualizace 2016*. Praha: Institut plánování a rozvoje hl. m. Prahy.
- Městská část Praha 1 2020: *Tisková zpráva. Praha 1 iniciovala koncepční návrh na restart ekonomiky v centru hlavního města*. Interní materiál, Oddělení vnějších vztahů, Úřad městské části Praha 1, Městská část Praha 1.
- Morrison, Alastair M. – Coca-Stefaniak, J. Andres (eds.) 2020: *Routledge Handbook of Tourism Cities*. Routledge: London.
- O'Halloran, Robert M. 2002: Tourist Trap. In: Jafari, Jafar (ed.): *Encyclopedia of Tourism*. London: Routledge, s. 592.
- Paraskevaidis, Pavlos – Andriotis, Konstantinos 2015: Values of Souvenirs as Commodities. *Tourism Management* 48, s. 1–10.
- Pásková, Martina 2008: *Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu*. Hradec Králové: Nakladatelství Gaudemus.
- Pearce, Douglas G. 2001: An Integrative Framework for Urban Tourism Research. *Annals of Tourism Research* 28, č. 4, s. 926–946.
- Peters, Kimberley 2011: Negotiating the 'Place' and 'Placement' of Banal Tourist Souvenirs in the Home. *Tourism Geographies* 13, č. 2, s. 234–256.

- Puczko, Laszlo – Rátz, Tamara – Smith, Melanie 2007: Old City, New Image: Perception, Positioning and Promotion of Budapest. *Journal of Travel and Tourism Marketing* 22, č. 3/4, s. 21–34.
- Půtová, Barbora 2016: *Královská cesta: Všední i sváteční život v proměně času*. Praha: Paseka.
- Půtová, Barbora 2018: Autenticita a představy v antropologii turismu. *Lidé města* 20, č. 1, s. 3–22.
- Půtová, Barbora 2019: *Antropologie turismu*. Praha: Karolinum.
- Rončák, Miroslav 2019: Prague and the Impact of Low-Cost Airlines. In: Dodds, Rachel – Butler, Richard (eds.): *Overtourism: Issues, Realities and Solutions*. Berlin, Boston: De Gruyter, s. 152–168.
- Spirou, Costas 2011: *Urban Tourism and Urban Change: Cities in a Global Economy*. New York: Routledge.
- Spooner, Brian 1986: Weavers and Dealers: The Authenticity of an Oriental Carpet. In: Appadurai, Arjun (ed.): *The Social life of Things: Commodities in Cultural Perspectives*. Cambridge: Cambridge University Press, s. 195–235.
- Stansfield, Charles A. – Rickert, John E. 1970: The Recreational Business District. *Journal of Leisure Research* 2, č. 4, s. 213–225.
- Stewart, Susan 1984: *On Longing: Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection*. London: Duke University Press.
- Swanson, Kristen K. 2004: Tourists' and Retailers' Perceptions of Souvenirs. *Journal of Vacation Marketing* 10, č. 4, s. 363–377.
- Sýkora, Luděk 1999: Changes in the Internal Spatial Structure of Post-Communist Prague. *GeoJournal*, 49, č. 1, s. 79–89.
- Sýkora, Luděk 2001: Proměny prostorové struktury Prahy v kontextu postkomunistické transformace. In: Hampl, Martin a kol.: *Regionální vývoj: Specifika české transformace, Evropská integrace a obecná teorie*. Praha: Přírodovědecká fakulta Univerzity Karlovy, s. 127–166.
- Szromek, Adam R. 2019: An Analytical Model of Tourist Destination Development and Characteristics of the Development Stages: Example of the Island of Bornholm. *Sustainability* 11, č. 24. <https://doi.org/10.3390/su10124384>
- Sztompka, Piotr 2007: *Vizuální sociologie: Fotografie jako výzkumná metoda*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- Švaříček, Roman – Šedová, Klára a kol. 2007: *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál.
- Thibaud, Jean-Paul 2011: The Sensory Fabric of Urban Ambiances. *The Senses and Society* 6, č. 2, s. 203–215.
- Uherek, Zdeněk 2003: Cizinecké komunity a městský prostor v České republice. *Sociologický časopis* 39, č. 2, s. 193–216.

ELEKTRONICKÉ ZDROJE:

- Český statistický úřad 2021a: Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních. Období 2020. Území: Hlavní město Praha. Dostupné z: < https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&skupId=1006&katalog=31743&pvo=CRU04&pvo=CRU04&str=v222&c=v3~8__RP2020&u=v222__VUZEMI__100__3018>.
- Český statistický úřad 2021b: Hosté a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních. Období 2021. Území: Hlavní město Praha. Dostupné z: < https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU03&z=T&f=TABULKA&skupId=1330&katalog=31743&pvo=CRU03&str=v285&u=v285__VUZEMI__100__3018>.
- Institut turismu 2021: *Nejnavštěvovanější turistické cíle České republiky 2020*. Dostupné z: <<https://tourdata.cz/wp-content/uploads/2021/07/NTC2020-revize.pdf>>.
- Prague City Tourism 2017: Hosté a přenocování – Praha. Dostupné z: Dostupné z: <<https://www.praguecitytourism.cz/cs/nase-cinnost/statistiky/revidovana-data-2012-2020-14818>>.
- Prague City Tourism 2018: Hosté a přenocování – Praha. Dostupné z: Dostupné z: <<https://www.praguecitytourism.cz/cs/nase-cinnost/statistiky/revidovana-data-2012-2020-14818>>.
- Prague City Tourism 2019: Hosté a přenocování – Praha. Dostupné z: Dostupné z: <<https://www.praguecitytourism.cz/cs/nase-cinnost/statistiky/revidovana-data-2012-2020-14818>>.
- Prague City Tourism 2020: Hosté a přenocování – Praha. Dostupné z: Dostupné z: <<https://www.praguecitytourism.cz/cs/nase-cinnost/statistiky/revidovana-data-2012-2020-14818>>.
- Prague City Tourism 2021: Hosté a přenocování – Praha. Dostupné z: Dostupné z: <<https://www.praguecitytourism.cz/cs/nase-cinnost/statistiky/revidovana-data-2012-2020-14818>>.

Summary

Souvenirs along the Royal Route in Prague as an Object of Establishing and Negotiating Authenticity

The study focusses on the Royal Route in Prague, the major tourist enclave in the Czech Republic. The objective of the study was to create a typology of souvenirs and to ascertain the degree of authenticity, including the presentation of the potential and future of souvenirs along the Royal Route. The study first presents urban tourism and tourist enclaves framing the researched subject. Next, it describes the field research methodology used to define the consequences of the Royal Route transformation into a tourist enclave, to determine the souvenir typology, and to establish the staged authenticity. Mixed field research along the Royal Route focussed on identifying the structure of shop tenants and the assortment of goods and services offered. The assortment of goods they offer consists typically of mass-produced souvenirs and souvenirs that in most cases lack any link to Czech culture and traditions. The conclusion of the study is based on the synthesis of the methodologic part that raises a requirement for definition and conceptualization of an authentic souvenir. At the same time, the study takes into account any possible impacts of the COVID-19 pandemic that see the crisis as an opportunity to construct and negotiate an authentic souvenir along the Royal Route.

Key words: Royal Route in Prague; souvenir; authenticity; urban tourism; tourist enclave.

KOLIK STOJÍ PRAVÝ ČESKÝ TANEC? AUTENTICITA NA PRODEJ

Daniela Stavělová (Etnologický ústav AV ČR) – Laura Kolačková (katedra tance HAMU)

Ocitly jsme se na prázdné tramvajové zastávce v Hlubočepích, kolem jen pusté ulice a nedohledno všelijakých podivných potměšilých budov. Vydaly jsme se do mírného svahu, kde se před námi po chvíli rozprostřela nezvyklá podívaná: hrázděné lidové stavení vyšperkované jako v pohádce a se svítícím nápisem „Folklore Garden“. Pochopily jsme, že jsme na místě a odhodlaně vystoupaly po úzké ulici až k jeho dvorku. Tam už bylo živo, kolem nás proběhla dívka v kroji, opodál houslista ladil nástroj. Vešly jsme do rustikální stodoly, kde se nás ujala hosteska a nabídla stopičku něčeho ostřejšího. Uvedla nás ke stolu, který jsme měly zarezervovaný, zkoumavě si nás přitom prohlédla a zeptala se, odkud přicházíme. Odpověď, že my dvě domorodkyně doprovázíme návštěvu ze Slovinska, byla zjevně uspokojujivá a za chvíli přistála na našem stole vlaječka uvedené země... Pochopila jsem, že otevřené pozorování nebude v tomto případě vhodnou strategií a po vzájemné výměně spikleneckých pohledů jsme se rozhodly pokračovat v započaté hře turistické návštěvy.¹ Bylo totiž evidentní, že do podobných míst, navíc s předraženým vstupným, domácí obyvatelstvo nechodí. Ocitly jsme se v zemském ráji pro turisty...²

Sledujeme-li problematiku transformace a transgrese projevů tradiční lidové kultury v prostředí globalizovaných metropolí, nemůže naší pozornosti uniknout specifická folklorní hudebně-taneční produkce zaměřená na zahraničního turistu. V Praze se staly tzv. *folklore show* zvané samotnými aktéry *kšefty* nepřehlédnutelným jevem posledních dvou desetiletí, kdy dostaly své pravidelné místo v celé řadě místních restaurací.³ Jejich původ však lze hledat v období 70. let 20. století, kdy se v dejvickém hotelu Internacionál nebo pražské Alhambře konala vystoupení malých skupin – lidové muziky zpravidla s cimbálem a zhruba dvou tanečních párů pocházejících z některého z folklorních souborů. Byla určena pro zahraniční hosty a často byla spojena i s tzv. vlaky družby.⁴ Jak uvádějí někteří pamětníci podobných akcí, v souborech té doby se o podobných vystoupeních spíše mlčelo, označení *kšefty* mělo pejorativní význam a neslučovalo se to s tehdejšími emblematickým pojetím folkloru jako „uměním lidu“ se kterým se neobchoduje, protože patří všem.⁵

Dnešní podoba folklorních *kšeftů* je však z pohledu aktérů nazírána odlišným způsobem a nikdo se již netají tím, že jde především o výdělek a řádný obchod se vším všudy. Jedná se většinou o krátké hudebně-taneční vstupy lidové muziky a jednoho, maximálně tří tanečních párů oblečených do stylizovaných kostýmů s prvky tradičního lidového oděvu. Během večera se servíruje postupně několik chodů české kuchyně, mezi kterými jsou přesně naplánované a umístěné jednotlivé vstupy. Součástí této režie večera je i zapojení hostů do tance nebo do lidových tanečních her. V ceně vstupenky bývá také neomezená konzumace rozlévaného vína. Omezený je však čas vyhrazený pro celý večer, který začíná po devatenácté hodině a končí krátce po dvaadvacáté. Kapela zahraje na rozloučenou a sál se rázem vyprázdní, protože na turisty již čekají autobusy, které je do místa přivezly a zas je korporativně odvezou.⁶

V Praze vzrůstá počet podobně specializovaných restaurací, kde se uvádí folklorní show a pozoruhodný způsob tohoto podnikání získává v tržním prostředí současné společnosti své pevné místo. Nabízí se přitom otázka, jakým způsobem se tanec může stát výhodnou komoditou, jaká pravidla obchodu zde platí a jaký je tu poměr poptávky a nabídky. K tomu se vztahuje otázka, proč zrovna lidový tanec, jaké prvky jsou vybírány z tradičního hudebně-tanečního repertoáru, aby reprezentovaly češství v přijatelné a stravitelné verzi pro zahraniční turisty, kteří touží po instantní podobě identity národa, který právě navštívili. Případně, jaká je jeho hodnota a kolik je kupující ochoten za toto nehmotné zboží zaplatit a v neposlední řadě, komu patří tanec, se kterým se obchoduje?

Turismus a komercializovaná pohostinnost

Již při vstupu do Folklore Garden mě upoutala skutečnost, že se mi ze všech stran nabízí prvky domácího útulného prostředí. Z trámoví stylové stodoly viselo všechno možné, co mělo připomínat venkovskou idylu se všemi jejími atributy: cepy, proutěné košíky, sláma, barevnými ornamenty zdobené textilie. Výhled z restaurace do skalnaté stráni s malebnými chaloupkami a kolem dokola volně loženým zemědělským náčiním,

jako by si právě někdo odběhl z pole do chléva a zpět, se nabízí jako pohled do obrácené tváře světa, do jeho dávné minulosti, kdy pracovat a žít bylo idylou...⁷

Tento idylický obrázek pomáhá navodit to, co turista od svého vybočení z každodenní reality očekává. Turistické obrazy, narativy a reprezentace totiž ovlivňují nejenom představy a očekávání turistů, ale jsou i jednou ze strategií, jak ovlivňovat rozhodování turisty cestovat do destinace. Turistické představy je proto nutno vnímat v dnešních globálních tocích, jak výstižně charakterizuje současný stav turismu Arjun Appadurai (1988), který rovněž poukazuje na to, že je třeba jej chápat zejména jako sociální praxi s možností tvorby imaginárních komunit.

Dnešní turismus je tedy utvářen celou řadou aspektů, jeho komerční podoba je dána především fungováním nabídky a poptávky (Edensor 2000, 2001; Cheong 2000; Williams 2004). To, jak jsou naplněna očekávání turistů, tvoří základ tohoto byznysu, jenž je spojován s celou řa-



Obr. 1. Restaurace Folklore Garden, interiér. Foto D. Stavělová 2021

dou novodobých prvků včetně zážitkových poznávacích cest (Cohen 1974, 1988, 1995). Současná antropologie turismu poukazuje především na vyhledávání takových rozptýlení, která nabízejí prožitek autenticity pomáhající čelit tzv. anomii (Půtová 2019: 40), tedy stavu, kdy dochází k rozkladu a zhroucení normativního řádu společnosti. Anomie vede k pocitům dezorientace, úzkosti a ke ztrátě smyslu a cíle konání. V oblasti turismu je anomie spojena s alternativní motivací a hledáním pocitu sounáležitosti mimo domácí prostředí (Dann 1977, 1981, 1996).

Kolektivní nebo hromadný turismus bývá také přirovnáván k jistému druhu poutnictví, při kterém se vytvářejí pouta sociální solidarity mimo vlastní domovskou každodennost (Baumann 1996). Důležitou skutečností je tu možnost participace na interakcích při hledání posvátna, které umožňuje cestovateli vystoupit z běžné reality do liminálního turistického času. Zapojení turisty do společného tance nebo do pohybových her tak může být účinným způsobem, jak opustit každodenní vzorce života a upevnit dočasnou komunitu účastníků zájezdu.

Častým motivem cestování bývá také nostalgie propojená obdivem k jednoduchosti a prostotě tradičního způsobu života. Jak uvádí socioložka Svetlana Boym (2001: 10–11), nostalgie nepramení z vlastní žité přítomnosti, ale z žité přítomnosti jiných, nostalgický není ten nativní, ale naopak cizinec, který se stává mediátorem mezi lokálním a globálním. Nostalgie je neopakovatelný a nezvolitelný čas, podstatná je přítom odlišnost od stavu současného. Objekt romantické nostalgie je mimo současný prostor, zpravidla v minulosti nebo někde, kde se zastavil čas. Nostalgie však nepředstavuje opozici k pokroku – nemíří pouze dozadu, jde jakoby bokem a spíše člověka svede, než přemůže. Je vždy sdílená – nerozděluje, ale naopak spojuje. Nostalgie v turismu se projevuje jako „sladký smutek vyvolaný pocitem, že přítomnosti něco schází, touha zažít stopy autenticity, údajně více naplňující minulost, touha znovu se zmocnit a znovu prožít něco, co čas ještě nezničil“ (Boyer 1992, cit. podle Půtová 2019:105). V nostalgii je zakotveno i hledání a poznání autenticity, nostalgie se může odkazovat i na původní kulturu a destinaci (Půtová 2019: 106; Tilmans 2010). Podstatné pro náš případ je zejména to, že nostalgie může stimulovat jedince cestovat za účelem opětovného či nového zakoušení prožité zkušenosti a zážitků (Appadurai 1996; Hughes 1995). Autenticitu je zde nutné vnímat jako vyjednávanou a kontextuální, důležitá

je její mentální konstrukce. Turistům se tak nenabízí skutečná „autenticita“, ale to, co očekávají. Autenticita je zde projekcí očekávání a přesvědčení turisty.

Pravý český tanec a nepravá autenticita

Zdá se, že dojem pohostinnosti tvořený tradičním jídlem, pitím a společnou zábavou jindy zcela indiferentních lidí není tak těžké vytvořit, pokud se naplní všechna zmiňovaná očekávání. Hudba a tanec jsou spolehlivými zdroji a přenašeči emocí, které jsou v poměrně krátkém čase společně sdíleny. Hmotné artefakty, např. kroje vystavené v přilehlých vitrínách restaurace, zase mohou sloužit jako dostatečná legitimizace autenticity. Návštěva pražské restaurace, která slibuje pravé české jídlo, hudbu a tanec v lidových krojích se proto snadno může stát (a také se stává) lákadlem pro poznání té pravé „Czechness“. Českost v podobě zážitkového večera se tak pro hromadné turistické zájezdy stává způsobem, jak se setkat alespoň na chvíli a ve zkratce s „autenticitou“. Dean MacCannell (1973: 589–603) opírající se o Goffmanovu (1959) dichotomii při rozlišování „zadní a přední oblasti“, poukazuje na to, že okamžik, kdy je cizinci dovoleno nahlédnout nebo na chvíli vstoupit do chráněné a soukromé zadní zóny, je momentem pro vytvoření speciálního sociálního prostoru, který se může stát také specifickým turistickým prostředím.

Charakteristickým projevem prostředí turismu se podle MacCannella (1973: 593) stává pseudo-událost nebo též inscenovaná, nepravá autenticita. Koncept inscenované autenticity dále rozvíjí Erik Cohen (1995: 16–21) v souvislosti s charakteristikou postmoderního turisty, který více reflektuje křehkost místní komunity, a proto vnímá náhražkovou předváděnou autenticitu jako ochranu před narušením té skutečné přítomnosti turisty. Při vyjednávání o autenticitě zde může svou roli sehrát autorita nebo moc, která ji autorizuje, certifikuje nebo validuje (Wang 1999: 351). Pro postmoderního turistu má být rozhodující to, jak přesvědčivá je předváděná autenticita, tedy čím pravdivější, „skutečná“, tím „autentičtější“. Pádovým argumentem se v této debatě stává koncept existenciální autenticity, kde rozhodující skutečností je „feeling“ tedy reálný prožitek tady a teď, v němž turista zažívá pocit své vlastní existence v daném okamžiku a nezáleží na tom, zda tato situace byla vytvořena pomocí vysoce stylizované a aranžované performance (Wang 1999: 354; Půtová 2018).

V našem případě vstoupit do zázemí vesnické stodoly s pracovním zemědělským náčiním, jehož místo bývá zpravidla v té odlehlejší části domu, je jako pozvání do každodenní reality. Dojem autenticity pak doplní moment participace – zúčastnit se tance spolu s účinkujícími tanečnicí a tanečnicemi znamená učinit osobní zkušenost s autenticitou. Toto zakoušení vlastním tělem dodává momentálnímu zážitku ráz věrohodnosti, stává se zároveň oním stavem liminality, která dovolí na chvíli opustit vlastní každodennost. Turista nabude dojmu, že se na chvíli stal součástí nějaké místní reality. V tuto chvíli není rozhodující, že se jedná o konstruovanou autenticitu, důležité je, že v daný okamžik uvěřil, že to, co právě zhlédl a následně tančil, byl pravý český tanec. Autenticita v tomto případě není vlastnost nějakého objektu, není to ani známka kvality, ale výsledek úspěšné legitimizace (Ronström 1996: 8).

Lidový tanec jako komodita

Prošli jsme tmavou a liduprázdnou uličkou v centru města a nečekaně se ocitly na místě: nenápadný vstup do jedné z pražských restaurací, kde se měla konat folklorní show. Zpočátku se nám nechtělo věřit, že jsme v cíli, nikde ani živáčka, žádné tísňící se davy turistů... Váhavě jsme vstoupily a žasly, všude samé vitríny s nažehlenými kroji z různých českých i moravských oblastí. Měla jsem na chvíli pocit, že jsem v muzeu a začala si číst popisky k jednotlivým oděvům, byly skutečně instruktivní. Mezi vitrínami jsme nakonec proklíčkovaly do prázdného restauračního sálu, kde bylo prostřeno pro značný počet lidí. Jenom u jednoho stolu již seděla starší dvojice, ke které nás vzápětí posadila místní hosteska. Byly jsme tentokrát jen dvě Pražačky a bylo jasné, že tady nebudeme moc sehrát roli doprovodu návštěvy ze zahraničí. No co, řekly jsme si, proč bychom si nemohly jen tak vyjít za folklorem... Ale spletly jsme se. Od samého začátku jsme se dostaly do centra pozornosti, přišla nás přivítat sama majitelka restaurace. Byla velmi přátelská, ihned se rozpovídala o svém podniku a vztahu k lidové kultuře, zejména ke krojům, a přitom těkala pohledem z jedné na druhou, jako by nám chtěla vyčíst z očí, kdo jsme a co nás tam přivádí. Pochválily jsme kroje ve vitrínách a schovávaly se za neutrální úsměvy. Po chvíli se do restauračního sálu nahrnula horda turistů, kteří přišli jako skupina, rozesadili se kolem dlouhého stolu a večer se slibovanou show mohl začít. Vzhledem

k tomu, že jsme seděly velmi blízko místa, kde se odehrávala, všimly jsme si, že nejsme účinkujícím lhostejné, měřili si nás pátravými pohledy a zdálo se, že je naše přítomnost znervózňuje. Tušily jsme, že je jim divné, co tam mezi zahraničními turisty pohledávají dvě místní Češky, myslely jsme, že se obávají naší kritičnosti, pravou příčinu jsme však poznaly teprve při odchodu po skončení produkce. Když jsme procházely úzkou chodbou k východu, vstoupili nám do cesty muzikanti, kteří ten večer hráli, a důrazně se mě ptali, cože jsem si to točila na mobil (což ostatně činili i všichni přítomní turisté). Nechápala jsem: „Přece to, co ostatní,“ zněla moje odpověď. „A je Vám jasné, že ten tanec je náš, že to je naše choreografie?“ opáčili výhružně. Začala jsem se obávat o svůj mobilní telefon a ujistila je, že nemám žádné nekalé úmysly choreografii odcizit a se smíchem jsem urychlila náš odchod. Teprve venku nám došlo, že nás vnímali jako konkurenci z některého z dalších podobných podniků.⁸



Obr. 2. Restaurant Michal, interiér. Foto D. Stavělová 2020

Nabídka, poptávka, vlastnictví a konkurence jsou bezesporu základní předpoklady komodifikace. Na trh je nutné vstupovat s kapitálem, tedy tím, co je spojeno s maximalizací zisku a s důrazem na obchodní výměnu (směnu). Pierre Bourdieu (1986, 1993) ve svém pojednání o formách symbolického kulturního kapitálu rozlišuje vedle institucionalizovaného kapitálu garantovaného kvalifikovaným vzděláním také vtělený kapitál. Charakterizuje jej jako dlouhotrvající dispozici mysli a těla, kterou spojuje s pojmem habitus, jako integrální součásti člověka. Jde tu o kapitál, jenž je legitimizovanou kompetencí a autoritou, jeho symbolický význam spočívá ve způsobu transmise, která zahrnuje zpravidla určité období socializace jedince. Symbolický kapitál však může existovat i v objektivizované podobě jako kulturní zboží. Tím se snadno může stát cokoli, co se stane předmětem směny, nejinak projev tradiční lidové kultury v podobě scénické produkce. Tento druh podnikání využívá specifického jazyka (Dann 1996) turistického průmyslu, vztahuje se k prostředí turismu, které si vytváří svá pravidla nabídky a poptávky, stejně tak jako další strategie komodifikace.

Nabízí se otázka, co je předmětem obchodování, co se vlastně prodává. Idea, že lidový tanec patří všem, je bezesporu stále ještě jakýmsi zaklínadlem, které vede i v současné době k marginalizaci významu tvůrčích osobností, které mají svůj zásadní podíl na hudebně-tanečních formách vytvořených s využitím prvků tradiční lidové kultury. Následné choreografie a hudební úpravy či kompozice se staly v období pozdního socialismu součástí repertoáru folklorních souborů fungujících na bázi amatérské, ale i profesionální tvorby. Také v dnešní době není zřejmé, co je v oblasti scénických folklorních aktivit tzv. lidová tvorba (spojovaná s pojmy amatérská a anonymní) a co je suverénní umělecké dílo. Cena choreografie tak má v tomto tržním prostředí nízkou hodnotu, zatímco zprostředkování zážitku zde nabývá stále více na kupní síle. Přispívá k tomu nejen to, že se těžiště folklorních produkcí stále více přesouvá z roviny prezentační do roviny participační, ale zejména poptávka po již zmiňované autenticitě související s masovým turismem.

I při sestavování repertoáru pro folklorní *kšefty* se proto bere folklorní hudebně-taneční projev jako jakýsi habitus, který je vtělený a součástí jednotlivce. Tato získaná kulturní znalost může být tím pádem považovaná zároveň za kulturní kapitál. Turistickou poptávku po „autenticitě“ zabalené do pohostinnosti českého prostředí

s jídlem, hudbou a tancem zohledňuje i nabídka většiny míst, kde se folklorní show uvádí. V propagačních upoutávkách se komodita „pravého českého tance“ nabízí bez ohledu na to, jaká je skutečná skladba repertoáru:

„Půlhodina nebo dvacet minut se vždycky hraje, muzikanti začínají. Pak přijde moderátorka, oni vlastně hrají do příchodu těch turistů. Představí nás všechny a začíná se. Stojí hruška v širém poli. To je takový začátek. A pak hnedka začíná doudlebská polka, česká. Tak já jsem se ještě dříve převlékala. Normálně jsem nosila čtyři kostýmy, [i když] to úplně kroje nejsou, ale převlékali jsme se. To až teď poslední dobou se na to kašle. Ale já jsem se normálně převlékla z Čech na Moravu. Potom je rejžovka, to je: Rež, rež, rež, drobná rež. Potom boršické, on [anonymizováno] vlastně udělal tu choreografii těch Boršic [točivého tance ze slováckých Boršic]. Nikde jako není psané, nikdo to neví, ale je to jeho choroška [choreografie]. Pak je škola tance – mazurka. Pak je škola zpěvu. To je vlastně kvůli tomu, abychom zapojili ty turisty, aby měli pocit, že se sami zapojili do toho programu. Je to pro ně atraktivní. No a pak je čardáš. A pak jsou tam tance z Velké Kubry. A tak poslední dva roky, asi od roku 2018, je do toho zapojený ještě cikánský tanec, který jsme tak jako nějak sesmolili. Nevím, jestli to má něco dočinění s cikánským. Ani nevím, jestli ta písnička je cikánská. To vymyslel [anonymizováno]. Ty tance z Velké Kubry, to je choreografie Libuše Hynkové, to je choreografie převzatá ze Státasu⁹. Já ten originál znám, protože ho mám natočený od Libuše. Ten jako se tančí z kšeftu, jako projev nic moc. Já jsem to několikrát už taky učila tanečníky. Ty tanečníci to nemají úplně v nohách. Ten čardáš je taky převzatý ze Státasu, rejžovku tu udělal [anonymizováno]. A ta hruška v poli, vůbec nevím, kdo to dělal.“¹⁰

„Vlastně to mělo takové schéma, že se šly ty Čechy, jihočeský kolečka, potom byla jako hra s lidmi, že se učila mazurka. Že si vybrali nějak lidi a pak se to tančilo po kruhu s lidmi. A potom jsme se přesunuli na Moravu, udělali jsme Kubru, [tance z Velké Kubry],¹¹ a potom byla zase košťatová, což byla taková ta hra, že jeden má koště a komu zbude... A potom se dělal cikánský tanec. Já nevím, co to je, to byl jako vymyšlený tanec, jako charakterní, a oni hráli [zpívá píseň], prostě nějaká cikánská vypalovačka [velmi temperamentní píseň]. A na to byl vymyšlen nějaký charakterní taneček. To bylo ‚spešl‘ [speciálně] pro Folklore Garden, to se na jiných kšeftech

nedělalo. Tam se místo toho dělala [choreografie] Bába s dědkem. Když byly fanfrnochy, tak se šly. Nejprve si zadala tím fanfrnochem rytmus, oni začali hrát nějakou písničku. A pak si chodila mezi lidmi, říkala si: Hello, this is fanfrnoch.“ A oni si prostě zkoušeli tahat. A pak se to zakončilo čardášem.“¹²

Tzv. češství je tedy zahalené do podoby poskládané z momentální kompetence tanečníků a z toho, co společlivě funguje. Autenticita, která se zde nabízí, spočívá tedy především v tom, jaký zprostředkuje jejím konzumentům momentální zážitek. Podobně se přistupuje i ke kostýmu. „Kroje“ si všichni pořizují vlastní a snaží v jejich podobě zohlednit zejména účelovost, v tomto případě platí bezezbytku, že účel světí prostředky:



Obr. 3. Restaurant Michal, vystavené kroje ve vitrínách.
Foto D. Stavělová 2020

„[...] každý máme svůj vlastní kostým. V tom roce 2008 jsme si je všichni nechali šít. Bylo nás šest párů, kteří jsme si fakt všichni nechali ušít od spodniček po halenku, prostě lajblík, sukni, čizmy, botičky všechno. České a slovenské kroje. Ten slovenský kroj byl à la čardáš. A byly to vždycky jako ty dvě barvy, vždycky dvě holky měly stejnou barvu. Já mám fialový čardáš a červený Čechy. Ten červený kroj je ale jako plzeňský, jako takový ten tradiční český kroj. Ono se nám to pak vrátilo. V rámci pár kšeftu. Já vím, že jenom ty čizmy stáli tři a půl [tisíce Kč]. Že jsem [celkem] do toho nějakých 12 500 dala.

[...] Začalo to jednu zimu. Já jsem se běžela převléct a všichni mě zastavili a říkají, že ne. Už se nepřevlékáme. A to tady budeme tancovat Čechy, Moravu, všechno v jednom kroji? A začala jsem se smát. Hele, je hrozná zima a nebudeme se tady furt převlíkat a běhat tam a zpátky. Protože ty tancuješ na jednom místě a probíháš do šatny venkem. A když se tancovalo na lodi, tak tam

nebyl prostor, tam jsme se převlékali na záchodech. No prostě z pohodlnosti. A tančí se víceméně v tom slovenském. [...] Já si myslím, že je víc slušivý. Je atraktivnější, více točí, ta česká sukně se tolik netočí. A čizmy jsou prakticky. Víc než botičky. Ale je to divné tancovat třeba Kubru v tom čardáš-kroji. Ten kroj se hrozně točí a kolikrát si tam podpatkem stáhnou sukni. Není to úplně fajn.

[...] Ale to záleží na tom páru. Hele, já jsem přišla s kufrem a mám tady tři kroje. Tak ten tanečník řekne: „Hele, to je tvoje věc, tak tady lítej tam zpátky a já zůstanu v jednom kroji.“ A když jsme dva páry, tak se musím ohlížet na tu druhou tanečnici, která má jeden kroj.¹³

Je pochopitelné, že v takto namíchaném potpourri nemá cizinec šanci se zorientovat a přijme to, co se mu nabídne. S tím se ale v tomto obchodování počítá a vsází se spíš na další prvky, které přinesou kýžený efekt. Nepodceňuje se skutečnost, že show musí být podívaná, proto si v repertoáru drží své místo slovenské tance, které vycházejí ze zkušeností Československého státního souboru písní a tanců (ČSSPT), že jejich virtuozita umocněná selektivními choreografickými prvky v rychlém tempu na diváka prostě více zabírá. Podstatné je, jak se s vybranými prvky dál manipuluje k dosažení vlastního cíle. Tím cílem není jen udržet pozornost přihlížejících, ale vyvolat v nich zároveň touhu zapojit se. Americká choreoložka Susan Leigh Foster (2019) v úvahách o ceně tance v procesu komodifikace zmiňuje význam standardizace a spektakularizace, jenž se stávají důležitými pákami tohoto procesu, který vnímá zároveň jako konstruování interaktivity a přenosu.

„To, že se takhle prezentuje folklor český a slovenský, mě vlastně neuráží. Protože ten turista to vnímá jako celek a já si myslím, že jako celek to má nějakou přijatelnou kulturní hodnotu, co se týče hudby, zpěvu a tance. Jako ukázka našeho národního bohatství pro turisty ze zahraničí je to přijatelné. Samozřejmě mohlo by se to daleko líp zvednout, všechno. Tam je strašně moc možností, jak to jenom trochu zvednout a udělat z toho velkolepou věc. Ale tam hrají obrovskou roli ty peníze. Jsou tam lidi, kteří jsou úplně jako otroci těch peněz a jinou práci nemají a jsou prostě rádi, že si večer můžou zatancovat, nebo zahrát a celý den mají volno. To jsou prostě strašně snadno vydělaný peníze. A tam nějak ty lidi nemají zájem to zvednout. Nebo dát do toho víc. Ale vyjet s tím někam na moravský festival, nebo to ukázat veřejnosti, tak se strašně stydím. To bych nedopustila, to bych odmítla.



Obr. 4. Restaurace Folklore Garden, vystoupení tanečníků.
Foto D. Stavělová 2019

*My jsme měli možnost jít na folklorní festival, ale on ví [manager], že to nejde. Už ty kroje a všecko. To nemůžeš vystoupit před nějakým divákem, který tomu rozumí, a všichni to víme.*¹⁴

*„Co jsem vlastně zjistil, takový zvláštní fenomén nebo jak bych to řekl, že celá Praha vlastně tančila repertoár Státního souboru. Takže na těch kšeftech a kamkoliv jsem přišel i mimo, tak jsem všude zase tancoval to, co jsem se naučil tenkrát vlastně v tom novém Českém souboru písní a tanců, bývalém Stáťasu. Tak všude jsem to zúročil prostě na kšeftech, protože celá Praha tančí tady ten folklorní blábol.“*¹⁵

Čí tanec?

Aktéři se netají tím, že se jedná o původní choreografie ČSSPT, které jsou předmětem další transmise. Zároveň ale reflektují skutečnost, že jejich podoba je rozmělněná a přetavená do kratších nekoherentních pasáží v provedení třeba jen jednoho páru, který si z původního celku apropriuje tu část, která momentálně vyhovuje daným podmínkám. V jejich provedení jsou tak čitelné krátké citace, které lze identifikovat jako součást nějaké původně rozsáhlejší choreografie s evidentním autorským rukopisem a tematickým zaměřením. Na otázku, zda choreografka ČSSPT a autorka většiny dnes citovaných choreografií Libuše Hynková¹⁶ s touto formou provádění souhlasila, byla odpověď jednoznačná. L. Hynková údajně prohlásila, „že to je prostě vývoj, že Stáťas prostě skončil. A co se děje dál, že nemá možnosti to nějak uhlídat. A že ví, že se to děje, a že to je prostě vývoj.“¹⁷

Nepřiznané autorství či zdůrazňování anonymity je bezesporu také jeden z důležitých strategických momentů tohoto obchodu a evidentně vyhovuje oběma stranám – kupujícím i prodávajícím. Autorství choreografie se ve směr (i když je zřejmé) v žádné nabídce nebo programu folklorní show neuvádí a zdá se, že záměrně. Pro turistu je pro zdůraznění pocitu autenticity jednoznačně přitažlivou nabídka slibující neopakovatelný a jedinečný zážitek ze spontánně vtěleného kulturního projevu, který je všem přirozeně daný. Pro aktéry se tím zase vytváří speciální prostor jakéhosi společenství vlastníků komodity, kdy o podílu na jejím vlastnictví rozhoduje samotná komunita (což dokazuje i etnografická momentka v textu výše). Její hranice přitom nejsou pevně dané, není institucionalizovaná a funguje, stejně jako transmise kulturní znalosti, na nepsaném principu solidarity. Z etnografic-

kých interview zřetelně vyplývá, že předmětem vyjednávání není autorství choreografie, ale to, kdo smí anebo nesmí být součástí tohoto sociálního prostoru:

*„Tak tanečníci jsou vlastně velký mix. Jedna tanečnice je například z Národního divadla. Jsou tam jak úplní amatéři, kteří prošli jenom folklorním amatérským souborem a žijí se něčím úplně jiným, tak i absolventi konzervatoře a profesionální tanečníci, kteří se žijí tancem. Vlastně teď je tam už dost lidí z Národního divadla. Ono to vždycky záleží na tom, jak se známe. Mně taky kolikrát řekli: ‚Hele neznáš nějakou tanečnici malou drobnou, která trochu zpívá?‘ Nebo: ‚Neznáš kluka, který by chtěl tancovat?‘ A já se obrátím na absolventy konzervatoře, protože ty lidi znám. Ostatní to řeknou v těch souborech, víš? On to prostě není žádný konkurz. Vždycky to je po známosti. Vytipovaný lidi. A oni si tam prostě jdou zatancovat a buď se líbí, nebo se nelíbí.“*¹⁸



Obr. 5. Restaurace Folklore Garden, tanec s návštěvníky restaurace. Foto D. Stavělová 2019

Sociální prostor a princip solidarity

Jako každá komunita má i toto společenství dočasný charakter. Tanečníci i hudebníci se střídají dle možností a potřeby a snaží se i přes finanční efektivitu těchto kšeftů nevytvářet si na této výdělečné činnosti závislost. Většinou mají ještě i další pracovní možnosti a tuto aktivitu vnímají spíše jako existenční přílepkování. Někdy se ale po určitou dobu stává pro některé z nich tato aktivita hlavní výdělečnou činností, která dokáže plně uspokojit jejich potřeby:

„Byly doby, kdy jsem měl i přes dvacet kšeftů za měsíc. Tak jsem se válel v penězích [smích].“¹⁹

„Některí to berou jako práci, to já sem nikdy nebrala. Vždy jako zpestření, protože já jsem vždy byla někde pracovně. Prostě folklor jsem brala jako brigádičku, legaci, zpestření.“²⁰



Obr. 6. Restaurace Folklore Garden, kulující košík s vybíráním peněz pro tanečníky a hudebníky. Foto D. Stavělová 2021

„Takže na jednu stranu jsem ráda, že to mám, protože mi to zaplatilo nemálo dovolených, když to řeknu takhle, na druhou stranu člověk se vytančí, a když se na to tak podívám, já jsem sice konzervatoř nedodělala, ale jsem jedna z mála z mých spolužáků, které si tím tancem reálně nějak vydělává.“²¹

„...tady je taková komunita těch bývalých stáťasáků, kteří už mezi sebou si tak vzájemně ty kšefty dohazují. Takže tímto způsobem se vlastně o nás jako lidi dověděli a pak samozřejmě tady ten kulturní servis, tady ta agentura [si nás objednávala], takže jsme vystupovali tenkrát opravdu pravidelně, že to bylo, jak jsem říkal, každý den ne-li obden, [...] vždycky když někdo nemohl, tak prostě zavolal na záskok. Vlastně se nevědělo pravidelně na celý měsíc, kdy se kam pojedou, v kolik bude představení, nebyl žádný ferman [který by bylo možné znát dopředu], takže to nedávalo jistotu. Tenkrát jsem se vrátil ke svému povolání, takže jsem přes den pracoval a večer tancoval. [...] Sedět celý den doma a potom si ještě někde jít zatancovat, to úplně není to, co bych si představoval jakožto náplň dne, tak proč nechodit do práce.“²²

Komunitu charakterizují i vzájemné vztahy, které umožňují posilovat soudržnost:

„... jestli tam byly nějaké problémy, tak to rozhodně nebylo mezi námi. My jsme se fakt drželi jako parta. Navzájem jsme si pomáhali, když někdo prostě na poslední chvíli nemohl, byl nemocný, tak jako jestli tě někdo zachránil, tak tvůj kolega tanečník. Jako parta jsme se shodli na tom, že to prostě děláme, protože tam je ta parta. To bylo dobré.“²³

Tento princip solidarity se promítá i do způsobu transmise repertoáru folklorních show.

„Hele, musíš se to nějak naučit. Já mám tu zkušenost, že dostaneš video. To se naučíš. A pak máš zkoušku. Asi to záleží na lidech, někdo se to naučí a jde na kšeft. Odpálí to před lidmi. Ale většinou ty holky se jako ozvou. A řeknou: ‚Hele, my jsme slyšely, že je možné zařídit sál, abychom si to tam mohly zkusit. Jestli bychom mohly k vám na konzervatoř.‘ Přijdu tam a většinou jim [pomůžu], protože z toho videa ti to uniká a nevíš, proč tam ty věci děláš. My jim to jako osvětlíme. Nebo jenom ve dvou si to zatancují.“²⁴

„Já když jsem se to učila, tak jsme se scházeli dvakrát týdně. Jako když jsme s tím začali, idea byla, že občasťvíme ten program. Učili jsme se i Horehroní. Prostě

jiný tance ze Státasu. Tam toho bylo víc. [Byl] takový plán, že se staneme jako folklorním souborem. Ne úplně na kšefty, ale že budeme pražský folklorní soubor. Ale ta skupina lidí, co jsme tam byli namíchaný, o to jako nebyl úplně zájem. Takže jsme to opustili a zůstávali jsme jenom na tom kšeftu. Zkoušeli jsme na Vyšehradě, v Kongresovém centru, jak se dalo. A kdo naskočí do toho programu teď, tak má dvě tři zkoušky s někým na sále. Většinou jsem to já nebo někdo v Národním divadle, [když někdo odsud] tančí. Dostaneš video, to se naučíš doma a s tanečníkem si to zkusíš na sále. A většinou jedna tanečnice u toho je, a ta ti to opravuje a ukazuje ti to.“²⁵

„Já tam přišel, tak mě to naučili, prostě poslali mi videa. Nauč se to a pak třeba přijď o půl hod'ky dřív a nějak si to splácáme do hromady. Nebo tam byl prostě nějaký tanec, který neuměl skoro nikdo, takže najednou jsme měli za úkol, jako naučte se to. [...] potom buď dělali jednu zkoušku, když tam byl opravdu někdo z těch nových lidí, aby to všechno vypadalo tak, jak má, protože se to všechno pytlíkuje.“²⁶

Součástí tohoto sociálního prostoru je i skutečnost, že jeho aktéři si vzájemně nekonkurují. Z rozhovorů nevyplynul žádný náznak rivality, soutěživosti. Smyslem této aktivity není vyniknout, prvořadá není vlastní seberealizace, do popředí se dostává hodnota snadného a rychlého výdělků často bez jakéhokoli právního zajištění (dohody apod.). I přes značnou kritičnost vůči způsobu této prezentace zde aktéři nacházejí i momenty pro vlastní satisfakci.

„Hele, jak kdy. Většinou to tam bylo, že ta atmosféra nakonec byla fakt dobrá, že moderátorka-zpěvačka se snažila tak jako ‚hipovat‘ [ve stylu hip-hop]. Do toho ta cikánská kapela, oni hrají všechno hrozně rychle, ale prostě má to koule. A lidem se to líbí, když tam přijdou hezký holky s klukama. Taky jsou vždycky nadšený, ať uděláš cokoliv. Lidi se s námi fotili. Říkají nám, jak jsme prostě šikulky. A jako občas se tam stalo, prostě že bylo málo lidí a bylo to takový divný. To se stane, že se to tam nějak nepotká. Ale to bylo málokdy. Mě to vlastně jako bavilo.“²⁷

„Byla to sranda, rád na to vzpomínám. Díky těm tanečníkům. Nemám na to úplně hnusný vzpomínky. Ale víš co, podle mě se ten folklor jako neslučuje úplně s touhle ideou. Prostě taková masová výroba, tři páry, folklor, kachny, pivo teče proudem, prostě jedeš.“²⁸

Turismus a cesta za autenticitou

Tzv. folklorní kšefty jako druh podnikání využívají specifického jazyka turistického průmyslu, vztahují se k prostředí turismu, kde si vytváří svá pravidla nabídky a poptávky, stejně tak jako strategie komodifikace. Od poloviny 20. století se objevuje velké množství studií zabývajících se masovou turistikou, významu hudebně-tanečních produkcí se v kontextu tohoto byznysu věnuje jen velmi malá část z nich. Vznikají teprve později často v zemích s přímořskými letovisky, kde je tento druh folklorních produkcí reflektován odbornou literaturou v souvislosti s nárůstem současného turismu (např. Daniel 1996; Stokes 1999; Čaleta 2009; Dunin 2009; Ivanova 2009). Vesměs konstatují a analyzují především způsob, jakým je v rámci těchto produkcí s prvky tradiční lidové kultury zacházeno s cílem zaujmout turistu a poskytnout mu snadnou možnost vlastní participace. Ukazuje se, že obchodování s tržní hodnotou tradiční lidové hudby a tance představuje samostatnou problematiku vzhledem k tomu, že produkuje další otázky týkající se původně anonymní folklorní tvorby a její další heritizace (Kirshenblatt-Gimblet 1998, 2006). Určitá emblematicnost, která se folkloru v různých národních kontextech přisuzuje, vytváří rovněž prostor pro další úvahy zaměřené na etiku tohoto počínání. V sociálním kontextu tak tato současná produkce zůstává na periferii zájmu zahalená do závoje tajemství, který dovoluje manipulovat s významy a interpretovat jev různým způsobem dle momentální potřeby. To se promítá i do obchodních strategií. Je to jako obchodování s něčím, co nemá jasné kontury a není vždy jasné, co se vlastně prodává. Dochází zde navíc k situaci, jak zmiňuje Arjun Appadurai (1988), že lidová hudebně-taneční kultura získává v procesu komodifikace tržní hodnotu, která pak vzápětí dává hodnotu sociálním vztahům. Příznačné je, že zmiňované folklorní kšefty v našem prostředí zpravidla nejsou považovány za práci (přestože výdělek není zanedbatelný), ale spíš jako zálibu, za kterou je zároveň zapláceno. Žádný z aktérů (informátorů) se i přes mimořádnou kritičnost vůči tomu, co produkují, netajil se svým vztahem k folkloru, k lidovému tanci, který jej zpravidla provází již od školních let. Získanou kompetenci tak pouze zúročují v něčem, co sice není vždy v souladu s jejich představami o tom, jak by se to mělo provozovat, ale zároveň jim to v této činnosti nebrání. Nacházejí zde dokonce i své oblíbené pasáže

a reflektují zpětnou vazbu publika. Obchodování s autenticitou se v tomto případě proměňuje ve vzájemnou hru: performer versus publikum. Tanec zde může být vnímán nejen jako práce, ale i jako výrobce autenticity, což podle Suzan Foster (2019) vytváří prostředí směny, které je založené na této dichotomii.

To, že vyhledávání autenticity může někdy představovat i etický problém zohledňuje ve svých filozofických úvahách Jacob Golomb (1995) Putování za autenticitou označil jako existencionální téma v klimatu post-moderního skepticismu. Existencionální otázkou dneška podle něj není, zda být, či nebýt, ale jak se stát tím, čím člověk skutečně je. Dále uvádí, že většina konceptů autenticity je postavena na estetickém ideálu kreativity: spontánní vytváření sebe sama a života. Žádná kreativita však není možná bez sociálního a kulturního kontextu, který poskytuje surovinu, kterou člověk používá – konvence, nápady a instituce, proti nimž musí člověk bojovat, aby vytvořil své autentické já. Nezbytnou podmínkou autenticity je tedy sociální kontext a teprve poptávka po ní může dovolit její zažití. Etika autenticity nemůže proto být předem konstruovaná, autenticitu je třeba vnímat spíše jako individuální patos než univerzální etiku. Pokud se autenticita

stane objektivní hodnotou, vzpoura proti „duchu vážnosti“ a „pompézní upřímnosti a poctivosti“ se hroutí. „Jakmile se stane zavedenou etikou, v čem je pak lepší než etika, kterou se snaží nahradit?“ (Golomb 1995: 144) Potvrzuje to i případ *folklorní show*: manipulace s něčí tvorbou či emblematicky vnímanými hodnotami tradiční lidové kultury se stává jakýmsi překročením hranic směrem k individuálnímu patosu vymykajícímu se konvenčnímu vnímání těchto projevů.

Znakem současné masové turistiky je zejména to, že turista je pasivní a očekává, že se přihodí zajímavé věci jemu a pro něj, a k této hře je připravený. Učinit vlastní zkušenost s autenticitou je jeho hlavní poptávka, na kterou je reagováno nabídkou, kterou lze okamžitě přijmout. Navíc, každé cestování za hranice každodenní reality daleko od domova poskytuje jistou svobodu v tom, jak je člověk ochoten vystoupit ze své role a podrobit se momentální situaci, která proměňuje jeho hodnotový systém – to, co by v běžném životě bylo naivní, směšné a trapné chování, se v této situaci stane normálním a osvobozujícím blaženstvím okamžiku. A kdo by toho nevyužil? Je to jako obchodování s deštěm, stejně pošetilé, ale lépe zaplacené.

* Studie vznikla s podporou na dlouhodobý koncepční rozvoj výzkumné organizace RVO: 68378076 (Etnologický ústav AV ČR, v. v. i.) a v rámci projektu „Současné podoby lidového tance v Čechách a na Moravě: lokální a globální kontexty“ řešeného na Akademii múzických umění v Praze a podpořeného z prostředků účelové podpory na specifický vysokoškolský výzkum, kterou poskytl MŠMT v roce 2021.

POZNÁMKY:

1. Během výzkumu bylo v posledních třech letech navštíveno opakovaně několik stěžejních míst v Praze, kde je nabízena folklorní show. Od začátku bylo zřejmé, že tento výzkum si vyžádá specifickou strategii pozorování vzhledem k tomu, že jedna z autorek se již několik desetiletí pohybuje v prostředí folklorních souborů, kde byly podobné *kšefty* známou skutečností s nechvalnou reputací. V případě výzkumu se jednoznačně potvrdil její předpoklad, že přítomnost českých osob bude vzbuzovat u aktérů pozornost i obavy z kritiky, že provozují něco nepatřičného. Přítomnost českého návštěvníka se nepředpokládá také vzhledem k vysoké ceně podobného večera. Samotné rozhovory, které byly následně uskutečněny s vybranými aktéry (převážně tanečnicemi a tanečníky), byly však překvapivě otevřené a sebekritické. Je to dokladem toho, že jsou si vědomi diskrepance, kterou tato produkce ve vnímání tradiční lidové kultury způsobuje, skutečnost, že se tato její podoba může stát předmětem výhodného obchodu, však není v rozporu s jejich osobním přesvědčením.
2. Z terénního deníku DS, 30. 10. 2019.
3. Folklorní show organizuje převážně agentura Jindřicha Fritsche, který sám vystupuje s lidovou kapelou a tanečníky jako zpěvák v pražských restauracích a hotelích (Folklore Garden, Restaurant Michal, Obecní dům, Profesní dům, Stará Ořechovka, U pramene, U Tří Houslíček, Heureka, Koliba, Pohořelec, Český statek, hotely Pyramida, Ambasador, International, Hvězda) i v okolí (Buštěhrad, Středokluky, Číčovice), zajišťuje také vystoupení na tzv. eventech (firemní akce, svatby, kongresy, program na výletní lodi). Samostatně si podobné akce zajišťuje restaurace U Marčanů, která vznikla jako první podobného typu po roce 1989.
4. Vlaky družby byly pořádané Svazem československo-sovětského přátelství (SČSP) v období druhé poloviny 20. století. Šlo o organizované akce, kdy vybraní zástupci závodů a organizací jezdili na přátelské návštěvy do sovětských družebních oblastí a naopak, v Československu hostili sovětské družební delegace.
5. Na podobné akce vzpomínají zejména někteří bývalí členové pražských folklorních souborů, doklady o tom přináší např. ego dokument Jiřího Kabele (2014).

6. Podrobně tento fenomén popsala ve své studii Laura Kolačková (2020), která se rovněž zabývala důkladnější analýzou tanečního repertoáru předváděného v rámci folklorních show.
7. Z terénního deníku, DS, 30. 10. 2019.
8. Z terénního deníku, DS, 2. 11. 2019.
9. Československý státní soubor písní a tanců (ČSSPT) byl založen v roce 1948 pod názvem Československý sbor národních tanců. V roce 1991 se soubor transformoval na menší hudební a taneční skupinu pod názvem Český soubor písní a tanců orientovanou výhradně na vystoupení pro turisty. V roce 2005 toto těleso zaniklo (Hokeš – Žert 1973; Novák 1973; Vostřezová 2016).
10. Rozhovor, žena, 24. 4. 2020.
11. Vzhledem k tomu, že repertoár ČSSPT (nebo jen jeho prvky) jsou aktéry přebírány pasivně a bez hlubší znalosti, není ničím ojedinělým, že si účinkující neuvědomují původ či regionální ukotvení tanců, které prezentují. V tomto případě nepostihli, že tance z Velké Kubry jsou ze Slovenska.
12. Rozhovor, muž, 16. 4. 2020.
13. Rozhovor, žena, 27. 7. 2021.
14. Rozhovor, žena, 24. 4. 2020.
15. Rozhovor, muž, 29. 4. 2020.
16. Libuše Hynková (1923–2012) působila od roku 1948 jako pedagožka a choreografka ČSSPT, věnovala se jevištní prezentaci lidových tanců, vytvořila choreografie na díla českých klasiků: *Kytice* B. Martinů (1967), *Špalíček* (1971), *Slovanské tance* A. Dvořáka (1967). Vyvrcholením její tvorby byl celovečerní pořad s hudbou V. Trojana *Zlatá brána* (1974).
17. Rozhovor, žena, 27. 7. 2021.
18. Rozhovor, žena, 27. 7. 2021.
19. Rozhovor, muž, 16. 4. 2020.
20. Rozhovor, žena, 27. 7. 2021.
21. Rozhovor, žena, 24. 4. 2020.
22. Rozhovor, muž, 29. 4. 2020.
23. Rozhovor, muž, 16. 4. 2020.
24. Rozhovor, muž, 16. 4. 2020.
25. Rozhovor, žena, 27. 7. 2021.
26. Rozhovor, muž, 16. 4. 2020.
27. Rozhovor, žena, 24. 4. 2020.
28. Rozhovor, muž, 16. 4. 2020.

LITERATURA:

- Appadurai, Arjun (ed.) 1988: *The Social Life of Things: Commodities in a Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge UP.
- Bauman, Zygmunt 1996: From Pilgrim to Tourist – or a Short History of Identity. In: Hall, Stuart – Du Gay, Paul (eds.): *Questions of Cultural Identity*. Sage Publications, Inc., s. 18–36.
- Bezemková, Eva 2012: *Historie ČSSPT (1948–1978)*. Diplomová práce. Praha: AMU, Hudební a taneční fakulta.
- Bourdieu, Pierre 1986: The Forms of Capital. In: Richardson, John (ed.): *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Greenwood: New York, s. 241–258.
- Bourdieu, Pierre 1993: *The Field of Cultural Production*. Polity Press: Cambridge.
- Boyer, M. Christine 1992: Cities for Sale: Merchandising History at South Street Seaport. In: Sorkin, Michael (ed.): *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space*. New York: Hill and Wang, s. 181–204.
- Boym, Svetlana 2001: *The Future of Nostalgia*. Basic Books: New York.
- Čaleta, Joško 2009: „Traditional“ Dance and Music for the Tourists (Construction, Reconstruction and Invention). A Researcher's Experience. In: Mohd, Anis Md Nor – Dunin, Ivancich Elsie – Bibra, Anne von (eds.): *Transmitting Dance as Cultural Heritage and Dance and Religion. Proceedings of the 25th Symposium of the ICTM Study Group on Ethnochoreology*. Kuala Lumpur: Cultural Centre University of Malaya, s. 59–65.
- Cohen, Erik 1974: Who Is a Tourist? A Conceptual Clarification. *Sociological Review* 22, s. 527–555.
- Cohen, Erik 1988: Authenticity and Commodification in Tourism. *Annals of Tourism Research* 15, s. 371–386.
- Cohen, Erik 1995: Contemporary Tourism – Trends and Challenges: Sustainable Authenticity or Contrived Post-Modernity? In: Butler,
- Richard – Pearce, Douglas (eds.): *Change in Tourism: People, Places, Processes*. London: Routledge, s. 12–22.
- Dan, G. M. S. 1977: Anomie Ego – Enhancement and Tourism. *Annales of Tourism research* 8, č. 2, s. 187–219.
- Dann, G. M. S. 1981: Tourist Motivation: An Appraisal. *Annals of Tourism Research* 8, č. 2, s. 187–219.
- Dann, G. M. S. 1996: *The language of Tourism*. Wallingford, Oxon: Cab International.
- Daniel, Yvonne Payne 1996: Tourism Dance Performances Authenticity and Creativity. *Annals of Tourism Research* 23, s. 780–797.
- Dunin Ivancich, Elsie 2009: Village “Folklore” as a Touristic Commodity in Dubrovnik Area, a Thirty-year overview. In: Mohd, Anis Md Nor – Dunin, Ivancich Elsie – Bibra, Anne von (eds.): *Transmitting Dance as Cultural Heritage and Dance and Religion. Proceedings of the 25th Symposium of the ICTM Study Group on Ethnochoreology*. Kuala Lumpur: Cultural Centre University of Malaya, s. 75–81.
- Edensor, Tim 2000: Staging Tourism: Tourists as Performers, *Annals of Tourism Research* 27, s. 322–344.
- Edensor, Tim 2001: Performing Tourism, Staging Tourism: (Re)producing Tourist Space and Practice. *Tourist Studies* 1, s. 59–81.
- Foster, Susan Leigh 2019: *Valuing Dance: Commodities and Gifts in Motion*. Oxford: Oxford University Press.
- Goffman, Ervin 1959: *The Presentation of Self in Everyday Life*. Harmondsworth: Penguin.
- Golomb, Jacob 1995: *In Search of Authenticity. Existentialism from Kierkegaard to Camus*. London: Routledge.
- Hokeš, Jan – Žert, Jaroslav 1973: K historii souboru. In: Kolektiv autorů: *ČSSPT. 25 let historie*. Praha: ČSSPT, nestr.
- Hughes, George 1995: Authenticity in Tourism. *Annales of Tourism Research* 22, s. 781–803.

- Cheong, So-Min – Miller, Mark L. 2000: Power and Tourism: A Foucauldian Observation. *Annals of Tourism Research* 27, č. 2, s. 371–390.
- Ivanova, Daniela 2009: Bulgarian Folk Dance Group Performance in Tourist Settings. In: Mohd, Anis Md Nor – Dunin, Ivancich Elsie – Anne von Bibra (eds.): *Transmitting Dance as Cultural Heritage and Dance and Religion*. Proceedings of the 25th Symposium of the ICTM Study Group on Ethnochoreology. Kuala Lumpur: Cultural Centre University of Malaya, s. 87–91.
- Kabele, Jiří 2014: *Vycpálkovci očima pražského folkloristy*. Praha: VI. nákl.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara 1998: *Destination Culture: Tourism, Museums, and Heritage*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Kirshenblatt-Gimblett, Barbara 2006: World Heritage and Cultural Economics. In: Karp Ivan – Kratz, Corinne A. – Szwaja, Lynn – Ybarra-Frausto, Tomas (eds.): *Museum Frictions: Public Cultures / Global Transformations*. Durham: Duke University Press Books, s. 161–202.
- Kolačková, Laura 2020: Komodifikácia tradičnej ľudovej kultúry a jej využitie v oblasti cestovného ruchu na príklade folkloru show v Prahe. *Živá hudba. Časopis pro studium hudby a tance* 11, s. 228–249.
- MacCannell, Dean 1973: Staged Authenticity: Arrangements of Social Place in Tourist Setting. *American Journal of Sociology* 79, č. 3, s. 589–603.
- MacCannell, Dean 1976 [2013]: *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Novák, Petr 1973: Folklor a Československý státní soubor písní a tanců. In: Kolektiv autorů. *ČSSPT. 25 let historie*. Praha: ČSSPT, nestr.
- Půtová, Barbora 2018: Autenticita a představy v antropologii turismu. *Lidé města* 20, č. 1, s. 3–22.
- Půtová, Barbora 2019: *Antropologie turismu*. Karolinum: Praha.
- Ronström, Owe 1996: Revival Reconsidered. *The World of Music* 38, č. 3, s. 5–21.
- Stokes, Martin 1999: Music, Travel, and Tourism: an Afterword. *The World of Music* 41, č. 3, s. 5–21.
- Tilmans, Karin (ed.) et al. 2010: *Performing the Past: Memory, History and Identity in Modern Europe*. Amsterdam UP, s. 235–256.
- Vostřezová, Inka 2016: Libuše Hynková a Československý státní soubor písní a tanců. In: Kazárová, Helena (ed.): *Tanec a balet v Čechách, Čechy v tanci a baletu*. Praha: Akademie múzických umění, s. 9–17.
- Wang, Ning 1999: Authenticity in Tourism Experience. *Annals of Tourism Research* 26, č. 2, s. 349–370.
- Williams, Stephen (ed.) 2004: *Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences. Volume II. The Experience of Tourism*. London – New York: Routledge.

Summary

How Much Is the Czech Dance? Authenticity for Sale

The contribution revisits the question of tourism's role in the commodification of folk dance and open the discourse of value, in which an intrinsic and sacred cultural sphere of value is presumed to circulate independent of an unstable and profane economic sphere of value. It deals with the dance productions of Czech folklore show for tourists visiting Prague. This phenomenon has its origins in 1970' when few people – dancers and musicians from folk ensembles – started to be invited to dance for tourists in prestigious hotels. After 1989 “velvet revolution” the business with folklore became a part of tourism where the dance has its specific role. An increasing number of special pubs offering Czech meal, folk costume, song, and dance show during an evening, provoked several questions as to how folk dance can become a profitable commodity, what trade rules apply here and what the demand-supply ratio is. We were interested to who are the dancers and musicians paid for one evening to show the Czech folk dance culture and what is their social status? The following questions streamed to explore which elements of the traditional culture are picked up from the folk culture to represent the “real Czechness” and how the interaction with foreigners (tourists) is going on: e. g. the negotiation about the repertoire, their participation to dance, etc. The research was based on the observation of the strategies of several pubs in Prague and deep interviews with actors which enabled to see the inner side of the process.

Key words: Tourism; folklore show; authenticity; commodification of folk dance; Prague.

SOCIOEKONOMICKÉ ASPEKTY PROMĚN ČESKÝCH RYBÁŘSKÝCH TRADIC V REGIONÁLNÍCH KONTEXTECH

Vojtěch Kouba (*Katedra arts managementu, Vysoká škola ekonomická v Praze*)

Z mlhy vystupují mlčenlivé postavy v tmavozelených holínkách. Na hladině lapají po vzduchu desítky, možná stovky němých živočichů. Kamera zaostří na reportérku, která začíná vzrušeně hovořit – buď o výlovu, či o předvánočním prodeji kaprů, vzájemně propojených tradicích, které mohou být do vysílání zařazeny bez ohledu na aktuální politickou či ekonomickou situaci. Jsme v České republice, zemi desítek jezer a téměř pětadvaceti tisíc rybníků.¹ Právě tady byla v polovině 16. století napsána první evropská kniha o rybníkářství, právě tady, daleko od moře, se rybářské tradice už více než sto let předávají také specializovaným vzděláním, včetně vysokoškolského.

Neměnnost českého produkčního rybářství je ale pouze zdánlivá. Využívá sice rybníky z většiny založené již na počátku novověku, během posledního století však na stejné ploše mnohonásobně navýšilo výlov (Hartman – Regenda – Hamerník 2016: 65), a to i díky šlechtění stále nových variet kapra. Proměnami procházejí také spotřebitelské zvyklosti. I tradice štědrovečerního kapra se v českých zemích šířila na přelomu 19. a 20. století z města na venkov,² všeobecně rozšířenou se pak stala teprve ve 20. století (Večerková – Frolcová 2010: 226), resp. až po první světové válce. A přestože patří mezi nejhrouževnatější, podléhá stálým změnám (viz např. Koura – Kourová 2010: 252). Spotřeba tuzemských ryb mimo vánoční období je přitom dlouhodobě nízká, přibližně polovina české rybí produkce je určena na vývoz (Mareš 2020: 32). Stále běžnější součástí nabídky supermarketů se stávají produkty globálně úspěšné akvakultury³ ať už mořské (losos), nebo sladkovodní (úhoř). Na produkční rybářství dopadají požadavky na zvyšování efektivity a snižování cen, zatímco roste obliba rekreačního (sportovního) rybolovu, jemuž se věnují nejméně 3 % populace, a to nejen v tzv. volných vodách, ale stále častěji i na soukromých vodních plochách. Historické rybníky protínají silniční obchvaty a další liniové stavby, vodní plochy v blízkosti velkých měst zůstávají v některých případech jediným pozůstatkem někdejší krajinné struktury. Ve stále větší míře přitom vznikají nové rybníky, na které jsou poskytovány dotace s cílem zlepšit hospodaření s dešťovou vodou.

Jak vnímají proměny svého odvětví sami produkční rybáři? Každý den pečují o kulturní krajinu, nejsou ale zaměstnanci muzea v přírodě – smyslem jejich činnosti je efektivní produkce, resp. zisk. Co považují za rybářské tradice a co za nešvary současného rybářství? A jakou roli hraje produkční rybářství v menších rybářských oblastech, které nejsou primárním cílem turistů?

Tato studie zkoumá současné proměny rybářských tradic a diskutuje možnosti a limity jejich využití v rámci regionálního rozvoje. Vychází z výzkumných rozhovorů s rybáři i dalšími aktéry ve dvou rybářských oblastech: na Blatensku (podzim 2018) a v Chlumci nad Cidlinou a okolí (podzim 2019). Respondenti byli vybíráni účelově, předem vybraní aktéři byli na místě doplňováni metodou sněhové koule. Osloveni byli majitelé rybníků, zástupci rybářských firem a místních organizací Českého rybářského svazu a také představitelé státní správy a územní samosprávy, poskytovatelé mimoškolního vzdělávání dětí a mládeže i další, solitérní aktéři. Polostandardizované rozhovory využívaly základní sadu otázek doplňovaných podle zaměření respondentů, rozhovory trvaly desítky minut až dvě hodiny. Celkem proběhlo 26 rozhovorů s 29 respondenty, z toho na Blatensku 16 (s 18 respondenty, z toho 7 ženami) a ve východních Čechách 10 (s 11 respondenty, z toho 6 ženami).

Pojem tradice, vztah tradice a inovace

Produkční rybářství, v českých podmínkách většinou rybníkářství, bývá vzhledem ke své staleté kontinuitě popisováno jako „nositel tradic“ (Andreska 1987: 207), či přímo „schrána zkušeností, strádaných mnoha a mnoha pokoleními“ (Stehlík 1966: 15). Aktuální výzkumy (Patočka – Kouba 2021) ukazují, že téměř 80 % obyvatel České republiky nahlíží na rybáře pozitivně. Jak tento potenciál využít v regionálním rozvoji?

Sousloví „využití tradic“, či dokonce „ekonomizace tradic“ obvykle vyvolává stereotypní představu tradice (chápané jako domácí, neměnná a hodnotná) jako pozitivní externality drancované podnikateli (cizími, inovujícími, ale chamtivými), a to i za cenu úplného zániku, nebo překroucení. Pro překonání tohoto stereotypu je nutné

nejen diskutovat možné přístupy různých aktérů k tradici, ale především věnovat pozornost tomuto základnímu, často nedostatečně reflektovanému pojmu.⁴

Josef Kandert definuje v *Národopisné encyklopedii Čech, Moravy a Slezska* tradice jako „soubor představ o ustáleném chování a názorech pravidelně předávaných mezi generacemi v rámci určité skupiny nebo společenství“ (Kandert 2007: 1065). Podle sociologa Edwarda Shilse zůstávají tradice součástí života společnosti i v podmínkách rychlé racionalizace a individualizace, a to „ne proto, že jsou vnějším projevem dosud nerozbitých pověrečných zlovyků, ale proto, že většina lidských bytostí, tak jak jsou konstituovány, bez nich nemůže žít“ (Shils 1981: 304). Sociální antropolog Jack Goody ve své knize *The Power of the Written Tradition* používá pojem tradice pro vše, co je (přímo, nebo nepřímo) mezigeneračně předáváno a přináší „představu o kvazi-kontinuitě“ (Goody 2000: 13). To ovšem neznamená, že tradice jsou neměnné. Naopak, podléhají změnám způsobených jak chybami v přenosu, tak záměrnými zásahy, jejichž účelem je „zdůvodnit, ospravedlnit nebo stabilizovat a upevnit stávající sociální, kulturní, ale i politickou situaci“ (Kandert 2007: 1065).

Podobně dynamický pohled však dlouho nebyl samozřejmostí. V rozporu s terénními zkušenostmi antropologů byla tradice vnímána jako „ubíjející síla plodící a vynucující si kulturní homogenitu“ (Shanklin 1981: 72). Toto uvažování, typické pro myslitele přelomu 19. a 20. století, se objevovalo ještě dlouho do 20. století. I známý text Erika Hobsbawma otištěný ve sborníku *The Invention of Tradition* (1983) rozlišuje ‚tradice‘, jejichž hlavním znakem je neměnnost, a ‚zvyky‘, typické pro takzvané tradiční společnosti. Pouze těm přiznává Hobsbawm určitou míru inovativnosti, mohou sloužit jako „motor i setrvačnický“ vývoje. Úkolem antropologie potom je hledat rozdíly mezi vynalezenými a „starými tradičními postupy“ (Hobsbawm 1983: 10).

Takové rozlišování je však obtížné, ne-li nemožné. Terénní výzkumy ukazují, že i tzv. tradiční společnosti předávají kulturní obsah značně selektivně. Již antropolog Donald Levine upozorňoval na pochybnost představ, že tradiční a moderní vzorce jsou neodmyslitelně v konfliktu. Tradice mohou klást modernizaci překážky, ale stejně tak ji také přímo podporovat. Modernizace může být endogenní i exogenní, v souladu s tradicí i diskontinuální (Levine 1968: 130). Eugenia Shanklinová pak

ve svém článku *Two Meanings and Uses of Tradition* definovala tradici jako aktivní pojem, který může spojovat minulost a současnost, vytvářet precedenty chování, a dokonce podporovat inovace (Shanklin 1981: 77–78).

Tradice nelze rozlišit na ‚staré‘ a ‚vynalezené‘, spíše je nutné – pokud využijeme možnosti rozlišování vidu v češtině – vnímat všechny jako ‚vynalézané‘, neustále nově konstituované. Teoretik kulturního dědictví David C. Harvey v tomto ohledu cituje sociální antropoložku Åsu Boholmovou: „Tradice nejsou statické; v průběhu času se mění a mění v důsledku své vnitřní dynamiky i v reakci na vnější požadavky. Současnost je informována minulostí a minulost je rekonstruována přítomností.“ (Harvey 2001: 331)

V tomto ohledu je nutné vnímat také tradice produkčního rybářství, které v minulých desetiletích výrazně proměnila mechanizace či intenzifikace chovu a jež nemohou být nedotčeny výzvami současnosti – ať už jde o přímé dopady klimatické změny, environmentální a ekonomické proměny zemědělství, nebo změny ve spotřebě ryb. Tyto proměny se pochopitelně týkají celého odvětví, jejich dopady se však mohou lišit v závislosti na místním prostředí.

Proměny produkčního rybářství v ČR

Ve vnitrozemské České republice je rybářství po staletí spojeno především s rybníkářstvím. Paměťové instituce uchovávají také doklady profesionálního říčního rybářství, které definitivně zaniklo v polovině 20. století.⁵ I předtím se však říční rybáři vzhledem k vodohospodářským charakteristikám našeho území většinou neživilí pouze rybolovem, spolu s ním vykonávali např. řemeslo převoznické, košíkářské, anebo obdělávali ornou půdu. Podle Jiřího Andresky (1987: 74) mohly s touto výhradou české řeky uživit asi sto padesát rybářských rodin, moravské pak osmdesát. Pro rybářské osady byla typická vysoká hustota zástavby i zalidnění, což je v jejich urbanismu patrné dodnes (např. v mělnické čtvrti Rybáře). Právě Andreska dokázal soustředit vzpomínky posledních říčních rybářů, především Jaroslava Hulíka z Kolína (nar. 1896).⁶

První přímé zmínky o budování rybníků na našem území pocházejí z 11. století. Masové zakládání rybníčních soustav na přelomu 15. a 16. století, tato „nejslavnější kapitola našeho rybářství“ (Andreska 1987: 32), souviselo jak s inovacemi v chovu ryb (oddělený chov

plůdku, násady a tržního kapra), tak i se scelováním půdní držby v rukách velkých vlastníků, kteří si mohli dovolit při stavbě vodních děl rušení celých vesnic. Většina z možná až 180 tisíc hektarů rybníků, které na našem území existovaly kolem roku 1585, však byla v 19. století vysušena vzhledem k rostoucí efektivitě zemědělské produkce. Např. na Blatensku byl podle výpočtů historika Gustava Hoffmanna (1959) ještě ve 30. letech 18. století hektarový výnos z rybníků vůči zemědělské produkci vyšší, v poměru 1 : 0,69, avšak na začátku 19. století se zcela otočil na 2,56 : 1 ve prospěch zemědělství (Sekeřa 2000: 28); tuto disproporci ještě posílil růst poptávky po cukrové řepě. Především v úrodných nížinách byly během dvou lidských generací vysušeny desítky tisíc hektarů vodních ploch, zanikl i historicky největší český rybník Velká Čeperka ve východních Čechách, s plochou možná až dvojnásobnou oproti Rožmberku. Obrat přineslo až zrušení poddanství v roce 1848. Velkostatky už nemohly využívat práce robotníků, což zvýhodnilo extenzivnější rybníční hospodářství. Nový rozmach rybářství přinesla intenzifikace výroby na konci 19. století, spojená především se jménem treboňského rybníkáře Josefa Šusty.

Na území ČR se v současnosti nachází více než 24 tisíc rybníků a malých vodních nádrží o ploše cca 53 tisíc hektarů⁷ (*Víceletý národní strategický plán pro akvakulturu* 2020: 18), z nichž většina je využívána pro produkci ryb. Zatímco rozloha vodních ploch se od poloviny 19. století změnila jen málo, výlov se zdesateronásobil, z dvou tisíc na dnešních přibližně 20 tisíc tun ročně. Chov sladkovodních ryb ve speciálních zařízeních (průtočných nádržích či recirkulačních akvakulturních systémech) se na celkové produkci české akvakultury podílí jen několika procenty.

Ekonomický význam celého odvětví není vysoký, a to i v rámci sektoru zemědělství. Hrubá přidaná hodnota českého rybolovu a akvakultury se pohybuje kolem 500 milionů Kč, což znamená přibližně 0,8 % HPH sektoru zemědělství. Podíl rybolovu a akvakultury na HDP státu se pohybuje mezi 0,01 a 0,02 % (*Víceletý národní strategický plán pro akvakulturu* 2020: 22–23; *Časové řady ukazatelů účtů výroby a tvorby důchodů* 2021). Produkční rybářství zaměstnává necelých 1 500 lidí, z na-prosté většiny mužů.

Česká republika je spolu s Polskem a Maďarskem největším producentem kapra obecného v Evropské unii, přibližně 18 tisíc tun ročně tvoří více než čtvrtinu

evropské produkce kaprů (FEAP 2020: 38). Z globálního hlediska je však toto číslo zanedbatelné. Podle údajů FAO (2020: 3) vzrostla mezi lety 1995 a 2018 světová produkce ryb, měkkýšů a koryšů v akvakultuře čtyřnásobně a přesáhla 80 mil. tun ročně. Vzhledem k tomu, že výlov ryb již několik desetiletí stagnuje, především kvůli nešetrným praktikám průmyslového mořského rybolovu, měla by akvakultura v roce 2025 pokrýt více než polovinu globální produkce ryb, které jsou stále významnější součástí výživy lidí a výrazně napomáhají k poklesu počtu hladovějících.⁸ Rozvoj akvakultury ovšem tlak na mořské populace zatím spíše stupňuje vzhledem k tomu, že jsou mořské ryby používány jako základ krmivových pelet v akvakultuře i pro suchozemská zvířata (Lien 2015: 120). Dlouhodobě neudržitelné je také nadužívání antibiotik v chovech ryb. Více než polovina globální produkce akvakultury pochází z Číny, především z vnitrozemských nádrží, přičemž 44 % čínské sladkovodní produkce tvoří kaprovité ryby (především nejoblíbenější z nich – tolstolobik), jichž jsou každoročně vyprodukovány jednotky milionů tun. V mořské akvakultuře se s Čínou může měřit Norsko, které v 2019 vyprodukovalo než 1,3 mil. tun lososů. Rychlý rozvoj akvakultury bude nejspíše pokračovat vzhledem k neutešenému stavu mořských ekosystémů, neklesající poptávce po mase s vysokým obsahem nenasycených kyselin a potenciálně nižší uhlíkové stopě. Také v České republice lze očekávat výstavbu dalších recirkulačních akvakulturních systémů vázaných např. na teplo z bioplynových stanic.

Staleté rybníční soustavy ohrožují dopady klimatické změny, a to jak povodně, tak dlouhotrvající sucho. Zřejmě ještě větší vliv na podobu českého produkčního rybářství však mají změny poptávky. Asi 40 % produkce sladkovodních ryb je prodáno v tuzemsku, většinou ve vánočním období, částečně také před velikonočními svátky. Přibližně polovina produkce je exportována, buď ve formě živých, anebo čerstvých chlazených ryb. Množství ryb vyvezených do Německa a na Slovensko přitom stagnuje a roste vývoz do Polska (Mareš 2020: 32), který s sebou nese specifické požadavky na hmotnost a podobu ryb (*Víceletý národní strategický plán pro akvakulturu* 2020: 52). K dalšímu zpracování míří jen asi 10 % českých ryb.

Čeští produkční rybáři musí zvažovat různé varianty vývoje poptávky. Extrémně nerovnoměrná poptáv-

ka po rybách v průběhu roku s vrcholem v prosinci nejspíše zůstane konstantou. Kapr je tradiční součástí štědrovečerní večeře i bez křesťanské symboliky. Je však otázkou, nakolik bude v katolických rodinách střední Evropy nadále předávána tradice konzumování ryb po dobu předvelikonočního půstu nebo v pátek, a zda bude takovou rybou právě kapr.

Větší producenti ryb (včetně firem Blatenská ryba a Rybářství Chlumec) se snaží o diferenciaci svého produktu a pracují se značkou. Na českém trhu zatím však chybí úspěšný výrobek s vyšší přidanou hodnotou.⁹ Jednou z výjimek je kapří paštika z Farmy Poříčí, v roce 2020 oceněná britskou cenou Great Taste, jejíž marketing se soustředí na to, že používá maso kaprů z vysoko položených rybníků Vysočiny (Krejčí 2020).

Ve vyspělých zemích se přitom inovace v odvětví zaměřují právě na „další rozvoj polotovarů a široké škály výrobků s vysokou přidanou hodnotou [...] čerstvých, mražených, obalovaných, uzených nebo konzervovaných. Výsledné výrobky jsou uváděny na trh jako celá škála značkových hotových jídel“ (Ababouch 2012: 16). Aljašský ekonom Gunnar Knapp (2012: 181–187) ovšem připomíná, že ne každá technologická inovace je zisková a že pro úspěšné zavádění výrobků s vyšší přidanou hodnotou je nutností kvalitní marketing. I vzhledem k rostoucím nákladům na pracovní sílu lze ale očekávat, že převládající pojetí českého rybářství, označené jedním z respondentů výzkumu za „*inženýrské ve stylu ‚vyrobit – prodat‘*“, bude postupně doplněno sofistikovanější – byť nejspíše méně tradiční – produkcí.

Základní charakteristiky zkoumaných oblastí

Obě zkoumané oblasti se nacházejí v periferním území na hranici několika krajů: Blatensko v Jihočeském kraji na hranicích s krajem Plzeňským a Středočeským, Chlumecko na hranicích Královéhradeckého, Pardubického a Středočeského kraje. V Blatné žije necelých 7 tisíc obyvatel, Chlumec nad Cidlinou je přibližně pětitisícovým městem. Obě města byla do zrušení poddanství v držení šlechtických rodů, jejich pomyslným centrem jsou významné historické památky – vodní hrad Blatná, jehož goticko-renesanční přestavbu řídil Benedikt Rejt, a zámek Karlova Koruna, vrcholné dílo Jana Blažeje Santiniho-Aichla. Obě památky a pozemky k nim náležející byly po roce 1989 v restitucích navraceny šlechtickým vlastníkům. Zatímco blatenští Hildprandtové (resp.

rodina Hildprandt-Germenis) jsou spolumatiteli firmy Blatenská ryba, s.r.o., rodina Kinských dal Borgo své rybníky v okolí Chlumce nad Cidlinou sama nespravuje.

První zprávy o rybnících na Blatensku jsou doloženy na počátku 14. století, převážná většina rybníků v oblasti vznikla na přelomu 15. a 16. století, za vlády Volfa Novohradského, který na Lnářsko přivedl rybníkáře Jakuba Krčina z Jelčan a Sedlčan (Mašek 1985: 167). Rychlé budování východočeské rybníční soustavy započalo po příchodu Viléma II. z Pernštejna na Pardubicko v roce 1491. Dnes se chovu ryb na Blatensku věnuje několik podnikatelských subjektů, největší firmou je Blatenská ryba, s.r.o., která obhospodařuje i rybníky v sousedních oblastech. To platí také pro společnost Rybářství Chlumec nad Cidlinou, a. s., která je největším producentem ryb ve východních Čechách.

Produkční rybářství však není ve sledovaných oblastech hlavním ekonomickým odvětvím. Blatenská ryba patří podle Registru ekonomických subjektů mezi firmy s 50–99 zaměstnanci, zatímco výrobní karosérií Dura Automotive zaměstnává více než 1000 osob a firmy Leifheit a Tesla Blatná více než 250 osob (ARES – *Ekonomické subjekty* 2020). V Chlumci nad Cidlinou je situace mírně odlišná. Rybářství Chlumec s 50–99 zaměstnanci patří mezi významnější lokální zaměstnavatele, více než 100 lidí zaměstnává společnost Kinský dal Borgo, průmysl zastupuje výrobní a prodejní areál firmy BEST při dálnici D11 a další firmy. Vzhledem k blízkosti Hradce Králové mnoho obyvatel za prací dojíždí, významnější roli hrají služby, a to i služby gastronomie a turismu. V obou městech a jejich spádových oblastech význam rybářství pro lokální identitu výrazně převyšuje ekonomický význam odvětví.¹⁰

Péči o kulturní dědictví na Blatensku má v gesci Městské muzeum, součást Centra kultury a vzdělávání Blatná, to však podle historika Petra Chlebce ve svých sbírkách uchovává jen minimum předmětů souvisejících s rybářstvím.¹¹ Paměť mikroregionu už po mnoho let ztělesňuje Jiří Sekera (nar. 1938), dlouholetý učitel literatury na strakonickém gymnáziu, průvodce po městě a autor mnoha publikací věnovaných lokálním tradicím. Ty svým rozsahem, důkladností a precizní prací se zdroji převyšují obvyklou úroveň vlastivědné literatury.¹² Taková osobnost v Chlumci nad Cidlinou chybí, stejně tak neexistuje žádná publikace, která by se věnovala čistě východočeskému rybářství.

Rybářské tradice ve sledovaných oblastech

První asociací spojenou s rybářskými tradicemi jsou pro většinu respondentů na Blatensku festivaly: podzimní výlovy a červnové Rybářské slavnosti. Až poté následují stáří rybníků a jejich zasazení v krajině, která je vnímána jako předurčená pro rybníkaření. Např. podle Jitky Říhové, pracovnice státní památkové péče, v mikroregionu „*možnosti rybaření vždy byly a krajina jim vyhovovala, obživa v tomto prostředí byla brána právě z rybníků*“.¹³ Jiří Sekera připomněl místní legendu, podle níž je na Blatensku přesně 365 rybníků, jako dní v roce, která není daleko od skutečnosti: v mikroregionu bylo v době největšího rozmachu rybníkářství přibližně 500 vodních nádrží, v 19. století jich zaniklo asi 130.

V paměti obyvatel mikroregionu jsou stále přítomny vzpomínky na tradice šlechtitelství, zvláště v obci Lnáře. Mnozí respondenti s nostalgií připomínali slávu lnářského modráka, vyšlechtěného ve 20. letech 20. století Theodorem Mokřým, byť toto plemeno už od 50. let neexistuje. Jak uvedl Petr Vávra, ředitel a jednatel firmy Rybářství Lnáře: „*Lnářský kapr, to byl pojem. Jenže v té době se z rybníků získávalo 70 až 100 kilogramů na hektar a nasazovalo se na pět až šest let, dneska získáváme 550 kilo na hektar za rok. Dnešní kapr je vodní prase*.“ Podle Jiřího Sekery (2000: 55) způsobila zánik lnářského modráka také mechanizace používaná při odlověch, která „nahradila ruční práci a šetrné zacházení s rybou a již nejlépe odolá kapr šupináč“.

Mechanizace ale podle samotných rybářů rozhodně neznamená zánik tradic. Předseda místní organizace Českého rybářského svazu v Blatné Jindřich Hirman uvedl, že „*k výlovu patří dřina a samotné zátahy se nedají nijak mechanizovat. Místo proutěných košů se dneska používají plastové vaničky a místo žebříňáku nákladák, ale podstata je stejná*“. Také podle Petra Vávry je rybářství „*těžká práce*“.

Šlechtitelské tradice Blatenska jsou minulostí, v mikroregionu je přesto znatelná touha po lokálních zvláštěnostech. Při příjezdu do Blatné turisty i místní vítá billboard firmy Blatenská ryba se sloganem: „*Kapr bez kostí – jde to*“. Byť pochopitelně nejde o nové plemeno, ale o zpracování filet na speciálním stroji, tato kampaň mezi respondenty značně rezonovala, stejně jako pokusy s chovem kaprů s vyšším výskytem omega-3 mastných kyselin. Radek Řebřina, pracovník propagace Centra kultury a vzdělávání Blatná, sdělil, že „*specifický kapr s vět-*

ším výskytem omega-3 mastných kyselin je chován zvláště a rybáři neprozradí, v jakých konkrétních rybnících“, což ovšem zaměstnanci firmy Blatenská ryba nepotvrdili.

V Chlumci nad Cidlinou byly odpovědi vyhybavější, rybářské tradice jsou např. podle Jitky Koulové či Václava Mareše „*stejně jako jinde*“. Na prvním místě respondenti připomínali stáří místních rybníků, historie přitom sloužila i k vymezování vůči ostatním, známějším rybářským oblastem. Jak uvedl ředitel Rybářství Chlumec nad Cidlinou Ladislav Vacek: „*Rybníky stavěli především Pernštejnové. Vilém z Pernštejna až poté, co koupil Hlubokou, přenesl toto východočeské know-how do jižních Čech*.“ Charakteristickým znakem kulturní krajiny Chlumecka a Přeloučska jsou zatopené pískovny, respondenty důsledně nazývané „*písáky*“.

Mezi hlavní problémy spojené s rybářstvím řadili respondenti z Blatné nízkou nabídku ryb v mikroregionu – zatímco rybáři (ať už produkční, nebo rekreační) jsou rybami zásobováni, ostatní obyvatelé musí spoléhat na ně a návštěvníci, kteří si Blatnou představují jako město ryb, přijdou zkrátka. Ředitel Centra kultury a vzdělávání Blatná Eduard Oberfalcer uvedl: „*Tady, na Blatensku, je potenciál v chovu ryb směřovaný pouze na export. Nemáme tu žádnou restauraci, která by se specializovala vyloženě na ryby. Ten potenciál by tu mohl být, ale zatím se nenašel žádný nadšenec, který by se toho zhostil. Je vážně škoda, že si tady není možné koupit čerstvou rybu*.“ Jindřich Hirman lituje zániku šlechtitelských tradic: „*Dříve se v Rybářství Blatná šlechtily ryby. Dnes to nejde, protože se zkazila voda, je stojatá a je v ní málo kyslíku. Dnes tam udělali rybí zpracovnu*.“

Všichni produkční rybáři zařazení do výzkumu se shodli v odsudku intenzivního zemědělství. Problémem je již řadu desetiletí nadměrné hnojení, lnářský respondent Petr Vávra připomněl, že „*v 80. letech byla hlavně kukuřice hnojena tak, že to ani kapři nesnesli, byly tu pokusy s chovem tolstolobika. Pak se ale objevili maďarští kapři, a ti zvládli všechno*“. Jako nespravedlivé vnímají rybáři nastavení veřejné podpory pro zemědělce a rybáře. Splachy zemědělské půdy zabahňují rybníky, bahno se přitom nemůže vyvážet zpět na pole tak, jako po staletí. Vávra uvedl: „*Zemědělci jsou zodpovědní za erozi půdy, my to nezabáhujeme. Dotace na odbahnění existují, ale je obtížné na ně dosáhnout*.“

Náročnost práce a její nárazovost vede produkční rybáře z obou sledovaných oblastí k obavám o budouc-

nost odvětví. Jednatel firmy Blatenská ryba Jiří Bláha vyjádřil své obavy explicitně: „*Brigádníci jsou při výlo-
vách nezbytní. Avšak vymírají a noví se nacházejí velice
špatně, drží to tady duchodci, kteří chtějí být v přírodě
a mají k řemeslu vztah a mají ho rádi.*“ S tím souhlasí
i ředitel Rybářství Chlumec: „*Kdo nemá rybářství rád, ten
to nedělá. Povolání se zčásti dědí, na výloveh pomáhají
nejčastěji čerství duchodci, bývalí zaměstnanci Rybář-
ství, na ty je spoleh.*“

I představitelé místních organizací Českého rybář-
ského svazu si svorně stěžovali na neochotu rybářů
podílet se na společné činnosti, tedy chodit na brigády.
Jindřich Hirman z blatenské místní organizace ČRS
vysvětlil: „*Každý člen by měl na brigádách, to je třeba kr-
mení, opravy rybníka, výpustě, sekání trávy, sekání ledu,
odpracovat deset hodin za rok, nebo zaplatit místo toho
poplatek tisíc korun. No a většinou se na brigádě sejde
deset až patnáct lidí. Nechodí moc mladí, ti si to raději
zaplatí, než aby šli pracovat.*“ Podobná situace panuje
také ve východočeské Přelouči, kde místní organizace
čítající více než 1 500 osob spravuje množství revírů
i rozlehlý rybník Buňkov. Josef Kratochvíl uvedl: „*Máme
tu partu asi třiceti starších rybářů, kteří pomáhají při vý-
lovu. Noví členové ale nemají vztah k práci. Dneska je
rybářství móda, lidi bydlí v bytovce a nemají co dělat,
tak jdou na ryby. Koupí si návnady v těch krámech, co
vypadají jako cukrárny, a už jsou z nich rybáři. Zato účta
k řemeslu úplně chybí.*“

Respondenti z východních Čech se shodli na problé-
mech s návštěvníky písáků. Ty jsou stále oblíbenějším
atraktorem turismu, který ovšem nemá jasně daná pra-
vidla a management. Dochází proto k zvyšování napě-
tí mezi jednotlivými aktéry. Chlumecký rekreační rybář
Václav Mareš si stěžoval na rybáře na elektromotoro-
vých člunech i na krmení na písácích, které napomáhá
růstu sinic. Rybářku a spolumajitelku přeloučského ob-
chodu s rybářskými potřebami Marcelu Krásovou iritují
„*rodinné výlety do přírody s karavanem, po kterých zů-
stane nepořádek u vody*“. Podobně kritický je také Josef
Kratochvíl: „*Jezdí po loukách autem, staví si u písáků
karavany, pije alkohol a dělají nepořádek.*“

Hlavním rozdílem mezi sledovanými oblastmi co do ry-
bářských tradic je zcela jiný přístup k výlovům rybníků.
V Blatné a okolí jsou výlovy vrcholem rybářské sezóny,
festivitou spojující zaměstnance rybářských firem, bri-
gádníky i veřejnost v turnerovských ‚communitas‘¹⁴ a tě-

lesným rituálem ve smyslu teorie (a praxe) ritologie Ro-
nalda A. Grimese (Pehal 2014). V popisu respondentů se
opakovaně objevovalo všudypřítomné bahno a sychravé
počasí. „*A někdy taky sníh, i když teď čím dál méně,*“ vní-
má dopad klimatické změny vedoucí rybářských kroužků
mládeže Marcela Šebková. „*To pak všichni mrznou, ale
tím víc koukají, co toho ti chlapi musí zvládnout.*“¹⁵

Výlov je událostí, „jedinečným momentem v čase,
který je oslavován ceremoniály a rituály proto, aby na-
plňoval určité specifické potřeby“ (Goldblatt 1990: 3; viz
také Ťarā-Lungā 2012; Patočka 2018). Kdo se neúčastní
výlovu, není součástí ‚communitas‘, ale pouhým konzu-
mentem bez hlubšího porozumění.¹⁶ Tento názor zastá-
vá např. Jiří Bláha: „*Spousta lidí ani neví, jak se jim ryba
dostane na stůl. Netuší, co obnáší výlov, jak je proveden
a neví podrobnosti.*“ Na úpadek tradice si stěžoval i Petr
Vávra z Rybářství Lnáře: „*Ty výlovy už ale nejsou, co
dřív, kdy jezdily zájezdy školních dětí. Měly to spojené,
výlov a návštěvu zámku. To už je pryč.*“

Právě při výloveh probíhá obřad pasování na rybáře,
podle Jiřího Bláhy „*nejméně dvě stě až tři sta let starý*“,
kdy je osoba přijímaná do rybářského stavu symbolicky
nebo i důkladně namočena a následně pasována třemi
úderý rybářským právem. Bláha připomíná, že „*rybáři by-
li cech, výše postavený, cech svatého Petra. Byli to od-
borníci, na úrovni třeba myslivců*“. Na výloveh rybníků
Labuť a především Buzického rybníku v blízkosti Blatné
hraje dopoledne dechová hudba vedená zaměstnancem
Blatenské ryby Koubkem,¹⁷ odpoledne country nebo zá-
bavové kapely. K občerstvení slouží různé stánky, rybí
speciality zastupují např. kapří hranolky. Výlovy se ob-
last chce prezentovat také navenek. Několik responden-
tů vzpomnělo natáčení kulinařského pořadu *Kluci v akci*,
epizoda nazvaná *Výlov v Blatné* přitom měla premiéru již
v roce 2009.¹⁸

V roce 2010 vznikly v Blatné jako protipól, či spíše
komplement k podzimním výlovům červnové Rybářské
slavnosti. Ty byly od roku 2013 spojeny s festivalem Bla-
tenský fest, v jehož rámci vystupovaly populární české
kapely a vybíralo se vstupné. Toto spojení se však neo-
svědčilo. Od roku 2017 slavnosti, pořádané firmou Bla-
tenská ryba, probíhají v areálu zámku a blízkých sádek,
vstup je zdarma a na programu se výrazně podílejí míst-
ní spolky. Důraz je kladen na rybí gastronomii, se svou
„*kulinařskou show*“ vystupuje duo Josef Mašek – Václav
Milota, zaměstnanci Blatenské ryby.

Obliba Rybářských slavností v komornější, komunitní podobě ukazuje potřebu zapojení a přivlastnění si tradic sloužících „k ožívování a zpřítomňování hodnot, které jsou z různých důvodů významné pro současnost“ (Keller 1996: 1326). Za úspěchem Rybářských slavností, které byly některými respondenty zmiňovány dokonce jako hlavní rybářská událost v oblasti, stojí také podstatně vyšší přístupnost oproti výlovům. Rybářské tradice, včetně specializované gastronomické nabídky, lze konzumovat v centru města a v pěkném počasí, nikoliv na podzim u rybníka.

V Chlumu nad Cidlinou je situace výrazně jiná. Společnost Rybářství Chlumecké pořádá jen tři veřejné výlovy a uvažuje o dalším omezení. Hlavní důvod je prozaický – hustá doprava na hrázích rybníků, po kterých většinou vedou stále frekventovanější silnice. Další příčiny jsou ekonomické. „Výlovy už *netáhnou*,“ uvedl Ladislav Vacek s tím, že výdělečný je jen výlov rybníka v Kopidlně, tedy daleko mimo sledovaný mikroregion. „*Lidé mají k prodeji ryb na výloveh nepochopitelný odpor. Na výlovy se prostě nechodí. A je to dobře. Je to práce, ne divadlo. Nejsme v jižních Čechách.*“

Možnosti využití rybářských tradic

Pokud přijmeme představu neustále nově interpretovaných a někdy i ‚vynalézáných‘ tradic, které nejsou jen kotvou zabořenou v bahnitěm dně, ale také bójí ukazující směr plavby, můžeme se ptát: Které z rybářských tradic mohou být do budoucna využívány v rybářských oblastech České republiky? Na které aspekty rybářských tradic může být kladen důraz vzhledem k rychlým proměnám odvětví a jeho funkcí? K hledání odpovědí na tyto otázky může posloužit rozdělení rybářských tradic podle těchto čtyř vzájemně propojených hledisek:

Produkční tradice českého rybářství jsou nejčastěji zmiňovány samotnými rybáři, kteří jsou hrdými správci staleté rybníční soustavy a řádnými hospodáři. Prvním v řadě ukazatelů, kterými je zářmován koloběh rybích i lidských životů, je v českých podmínkách stále velikost produkce. Takový přístup je často spojen s konzervativností jak ve výrobě, tak i v distribuci. Hned několik respondentů z Blatenska s hrdostí zmiňovalo, že blatenské ryby zásobovaly německý trh i v době, kdy byl oddělen železnou oponou, chlumečtí rybáři jsou naopak hrdí na vysoký podíl ryb prodaných v tuzemsku.

Z tohoto hlediska jsou jako hrozba vnímány nejen nepředvídatelné výkyvy počasí (sucho či naopak povodně), ale i rybožraví predátoři, kteří přicházejí zvenčí, způsobují přímé škody a obrana proti nim je obtížná a v některých případech také zákonem zakázaná.¹⁹

Environmentální tradice českého rybářství jsou zmiňovány stále častěji v souvislosti s klimatickou změnou i proměnami krajiny. Povodně i sucho připomínají široké veřejnosti význam rybníků pro zadržování vody. Do budoucna by však mohl být ještě více akcentován význam vodních ploch a vodotečí pro biodiverzitu, včetně působivých příběhů spojených s návratem (los²⁰) či reintrodukcí (losos) původních druhů do české přírody.

Rybí maso je prospěšné lidskému zdraví, s tímto aspektem však zatím lépe pracují dovozci mořských ryb (chov kaprů s vyšším podílem omega-3 mastných kyselin se blatenským rybářům zatím nepodařilo propagovat natolik, aby byl komerčně úspěšný). Rybníky mohou sloužit pro vyrovnávání dopadů zprůměrněného zemědělství či jako terciární stupeň čištění odpadních vod, v takových případech je ale chov ryb spíše doplňkovou činností, a pokud by společnost takovou změnu v chování rybářů vyžadovala, musí ji řádně kompenzovat (*Víceletý národní strategický plán pro akvakulturu 2020*: 63). V současnosti jsou sice z veřejných prostředků podporovány stavby nových rybníků a i tzv. mimoprodukční funkce, získat dotace např. na odbahnění je ale podle rybářů příliš obtížné.

Rekreační tradice nelze v tomto výčtu opomíjet. Ani ne tak kvůli volnému přístupu k vodě s možností koupání či vodních sportů – v produkčních rybnících se vzhledem k intenzitě chovu většinou koupat nedá. Výzvou současnosti je rychlý rozvoj rekreačního rybolovu. Rybářský lístek vlastní více než 350 tisíc obyvatel ČR, téměř 4 miliony tun ryb vylovených v revírech Českého a Moravského rybářského svazu pokrývá třetinu spotřeby sladkovodních ryb u nás (*Víceletý národní strategický plán pro akvakulturu 2020*). Stále přibývá lidí, pro něž je rybolov především oblíbenou volnočasovou aktivitou (ať už si ryby přivlastňují nebo ne) a kteří využívají rostoucí nabídku obchodů s rybářským vybavením a sofistikovanými návnadami a nástrahami. Průměrné výdaje českých rybářů na vybavení setrvale rostou a mnohonásobně přesahují tržní cenu vylovených ryb. Téměř pětina rybníků a malých vodních nádrží u nás je již dnes využívána pro účely rekreačního rybolovu. Do budoucna lze očekávat

nárůst počtu soukromých rybníků a vodních nádrží využívaných pro komerční rybolov (podobně jako dnes písáky v okolí Chlumce nad Cidlinou), což nejspíše povede k redefinici funkcí a možná i podob českých rybníků.

Jako **regionální tradice** pak lze označit ty, které jsou obyvateli či návštěvníky vnímány a prezentovány jako místně specifické. Jejich přežití (anebo ‚vynalézání‘) závisí na aktivitě, a také spolupráci různých aktérů napříč sektory. I menší (rybářské) oblasti mohou pracovat se svými specifiky a stavět na nich svůj marketing. Je úkolem destinačních agentur, aby pracovaly s regionálními tradicemi, klíčová je však role soukromého sektoru. Nikdo nemůže nutit provozovatele restaurace, aby do svého jídelníčku zařazoval rybí speciality, byť by přidaná hodnota pro destinaci byla značná. Existující kvalitní restauraci s rybími specialitami je však nutné vnímat jako aktivum a snažit se o její maximální podporu.

Pro využití regionálních tradic je klíčové vymezení rolí jednotlivých aktérů, ochota ke spolupráci a domluva na společném cíli, popř. stanovení pravidel využívání společných zdrojů (viz Ostrom 1990). Vzhledem k stále nižšímu ekonomickému významu produkčního rybářství (a zemědělství vůbec) a rostoucímu významu tzv. mimoprodukčních funkcí rybníků je třeba promýšlet způsoby využívání rybářských tradic jako společného bohatství.

Závěr

Používat spojení ‚ekonomizace tradic‘ pro rychlý odsudek je nepřesné, a to nejen kvůli stereotypnímu pohledu na ekonomii, ale i vzhledem k samotným tradicím, které jako by musely být nehybné, aby mohly být nazývány tradicemi. České produkční rybářství zažilo mimořádný rozkvět díky inovacím, a to jak v 15. a 16. století, tak na přelomu 19. a 20. století. Smyslem činnosti rybářských podniků není udržování tradic, ale ziskovost. Jednou z očekávatelných cest rozvoje odvětví tak jsou investice do recirkulačních systémů a další forem akvakultury nezávislých na staleté rybniční infrastruktuře.

Ta však přetrvává, i vzhledem ke svým mimoprodukčním funkcím. Udržitelné využití rybářských tradic je proto příležitostí, nikoliv nutností.

V některých rybářských oblastech může jít rozvoj odvětví cestou výrobků s vyšší přidanou hodnotou. Slogan firmy Blatenská ryba „*Kapr bez kostí – jde to*“ připomínali na Blatensku respondenti bez rozdílu věku či pohlaví. Regionálním specifikem však nemusí být jen vyfiletované maso. Může se jím stát zpracovaný výrobek nebo polotovar využívající a rozvíjející dobré jméno dané lokality. Příkladem přímo z Blatné jsou ovocné destiláty Baron Hildprandt vyráběné v zámeckém lihovaru, také několikrát zmiňované ve výzkumných rozhovorech.

V obou sledovaných regionech roste obliba komerčního rybolovu, pro který rybářské firmy vyčlenily některé ze svých vodních ploch. Rekreační rybolov se může na Chlumecku stát významným atraktorem turismu, je však nutné, aby lokální aktéři (majitelé pozemků, rybářské firmy, rybářské svazy, představitelé místních samospráv) diskutovali pravidla a zodpovědnost za chování návštěvníků.

Největší rozdíly mezi sledovanými oblastmi se projeví v přístupu k rybářským festivům. Na Chlumecku je výlov rybníků věcí samotných rybářů, veřejnost je z dění vyloučena, a to jak kvůli nedostatku vhodných prostor na hrázích, tak kvůli prodělnosti těchto událostí. Na Blatensku jsou výlovy stále rituálem, který vtahuje širší veřejnost do dění kolem produkčního rybářství. Jsou spojeny s přímým prodejem ryb, nabídkou rybích specialit i živou hudbou. Firma Blatenská ryba dokonce pořádá červnové komunitní Rybářské slavnosti, které podobnou nabídku aktivit přinášejí do centra města.

Podoba produkčního rybářství podléhá změnám. Spolu s funkcemi rybníků se mění také rybářské tradice – produkční, environmentální, volnočasové či regionální. Možnosti jejich využití v udržitelném rozvoji lokalit či regionů přitom spočívají v pochopení, že regionální tradice utváříme, předáváme a udržujeme právě my.

* Tato studie byla podpořena grantem NAKI II „Kulturní tradice českého rybářství ve světle jejího využití v cestovním ruchu a krajinotvorbě“ (DG18P02OVV057).

POZNÁMKY:

1. Hlavním definičním znakem jezera oproti rybníku či přehradní nádrži je jeho nevypustitelnost. Počet přirozených jezer je v ČR nízký, vedle pěti šumavských ledovcových jezer jde o jezírka rašelinná, jezera vzniklá sesuvem, popř. slepá ramena a další říční jezera. Rybníků je v ČR více než 24 tisíc a toto číslo v posledních letech narůstá (Víceletý národní strategický plán pro akvakulturu 2014: 18).
2. V roce 1901 si Josef Petrák ve své výzvě k organizovanému soupisu štedrovečerních lidových pokrmů na českém venkově postěžoval, že „ve městech ryba a „štrudle“ skoro napořád opanovaly stůl štedrovečerní“ (Petrák 1901: 165).
3. Akvakulturou rozumíme „chov nebo pěstování vodních organismů za použití technik, sloužících ke zvýšení produkce daných organismů nad rámec přirozené kapacity jejich prostředí“ (*Výkladová příručka o akvakultuře*... 2018: 7).
4. Pojem „tradice“ (jako mnohé jiné) dlouho postrádal náležité teoretické zakotvení, různé sociální instituce byly označovány za „tradiční“ jen na základě podobnosti s určitými modelovými případy. Charakteristiky tradice byly dlouho považovány za samozřejmé a rozdíly v definicích za nepodstatné. Obojí rozporuje Pascal Boyer (1990), který si klade za cíl ukázat, že „opakování či replikace tradic v sobě zahrnuje složité procesy osvojování, memorování a sociální interakce, které je třeba popsat a vysvětlit“ (Boyer 1990: vii). Společenskovední teorie přitom podle Boyera (1990: ix) někdy přímo odporují poznatkům jiných věd, především kognitivní psychologie. Aktuální poznatky přírodních věd využívá ve své knize *How Traditions Live and Die* Olivier Morin (2016), který připomíná, že tradice, které jsou rozšířené a/nebo dlouhověké, pozorujeme nejen u lidí, ale také u některých zvířat, a to dokonce nejen mezi primáty.
5. Důležitou součástí úlovku říčních rybářů vždy tvořili lososi. Vytírání lososů v šumavských trdliších znemožnila stavba střešovského zdymadla ve 30. letech 20. století, která definitivně zhatila mnohaleté úsilí Antonína Friče, významného českého přírodovědce a ředitele Národního muzea, o záchranu lososů na jihu a západě Čech. Od 90. let 20. století jsou lososi vysazováni v přítocích Labe nad Střekovem, odkud mají šanci dostat se do Severního moře a zpět. Funkcionalistická stavba střešovského zdymadla byla již před vznikem zákona 20/1987 Sb. evidována jako kulturní památka, zásahy do její konstrukce by tedy teoreticky měly být vyloučené, to však neznemená, že by nešlo vybudovat rybí přechod, který by nahradil současný, zcela nedostatečný. Představovalo by to ovšem značné zásahy do okolí zdymadla, včetně vymístění železniční vlečky. Náklady na tuto stavbu odhadují Pavel Marek a Jiří Musil (2018: 13) na 220 mil. Kč.
6. Podle Jiřího Vostradovského (2013: 27) se Hulík narodil v roce 1898. Rybářské náčiní rodiny Hulíkových, např. *dědk, kukla* a *žinkrout*, je součástí sbírek Národního zemědělského muzea (Čeněk – Slaba – Levá – Schejbalová – Fenc 2011).
7. Z toho přibližně 10 tisíc hektarů rybníků a malých vodních nádrží je využíváno pro účely rekreačního rybolovu (jako rybářské revíry) a pro odchov násady.
8. Světová spotřeba ryb překročila 20 kg na osobu a rok, přičemž v rozvojových zemích stoupla z 5,2 kg v roce 1961 na 19,4 kg v roce 2017 (FAO 2020: 5). Ryby pokrývají 17 % příjmu živočišných bílkovin.
9. Ekonom Gunnar Knapp uvádí, že pojem „s vyšší přidanou hodnotou“ (*value added*) v běžném pojetí obvykle znamená „dražší“, „připravený pro spotřebitele“, „zpracovaný“, a také „netradiční“ (Knapp 2012: 181). Následně pokládá otázku naprosto relevantní k tématu této studie: Může být za výrobek s vyšší přidanou hodnotou považován losos v konzervě, který splňuje všechny ostatní body, ale je tradičním aljašským produktem?
10. Nejde pochopitelně o jediný atraktor: Blatná se prezentuje jako „město růží“. Chlumeck nad Cidlinou je známý např. svým zámekem a lidovou písní o něm, selskou vzpourou v roce 1775 i slavnými rodáky (Václav Kliment Klicpera).
11. To platí také pro Městské muzeum Loreta Chlumeck nad Cidlinou. Z celkového počtu 44 českých muzeí deklarujících, že pečují o sbírku věnovanou rybářství, se více než polovina nachází v Jihočeském kraji. Také cenná rybářská sbírka Národního zemědělského muzea byla po roce 1961 deponována na zámku Ohrada v blízkosti Hluboké nad Vltavou. Za informace děkuji Lucii Kubáskové.
12. V knize věnované rybníkům a rybníkářství Sekera (2000) popisuje všechny obce v mikroregionu a jejich vodní plochy, závěrem připojuje také osm lokálních pověstí. Část čerpá z publikace Bohuslava Fišera (1976) a dalších autorů, dvě – „Kdo to byl“ a „Štědry“ – sám zapsal. Dále jsou uvedeny texty tří lidových písní. Za pozornost stojí píseň *Hotujte, rybáři, hotujte nevodý*, již zaznamenal v 90. letech 19. století učitel Průcha ve Lnářích. Její nápis je k dispozici v soukromé sbírce hudební folkloristky Věry Thorové (za tuto informaci děkuji Zdeňku Vejvodovi).
13. Srov. vyjádření z regionálních vlastivědných publikací z počátku 20. století: „*Počátek rybolovu sahá jistě v krajině naší do dob nejstarších. Bylat' krajina tato, zejména panství Lnáře, stlačená do úžlabiny mezi pahorkatinu, rybolovu příznivá. Ohlédneme-li se kolem, vidíme, že většina tvrzí zdejších byla odkázána na ochranu vodní. Lnáře, Tchořovice, Hvoždany, Bezděkov, Životice atd. byly samé tvrze vodní. A vody, které je jako ochranný štít oblévaly, byly jistě oživeny rybami. Rybolov tedy zde pěstován od pradávna.*“ (Siblík 1915: 79)
14. Skotský antropolog Victor Turner se ve svém zkoumání rituálů zaměřil na „okamžiky v čase a mimo čas“, kdy se účastníci mění na společenství jedinců, kteří se „společně podřizují obecné autoritě starších z hlediska rituálu“ (Turner 2004 [1969]: 97). Tyto momenty se přitom neomezují na rituály náboženské ani na tzv. tradiční společnosti, Turner naopak tvrdí, že „kolektivní rozměry communitas a struktury můžeme najít na všech stupních a úrovních kultury i společnosti“ (Turner 2004 [1969]: 111).
15. Genderové role jsou při výlovu dané, vzhledem k tomu, že ženy tvoří v produkčním rybářství jen asi 15 % zaměstnanců, většinou v administrativě (Víceletý národní strategický plán pro akvakulturu 2014: 45).
16. Ještě aktivnější však byla role ne-rybářů při výlovu v době, kdy ještě platilo, že „*po skončeném lovu zavolá se „hoří“ a tu pak lid vrhne se do bahna rybníka a hledá zapomenuté ryby*“ (Bouchal 1905: 93).
17. Na plakátech je skutečně uvedeno „hudba pana Koubka“, kapela hraje také na plesích či oslavách Mezinárodního dne žen v obcích v okolí Blatné.
18. „Kluci v akci. Výlov v Blatné.“ *Česká televize* [online] [cit. 20. 10. 2020]. Dostupné z: <<https://www.ceskatelivize.cz/porady/10084897100-kluci-v-akci/209562221900028>>.
19. Obraz zákonem chráněné vydry, která učí svá mláďata lovit přímo na rybníku v zámeckém parku v Blatné a nechává po sobě řadu

zraněných ryb, byl jedním z respondentů podáván značně emotivně. Další z rybářů v rozhovoru připomněl, že běžnou součástí českého kroje byla kožená čepice „vydrovka“. Vztah lidí a rybožravých živočichů využívajících „prostřený stůl“ intenzivní akvakultury se stále nově konstituuje. Silnější slovo v diskusi mají také ornitologové, kteří přesvědčují veřejnost o tom, že součástí českých tradic už nemá být trávení orlů mořských karbofuranem.

LITERATURA:

- Ababouch, Lahsen 2012: Fish Utilization and Trade. In: Ryder, John – Ababouch, Lahsen – Balaban, Murat O.: *Second International Congress on Seafood Technology on Sustainable, Innovative and Healthy Seafood*. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations, s. 9–31.
- Andreska, Jiří 1987: *Rybářství a jeho tradice*. Praha: Státní zemědělské nakladatelství.
- Bouchal, František V. 1905: Lov ryb na Hlubocku. *Český lid* 14, č. 1, s. 92–94.
- Boyer, Pascal 1990: *Tradition as Truth and Communication: A Cognitive Description of Traditional Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Čeněk, Miroslav – Slaba, Martin – Levá, Lenka – Schejbalová, Hana – Fencel, Petr 2011: *Encyklopedie strojů a nářadí. Lesnictví, myslivost a rybářství*. Praha: Národní zemědělské muzeum.
- Fišer, Bohuslav 1976: *Třemšínský poklad a jiné pověsti z kraje pod Třemšínem*. Praha: Středočeské nakladatelství.
- Goldblatt, Joe Jeff 1990: *Special Events. The Art and Science of Celebration*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Goody, Jack 2000: *The Power of the Written Tradition*. Washington, London: Smithsonian Institution Press.
- Hartman, Pavel – Regenda, Ján – Hamerník, Jan: Změny v produkci ryb v průběhu 20. století v ČR. In: David, Václav – Davidová, Tereza (eds.): *Rybníky 2016. Sborník příspěvků odborné konference konané 23.–24. června 2016 na České zemědělské univerzitě v Praze*. Praha: Česká společnost krajinných inženýrů, České vysoké učení technické v Praze, Univerzita Palackého v Olomouci, Výzkumný ústav vodohospodářský T. G. Masaryka, v.v.i., Česká zemědělská univerzita v Praze, s. 58–69.
- Harvey, David C. 2001: Heritage Pasts and Heritage Presents. Temporality, meaning and the scope of heritage studies. *International Journal of Heritage Studies* 7, č. 4, s. 319–338.
- Hoffmann, Gustav 1959: Rybníkářství na blatenském velkostatku v XVIII. a XIX. století. In: *Minulost Plzně a Plzeňska*. Plzeň: Krajské nakladatelství v Plzni, s. 109–130.
- Hobsbawm, Eric 1983: Introduction: Inventing Traditions. In: Hobsbawm, Eric – Ranger, Terence (eds.): *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press, s. 1–14.
- Kandert, Josef 2007: Tradice. In: Brouček, Stanislav – Jeřábek, Richard (eds.): *Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska*. 3. svazek. Praha: Mladá fronta, s. 1065.
- Keller, Jan 1996: Tradice. In: Maříková, Hana – Petrusek, Miloslav – Vodáková, Alena (eds.): *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum, s. 1326.
- Koura, Petr – Kourová, Pavlína 2010: *České Vánoce. Od vzniku republiky do sametové revoluce*. Praha: Dokořán – Máj.
- Krejčí, Denisa: 2020 „Kapří paštika si vysloužila druhé ocenění. Chutná i odborníkům z Velké Británie.“ *Pelhrimovský deník* [online] 24. 10. [cit. 14.6.2021]. Dostupné z: <<https://pelhrimovsky.denik.cz/podnikani/kapri-pastika-oceneni-farma-porici-pelhrimov-velka-britanie-2020102310.html>>
- Knapp, Gunnar 2012: Basic Economics of Value Adding for Fish Products. In: Ryder, John – Ababouch, Lahsen – Balaban, Murat O.: *Second International Congress on Seafood Technology on Sustainable, Innovative and Healthy Seafood*. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations, s. 181–187.
- Levine, Donald N. 1968: The Flexibility of Traditional Culture. *Journal of Social Issues* 24, č. 4, s. 129–141.
- Lien, Marianne Elisabeth 2015: *Becoming Salmon. Aquaculture and the Domestication of a Fish*. Oakland: University of California Press.
- Marek, Pavel – Musil, Jiří 2018: Masarykovo zymadlo Střekov – migrační bariéra i po roce 2020? *Ochrana přírody* 4, s. 10–13.
- Mareš, Lukáš a kol. 2020: *Situační a výhledová zpráva RYBY*. Praha: Ministerstvo zemědělství.
- Mašek, Josef 1985: Vývoj rybníkářství na Blatensku a Lnářsku. In: *Sborník k 750. výročí Blatné*. Blatná: MěstNV v Blatné – Městské muzeum v Blatné, s. 167–174.
- Morin, Olivier 2016: *How Traditions Live and Die*. New York: Oxford University Press.
- Ostrom, Elinor 1990: *Governing the Commons. The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Patočka, Jiří a kol. 2018: *Evaluce v kultuře. Ekonomické hodnocení kulturních událostí a festivalů*. Praha: Professional Publishing.
- Patočka, Jiří – Kouba, Vojtěch a kol. 2021: *České rybářství. Tradice, realita, budoucnost*. Praha: Powerprint.
- Pehal, Martin 2014: Rituál a tělesnost. *Ritologie* Ronald L. Grimese. *Theatralia* 17, s. 25–51.
- Petrák, Josef 1901: Štědrovečerní lidová jídla. *Český lid* 10, č. 2, s. 165–166.
- Sekera, Jiří 2000: *Rybníky na Blatensku*. Blatná: vl. nákl.
- Shanklin, Eugenia 1981: Two Meanings and Uses of Tradition. *Journal of Anthropological Research* 37, č. 1, s. 71–89.
- Shils, Edward 1981: *Tradition*. Chicago: University of Chicago Press.
- Siblík, Josef 1915: *Blatensko a Březnicko. Obraz poměrů přírodních, historických, místopisných, školských a národopisných*. Blatná: Učitelstvo obecných a měšťanských škol nákladem vlastním.
- Stehlík, Ladislav 1966: *Země zamyšlená*. 1. díl. Praha: Československý spisovatel.
- Ťará-Lungá, Mihaela-Oana 2012: Major Special Events. An Interpretative Literature Review. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society* 7, č. 4, s. 767–771.

Turner, Victor 2004 [1969]: *Průběh rituálu*. Brno: Computer Press.
Večerková, Eva – Frolcová, Věra 2010: *Evropské Vánoce v tradicích lidové kultury*. Praha: Vyšehrad.
Vostradovský, Jiří 2013: Význam a historie rybářství ve volných vodách. In: Kolektiv autorů: *Rybářství ve volných vodách*. Vodňany:

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Fakulta rybářství a ochrany vod, s. 15–32.
Výkladová příručka o akvakultuře a Natuře 2000. Udržitelné akvakulturní aktivity v kontextu soustavy Natura 2000. 2018. Lucemburk: Úřad pro publikace Evropské unie.

INTERNETOVÉ ZDROJE:

ARES - Ekonomické subjekty [online] 2020 [cit. 20. 10. 2020]. Dostupné z: <https://www.info.mfcr.cz/ares/ares_es.html.cz>.
„Časové řady ukazatelů účtů výroby a tvorby důchodů.“ *Český statistický úřad* [online] 2021 [cit. 10. 06. 2021]. Dostupné z: <<http://apl.czso.cz/pll/rocenka/rocenkavyber.socas>>.
FAO 2020: „The State of World Fisheries and Aquaculture 2020. Sustainability in Action.“ *Rome* [online] [cit. 24. 10. 2020]. Dostupné z: <<https://doi.org/10.4060/ca9229en>>.
FEAP 2020: „European Aquaculture Production Report 2014-2019.“ *Federation of European Aquaculture Producers* [online] [cit. 1. 11. 2020]. Dostupné z: <<http://feap.info/index.php/data>>.

„Kluci v akci. Výlov v Blatné.“ *Česká televize* [online] [cit. 20. 10. 2020]. Dostupné z: <<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10084897100-kluci-v-akci/209562221900028>>.
„Stopování losa evropského na Třeboňsku.“ 2014. *Agentura ochrany přírody a krajiny České republiky* [online] 21. 2. [cit. 20. 6. 2021]. Dostupné z: <<https://trebonsko.ochranaprirody.cz/pro-navstevniky/aktuality/stopovani-losa/>>.
„Víceletý národní strategický plán pro akvakulturu. Pro léta 2021 až 2030.“ *Informační systém SEA* [online] [cit. 10. 6. 2021]. Dostupné z: <https://portal.cenia.cz/eiasea/detail/SEA_MZP269K>.

Summary

Socio-Economic Aspects of Changes in Czech Fishing Traditions in Regional Contexts

The article focuses on the current changes in the traditions of the Czech aquaculture and the possibilities of using fishing traditions in regional development. It is based on field research in smaller fishing areas of Bohemia (surroundings of Blatná, Chlumec nad Cidlinou, and Přelouč). While in Blatná and its surroundings the tradition of autumn public fish harvest is still alive, and even, as a complement to it, the community-oriented June Fishing Festival was established, fishermen in eastern Bohemia consider public harvests to be dangerous (busy roads run on the dams of the ponds) and loss-making. While the economic importance of the Czech aquaculture is declining, its non-productive functions are becoming increasingly important, both for the landscape and water retention in it, as well as for the regional identity and development of tourism associated with the growing popularity of recreational fishing. While present-day Czech fish producers focus primarily on maximizing their production, a differentiation of approaches to the industry can be expected in the future, including the emergence of new products using elements of fishing traditions in their marketing. We can therefore divide fishing traditions into the following categories: production, environment, leisure, and regional aspects.

Key words: Changes of traditions; aquaculture; regional development; Blatná; Chlumec nad Cidlinou, Czech fish production.

PENÍZE MILUJÍ TICHU: TRANSFORMACE PŘEDSTAV O PENĚZÍCH V UKRAJINSKÉM VELKOMĚSTĚ V POSTSOVĚTSKÉ ÉŘE

Tet'ana Tkhorzhevskaja (Oděská národní univerzita Mečnikova)

Julija Bohuslavskaja (Oděská národní polytechnická univerzita)

Teoretický rámec výzkumu

1. Morální řád. V klasických pracích z ekonomické antropologie je morální řád převážně chápán jako znak předkapitalistických nebo nekapitalistických společností, v nichž motivací práce nejsou materiální věci, nýbrž prestiž, veřejná úcta, osobní reputace (Malinowski 2004: 78; Polanyi 2007). Současní antropologové rovněž zmiňují „morální řád“ pro pochopení životních praktik jihoafrických (Hickel 2014) a latinskoamerických (Millar 2014; Muir 2015) společností. Pro nás je důležité, že definice „morální řád“ je používána rovněž pro označení socialistického způsobu života. Chris Hann ve své charakteristice morálního řádu socialismu říká, že „veškeré vztahy – pohlavní, etnické, sousedské, byly předem definovány nehledě na odlišné chápání těchto vztahů a socialismu“ (Hann 2011: 17). Nicméně tato charakteristika je dobře aplikovatelná na představu o tradiční společnosti. Badatelka Anna Malewska-Szalyginová zabývající se výzkumem postsocialistických transformací v Polsku tvrdí, že „doba socialismu pouze posílila tradiční způsob myšlení“ (Malewska-Szalygin 2010: 228). Zároveň je každá společnost morálním řádem (Hann 2011: 19) v tom smyslu, že má pevné ustálené zavedené praktiky jak chování, tak i vnímání okolního světa.

2. Morální ekonomika vs. trh práce a kapitálu? Karl Polanyi se domníval, že tržní kapitalismus během velké transformace silně zasáhl do morálního řádu, protože nutnost práce začala být definována buď strachem z hladu, nebo touhou po vítězství (Polanyi 2007). Polanyiho následovníci, opírající se o jeho názory, studovali, jak se peníze, jež zosobňují tržní kapitalismus, střetávají s tradiční kulturou a ničí její morální řád (Bohannon 1959; Taussig 2010). Existuje i jiný názor: peníze existují v mezích kulturní matrice, tudíž nejsou schopny ji zničit (Hirschmann 1985; Parry – Bloch 1989). Jak upozornil Daniel Miller, není na místě popírat „pravost regionální spotřebitelské kultury“ a trvat výhradně na násilném zavádění kapitalismu (Miller 2001: 239).

3. Představa o penězích jako odrazu změny „morálního řádu“. Michael T. Taussig tvrdil, že během bolestného střetu tradiční uzavřené kultury (společnosti) s trhem práce a kapitálu „duše společnosti prochází přechodem od předkapitalistického řádu ke kapitalistickému. A při tomto přechodu musí způsob vidění světa zaznamenat změny. Nová forma se snaží vycházet z předcházející, jelikož vládnoucí třídy se snaží zavádět nové principy, dělat z nich tradici“ (Taussig 2010). Z tohoto důvodu se „již existující kosmogonie dělníků stává přední linií odporu“ vůči zavádění tržní ekonomiky, protože nová realita si žádá pochopení v hranicích již existujícího obrazu světa (tamtéž).

Předkládaná analýza konkrétních mechanismů rozvratu tradiční společnosti / morálního řádu odkazuje k Marcelém Maussem popsaným principům „návrat k majiteli“ a „stejně přitahuje“, jež jsou charakteristické pro ekonomiku daru (Mauss 1996). Ty jsou základem mnoha antropology popsaných magických praktik spojených s penězi: „pokřtěné peso“ se může vždy vrátit ke svému majiteli a přinést s sebou další peníze (Taussig 2010). Na peníze lze nahlížet jako na něco špinavého, co vyžaduje rituální úkon, aby se stalo čistým (Carsten 1989: 127–129), nebo jako na výsledek čarodějných praktik (Hickel 2014). Podobné představy mohou být úspěšně využívány obchodní sférou a vládami k obohacení (Anderson 2019). Antropologická bádání z oblasti jak klasické, tak i moderní ekonomické antropologie svědčí o tom, že během změny morálního řádu se aktualizuje mnoho magických praktik, včetně těch, které se týkají peněz (Tkhorzhevskaja – Bohuslavskaja 2020).

4. Na základě uvedeného se cílem našeho bádání stala představa o penězích jako odrazu postsocialistické transformace. Antropologické výzkumy sovětského socialismu zdůrazňují přinejmenším v prostředí inteligence značně výsměšný postoj k penězům. Podle Jurčakova tvrzení to bylo možné díky tomu, „že se ve vládní rétorice stále opakovaly body o významu vysoké kultury, kolektivismu a nemateriálních hodnotách“ (Yurchak 2014: 27).

Antropologický výzkum v postsocialistických státech hovoří o ničení „morálního řádu“ (Hann 2011), což souvisí s rozvrtem kolektivů (Humphrey 2010).

Pokusíme se tedy právě skrze prizma představ o penězích nahlédnout na to, jak morální řád socialismu, nebo jinak řečeno světonázor průměrného sovětského občana „reaguje“ na zavedení tržní ekonomiky.

Existuje určité množství výzkumů o vnímání peněz postsocialistickým člověkem (Arkhipova – Frukhtmann 2013; Petrov – Moroz 2013; Belova 2013; Khristoforova 2010; Pryharyn 2011), které přinášejí doklady o značném množství magických praktik souvisejících s penězi a touze po zisku. Tyto bezesporu kvalitní výzkumy nicméně prezentují pouze statické postsovětské představy zachycující stávající situaci. My nabízíme analýzu transformace představ o penězích, jež panovaly/panují ve společnosti od dob socialismu do dnešních dní na základě originální metodiky. Naším cílem je zjistit, zda je možné říci, že „existující kosmogonie se stává přední linií odporu“ proti zavádění trhu v případě postsocialistického města. Konkretizací tohoto cíle chceme pochopit, zda jsou peníze ekvivalentem vynaloženého úsilí, nebo darem vyšší moci, kde množství vynaložené práce nemá žádný význam. Mění se podobné představy, nebo zůstávají neměnné? A pokud se mění, jakým způsobem tyto změny probíhají?

Výzkumné pole

Naším výzkumným polem je Oděsa, jedno z velkoměst postsovětské Ukrajiny, jež obvykle prezentuje samo sebe jako přímořské, obchodní a multikulturní město. Lokální narativ zmiňuje založení města na konci 18. století, první městské předáky, dobu volného obchodu, významnou úlohu města v Ruském impériu a mecenášů 19. století, stejně jako romantické historky o zlodějích z počátku 20. století. Daná sebeprezentace a místní mytologie měly vliv i na antropology, kteří Oděsu zkoumali (Humphrey 2010; Richardson 2008; Boldetskaya – Leonhardt 1995). Sovětské období zůstává lokální mytologií a zčásti i vědeckým zkoumáním nepovšimnuto. Naším výchozím bodem by tedy mělo být právě ono sovětské období.

Metoda

Základní metodou bylo skryté pozorování v místech, kde každodenně probíhá oběh peněžní hotovosti, tedy v malých obchůdkách, kadeřnictvích, na tržištích, v měst-

ské hromadné dopravě. Zdůrazňujeme, že tento výběr byl učiněn vědomě, neboť velké obchodní sítě, i když pracují s hotovostí, upřednostňují elektronické platby. V rámci skrytého pozorování jsme se snažili především objevit talismany určené pro přitahování peněz používané otevřeně a vědomě. Přítomnost těchto talismanů byla zaznamenávána fotograficky. Je však nutné přiznat, že ve většině případů nebylo focení možné kvůli odporu majitelů (byli podezřívaví vůči fotoaparátům, obávali se jak konkurence, tak daňových úředníků či skandálu v tisku). Vedli jsme rovněž rozhovory (16) s těmi pracovníky uvedených sfér, kteří s nimi souhlasili. Výzkum rituálních praktik mezi prodejci zboží a služeb formou rozhovorů byl doplňující metodou. Rozhovory nebyly formalizovány a byly plně podřízeny reakci zpovídané osoby. Rozhovory osvětlovaly a částečně dokreslovaly materiály skrytého pozorování. Byly důležitým způsobem pro zjišťování stavu dnešních iracionálních názorů.

Dalším krokem bylo provedení dotazníkového šetření pomocí jak tištěných, tak elektronických dotazníků, jež bylo zaměřeno na zjištění vztahu běžného spotřebitele k penězům. Využili jsme jak uzavřené krátké otázky, tak i otázky otevřené, jež umožňovaly úplněji odhalit představy dotazovaných. Počet otázek dotazníku byl vědomě omezen s cílem udržení pozornosti respondenta až do úplného konce dotazování a zvýšení úrovně vědomé upřímnosti odpovědí, neboť nadměrné množství otázek vyvolává u běžného respondenta únavu a nechť dále se účastnit výzkumu. Celkem bylo získáno 692 odpovědí.

Otázky v dotazníku se soustřeďovaly na ty praktiky, jež člověk uplatňuje s cílem získání peněz. Zprv jsme zjišťovali existenci talismanu pro přitahování peněz a subjektivní hodnocení jeho účinnosti. Zadruhé jsme se zajímali, jaké způsoby získání peněz jsou respondentovi známy, přičemž jsme záměrně nespecifikovali, co je podstatou těchto metod (zda jsou racionální, či nikoli). V závěru dotazníku jsme požádali o uvedení několika ustálených jazykových asociací o penězích, neboť z pozice psycholingvistiky lze zjistit ty podvědomé postoje, jež se téměř nikdy neprojevují v přímých odpovědích, avšak zásadním způsobem ovlivňují strategie chování.

Následná analýza získaných dat se opírá o teorii Jeana Piageta, podle níž stereotypy sociálního podvědomí vznikají v čase dospívání (in the teenage years) v procesu socialisace a zůstávají stabilní po celý život (Piaget 1970: 210, 177). I když se později v životě ste-

reotypy chování mohou měnit, základní přesvědčení zůstávají. Člověk např. nedokáže vysvětlit, proč jedná tak či jinak, ale v jeho běžném slovníku, zejména v příslovích a rčeních, lze spatřit hluboké příčiny jednání založené na sociálních podvědomých stereotypyech.

Výsledky dotazníkového šetření jsme následně rozdělili do pěti věkových skupin: 14–17 let, 18–25 let, 26–45 let, 45–65 let a více než 65 let. Toto rozdělení souvisí na jedné straně s pomyslnou hranicí mezi žákovskou a studentskou mládeží, aktivním pracující populací a důchodci. Na druhé straně jsme chtěli věnovat pozornost různým vnějším podmínkám formování sociálně podvědomým stereotypům. Nejstarší skupinu (65+) tvoří lidé, kteří stihli uvedené stereotypy – představy a hodnotové orientace – v dospívání v sovětských dobách nejen zformovat, ale i upevnit je prací v rámci socialistického systému. Představitelé věkové skupiny 45–65 let ne vždy stihli pracovat ještě v dobách plánovaného hospodářství, ale jejich základní společenské podvědomé stereotypy se nepochybně formovaly v socialismu. Lidé z věkové skupiny 26–45 let jsou generací, jejíž aktivní život probíhal ve zcela odlišné realitě, v době prudkých a bolestných ekonomických a ideologických proměn. A konečně nejmladší skupiny respondentů jsou generace plně vyrostlé v prostředí tržní ekonomiky (i když nelze zcela vyloučit vlivy předchozí ideologie na jejich formování). Jsou rozděleny podle obvyklého věku ukončení školní docházky, neboť vysokoškoláci a studenti jsou obecně samostatnější ve všech oblastech, včetně finanční, a to do značné míry ovlivňuje jejich pohled na peníze – což je předmětem naší pozornosti.

Vzhledem k tomu, že základní stereotypy a názory – společenské podvědomí – se formují v období dospívání, dává nám tato metoda podle našeho názoru možnost sledovat proměnlivost/stálost představy o penězích ve městě Oděsa od sovětských dob až do současnosti.

Profesní názor

Většina lidí dostává peníze za svou práci v předem určené dny, jednou nebo dvakrát měsíčně. Avšak pracovníci v odvětví obchodu a služeb se s penězi bezprostředně setkávají při své práci každý den. Peníze jsou pro ně stálým a okamžitým výsledkem práce. Nabízí se tak otázka, zda se liší pohled na peníze jako na obecnou kategorii v očích obchodníka a zákazníka. Pracovníky obchodu a služeb jsme proto rozlišili jako samostatnou skupinu re-

spondentů. Dotazování prodejců na trzích a v obchodech probíhalo formou rozhovoru. Otázky se týkaly přítomnosti či existence talismanů pro přilákání peněz na pracovišti, jejich formy a účinnosti, dalších známých rituálních praktik pro přilákání peněz nebo „překažení obchodu“.

Téměř všichni, hovoří-li přímo o sobě a svém chování, tvrdí, že nevěří v magické úkony a věštby. Otevřeně se přiznávají k pověřivosti je nepříjemné a všeobecně odmítané. Daleko prestižnější je obracet se k vesmíru, astrální energii a psychologii. Za tím účelem jsou praktikovány meditace a modlitby. Oslovení vesmíru musí být pozitivně formulováno, nemá obsahovat částici „ne“. Pozitivní energetika, víra a vlastní přesvědčení jsou hlavní atributy, jež mají přinést úspěch a peníze. *„Pokud člověk v něco věří, tak se to splní, a pokud ne – tak se to nesplní.“* Nejdůležitější je *„naladit se duchovně na správnou vlnu“*.

Sedmačtyřicetiletý dotazovaný majitel servisu nabízí rádoby vědeckou formulaci psychologického naladění na peníze: *„Jelikož je již prokázáno, že myšlenky vyzařují na stabilní vlnové délce, jsme jako magnety, které přitahují myšlenky podle otáčivých polí. Proto přitahujeme věci, na které myslíme. Takže kdybychom mysleli na špatnou věc – náš život jako celek by byl špatný.“*

Devětačtyřicetiletá Maryna pracuje v obchodě déle než čtvrtstoletí. Říká, že k získání peněz je třeba „jen pracovat a věřit ve svou práci a v sebe sama“. S jistotou vysvětluje, že kvalita práce a zisk závisí na náladě a vnitřním přesvědčení. Nikdo ji nemůže „uřknout“ a zkažit jí obchod, pokud ona sama v takovou možnost nevěří. Je to velice logická a realisticky zaměřená žena. Přitom na žádost, aby ukázala svůj talisman, vytahuje zpod pultu minci o hodnotě jedné hřivny. A nevidí žádné rozpory mezi svými slovy a činy.

Trhovkyně s ovocem a zeleninou (z věkové skupiny 25–45 let) si vždy vybere nejkrásnější kus ovoce z krabice a celý den ho schovává pod pultem. Říká, že to rozhýbává prodej. Jak přesně na nakupující působí jablko nebo pomeranč, které její zákazníci ani nevidí, nedokáže vysvětlit. Odkud se u ní vzal tento zvyk, si nepamatuje, ale každý den svůj minirituál dodržuje. Zde fakticky vidíme vytvoření vlastního, individuálního obřadu, jenž bude účinný, dokud v něj jeho činitel bude věřit.

V čajovně jsme viděli docela oblíbený talisman – kovovou žábu držící v tlamičce kovový rubl. Majitelka zatím účinek talismanu nepozorovala, ale stále na něj spoléhá.

Specifické prodejní talismany, které se nevyskytují v žádné jiné skupině, se obvykle uchovávají v nádobách na peníze. Jako by „pobízely“ zákazníky k odevzdávání peněz. Takovým talismanem může být tradiční věc, například červený ubrousek se zlatým hieroglyfem, jehož význam majitelka nezná, avšak přesto věří v jeho schopnost zvyšovat příjem peněz (obr. 1). Může jím být i falešná dolarová bankovka, jež je fakticky prvoplánovou symbolizací reálné věci (obr. 2).

Výběr talismanů je velmi eklektický a plný spojování nespojitelného. Lze v něm nalézt pozůstatky místních tradic, náboženské motivy, výpůjčky z jiných kultur i vlivy masové kultury. Prodejce brlí s určitostí prohlašuje, že má „všechny talismany dle feng shui: rudé panely, různé podkovy“. Podkova evidentně není symbolem čínského původu, avšak módní slovo „feng shui“ jako by dodávalo obyčejnému „místnímu“ magickému předmětu větší váhu. „Pro štěstí“ někdo nashromáždil celou sbírku, kde na jedné polici leží pravoslavná křesťanská ikona, zlatý suvenýrový dolar, památní hračka syna a čínská figurka žáby sedící na mincích (obr. 3).

Křesťanské symboly, zejména ikony, bylo možné spatřit téměř v každém krámku, ať už šlo o obuv, kabelky, nebo ryby (obr. 4 a 5). Dlouhé rituální úkony jsou v porovnání s talismany méně oblíbené. Anebo se respondenti nechtěli přiznat, že se k nim uchylují. „Ráno před prací lze pokřížovat zboží. Já to nedělám, ale jiní to dělají.“ (Prodavač, cca 30 let) Křížování zboží jako ritu-



Obr. 1. Dečka s vyšitým symbolem v misce na peníze (poznámka na vloženém papírku zní „Za peníze“).

ální obřad zaznamenali i jiní badatelé. „Existují prodejci, kteří ráno přijdou do práce dříve než ostatní, sami se pokřížují, křížují i své zboží a díky tomu, jak tvrdí, jde obchod dobře. Ale aby se všechno dařilo, je potřeba v to věřit.“ (Pryharyn 2011: 68)

Poměrně často jsme se setkávali s názorem, že energie může mít na peníze lepší vliv. Proto prvním kupujícím musí být muž, pak je úspěch zajištěn. První ženu je dokonce možné odmítnout a neprodat jí požadované zboží, aby si prodejce neodehnal štěstěnu.



Obr. 2. Falešný dolar na místě placení jízdného v trolejbusu



Obr. 3. Sběrka talismanů řidiče autobusu. Všechna foto autorky

Celá řada rituálních úkonů je pak zaměřena na udržení peněz. Nelze nic půjčovat jiným obchodníkům „před prvním počínem“, tj. před prvním prodejem: ani peníze, ani sáček, ani váhu, protože s nimi odejde i štěstí v obchodě. První ranní výdělek se ve stejný den nesmí použít, tyto peníze mají ležet a přitahovat další peníze. Při úklidu stánku/obchodu je potřeba zametat a mýt podlahu směrem ode dveří směrem dovnitř. Všechny tyto úkony směřují ke stejnému cíli: nenechat peníze „uplavat“, zadržet je v daném místě.



Obr. 4. Křesťanská ikona umístěná mezi zbožím na trhu



Obr. 5. Křesťanské ikony umístěné mezi prodávaným zbožím pro štěstí a zlepši obchodu.

Pro prodejce, který stále pracuje s fyzickými penězi, nejsou peníze pouhými „papírky“ a „mincemi“. Peníze mají v představách prodejce vlastní energii, na niž je potřeba se naladit tak, aby to odpovídalo požadavkům peněz. Je evidentní, že pro tyto lidi jsou peníze samostatnou realitou, ani špatnou, ani dobrou silou, ale ve vztahu k člověku neutrální – jde o sílu, jež má vlastní vlastnosti a atributy. S touto silou je nutné najít společnou řeč, podřídit se jejím požadavkům. Těmi nejsou ekonomické zákony nebo požadavky trhu, ale „vnitřní podstata peněz“. Nejdůležitější je věřit. Jakýkoli čin má být podepřen přesvědčením a vírou, pak bude všechno fungovat. Subjektivita podobného přístupu je očividná. Vnitřní přesvědčení, naladění na určitý výsledek, jsou pro úspěch podniku důležité do stejné míry jako profesionalita a racionalita jednání. Peníze stále ještě zůstávají cílem, žádanou věcí. Současně jsou však vnímány nikoli jako objekt, nýbrž jako subjekt vztahů, s pevnými antropomorfními rysy (pocity, záliby) a vlastní vůlí. Alexandra Arkhipova uvádí, že „formování této nové tradice probíhá za aktivní interakce folklorních projevů a komerčního využití jejich představ v pseudofolkloru“ (Arkhipova 2013: 183).

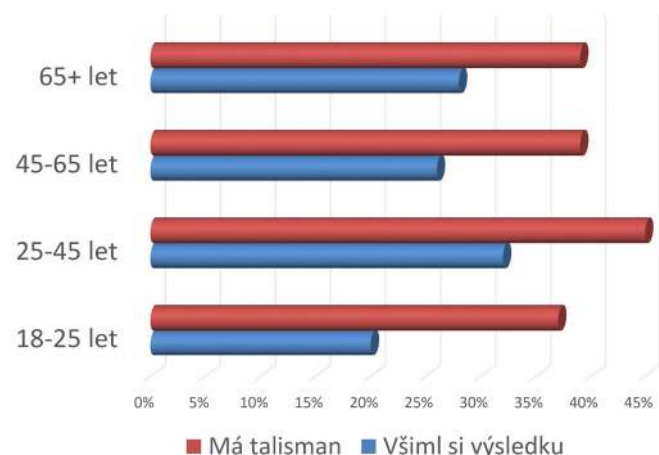
Talisman

Analýzu informací získaných dotazníkovým šetřením probereme v následujícím textu podle jejich pořadí. První blok otázek směřoval k peněžnímu talismanu jako nejjednodušší magické praktice. Talisman je v tomto případě magický předmět, tj. věc, jež přináší štěstí, úspěch, zdraví a další pro člověka důležité nehmotné věci. Talisman může současně přinést i něco zcela hmotného, například peníze. Sergej Tokarev ve své typologii magie řadí nošení talismanů ke kontaktní magii, kdy se magická síla přenáší přímým kontaktem se zdrojem této síly (Tokarev 1990). Použití talismanu je velice snadné. Nevyžaduje od člověka dodržování speciálních rituálů či provádění jiných složitých úkonů. Je to „magie pro líné“. Stačí mít u sebe nebo doma schovanou nějakou konkrétní věc a výsledek je zaručen, je jen potřeba věřit (alespoň trochu) v mystiku a doufat. Je to snadné, takže – proč ne?

Jak vyplynulo z dotazníkového šetření, právě talisman je nejoblíbenějším „magickým prostředkem“ pro zvýšení prosperity. Více než třetina současné ukrajinské společnosti považuje vlastnění talismanu za užitečné.

Rozdělení výsledků podle věkových skupin demonstruje obr. 6. Změny související s věkem existují, nejsou však tak zásadní, jak se očekávalo. Talisman, jenž přitahuje peníze, vlastní 39 % lidí starších 65 let a 39 % lidí ve věku 45–65 let. Ve skupině 25–45 se jejich počet zvyšuje na 45 %. Ve skupině studentů (18–25 let) má talisman pro „přitáhnutí“ peněz 37 % zkoumaných osob. Z dotazovaných školáků neměl peněžní talisman nikdo. Respondenti všech věkových kategorií často projevovali skepsi ke svému vlastnímu chování, poněkud rozpačitě se usmívali a tvářili se, že talisman neberou vážně. Přesto si jej ale ponechávají a nehodlají se ho vzdát.

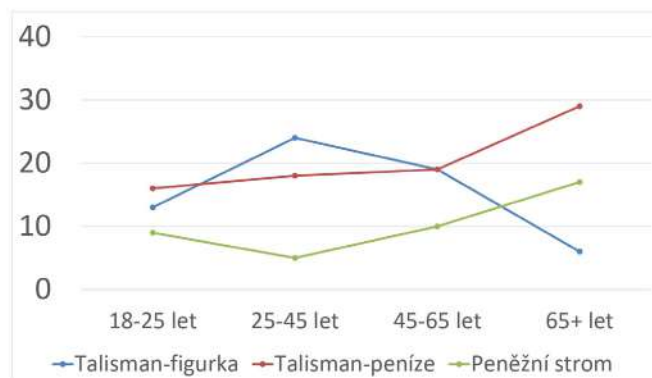
Výsledek účinku „magické věci“ neregistrují zdaleka všichni, kdo takovou věc vlastní. Skutečně přesvědčeno o užitečnosti talismanu je 28 % lidí starších 65 let (to je 71 % z těch, kteří skutečně mají talisman), 26 % lidí ve věku 45–65 let (67 % z těch, kteří vlastní talisman) a 32 % lidí ve věkové skupině 25–45 let (opět 71 % z celkového počtu těch, kdo vlastní talisman). Mládež je naladěna ještě skeptičtěji, pouze 20 % respondentů ve věku 18–25 let tvrdilo, že talisman je užitečný (54% vlastníků talismanu). Výsledek dosažený pomocí magického předmětu respondenti popisovali jako zisk hmotný (reálné navýšení množství peněz: nečekaná odměna, nález, zvýšení výplaty apod.) i nehmotný (růst sebevědomí, zvýšení úspěchu vedoucí ke zlepšení finanční situace).



Obr. 6. Účinnost talismanů přitahujících peníze (%)

Ti, kteří nezaznamenali účinek talismanu (třetina až polovina respondentů v závislosti na věku), uváděli různé důvody, proč si tento předmět i nadále ponechávají. K nejčastějším variantám patřily odpovědi jako „pro každý případ“, „radši ho mít“, „lidé říkají, že bys ho měl mít“. Tento typ lidí se řídí stereotypy chování a dělá to, co ostatní, aniž by o důvodu svého jednání nějak zvlášť přemýšlel. Druhým důvodem pro ponechání si „nefungujícího“ talismanu je naděje na budoucí efekt. Kromě uvedeného představuje pro některé respondenty talisman památku, hmotnou připomínkou nějaké pozitivní události, při níž byl získán. Pro jiné je talisman jednoduše lákáva, estetická věc, přičemž její magické funkce mají spíše druhořadý význam. Avšak na tuto možnost se rozhodně nezapomíná, což nás vrací k předchozím variantám vysvětlení – „co když najednou zafunguje“.

Výběr věcí, jež mají přitahovat peníze, je poměrně různorodý (obr. 7). V první řadě jsou to samotné peníze, jež mají fungovat na principu imitativní magie, tedy „svůj k svému“. Jako talisman slouží nejrozličnější peněžní jednotky: velká bankovka, měna jakékoli hodnoty, cizí či jubilejní nebo neobvyklá mince, mince s červenou šňůrkou v čínském stylu apod. Zde je nutno uvést, že v představách lidí je právě červená barva obdařena magickou silou ve vztahu k penězům. Je opakovaně zmiňována v souvislosti s různými předměty sloužícími jako talisman, zejména pak k peněženkám. Žádná jiná barva ne-



Obr. 7. Obliba různých typů talismanů (%)

byla vůbec zmiňována. Talisman v podobě peněz je ve všech věkových skupinách v porovnání s jinými předměty nejoblíbenější: uvedlo jej 29 % respondentů starších 65 let, 19 % ve věkové skupině 45–65 let, 18 % ve věku 25–45 let a 16 % ve skupině 18–25 let. Tuto tzv. šťastnou bankovku/minci je doporučováno nosit stále s sebou v kapse nebo peněženke. Peněženka by měla být červená. Několik respondentů zdůraznilo, že „správná“ peněženka je absolutně nezbytná, v žádném případě nelze peníze nosit v kapse, protože to je uráží. Podrobnosti se různí, avšak podstata zůstává: talisman ve formě peněz má fungovat jako magnet či lákadlo a „přitahovat“ další peníze tím, že označují místo, jež je pro peníze vábívé. Pokud se totiž u určitého člověka peníze v podobě talismanu nacházejí, pak i ostatním penězům bude u tohoto člověka dobře, a proto se tam také objeví. Při tomto druhu výkladu je penězům přisuzována vlastní nezávislá vůle, dokonce téměř vědomí. Mohou si vybrat, ke komu jít, kdo se o ně bude starat, kdo si je zaslouží.

O něco méně oblíbené než skutečné peníze jsou interiérové peněžní talismany, které zato vynikají větší variabilitou. Používat takové talismany je ještě jednodušší, neboť není nutné je nosit neustále při sobě a riskovat jejich ztrátu. Stačí postavit je někde v obydlí a peníze začnou „přicházet“. Poměrně častý je tzv. peněžní strom. Tento název spojuje jak tlustici (pokojovou rostlinu s tlustými listy, jež připomínají mince), tak uměle vytvořený stromek se skutečnými penězi či jejich napo-

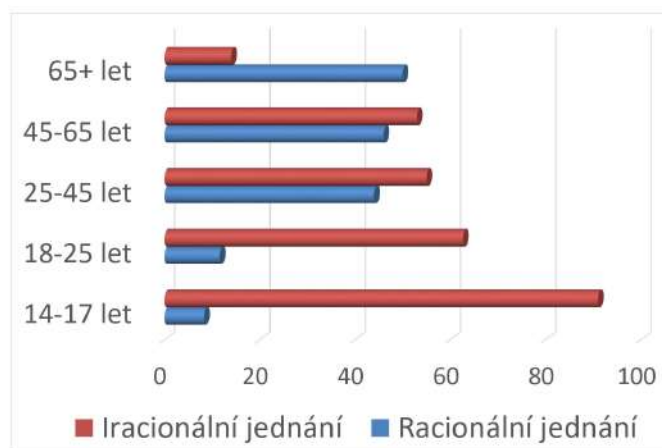
dobeninami namísto listů. Tento druh talismanu je nejoblíbenější u lidí nejstarší věkové skupiny, uvedlo jej 17 % respondentů starších 65 let.

Symbolické talismany v podobě figurek používá 6 % lidí starších 65 let, 19 % lidí ve věku 45–65 let, 24 % lidí ve věku 25–45 let a pouze 13 % mladých ve věku 18–25 let. Je zřejmé, že ve středních věkových skupinách jsou nejoblíbenější. Může se jednat o figurky různých zvířat – koček, slonů, myší, nejčastěji však byla uváděna žába, která sedí na penězích, nebo drží minci v ústech. Nepochybně tu lze sledovat vliv módní východní kultury a feng shui. Přitom funkce žáby s mincí se v ukrajinské kultuře transformovala, ztratila svůj počáteční význam symbolu úspěchu a stala se zosobněním právě peněžní magie. Mezi jinými věcmi, jež mohou sloužit jako talisman, je uváděna peněženka, podkova, stříbrná lžička aj. Poměrně zajímavý je unikátní případ talismanu v podobě figurky Indiána – dotyčná osoba si vytvořila svůj vlastní „magický“ předmět silou svého přesvědčení, objevila svou vlastní inovativní cestu. V tradiční symbolice tato figurka žádný peněžní význam nemá, avšak její majitelka jí ve své fantazii tuto funkci přirčila a nyní věří, že jí tento talisman ve finančních záležitostech skutečně pomáhá.

Jak přilákat peníze

Po otázkách věnovaných přítomnosti či absenci talismanu jsme v dotazníku vědomě zařadili otázku „Jaké znáte úkony pro přivolání peněz?“. Otázka obsahuje podnět (návnadu), jenž umožňuje zjistit zakořeněnost iracionálních představ. Vycházeli jsme z toho, že dotazovaná osoba může buď přijmout námi nabízený rituální kontext, nebo z něj vyjít a odpovědět v racionálních kategoriích (obr. 8).

Podle našich zjištění chápou způsoby získávání peněz nejiracionálněji zástupci generace 65+. Na výše uvedenou otázku převážná z nich odpověděla v racionálních kategoriích: „pracovat“, „spořit“, „nechat si nalezenou věc“ („Když to tu leží, strč to do kapsy“). Celkově se 50 % zástupců této věkové skupiny obrací k racionalitě. Zároveň však část respondentů přistoupila na naši „návnadu“ a odpovídala v zadaném rituálním kontextu: abys přivolal peníze, musíš „rozložit mince v rozích místností (pod podlahovou lištu)“, „mít červenou peněženku“ (14, %).



Obr. 8. Racionální/iracionální metody, jak k sobě přitáhnout peníze (%)

Věková skupina 45–65 let rovněž uvedla práci jako způsob získání peněz, navrhovány byly také vypůjčování si peněz a braní si úvěrů. Pouze 46 % těchto respondentů odpovědělo na otázku v racionálních kategoriích. Zároveň s tím 20 % navrhovalo „*ukázat peníze Měsíci v novu*“ a další rituální praktiky, mezi nimiž jsou „*pohladit břicho netsuke*“ [malé japonské figurky-talismany], „*zakroužit penězi nad zbožím*“, „*utratit poslední peníze před výplatou za alkohol*“, ale také zapalovat svíčky, modlit se, pronášet zařikadla, afirmace, vysílat myšlenky k vesmíru, mít talisman v podobě peněz. Obecně ty či jiné iracionální praktiky používá 53 % zástupců dané věkové skupiny. Jsou mezi nimi jak skutečné rituály (obsahující určitý úkon), tak používání různých slovních formulí z různých světonázorových systémů k přivábění peněz, ale i prostě jen potřeba mít při sobě talisman.

Jeden z respondentů této věkové skupiny uvedl, že pokud chceme přivolat peníze, „*nelze pokládat klíč na stůl*“, tj. zákaz určité činnosti. Rituální praktiky vlastně vždy obsahují jak pozitivní (co je nutno udělat), tak i negativní (co nelze dělat) části. Zákazy mohou existovat jako invariant rituálu.

Ve skupině 25–45 pouze 36 % respondentů na otázku týkající se způsobů získávání peněz odpovědělo „*pracovat*“, nevelká část pak „*půjčovat si*“ či „*spořit*“ – dohromady 44 %. Množství iracionálních praktik se v této věkové skupině zvyšuje. Patří k nim jednak množství rituálních úkonů (ukázat peníze Měsíci v novu, rozložit peníze v rozích domu, třít svědící levou ruku o kapsu, věšet na lustr trenýrky červené barvy) či používání rituálních předmětů (v peněžence nošené talismany v podobě dolaru, bobkového listu, kořene petržele nebo hadí kůže). Kromě toho se stejně jako v předešlé skupině vyskytují nové praktiky související s navýšením peněžního zisku pomocí elementů různých (etnický, konfesní, civilizačně) světonázorových systémů. Zde lze uvést takové odpovědi jako „*utrácet peníze s radostí*“, „*dávat je na dobročinnost*“, „*pronášet mantry*“, „*požádat vesmír*“.

Mezi „*zákazovými*“ praktikami byly v této věkové skupině zmíněny záležitosti jako zákaz hvízdání, vynášení odpadků v noci, nošení prázdné peněženky. Množství iracionálních praktik v této skupině činilo celkem 55 %.

Věková skupina 18–25 let přinesla pouze 11,6 % odpovědí souvisejících s racionálním chápáním zisku (pracovat, šetřit). Stejně jako u předchozí skupiny byly iracionální praktiky zastoupeny především rituálními úkony,

mezi nimiž je nejrozšířenější „*ukazování peněz Měsíci v novu*“. Dále byly zaznamenány praktiky jako ukazování peněz vlaku přejiždějícímu most; hlazení mince papírovými bankovkami; ukládání peněz pod kobereček, házení peněz do kašny; ukládání peněz do peněženky v určitém pořadí, jež „*přitahuje*“ peníze. Celkem tyto úkony navrhovalo 24,4 % respondentů. Slovní praktiky (modlitba, zaklínání, afirmace, žádost vesmíru) uvedlo 6,9 % dotazovaných. Používání určitého rituálně zatíženého předmětu, talismanu (například dolar v peněžence, určitý kamínek), bylo častější. V této skupině se mezi věcnými (předmětovými) rituálními elementy objevuje peněžní strom, produkt současné masové kultury. Celkem 18,6 % respondentů v této věkové skupině považuje za nezbytné mít rituální předmět s funkcí přitahovat peníze.

V této věkové skupině bylo zmíněno nejvíce „*zákazových*“ praktik. Za zakázané se považuje hvízdání, půjčování peněz v noci, utrácení výplaty v den, kdy jsme ji dostali, pokládání klíčů na stůl, mytí rukou po přepočítání velké peněžní částky (materiál byl shromažďován před vyhlášením pandemie), kladení peněženky (nebo tašky, v níž leží peněženka) na zem, držení peněz v kapse a zabíjení pavouků (12,7 %). Pokud sečteme veškeré iracionální představy a praktiky vyskytující se ve věkové skupině 18–25 let, dostaneme se k číslu 62,7 % (oproti 11,6 %, jež spojují zisk peněz s prací nebo spořením).

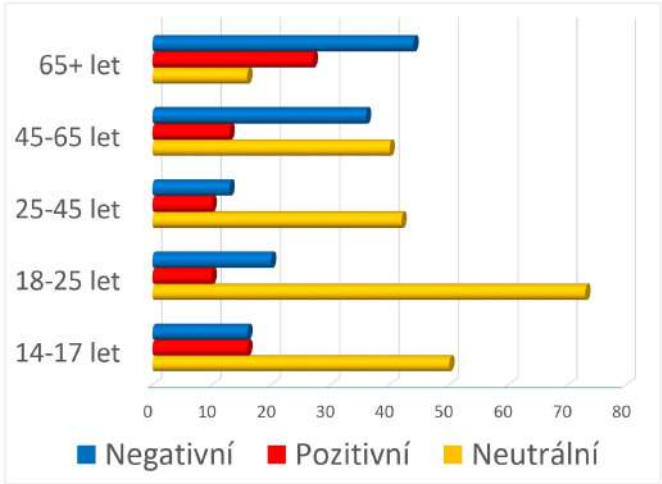
Nakonec je namístě vzpomenout nejmladší skupinu účastníků, tedy respondenty ve věku 14–17 let. Jde nejčastěji o žáky základních nebo středních škol, kteří vzhledem k nízkému věku ještě nezačali samostatně vydělávat. Proto se v této skupině racionální vysvětlení téměř nevyskytují, s výjimkou malé skupiny (8,3 %), jež uvedla, že peníze lze získat tím způsobem, že požádají své rodiče. Místo toho teenageři uváděli v souvislosti s „*přítahováním*“ peněz takové praktiky jako tření podstavce či břicha netsuke, vložení mince do varenky [ukrajinská verze pirohů], vložení peněz do kapsy na Nový rok. Pomoci podle nejmladší skupiny respondentů může také modlitba, mantra, talisman a peněžní strom. Je zajímavé, že představy o zakázaných úkonech u této skupiny chyběly. Iracionální představy činily celkem 91 % odpovědí.

V souvislosti s věkem tedy vidíme tendenci ke snižování racionality ve vztahu ke způsobům získávání peněz. Čím mladší je skupina, tím méně lidí uvádí jako variantu získávání peněz právě práci či jiné ekonomicky podložené chování.

„Peníze milují ticho“

Další otázka, již jsme v našem výzkumu věnovali pozornost, byla formulována následovně: „Jaká znáte přísloví, pořekadla či rčení spojená s penězi (první, jež vás napadne)?“. Při formulaci této otázky jsme se opírali o psycholingvistickou metodu v sociálních výzkumech, kterou navrhla Zinaida Sikevych. Tato badatelka soudí, že slovní zásoba jazyka existuje nikoli pouze na individuální úrovni, ale i univerzálně, na úrovni kultury, ve formě idiomů, přísloví a pořekadel, jež jsou indikátorem základních stereotypů sociálního nevědomí. Právě skrytost normy (v přísloví, idiomu) dovoluje vyloučit respondentův ohled na sociální souhlas při zjišťování hodnotového kontextu ne zcela vědomých postojů (Sikevych 2014).

Idiomatická vyjádření (fráze) mohou být skutečně indikátorem existujících stereotypů sociálního nevědomí. Dle našeho názoru je však možná také jiná forma jejich existence, jež je obzvláště aktuální v době kulturního zlomu, kdy je obtížné hovořit o nějakých základních sociálních stereotypech. Existenci takových základních stereotypů by ovšem bylo možné odhalit analýzou těch slovních klíší, jež dotazované napadla jako první. Pokusili jsme se tedy zjistit, zda je možné mluvit o základních sociálních stereotypech týkajících se peněz v Oděse v letech 2019–2020. Kromě toho nás zajímala konzistence v mezích generace a možný přenos idiomatických vyjádření, a tudíž základních sociálních stereotypů mezi generacemi prostřednictvím představ o penězích.



Obr. 9. Srovnávací pohled na peníze podle psycholingvistické metody (%)

Všechny idiomy jsme, s ohledem na relativnost takového dělení, rozčlenili na:

- 1) ty, jež vyjadřují pozitivní vztah k penězům, kde vzájemná interakce „člověk – peníze“ vypadá pro člověka výhodně a vyvolává pozitivní emoce (*pozitivní*);
- 2) ty, jež vyjadřují negativní vztah k penězům, kde interakce „člověk – peníze“ vypadá (často implicitně) nevýnosně, nevyvolává pozitivní emoce, ale naopak může vyvolat emoce negativní (*negativní*);
- 3) ty, jež nespojují člověka s penězi, nehodnotí je, ale definují vlastnosti samotných peněz jako takových, bez vztahu k lidské společnosti (*neutrální*).

Pro lepší vizualizaci jsme všechny údaje spojili do grafu (obr. 9).

Ve věkové skupině 65+ situace vypadá následovně:

Postoj	%	Příklad rčení
Pozitivní	27 %	Peníze nesmrdí
Negativní	44 %	Štěstí není v penězích
Neutrální	16 %	Kdo šetří, má za tři

Pozitivní vztah k penězům, vědomí jejich nezbytnosti v životě člověka na úrovni základních sociálních stereotypů jsou přítomny u menšiny zástupců nejstarší věkové skupiny (27 %). Naproti tomu negativní pohled na peníze jako na něco špatného nebo nečistého převažuje. Nejméně je zastoupen neutrální pohled, peníze v této věkové skupině ještě nemají velké množství výrazných vlastností nesouvisejících s lidmi.

Věková skupina 45–65 let je reprezentována následujícími vyjádřeními:

Postoj	%	Příklad rčení
Pozitivní	13 %	Peněz není nikdy dost
Negativní	36 %	Peníze jsou zlo
Neutrální	40 %	Peníze mají rády pořádek

Ve skupině lidí převážně produktivního věku se význam jak pozitivního, tak negativního pohledu na peníze snižuje; roste naopak neutrální, neosobní vztah.

Věková skupina 25–45 let vykazuje pokračování téže tendence:

Postoj	%	Příklad rčení
Pozitivní	10 %	Máš-li peníze, jsi všude vítán
Negativní	13 %	Je lepší mít sto přátel než sto rublů
Neutrální	42 %	Peníze k penězům

V uvedené skupině pozorujeme mírný pokles pozitivního pohledu na peníze, značné snížení negativního a další zvýšení relativně neutrálního náhledu na peníze.

Skupina mladých lidí ve věku 18–25 let, převážně studentského věku nebo těch, kteří nedávno začali pracovat, vnímá spíše „peníze jaké jsou“, bez vztahu k člověku a jeho úsilí.

Postoj	%	Příklad rčení
Pozitivní	10 %	Peněz není nikdy dost
Negativní	20 %	Dohoda je cennější než peníze
Neutrální	73 %	Peníze milují ticho

I zde je důležitá významová část. Zvyšuje se počet idiomů vypovídajících o tom, co mají peníze „rády“ (ticho, pořádek, počítání).

Nejmladší věková skupina, jež dosud nezačala systematicky pracovat s cílem zajistit si své potřeby, udává výsledky o něco nižší než předchozí, avšak tendence zůstává zachována:

Postoj	%	Příklad rčení
Pozitivní	16 %	Dík si do kapsy nestrčíš
Negativní	16 %	Je lepší mít sto přátel než sto rublů
Neutrální	50 %	Peníze mají rády pořádek

Peníze tak vystupují jako určitá neosobní síla, která je zároveň schopna mít vlastní sklony (peníze milují ticho), něco dávat i brát (jak přišly, tak odešly).

Závěry

Nejoblíbenějším talismanem jsou samotné peníze. Peněžní talisman obyvatel Oděsy nás odkazuje k nevyměnitelné minci, již lze získat pomocí nekonformního (normy vědomě porušujícího) chování v chrámu a kterou známe ze slovanského folkloru (Belova 2013). Současně nám taková praktika připomíná „pokřtěné peso“, které popsal M. Taussig (2010).

Při výzkumu talismanů je třeba zdůraznit především chápání peněz jako jakési nezávislé neosobní entity, která by mohla být „uražena“ v případě nepatřičného chování vůči ní, například při uložení do kapsy místo do peněženky.

Respondenti ze skupiny 45–65 let (kteří si základní společenské chápání a názory vytvořily v sovětských dobách) a 65+ (jež značnou část života strávili prací ještě v sovětských dobách) věří v souvztažnost působení talismanu a svých příjmů.

K otázce proměnlivosti představ o racionálních/iracionálních praktikách při získávání peněz je důležité uvést, že zástupci generace 65+ projevují největší racionalitu. Se snižujícím se věkem lze sledovat stabilní tendenci poklesu racionality v pohledu na způsoby získávání peněz. Čím mladší skupina, tím méně lidí si při našem dotazování vzpomnělo na práci a další ekonomicky odůvodněné jednání jako na způsoby získání peněz, místo toho uváděli praktiky jako „ukazování peněz Měsíci v novu“ nebo „věšení červených trenýrek na lustr“.

Výzkumem proměnlivosti/stability základních sociálních stereotypních představ o penězích pomocí psycholinguistické metody bylo zjištěno, že pozitivní vztah k penězům, chápání jejich nezbytnosti v životě člověka na úrovni základních sociálních stereotypů, je nejnižší v nejstarší věkové skupině (27 %). V této skupině prostupuje negativní postoj k penězům jako k něčemu zlému a nečistému, neutrální postoj je pak ve srovnání s ostatními skupinami nejnižší; peníze v této skupině ještě nemají vlastní, s lidmi nespojené, vlastnosti. Dále byla zjištěna následující tendence: čím mladší byla skupina respondentů, tím větší byl počet slovních klíčů o věcech, které mají peníze „rády“ (ticho, pořádek, počítání). Peníze jsou tedy reprezentovány jako jakási neosobní entita, která může mít své záliby (peníze mají rády ticho), může něco dávat a brát (jak přišly, tak odcházejí). Množství lidí, kteří vnímají peníze jako neosobní entitu, nespojenou s lidmi a jejich úsilím, roste v opačné úměrnosti s klesajícím věkem.

Všechny použité metody nám tedy nakonec přinesly následující závěry: 1) s klesajícím věkem klesá i „racionalita“; 2) s klesajícím věkem narůstají iracionální názory na získání peněz v důsledku imaginárního „darů od vyšších entit“; 3) s klesajícím věkem lze sledovat nárůst názorů na peníze jako na nějakou neosobní entitu s vlastními touhami a zálibami. V neposlední řadě lze

konstatovat, že klasická metoda pozorování a hloubkového rozhovoru s obchodníky nás dovedla k závěru, že peníze zůstávají metou, žádoucí věcí, současně jsou ale vnímány nikoli jako věc, nýbrž jako subjekt vztahů, s určitými antropomorfními rysy (pocity, zálibami) a vlastní vůlí.

Keith Hart uvádí, že většina lidí pociťuje úzkost, pokud je závislá na něčem neosobním a anonymním, a ekonomický systém je přesně na tom založen. Způ-

sob, jakým lidé spojují personifikované a nepersonifikované rysy peněz, má podle Harta mnoho podobností s náboženstvím, které „spojuje něco v nás s vnější silou, která nám dává stabilitu v interakci s okolním světem“ (Hart 2005). Hovořit o zrodu nového náboženství bude zřejmě přehnané, ale zjištěná změna světónázorového příklonu k iracionalitě je podle našeho názoru poměrně významná. Přesto tento fakt bude vyžadovat další důkladný a rozsáhlejší výzkum.

* Tento článek vznikl v rámci výzkumného projektu realizovaného za finanční podpory Kanadského institutu ukrajinských studií (CIUS) / This article was written during the work on the research project done with the financial support of Canadian Institute of Ukrainian Studies (CIUS).

LITERATURA:

- Anderson, Samuel 2019: A Disarmament Program for Witches: The Prospective Politics of Antiwitchcraft, Postwarcraft, and Rebrandcraft in Sierra Leone. *Cultural Anthropology* 34, č. 2, s. 240–270. <https://doi.org/10.14506/ca34.2.04>
- Arkhipova Alexandra – Frukhtmann, Jakob 2013: “Primaniu dengi bystro i deshevo”: denezhnaia magiia v sovremennoi Rossii [“I Will Attract Money Quickly and Cheaply”: Money Magic in Modern Russia]. *Antropologicheskii forum* 18, s. 134–190. Dostupné z: http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/018online/arkhipova_fruchtmann.pdf.
- Belova, Olga 2013: Nerazmennyi rubl v poveriakh i magicheskikh praktikakh slavian [The Irreplaceable Ruble in the Beliefs and Magic Practices of the Slavs]. *Antropologicheskii forum* 18, s. 134–190. Dostupné z: <http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/018online/belova.pdf>.
- Bohannan, Paul 1959: The Impact of Money on an African Subsistence Economy Source. *The Journal of Economic History* 19, č. 4, s. 491–503. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/2115317>.
- Boldetskaya, O. – Leonhardt, M. 1995: Bol'shaya sem'ya. Dvor i sosedskiy otnosheniya v staroy chasti goroda Odessa. [Big Family. Yard and Neighborly Relations in the Old Part of Odessa] In: *Nekotoryye itogi Letney shkoly po sotsial'noy antropologii pod rukovodstvom d-ra Birgitt Myuller (Berlin, in-t M.Planka) v Odesse 1995 god* [Some of the results of the Summer School in Social Anthropology under the direction of Dr. Birgitt Müller (Berlin, Institute of M. Planck) in Odessa, 1995]. Dostupné z: <https://sites.google.com/site/summerschoolodessa1995/boldetskay-Ironhargta-grait-family1995>.
- Carsten, Janet 1989: Cooking Money: Gender and the Symbolic Transformation of Means of Exchange in a Malay Fishing Community. In: Parry, Jonathan – Bloch, Maurice: *Money and the Morality of Exchange*. Cambridge University Press, s. 117–141. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/1423/jaro2016/SAN106/um/Jonathan_Parry_Maurice_Bloch_Money_and_the_Morality.pdf.
- Hann, Chris 2011: Moral Dispossession. *Inter Disciplines* 2, s. 11–37. Dostupné z: https://www.academia.edu/21730312/Moral_Dispossession_in_InterDisciplines_2_2011_pp.11-37.
- Hart, Keith 2005: Notes towards an Anthropology of Money. *Kriticos. An International and Interdisciplinary Journal of Postmodern Cultural Sound, Text and Image* 2, June. Dostupné z: <https://intertheory.org/hart.htm>.
- Hickel, Jason 2014: “Xenophobia” in South Africa: Order, Chaos, and the Moral Economy of Witchcraft. *Cultural Anthropology* 29, č. 1, s. 103–127. <https://doi.org/10.14506/ca29.1.07>
- Hirschmann, Elizabeth 1985: Primitive Aspects of Consumption in Modern American Society. *Journal of Consumer Research* 12, č. 2, s. 142–154. Dostupné z: <https://academic.oup.com/jcr/article-abstract/12/2/142/1918370>.
- Humphrey, Caroline 2010: *Postsovetskije transformacii v aziatskoy chasti Rossii* [Post-Soviet Transformations in the Asian Part of Russia]. Moskva: Natalis.
- Khristorova, Olga 2010: *Kolduny i zhertvy Antropologii koldovstva v sovremennoi Rossii* [Sorcerers and Victims: Anthropology of witchcraft in modern Russia]. Moskva: OGI.
- Malewska-Szalaygin, Anna 2010: Postsocialism, Isn't It? On Contemporary Rural Notions About Power and State (After Examples Got While Studies in Southern Poland). *Narodoznavchi zoshyty*, č. 1–2, s. 222–228. Dostupné z: <https://nz.lviv.ua/archiv/2010-1-2/28.pdf>.
- Malinowski, Bronislaw 2004: *Izbrannoe: Argonavty zapadnoj chasti Tihogo okeana* [Selected: Argonauts of the Western Pacific]. Moskva: ROSSPEN.
- Mauss, Marcel 1996: Ocherk o dare. Forma i osnovanie obmena v arkhaicheskikh obshchestvakh [Essay on the Gift. The Form and Basis of Exchange in Archaic Societies]. In: Mauss, Marcel: *Obshchestva. Obmen. Lichnost*. Moskva: “Vostochnaia literatura” Ran.
- Millar, Kathleen 2014: The Precarious Present: Wageless Labor and Disrupted Life in Rio de Janeiro, Brazil. *Cultural Anthropology* 29, č. 1, s. 32–53. Dostupné z: <https://journal.culanth.org/index.php/ca/issue/view/ca29.1>.
- Miller, Daniel 2001: The Poverty of Morality. *Journal of Consumer Culture* 1, č. 2, s. 225–243. doi:10.1177/146954050100100210
- Muir, Sarah 2015: The Currency of Failure: Money and Middle-Class Critique in Post-Crisis Buenos Aires. *Cultural Anthropology* 30, č. 2, s. 311–335. <https://doi.org/10.14506/ca30.2.10>

- Parry, Jonathan – Bloch, Maurice 1989: *Money and the Morality of Exchange*. Cambridge University Press. Dostupné z: <https://is.muni.cz/el/1423/jaro2016/SAN106/um/Jonathan_Parry__Maurice_Bloch_Money_and_the_Morality.pdf>.
- Petrov, Nikita – Moroz, Andrey 2013: Dengi v mifologicheskikh predstavleniakh i obriadovykh praktikakh sovremennaia krestianskaia traditsiia [Money in mythological representations and ritual practices: modern peasant tradition]. *Antropologicheskii forum* 18, s. 288–310. Dostupné z: <http://anthropologie.kunstkamera.ru/files/pdf/018online/petrov_moroz.pdf>.
- Piaget, Jean 1970: *The Psychology of the Child. Science of Education and the Psychology of the Child*. New York: Orion Press
- Polanyi, Karl 2007: O vere v ekonomicheskij determinizm [On Belief in Economic Determinism]. In: “*Velikaya transformaciya*” *Karla Polan’i: proshloe, nastoyashchee, budushchee*. Moskva: GU-VSHE, s. 22–29. Dostupné z: <<http://rustem-nureev.ru/wp-content/uploads/2011/01/277.pdf>>.
- Pryharyn, Oleksandr 2011: Rytualni aspekty suchasnoi torhivelnioi subkultury: materialy odeskoho rynku “7-i kilometr” [Ritual Aspects of the Modern Trade Subculture: Materials of the Odessa Market «7th kilometer»]. *Materialy do ukrainskoi etnolohii: shchorichnyk* 10, s. 64–72.
- Richardson, Tanya 2008: Huliaia po ulytsam, hovorym ob ystorry: sozdyanye Odessy [Walking through the Streets, We Talk about History: The Creation of Odessa]. In: *Kaleidoskopycheskaia Odessa: Ystoriia y mesto v sovremennoi Ukrainy* [Kaleidoscopic Odessa: History and Place in Modern Ukraine]. Translated by Liubov Marholyna. University of Toronto Press, s. 171–206. Dostupné z: <<https://www.academia.edu/7493693>>.
- Sikevych, Zinaida 2014: Metod psykholynhvystyky v sotsyolohycheskom yssledovanii [Method of Psycholinguistics in Sociological Research]. *Sotsyolohycheskyi zhurnal* 20, č. 4, s. 6–18. <https://doi.org/10.19181/socjour.2014.20.4.234>
- Taussig, Michael T. 2010: *The Devil and Commodity Fetishism in South America*. The University of North Carolina Press. Dostupné z: <https://selforganizedseminar.files.wordpress.com/2011/07/taussig_devil_commodity.pdf>.
- Tkhorzhevska, Tetiana – Bohuslavska, Yulia 2020: Shcho (ne)mozhut hroshi: deiaki napriamy etnoekonomichnykh doslidzhen u zarubizhnii kulturnii antropologii [What Money Could (not): Some Directions of Ethnoeconomical Researches in the Foreign Cultural Anthropology]. *Etnichna istoriia narodiv Yevropy* 61, s. 79–86. <https://doi.org/10.17721/2518-1270.2020.61.09>
- Tokarev, Sergey 1990: Sushchnost i proiskhozhdeniye mahii. Tipy mahii [The Essence and Origin of Magic. Types of Magic]. In: *Ranniye formy relihii*. Moskva: Politizdat, s. 426–432.
- Yurchak, Alexey 2014: *Eto bylo navsegda, poka ne konchilos’: Posledneye soverskoye pokoleniye* [It Was Forever Until It Was Over: The Last Soviet Generation]. Moskva: Novoye literaturnoye obozreniye.

Summary

Money Loves Silence: The Transformation of the Idea of Money in the Ukrainian Megalopolis in a Post-Socialism Era

The study addresses the question of the place of the money in the modern big city citizen's life and, by proxy, his ideas of money. We don't emphasize the destructive kind of influence of the global capitalism on post-Soviet society but also don't exclude the possibility of such reading. We state that modern urban citizens use quite archaic magical practices. We state that money for the big chunk of Odesa's citizens are not rationally nominal equivalent of the effort but are the “wonderful gift” of the higher entities. We state that ideas about the supernatural power of money didn't cease to exist in the socialism era and had been spread out in the post-socialist era. Using different methods, we examine the ideas of money of the people of various ages and conclude that the number of irrational views about money increases with the decrease of age. We talk about the visible formation of the new religion where the place of higher entity is occupied by exchange equivalent.

Key words: Transformation of the idea of money; money anthropology; traditional culture; work motivation; magical practices; culture collision, Odesa.

STOPY HUDEBNÍHO ŽIVOTA V INZERCÍ HUMORISTICKÝCH LISTŮ (SE ZAMĚŘENÍM NA 80. LÉTA 19. STOLETÍ)

Milan Balódy (*Katedra muzikologie Filozofické fakulty Univerzity Palackého*)

Předkládaný text, který tvoří součást rozsáhlejšího výzkumu,¹ se má stát sondou do hudebního života 19. století. Jako prostředník ke zkoumání populární kultury byl zvolen periodický tisk (více viz Conboy 2018), konkrétně týdeník *Humoristické listy* se zvláštním zřetelem na období let 1880–1887. Obsahová analýza inzertní části tohoto týdeníku indukovala dílčí témata, která byla v navazující fázi verifikována ostatními dobovými prameny. Níže dotčené okruhy však nemají za cíl látku pojednat vyčerpávajícím způsobem proto, že inzertní část veškeré informace například o dobovém instrumentáři nepokrývá (anonce klávesových nástrojů svým počtem mnohonásobně převyšovaly pobídky na pořízení smyčcových a dechových nástrojů; viz poznámky č. 9 a 10). Snaha o detailní analýzu problematiky by pak nutně vedla mimo heuristický záběr zvoleného tématu.² Stejně tak pokus o syntézu – v tomto případě například identifikaci významu inzerce pro rozvoj hudebního dění – se tříští o absenci dobových průzkumů trhu i veřejného mínění.

Badatel pracuje s hypotézou, že periodika jako zdroje kolektivního charakteru mají – při vědomí mezerovitosti materiálu – potenciál svědčit o dobovém vkusu či mentalitě.³ Výzkum zůstává limitován teritoriálně a etnocentricky. I když v *Humoristických listech* inzerovali podnikatelé z různých částí českých zemí, jednoznačně největší prostor zaplnila v pražském časopise nabídka místních. Obsah textu z toho důvodu souvisí víceméně s prostředím Prahy, i když by bylo reálné některé pasáže vztáhnout také na dění v jiných městech (viz dále v textu srovnání s děním v kroměřížském hudebním spolku Moravan⁴). Mizivé procento reklamních poutačů, v souvislosti s veřejně proklamovanou národnostní separací, kterou Vilímkův satiricko-politický týdeník aktivně podporoval, užilo jiný než český jazyk.⁵

Proč předkládané pojednání nevychází z inzerce některého z dobových hudebních časopisů? Specializovaný žurnál typu *Dalibor* zůstával v propagaci ať už vlastních, nebo cizích produktů a služeb – pokud ji vůbec zahrnoval – stereotypní. Odkazoval například na hudebniny,⁶ výrobce a opraváře nástrojů, konkurzy na uprázdněná pracovní místa, případně zde inzerovaly jiné noviny a časopisy

apod. Tyto okruhy rovněž obsáhla proměnlivější a rozsáhlejší inzertní plocha *Humoristických listů* (publikování hudebnin reflektovala ovšem nepoměrně méně). Jakožto nespecializovaný časopis dávaly prostor inzerátům, které kulturní život laické veřejnosti odrážely autentičtěji. Člověk se stále častěji obklopoval reprodukovanou hudbou hudebních strojků a skříněk, svůj volný čas trávil v restauracích, kavárnách nebo hospodách, které prostřednictvím placených reklamních sdělení lákaly ke koncertním produkcím a zábavám. Hudba zkrátka nedoprovázela pouze výjimečné festivity, ale zůstávala běžnou součástí života lidí všech společenských vrstev. Mnohé z projevů popularizace a laicizace hudby specializované odborné listy buďto nerelektovaly, anebo je osvětou zpravidla potlačovaly.

Humoristické listy

Obzvláště ve velkých městech se obyvatelé snažili přizpůsobit modernímu životnímu stylu a chtěli se obklopit vším, co naplňovalo jejich potřeby a přání. S narůstající poptávkou po dříve nedostupném zboží mizela z povědomí české veřejnosti zakořeněná nedůvěra v reklamu. Přestávalo platit, že dobré zboží se prodává svou kvalitou a tudíž nepotřebuje propagovat. Podnikatelé již nepracovali pouze pro známý okruh spotřebitelů, další zákazníci si proto museli získat. Reklama druhé poloviny 19. století upozorňovala vedle tradičních produktů na výrobky a služby zcela nové, také ne vždy užitečné a nezbytné (Vošahlíková 1999). Rozšíření reklamy umožnilo přijetí Živnostenského řádu (1859). První stálou českojazyčnou platformou novinové inzerce se staly *Národní listy*, vycházející od ledna roku 1861 (Lenderová – Jiránek – Macková 2009: 36).

Humoristické listy založil roku 1858 Josef Richard Vilímek starší (1835–1911). Tuhé politické a cenzurní poměry 50. let, stejně jako organizační nestabilita stály v pozadí neúspěchu mnoha podobných časopisů – např. *Diblík*, *Rachejtla* (Foret – Prokůpek 2016: 72–78). *Humoristické listy* dokázaly jepičí životnost překonat, ba dokonce z původního pětinedělníku vycházely od října 1859 jedenkrát týdně.⁷ Obměna se udála i v rovině obsahu, kdy z původně oficiálně nepolitického zaměření

dostaly *Humory*, jak se periodikum zkráceně označovalo, v polovině roku 1861 povolení přinášet také politickou satiru (Sezima 1937: 13–14). K rostoucí oblibě média přispěla spolupráce s významnými literáty vytvářejícími pestrou paletu rozmarného, literárně hodnotného čtení. Z celé plejády uveďme alespoň Vítězslava Háška, Adolfa Heyduka, Karla Sabinu, Václava Vlčka nebo Jana Nerudu (Svatoňová 1993: 360–362). Posledně jmenovaný v létě roku 1862 namísto za politické vtipy uvězněného Vilímka týdeník redigoval. Byl rovněž nepodepsaným autorem bezmála všech životopisných fejetonů, které doprovázely portréty významných osobností publikovaných na titulní straně *Humoristických listů* (Vilímek 1908: 94).

Vedle textové části redakce dbala i na vizuální stránku periodika. Ta se vedle dřívějších českých titulů⁸ inspirovala u zahraničních vzorů, zejména mnichovského *Fliegende Blätter* (Foret – Prokúpek 2016: 94–95). Ilustrace pro *Humory* v prvních dekádách existence obstarával Heřman Přerhof (1831–1867), vojenský důstojník Emanuel Salomon Friedberg-Mírohorský (1829–1908), nebo herec a režisér Karel František Kolár (1829–1895), který své karikatury politických osobností kreslil „až konfiskačně trefně“ (František Kolár 1881). Od 80. let jako ilustrátor proslul Karel Krejčík (1857–1901), první český kreslíř, který si kresleným humorem dokázal téměř výlučně vydělat na živobytí (více viz Prah – Sekera – Vondráček 2014).

Veřejnost se ruku v ruce s humorem ráda bavila hudbou. Proto Vilímek v rámci svého listu inicioval hudební přílohu. Její vedení svěřil Josefu Leopoldu Zvonařovi (1824–1865), který během prvního ročníku připravil k publikování celkem 23 skladeb. Konceptně se Zvonař zaměřil na potřeby pro pěvecké spolky a laickou veřejnost. Velkoryseji byla hudební příloha koncipována v období let 1883–1886, kdy se o její pořádání zasloužil Karel Bendl (1838–1897). Ten dokázal publikovat i drobné práce Bedřicha Smetany, Antonína Dvořáka nebo Zdeňka Fibicha.

V 80. letech 19. století se *Humoristické listy* s nákladem 5000 exemplářů (Roubík 1936: 86–87) etablovaly jako jeden z nejrozšířenějších českých časopisů. Inzerce se v nich začala pravidelně objevovat v patnáctém ročníku (1873). Následně byla tato rubrika přesunuta do přílohy. V hlavní části novin nalezl čtenář obchodní nabídky znovu od konce šestnáctého ročníku (1874). V průběhu 80. let se inzerce nezřídka vyskytovala jak na konci hlavního listu (poslední dvě až tři z celkových osmi stran), tak v příloze, pokud vyšla.

Inzerovaný instrumentář

Dobová reklama nejčastěji lákala k pořízení klavíru, případně harmonia. Vlastnictví těchto nástrojů patřilo k nezbytné výbavě hudebních spolků i zámožnějších domácností, v nichž se znalost hry – zvláště mezi mladými dívkami – stávala takřka módou a zvyšovala jejich společenský kredit, ba dokonce se mohla stát prostředkem k tomu, jak zaujmout potenciálního nápadníka.

O popularitě klávesových nástrojů vypovídá množství nástrojařů, kteří se jejich prodejem či servisem zabývali. Analýzou inzerční části *Humoristických listů* lze zjistit, že v 80. letech zmiňovanou činnost v časopise propagovalo bezmála dvacet živnostníků. Tento počet vysoce převyšoval nabídky týkající se dechových a smyčcových instrumentů.⁹ Z několika firem vyrábějících a prodávajících klavíry, harmonia či varhany jmenujme často inzerující Josefa Jiříkovského (Giřikowského), Václava Tučka, provozovatele hudebních ústavů Václava Libenského a Jana Waňause (Vaňause), všichni sídlili v Praze.¹⁰ Z věhlasných královéhradeckých továren v *Humorech* své nástroje propagoval pouze Alois Hugo Lhota vyrábějící harmonia.¹¹

Hudební skladatel a organizátor Hynek Palla (1837–1896), kritizující regresi při produkcích v menších obcích, nabídl odlišný názor na rozšíření harmonií obecně. Barva tónu se podle něj špatně pojila s lidským hlasem i ostatními, zvláště dechovými nástroji. Harmonium neorganicky suplovalo chybějící hlasy v orchestru. Sloužilo také jako intonační podpora, která však případný lapsus zpěváka „zavzněním suchopárného tónu“ spíše zvýraznila (Palla 1886). Pallova negativní zkušenost každopádně dokazuje značnou expanzi v používání těchto nástrojů.

Aby podnikatelé přesvědčili zákazníky, často své ilustrované inzeráty doplňovali informací o výsledku z krajinských průmyslových výstav. Např. stříbrnou státní medailí byla v Přerově (patrně roku 1883) vyznamenána karlínská firma Václava Tučka (Továrna na harmonia V. Tuček 1883). Na kutnohorské výstavě konané roku 1886 pak Tučkova továrna na harmonia získala diplom s právem ražení zlaté výstavní medaile. Dodejme jen, že podobných úspěchů v tomto oboru dosahovali také jiní obchodníci. Z těch nejúspěšnějších jmenujme alespoň proslulé nástrojařské dílny z Hradce Králové Antonína Petrofa a v oboru dechových nástrojů Václava Františka Červeného.

Zatraktivnit obchodní profil pomáhal také titul „první české továrny“. Takový primát mělo například ve výrobě harmonií hned několik uplatňovatelů – firmy Aloise Huga

Lhoty, Františka Hummela (obr. 1a) nebo Václava Tučka (obr. 1b). Mystifikace zákazníka se v tomto případě zakládala na vícevýznamové využití číslovky „první“, která kromě pořadí vzniku mohla vyjadřovat přesvědčení o kvalitě činnosti toho kterého hospodářského subjektu.¹²

Výše uvedené hudební nástroje ke svému ovládnutí vyžadovaly alespoň elementární interpretační vklad. K zábavě měšťanské společnosti sloužily i hudební automaty neboli automatofony (podrobně Kurfürst 2002). Jednalo se o mechanické soustavy, které ke svému zdánlivě samočinnému chodu, jehož výsledkem byla znějící hudba, využívaly přes počáteční hnací impuls po



Obr. 1a. První česká továrna na harmonia F. Hummel. *Humoristické listy* 1882, č. 48, s. 390



Obr. 1b. První česká továrna na harmonia V. Tuček. *Humoristické listy* 1883, č. 40, s. 338 příloha

určitou omezenou dobu vložené hybné síly. Nejstarším typem hracího stroje na našem území zůstává zvonková hra, která se stala součástí olomouckého orloje zhotoveného v letech 1419–1422. Pozdější vývoj směřoval k nahrazení zvonkohry soustavou píšťal, umožňující hru melodií s jednoduchým doprovodem. Automatofonickým nástrojům věnovali své skladby například Hans Leo Hassler, Georg Friedrich Händel a vídeňští klasikové Franz Joseph Haydn, Wolfgang Amadeus Mozart a Ludwig van Beethoven, kteří komponovali zvláště pro tzv. flétnové hodiny (podrobně Buchner 1959).

Opravdový rozvoj samohracích mechanik nastal v 19. století. Obecné obliby doznaly hřebenové hrací skříňky, vydávající zvuk prostřednictvím sady trnů zaražených na otáčivém kovovém válci, které trsají o vyladěné zuby ocelového hřebene (Herrmann 1925: 88–96). Umísťovaly se do obrazů, hodin, šperkovnic, tabatěrek, lamp, židlí, nebo dokonce pohárů a džbánů (obr. 2), které se po zvednutí nádoby rozezněly známou melodií (srov. Kubů 2002; Balog – Součková 2013). Z českých výrobců proslul zejména Alois Malý, František Řebíček a jeho synové. Díky inzerci se dovídáme o prodeji hra-



Obr. 2. Vhodné dárky k svátku sv. Josefa! *Humoristické listy* 1900, č. 10, s. 7

cích strojků a piksel Johanna Heinricha Hellera sídlícího ve švýcarském Bernu (Hellerovy hrací stroje 1881).

Nahrazením válce lehce snímatelným kotoučem z lepenky vznikl ariston (obr. 3), který v *Humoristických listech* jako senzační hudební novinku, zdokonalený kolovrátek, představoval české veřejnosti obchodní dům U města Paříže v roce 1883. Celý mechanismus se šesti vyměnitelnými touši tehdy stál 26 zlatých (Ariston 1883). Tento vynález částečně kompenzoval dřívější nedostatek repertoáru omezeného počtem skladeb vyražených na jednom válci. Reklamní poutače upozorňují na konkrétní skladby, které přístroj reprodukoval.¹³ Zmíněný obchodní dům v průběhu 80. let dále nabízel např. salónní klavír s klikou Orpheus (mechanickou citeru) nebo manopan, přehrávající hudbu zaznamenanou na pásech vyrobených z kožené lepenky (Orpheus 1886; Manopan 1888).

Postavení samohracích nástrojů ve společnosti vystihuje úryvek z povídky Františka Heritese *Ježíšek*



„ARISTON“,
sensační hudební novinka.

Kolovrátek, na němž možno hrati na sta kusů. Válec nahrazen lepenkovým kotoučem, do něhož vřezány jsou noty. Kotouč, obsahující celý i dlouhý hudební kousek k tanci neb píseň, dá se hravě sejmouti a vyměnit. Hlas stroje jest velmi melodický, písně vydávají se stále nové.

„Ariston“ se šesti kotouči zl. 26—, zvlášť kotouč s notami po 70 kr. 8:4

C. k. dvorní tržnice zbožím ozdobným
„u města Paříže“
v Praze, Celetná ulice 15.

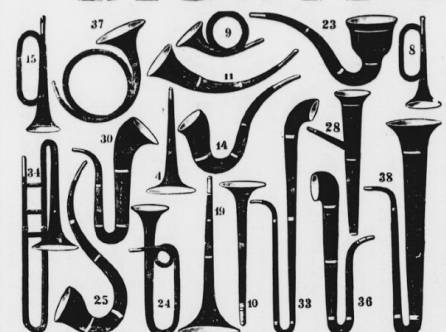
Obr. 3. „Ariston“, senzační hudební novinka. *Humoristické listy* 1883, č. 33, s. 275

v čísle ***: „Na stupni u okna ve vznešené samotě trůní božský vynález, který docela zdá se k tomu způsobilým, aby dcery naše zbavil hrůzy klavírní školy a zajisté celému člověčenstvu bude k nemalému prospěchu. Když bude dívka osmnáct let, koupíme jí za dvacítku ariston nebo herophon a k překvapení a radosti našeho sousedstva může mladá virtuoska také od rána do večera hrati svých osm kousků a k tomu lehce a hravě, jako by od narození učila se ohýbat prsty na kostěných klávesách. / A ariston v Babuškově salonu zařízen jest hned na dvacet rozmanitých čísel! Paní Babušková byla osobně učinila volbu a vybrala nejlepší výtvoř hudebního umění – vybrala všechny nejlepší z nejlepších, všechny dobře známé až do omrzení ohrané nesmrtelnosti, zrozené na Dunaji neb na špinavé Sprévě.“ (Herites 1910: 179–180)

Konstrukční pokrok směřoval od možnosti napodobovat zvuk jednoho instrumentu k imitaci vícera nástrojových barev, ba dokonce celého orchestru. Historie výroby orchestrionu¹⁴ sahá do konce 18. století, kdy tento „mechanický orchestr“ v Petrohradu sestrojili hodinář Johann Georg Strasser a varhanář Johann Gabrahan. V českých zemích se sestavováním takovýchto nástrojů zabývali Hynek Klepetář v Praze, Jan Štycha v Mnichovicích, František Jebavý v Trutnově, Karel Čech v Brně a další (Švejda 2013: 301–302). Menší orchestrionetty a jiné hrací stroje prodával v Praze také S. A. Weissenstein v Jindřišské ulici.

Profánním instrumentem bez větších uměleckých ambicí, který v době 80. a 90. let dosáhl značné popularity, byl bigotfon (obr. 4). Tento jednoduchý aerofon vyrobený z lepenky imitoval svým tvarem i velikostí jiné

BIGOTFONY.



Velikou slávu způsobilo nové hudební nástroje všelikých háječných tvarů, hodící se výtečně k rozsmátní společnosti při záhazích, vřetech, k zastavení kárm atd. Bandě ozbrojené takovými nástroji neodolá nehorší mrazů a odmění ji zajisté smíchem, který blahodárně ořese jeho útroby. Hraní jest velice snadné, třeba jen nápěv do nástroje zazpívá a velikomické zvuky zazní. Naše bigotfony jsou velmi dovedně uroběny a upozorňujeme zvlášť na jejich tvar, velikost a zvukovní.

Čís. 4	8	9	10	11	14	15
kus kr. 20	25	25	25	25	35	40
Čís. 19	24	24	25	28	30	34
kus kr. 40	45	45	45	50	60	70
Čís. 34	36	37	38	39	veliký	
kus kr. 70	70	75	zl. 1.25	1.85		

88. Soubor bigotfonů
I. šest různých nástrojů zl. 2.10
II. dvanalet „ 3.60
III. šest velikých různých „ 3.60

C. k. dvorní dům se zbožím ozdobným
„u města Paříže“
v Praze, Celetná ulice č. 15.

Obr. 4. Bigotfony. *Humoristické listy* 1886, č. 10, s. 82

dechové nástroje. Dobová reklama upozorňuje na snadné ovládnutí, kdy k rozeznění stačilo zazpívat libovolný nápěv a z roz trubové části se začal ozývat komický zvuk. Distribuci nástroje zajišťoval obchodní dům U města Paříže, kdy se cena přímo úměrně odvíjela od velikosti (Bigotfony 1886). Zájemci si mohli pořídit i celou sadu těchto nástrojů, které byly později opatřovány klapkami. Použití bigotfonů zaznamenáváme při interpretaci příležitostných skladeb zábavného charakteru, vhodných k zpestření zastaveníček, výletů nebo spolkových zábav, hlavně těch konaných na Silvestra (obr. 5).¹⁵

Eskalací komického prvku doznaly tyto lepenkové nástroje také podoby imitující kuchyňské nádobí. Obchodní dům z Celetné ulice je prodával pod názvem juxophony (obr. 6).



Obr. 5. Silvestrovská zábava kroměřížského spolku Moravan 1885. Muzeum Kroměřížska v Kroměříži, fond 20 I Moravan, kart. 66, sign. X



Obr. 6. Juxophony. Humoristické listy 1887, č. 32, s. 279

Hudba pro všechny a každý den

Předchozí podkapitola pojednala o dobovém instrumentáři a informovala tak o tom, čím se lidé měli možnost bavit. Následující text bude věnován výzkumu prostředí. Kde průměrný měšťan 80. let 19. století trávil volné chvíle a mohl přijít do kontaktu s hudebním uměním? Koncertní síně, divadelní a spolkové domy, hudební ústavy ani soukromé salóny nebyly jedinými uměleckými středisky. Mimo kostel navštěvoval člověk pravidelně restaurace, hospody nebo kavárny, kde docházelo k sociálním kontaktům a vzájemnému ovlivňování účastníků (obr. 7). Hlučná česká hospoda představovala hlavní základnu nepřiliš diferencovaného společenského života (Kroutvor 1990: 16).¹⁶

Jedním z nejčastěji se uplatňujících druhů společenské zábavy zůstával i v 19. století zpěv. Koordinovaný styl interpretace melodicky i harmonicky jednoduchých nápěvů (Liedertafel) vyústil v kolektivní, sborové produkce.¹⁷ Nejedna umělecký spolek vděčil za svůj vznik právě scházení se, popíjení a prozpěvování „od stolu“. Za příklad může sloužit kroměřížský národní spolek Občanská beseda, ze kterého se vyčlenilo několik dobrých zpěváků, aby založili pěvecké sdružení Moravan: „*Nahromaděné alergie na německou rozpínavost a narůstající projevy arogance vůči všemu českému využil dr. Jan Kozánek a dal podnět k demonstrativnímu odchodu hrstky nejodvážnějších z kasina a k ustavení vlastního národního centra v Benešově kavárně [...]*“ (Lajpek 1993: 5)

Vedle spíše spontánních uměleckých produkcí, ať už se jednalo přímo o projevy hostů, nebo vystupování potulných muzikantů – flašinetářů, hráčů na kytaru, harmoniku, housle, případně i vícečlenných uskupení aj. – existoval v občerstvovacích podnicích a jejich přilehlých prostorách předem smluvený koncertní provoz. Uvedme alespoň dva příklady.

Zlatý věk popularity zažívaly vojenské hudby, které v Habsburské monarchii začaly zhruba od 30. let 19. století po vzoru anglických armádních souborů pořádat koncertní vystoupení na veřejně přístupných prostranstvích – v přírodě, na náměstích, kluzištích, tanečních sálech nebo právě v hostincích. Variabilitu obsazení těchto ansámbľů deklaroval císařský výnos z roku 1835, umožňující dechové a bicí instrumenty doplnit nebo částečně nahradit skupinou nástrojů smyčcových. Určitým typům akcí tak bývalo podřízeno uskupení tělesa – od

komorní hry v interiéru (např. šraml)¹⁸ až po interpretaci skladeb určených symfonickým orchestrem. Zákaz armádním souborům reprodukovat hudbu evokující vlastenectví a národní sounáležitost, vstupující v platnost od července roku 1886, pak částečně přispěl k navýšení popularity civilních kapel (Vičarová 2002). Množství novinových inzerátů v *Humoristických listech* upozorňuje na konání produkce s hudebním doprovodem v konkrétním restauračním zařízení – většina však bez udání bližších informací.¹⁹ Některá z těchto sdělení však uvádějí i konkrétní ansámbl nebo jméno kapelníka. Ve sledova-

ném období byly často inzerujícími pražskými podniky s pravidelnými hudebními produkcemi Friedländerova restaurace na Královských Vinohradech, Národní kavárna ve Vodičkově ulici, smíchovská Plzenka nebo U města Lipska v Karlíně (obr. 8a, b).

Vyhledávané se stalo vystupování vojenských a civilních kapel v zahradních restauracích. Největší a nejellegantnější koncertní sály v Praze se nacházely na Žofínském ostrově, kde například hostinský A. Haffner pořádal v sezóně vojenské koncerty každý den mimo pondělí (Žofínský ostrov 1885).²⁰

Koncert kočující pěvecké společnosti.



Obr. 7. Koncert kočující pěvecké společnosti. Paleček 1883, č. 41, s. 125

Nejběžnějším dnem koncertů bývaly neděle a sváteční dny. I když konkrétní repertoár novinové inzeráty neuvádí, doplňme, že dramaturgie vojenských koncertů odpovídala v druhé polovině 19. století schématu, kdy na zahájení zazněl pochod, poté přehra, valčík a skladba závažnějšího charakteru (např. úryvek z opery či operety, nebo instrumentální sólo). Následovaly tance a potpourri. Po přestávce bylo pořadí skladeb obdobné, zakončovalo se zpravidla pochodem nebo polkou. Premiéra určité skladby patřila první části programu, protože v druhé polovině dostávaly přednost tzv. šlágry a rovněž také kompozice kapelníka (Vičarová 2002: 86). V období masopustu se bez účasti kapely neobešly občanské plesy,²¹ karnevaly, reduty či různé jiné zábavy, na jejichž konání *Humoristické listy* upozorňovaly a zpětně je také reflektovaly.²² Podobné sezónní události přirozeně ovlivňovaly obsah inzertní přílohy, kdy například v období plesů a maškarád přibýly reklamní poutače lákající k pořízení nebo zapůjčení společenských rób, masek, knihtiskárny včetně té Vilímkovy nabízely organizátorům akcí tisk pozvánek, vstupenek, nárožních cedulí, jídelních lístků i tanečních pořádků (Knihtiskárna Jos. R. Vilímka 1887).



Obr. 8a. Velká zahradní restaurace „Plzenka“ na Smíchově. *Humoristické listy* 1887, č. 25, s. 224

Z výzkumů učiněných Josefem Kotkem víme, že hospodské a pivovarské prostředí se stalo významnou platformou pódiových vokálních žánrů, jejichž interprety byly nejprve kočovné soubory „zpěváků“ (Kotek 1985: 99–133). Tito většinou nezaměstnaní herci, hudebníci a studenti předváděli na pojízdných pódiiach a hoc sestavovaná pásma deklamací, kupletů a kostýmních výstupů. Opakovaným vystupováním a setrváním na jednom místě se utvořila instituce „zpěvní síně“. Patrně prvním takovým místem se stálým provozem u nás se od roku 1872 stal sál v pivovaru U Bucků Na poříčí.²³ „*Buckovic byly už od nepamětných dob nejoblíbenější a nejrazovitější pražskou hospodou se všemi světlými a stíny, přednostmi i chybami, lidových šenkoven' [...] i se všemi národními pěvci a kupletisty, těmi pražskými bohémy, kteří tam měli povždy nejvýnosnější eldorado [...].*“ (Kukla 1931: 203–204) V 80. letech jsou známy zpěvní síně U Labutě, U Lhotků, U Koulů, U Medvídků, U Rozvařilů a jinde.²⁴

Z uvedeného vyplývá, že občerstvovací zařízení představovala důležitou institucionální základnu pro rozvoj a šíření nejen české hudby. Obzvláště pak v době přísných restrikcí před rokem 1860, kdy bylo před vydáním Říjnového diplomu veřejnému spolčování vlastenců všemožně bráněno. Nicméně i v pokračujících dekadách se tento prostor otevřený prakticky všem, nehle-



Obr. 8b. Dne 1. května 1887 otevíření zahradní restaurace na ostrově „Velké Benátky“ (Štvanice). *Humoristické listy* 1887, č. 18, s. 158

dě na rozdílnost společenského postavení, stal dílčím střediskem uměleckého života. Konečně o tom, že hospodské a pivovarské prostředí může mít fundamentální podíl na rozvoji tvůrčí osobnosti, svědčí životní osudy Bedřicha Smetany a Antonína Dvořáka. Úloha novinové inzerce pak spočívala na různých kulturních akce upozorňovat. Taková forma reklamy měla teritoriálně daleko větší informační dosah než plakáty a nárožní cedule (obr. 9, 10 a, b).

Negativní kritika uveřejněná ve *Zlaté Praze* dosvědčuje popularitu profánních forem zábavy v Praze 80. let: „[...] ale zvláštního jakéhosi porozumění, zvláštní piety pro hudbu ušlechtilou věru v Praze tuze po málu. Nádvorní koncerty vlašských a českých kolovrátkářů, drnkání pianistů a pianistek, jež v zoufalství vrhají ubožáky, již nemají nervy silné jako provazy a bubínky ušní jako z kůže telecí, koncerty malých orchestrů, jichž dovednost a vůle dělati dobrou muziku daleko jest větší než

Blahobyť v Praze, aneb: „Tingl-tangl“ a jeho obecenstvo.
Půlnoční scéna bez slov.



Obr. 9. Blahobyť v Praze, aneb: „Tingl-tangl“ a jeho obecenstvo.
Paleček 1882, č. 7, s. 49

podpora, jež se jim skýtá – toť vše, čím reprezentována hudba pro lid. [...]. V lidě přesná hudba koncertní a operní nekoná nijak ono poslání, kteréž je vykázáno v životě kulturním a jež koná u národů jiných. Aneb snad se namítati bude, že máme hudby vojenské. Navštivmež místnost, kde koncertuje hudba vojenská, studujme program a studujme především ctěné naše P. T. publikum. Několik ouvertur z předpotopních oper, několik úryvků z lehkého vídeňského zboží operetního, několik tancův od pánů kapelníků divoce instrumentovaných a sestavených namnoze z kradených motivů, a konečně nezbytná směs, v níž hlavní úkol přikázán dětské pišťalce, frkačce, zvonečku, pak zvláštnímu hudebnímu nástroji – jímž

Zahradní hostinec
„U královny anglické“.
Každou neděli a svátek, jakož i v pondělí
herecko - pěvecká společnost
pana J. Šmída. 286
Každou středu a pátek kapel. **FLEČEK.**
Kulečník, výborná kuchyně, jakož i dobré vyležené
pivo od ledu a výborný ležák se doporučuje.

Obr. 10a. Zahradní hostinec „U královny anglické“.
Humoristické listy 1882, č. 23, s. 189

P. T. příchozím do Prahy,
jakož i
ctitelům dobrého piva a chutných jídel
odporučuje
pivovar „u Rozvařilů“ (na Poříčí)
svou zahradní restauraci, kdež se každou
neděli, ve svátek a v sobotu odbyvají velké koncerty
i taneční zábavy.
Jiné dny u večer krátí ct. obecenstvu chvíli buď
první český Tingl-tangl, pěvecko-herecká společnost
Bachman-Frankl, buď chvalně známá společnost
Sodomova s jeho českými slavicí Luisou a Katy.

Obr. 10b. P. T. příchozím do Prahy.
Paleček 1884, č. 20, s. 160

napodobuje se mňoukání koček, vytí psů a chrochtání vepřů. A po takovém směsi – jež jinak velice významně jmenuje se to potpourri – zaburácí zpravidla hromový potlesk koncertních síní a hudba musí konec hrozného musikální nestvůry opakovati... Takový jest vkus našeho P. T. obecního.“ (R. 1884)

Doplňme pouze, že v 80. letech 19. století na veřejných prostranstvích nejčastěji zazníval zvuk flašinetu neboli kolovrátku, pro jehož pohon bylo příznačné otáčení klikou.²⁵ Flašinetáři rekrutující se často z řad invalidních vojenských vysloužilců si pouliční hrou, zpěvem nebo vyprávěním a případně i prodejem svých textů přivydělávali ve svém nuzném živobytí, jak o tom svědčí osudy proslulého pražského písničkáře Františka Haise (1818–1899).²⁶ Potulní hudebníci s kolovrátkem – sdružující se už od dob Marie Terezie – kromě zábavních funkcí plnili také důležitou roli zprostředkovatelů informací (např. pravdivé či fiktivní zpravodajství prostřednictvím kramářských písní),

stejně tak se podíleli na přenosu repertoáru: Jak podotkl Alexandr Buchner (1959: 74), „dějiny hudby již prokázaly, že nikoli milánská Scala, nýbrž italské kolovrátky rozšířily umění Verdiho, jenž ve své domovině kolovrátkáře tolik pronásledoval a zavíral do stodoly, aby mohl myslit na nové melodie“. Opomenout nelze ani výchovné působení flašinetářů (obr. 11). Svě mladické okouzlení tímto nástrojem přiznali ve svých publikovaných vzpomínkách například skladatel Karel Weis (1862–1944) či knihkupec a nakladatel Leoš Karel Žižka (1866–1969).

Závěrem

Přínos studia novinové a časopisecké inzerce konvenuje s důležitostí periodického tisku jako pramene poznání obecně. Stává se totiž přímým svědkem doby svého vzniku. Kromě zásadního dialogu nabídky a poptávky odráží reklama vkus a preference, dobovou mentalitu, případně technické možnosti tisku (Lenderová – Jiránek –

Jelikož sésóna výletů co nevidět bude u konce, má *Paleček* za svou povinnost uvést pražskému člověčenstvu na paměť, z jakého množství krásných výletních míst má denně na vybranou.

Ve všech sadech poskytuje se umělecký požitek veřejnými, bezplatnými

koncerty zahradními.



Obr. 11. Pražské procházky. *Paleček* 1882, č. 31, s. 244

Macková 2009: 34). Předkládaný výzkum mapoval a dále rozvíjel informace z inzerátů souvisejících s hudebním uměním, což vedlo k získání redukováného přehledu o tom, jakým způsobem se hudba uplatňovala v životě měšťanů. Takový způsob práce umožňuje objevovat dějiny každodennosti. Reflektuje hudební dění skrze běžné, všední kontakty, které v symbióze koexistovaly s činností specializovaných hudebních organizací a jednotlivců.

Přijmeme-li teorii o reklamě jako svědectví dobového vkusu a preferencí, jakož i mentalitě společnosti, mohli bychom vyvodit následující závěry. Nejrozšířenějším nástrojem pro interpretaci klasické a populární poslechové hudby byly v měšťanských vrstvách klavír a harmonium. Ovládnutí těchto instrumentů vyžadovalo osvojit si alespoň elementární návyky a dovednosti hry a s tím spojenou soustavnou přípravu. Předpokládáme proto významnou účast dětí a mládeže na provozování hudebního umění, projevující se mimo jiné rozvojem hudebního školství. Naopak podíl dospělých aktivně muziciřujících pro zábavu se spolu se stále více diferencujícími možnostmi trávení volného času snižoval.

Důsledky onoho stavu lze mimo jiné spojit s narůstajícím počtem veřejně přístupného divadelního a koncertního provozu, tedy se situací, při níž dochází k rozdělení shromáždění občanů do dvou odlišných skupin. Na jedné straně stojí mimořádný aktér/aktéři, na straně druhé pasivní pozorovatelé, kteří nedisponují

srovnatelnou mírou nadání, ale to pro ně není výzvou. Místo činorodosti všech občanů tak nastupuje pasivita většiny.²⁷ Člověk takovým poslechem uspokojoval touhu po kontaktu s uměním, a zároveň s tím se mohla vytrácet potřeba vyvíjet podobné aktivity vlastní.

Vedle institucí typu divadlo nebo koncertní sál stála (a to i doslova) různá občerstvovací zařízení s vlastním kulturním provozem. Hudební umění zde bylo trvalou a vítanou součástí zábavy hostů. Majoritní zastoupení měla hudba populární, schopna některými svými atributy – jednoduchou strukturou, krátkou dobou trvání jednotlivých skladeb, bezprostředním emocionálním účinem, možností tance nebo spoluúčasti publika (hromadný zpěv, tleskání) – zaujmout mnohé ze shromážděných hostů, kteří takovou hudbu před repertoárem mistrů klasické hudby upřednostňovali (srov. Kapusta 1990: 160–171).

Díky technickému pokroku a výše naznačené problematice „pasivní“ role koncertního návštěvníka doznaly ve sledovaném období značného rozšíření hudební automatofony. Veřejná prostranství opanovali flašinetáři do té míry, že jejich výskyt musely ve větších městech regulovat úřady. Inzertní část *Humoristických listů* ze samočinných nástrojů informuje převážně o hracích skříňkách, schopných reprodukovat větší množství skladeb, než tomu bylo v dekadách předchozích. Poslech samohrajek představoval v životě měšťana – podobně jako dnes – jednu z důležitých forem setkávání se s hudebním uměním.²⁸

* Příspěvek vznikl za podpory Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy České republiky, grant IGA_FF_2019_006: Ke specifickým české hudební kultury v 19. až 21. století a grant IGA_FF_2020_011: Kontexty české a slovenské hudební kultury.

POZNÁMKY:

1. Tento výstup je součástí kvalifikační práce zkoumající pražské ilustrované časopisy jako pramen dějin hudby.
2. Srov. metodiku publikací muzikologa a hudebního skladatele Jiřího Berkovce *Edice a anonce hudebnin v pražském periodickém tisku* (1989) nebo *Musicalia v pražském periodickém tisku 1800–1825* (2011).
3. „Informace, které periodický tisk skýtá, odrážejí dobovou realitu se značnou bezprostředností, neboť prioritním požadavkem kladeným na tisk vždy byla aktuálnost.“ (Altman 2014: 32)
4. Z historie pěvecko-hudebního spolku Moravan viz Balódy 2019: 6–25.
5. Podobně např. humoristický obrázkový týdeník *Paleček*, který podle vyjádření administrace přijímal inzeráty pouze od českých firem. Viz Spolehlivého sběratele insertů 1883.
6. Zvláště z produkce nakladatelství Františka Augustina Urbánka (1842–1919), majitele zmiňovaného hudebního listu.
7. Žádost o týdenní periodicitu Vilímek podložil snahou o obveselení obyvatelstva, zarmouceného prohrou Rakouska v druhé italské válce za nezávislost roku 1859: „...a jak dobře by bylo, kdyby *Humoristické Listy* mohly vycházeti každou sobotu, aby alespoň v neděli zapomnělo se obveselujícím čtením na to, co tolik rmoutí každého den co den.“ (Vilímek 1908: 10–11)
8. Nejstarším obrazovým českojazyčným humoristicko-satirickým časopisem byl *Paleček, milovník žertu a pravdy* vycházející v letech 1841–1847.
9. Ve sledovaném období v *Humoristických listech* inzerovali prodeji smyčcových a dechových nástrojů Antonín Wild z Chebu a Jan Bašta z Lubů (Schönbach) u Chebu.
10. Dalšími zjištěnými inzerenty z Prahy byli Hummel František (zhotovitel pian, harmonií a varhan; Václavské náměstí č. 60), Krčmář

- Čeněk (majitel továrny na piana; Palackého třída č. 430), Kavalier V. J. a spol. (továrna a půjčovna pian; Poříčská třída č. 22 a Na Florenci č. 5), Klenka Josef (sklad a půjčovna pian a pianin; Ferdinandova třída č. 38), Kotík Rudolf (ladění a oprava pian; Petrská ulice č. 13), Kursa Bedřich (někdy také Friedrich; půjčovna a sklad pian; Celetná ulice č. 17), Micka Vincenc (dodavatel pian a harmonií; Michalská ulice), Pfeiffer Karel (učitel na ústavě slepců, člen orchestru českého divadla, obchodník s hudebními nástroji; Spálená ulice č. 3), Schamal Karel (zhotovitel hudebních nástrojů; Hybernská ulice č. 4), Wetzler Emanuel (knihkupec, obchodník s uměleckými výrobky a hudebninami, půjčovatel hudebnin a obchodník s piany; Ferdinandova třída č. 37). Některé údaje viz také Lešer 1884. Z Bohdalova pocházela firma Pohanka František a spol., užívající titulu nejstarší českomoravské továrny na harmonia.
11. Jejich kvalitu nezávisle ocenil například olomoucký skladatel a regenschori Josef Nešvera (1842–1912), když pěveckému spolku Moravan z Kroměříže doporučoval pořídit jednomanuálové pedálové harmonium: „... veškerá harmonia z továrny pana Lhoty vynikají svou solidností, jakož i svou vniterní cenou, a proto jsou velmi trvalá. [...] Pedálové harmonium č. 23 [katalogové číslo] nahradí slušným způsobem pěkné varhany.“ Muzeum Kroměřížska v Kroměříži, fond 20 I Moravan, Listinný archiv Moravana, karton 13, sign. III/3.
 12. Stejnou označovací variabilitu využíval k nelibosti ostatních, prokazatelně existenčně starších nakladatelů také František Augustin Urbánek, propagující svůj podnik jako „první český závod hudební“ (Žižka 1999: 183–184).
 13. Např. na začátku roku 1884 obchodní dům U města Paříže v inzerce na koupi aristonu avizoval písně *Růže tetínská*, *Naprej! Hej, Slované!*, *Valčík ze Zakletého prince*, *Když jsem plela len*, *Kde domov můj*, *Hubička* a koledu *Nesem Vám noviny*. Náhradní válec s jinými melodiemi bylo možné dokoupit za 60 krejcarů (Ariston 1884).
 14. Podle studie Jana Maláta se pojmem orchestrion označoval také klavír s varhanovým strojem, který v Praze sestrojili bratři Stillové někdy v období let 1769–1798 (Malát 1880).
 15. Zprávy o spolkové činnosti v časopise *Dalibor* dokumentují provedení *Záběhlické polky* od J. Staropackého, *Sousedské* od [Mořice Stanislava] Angera, *Polky na bigotfony* [Josefa] Pauknera aj.
 16. Situaci o podílu restauračního zařízení při formování české společnosti připomenul Jan Neruda: „Každý z nás zajisté do omrzení často slyšel výrok z let třicátých, učiněný tenkrát v hostinci U bílého lva, kde scházela se společnost vlastenecká, hlavně pak společnost literární: Kdyby ten strop zde na nás spadl, je po českém národě!“ (Neruda – Novotný 1954: 238)
 17. Více viz Valový 1972.
 18. Pololidová hudba vídeňských kaváren a hospod označovaná jako *Schrammelmusik* dostala své jméno po rakouském hudebníkovi Johannu Schrammelovi (1850–1893). Ten v roce 1877 založil instrumentální soubor ve složení dvoje housle, harmonika a kytara. Móda kavárenských šramlů se rozšířila také do českých zemí. Podrobněji viz Kurfürst 2002: 781.
 19. Není vyloučeno, že přítomnost hudebního tělesa ovlivňovala cenu prodáváného zboží (Zase v Praze 1880). Zde konkrétně bylo zdraženo pivo.
 20. Druhým největším takovým sálem disponoval Grand hotel v Mariánské ulici (Praha a okolí. Průvodce pro cizince 1887: 8).
 21. Plesům předcházely veřejné zkoušky kapely „muzikproby“, při nichž měli zájemci možnost za snížené vstupné vyslechnout repertoár připravovaného večera (Vičarová 2002: 76).
 22. Tyto společenské akce představovaly oblíbený námět pro ilustrátory sezónních nepolitických obrázků s komentáři nacházející se zpravidla na páté straně *Humorů* (např. Krejčík 1885). Srov. Krejčíkovu tvorbu pro humoristický obrázkový týdeník *Paleček*.
 23. V kronice Prahy se uvádí, že zpěváci v pivovare U Bucků (původně U Bučků) měli první český tingltangl již roku 1869 (Ruth 1904: 866). Václav Vratislav Tomek (1930: 12–13) poznamenal, že první stálý pražský šantán vznikl v pivovare U Labutě.
 24. Atmosféru zpěvní síně U Bucků konce 80. let vylíčil herec a režisér Jaroslav Auerswald (1870–1931) ve svém dvoudílném článku Jak bývalo „u zpěváčků“ z roku 1930.
 25. První takové nástroje vznikaly pro potřeby cvičení zpěvných ptáků různými melodiím (podle účelu odvozen název ptačí kolovrátek, německy *Vogelorgel*).
 26. Viz memoáry Františka Haise (1985).
 27. S odkazy na výzkumy Jürgena Habermase a Richarda Senneta viz Bek 1993: 69–70.
 28. Obřadnost poslechu gramofonu ve vzpomínce na [Františka] Davidka, majitele kavárny Union, vylíčil Josef Lada (2007: 330–331).

ARCHIVNÍ PRAMENY:

Muzeum Kroměřížska v Kroměříži, karton 13, sign. III/3, fond 20 I Moravan, Listinný archiv Moravana,

PRAMENY A LITERATURA:

- Ariston (inzerce). 1883. *Humoristické listy* 25, č. 33, s. 275.
Ariston (inzerce). 1884. *Humoristické listy* 26, č. 3, s. 23.
Altman, Karel 2014: *Periodický tisk jako zdroj etnologického poznání*. Brno: Etnologický ústav AV ČR Praha – pracoviště Brno.
Auerswald, Jaroslav 1930: Jak bývalo „u zpěváčků“. *Moravské noviny* 51, č. 97, s. 6; č. 102, s. 5.
Balódy, Milan 2019: Všestranný hudební umělec Ferdinand Vach a kroměřížský spolek Moravan. *Opus musicum* 51, č. 3, s. 6–25.
Balog, Peter – Součková, Taťána 2013: *Monarchie. Kouzelné hrací strojky*. Praha: Národní muzeum.

- Bek, Mikuláš 1993: *Vybrané problémy hudební sociologie*. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého.
Berkovec, Jiří 1989: Edice a anonce hudebnin v pražském periodickém tisku. *Opus musicum* 21, č. 9, s. 283–287.
Berkovec, Jiří 2011: *Musicalia v pražském periodickém tisku 1800–1825*. Praha: Národní knihovna České republiky.
Bigotfony (inzerce). 1886. *Humoristické listy* 28, č. 2, s. 15.
Buchner, Alexandr 1959: *Hudební automaty*. Praha: SNKLHU.
Conboy, Martin 2018: *Tisk a populární kultura*. Praha: Akropolis.

- „Digitální archiv časopisů.“ Ústav pro českou literaturu AV ČR, v. v. i., [online]. Dostupné z: <<http://www.archiv.ucl.cas.cz>>.
- Foret, Martin – Prokůpek, Tomáš 2016: *Před komiksem. Formování domácího obrázkového seriálu ve 2. polovině XIX. století*. Praha: Akropolis 2016.
- František Kolár. 1881. *Humoristické listy* 23, č. 48, s. 378.
- Hais, František 1885: *Vzpomínky pražského písničkáře 1818–1897*. Ed. Eva Ryšavá. Praha: Odeon.
- Hellerovy hrací stroje (inzerce). 1881. *Humoristické listy* 23, č. 48, s. 383.
- Herites, František 1910: *Psáno pod čáru 1875–1885. Kresby satirické, humoristické i vážné*. 2. sv. Praha: J. Otto.
- Herrmann, Ignát 1925: *Před padesáti lety. Drobné vzpomínky z minulosti*. II. díl. Praha: F. Topič.
- Kapusta, Jan 1990: K historicko-společenským podmínkám vzniku a rozvoje nonartifciální hudby v Čechách. *Hudební věda* 27, č. 2, s. 160–171.
- Knihstárna Jos. R. Vilímka (inzerce). 1887. *Humoristické listy* 29, č. 4, s. 34.
- Kotek, Josef 1985: Český kuplet, jeho prostředí a pěstovatelé. *Hudební věda* 22, č. 2, s. 99–133.
- Krejčík, Karel 1885: Redouta. *Humoristické listy* 27, č. 4, s. 31.
- Kroutvor, Josef 1990: *Potíže s dějinami. Eseje*. Praha: Prostor.
- Kubů, Naděžda 2002: *Historické hudební automaty na zámku v Hořovicích*. Praha: Státní památkový ústav středních Čech.
- Kukla, Ladislav Karel 1931: *Ze všech koutů Prahy. Rozmarné obrázky z pražského života*. Praha: Z kroniky staré Prahy.
- Kurfürst, Pavel 2002: *Hudební nástroje*. Praha: Togga.
- Lada, Josef 2007: *Kronika mého života*. Praha: Knižní klub.
- Lajkep, Zdeněk 1993: Kulturní a společenský život v Kroměříži v letech 1860–1918. *Týdeník Kroměřížska* 4, č. 33, s. 5.
- Lenderová, Milena – Jiránek, Tomáš – Macková, Marie 2009: *Z dějin české každodennosti. Život v 19. století*. Praha: Karolinum.
- Lešer, Václav 1884: *Adressář královského hlavního města Prahy a sousedních obcí*. Praha: Nákladem důchodův obce pražské.
- Malát, Jan 1880: Dějiny klavíru. *Dalibor* 2, č. 18, s. 139.
- Manopan. U města Paříže (inzerce). 1888. *Humoristické listy* 30, č. 13, s. 121.
- Neruda, Jan 1954: *Podobizny III. 1885–1888*. Ed. Miloslav Novotný. Praha: SNKLHU.
- Orpheus. U města Paříže (inzerce). 1886. *Humoristické listy* 28, č. 17, s. 137.
- Palla, Hynek 1886: Opera na venkově (dokončení). *Dalibor* 8, č. 34, s. 333.
- Praha a okolí. Průvodce pro cizince* 1887. Praha: Spolek ku povznese-ní návštěvy cizinců v Praze a okolí.
- Prahl, Roman – Sekera, Martin – Vondráček, Radim 2014: *Karikatura a její příbuzní. Obrazový humor v českém prostředí 19. století*. Řevnice – Plzeň: Arbor vitae.
- První česká továrna na harmonia F. Hummel (inzerce). 1882. *Humoristické listy* 24, č. 48, s. 390.
- R. 1884: Feuilleton. *Zlatá Praha* 1, č. 45, s. 544.
- Roubík, František 1936: *Bibliografie časopisectva v Čechách z let 1863–1895*. Praha: Česká akademie věd a umění.
- Ruth, František (ed.) 1904: *Kronika královské Prahy a obcí sousedních*. Praha: Pavel Körber.
- Sezima, Karel (ed.) 1937: *Josef Richard Vilímek. Osobnost i závod. Úvahy a vzpomínky*. Praha: Svaz knihkupců a nakladatelů Česko-slovenské republiky.
- Spolehlivého sběratele insertů. 1883. *Paleček* 11, č. 45, s. 160.
- Svatoňová, Ilja 1993: *Humoristické listy*. In: Forst, Vladimír (ed.): *Lexikon české literatury 2/I, H–J*. Praha: Academia.
- Švejda, Antonín 2013: Hrací stroje v českých zemích v 19. a na počátku 20. století. In: Machalíková, Pavla – Petrasová, Taťána (eds.): *Člověk a stroj v české kultuře 19. století*. Praha: Academia.
- Tomek, Václav Vratislav 1930: *Ze starých pražských šantánů*. Praha: nákladem edice Vyšehrad.
- Továrna na harmonia V. Tuček (inzerce). 1883. *Humoristické listy* 25, č. 39, s. 324.
- Valový, Evžen 1972: *Sborový zpěv v Čechách a na Moravě*. Brno: Univerzita J. E. Purkyně.
- Vičarová, Eva 2002: *Rakouská vojenská hudba 19. století a Olomouc*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Vilímek, Josef Richard 1908: *Ze zašlých dob*. Praha: Vilímek.
- Vošahlíková, Pavla 1999: *Zlaté časy české reklamy*. Praha: Karolinum 1999.
- Zase v Praze. 1880. *Humoristické listy* 22, č. 38, s. 301.
- Žižka, Leoš Karel 1999: *Paměti a osudy. Knihkupecké vzpomínky na léta 1871–1884*. Praha: Jan Kanzelsberger.
- Žofínský ostrov (inzerce). 1885. *Humoristické listy* 27, č. 18, s. 146.

Summary

Traces of Musical Life in Advertisements of Humoristické Listy (with focus on the 1880s)

The study uses advertising sections of the widely read and successful weekly *Humoristické listy* [Humorous Papers] as a source of the history of music. Through an analysis of advertisement departments, it maps the city inhabitants' opportunities in the late nineteenth century to fill their leisure time with musical activities. The advertisements create a space where the offer encounters the inquiry. They thus become a witness to contemporary tastes, preferences, and mentalities. The research shows that alongside traditional musical instruments, which required at least a rudimentary interpretation skills to master the play, instruments operating by mechanical means (automatophones) or those designed without much artistic ambition for profane social entertainment (e.g. bigotphones) were gaining in popularity. The space in which contact with music took place was also expanding. Various refreshment venues allured people with regular concerts. The submitted text is a contribution to the history of popular music in the Czech lands, and it partly reflects the public taste of the time.

Key words: Musical advertisements; musical taste; leisure time; popular culture; Humoristické listy; musical life in the Czech lands.

ETNOMUZIKOLOGIE ZA OBZOR ROZTOMILÝCH OBRÁZKŮ: ROZHOVOR S LUBOMÍREM TYLLNEREM O NEBEZPEČNÝCH BULHARSKÝCH SILNICÍCH I SPOLEČENSKÉM VÝZNAMU ETNOMUZIKOLOGIE

Doc. PhDr. Lubomír Tyllner, CSc. během své dosavadní kariéry stihl ovlivnit vývoj české etnomuzikologie či hudební folkloristiky v mnoha ohledech. Mj. založil v někdejším Ústavu pro etnografii a folkloristiku ČSAV (dnes Etnologický ústav AV ČR) oddělení etnomuzikologie, dnes doplněné v názvu také o etnochoreologii) a stál u startu řady projektů, z nichž některé nesou plody i po desetiletích. Zároveň coby pedagog ovlivnil řadu mladších badatelů a nasměroval je na jejich vlastních cestách. Životní jubileum Lubomíra Tyllnera (* 18. 11. 1946) je dobrou příležitostí k rekapitulaci jeho cesty k hudbě i jejímu vědeckému zkoumání.

Jaká byla Vaše cesta k etnomuzikologii?

Byla to cesta plná různých zatáček. Ale sečteno a podtrženo – to, čím jsem procházel, se pro dráhu etnomuzikologa vždy hodilo. Vše obvykle začíná v rodině. Táta ač kovář s lehkou rukou hrál na housle a máma spojující Sokol a baráčníky naučila řadu generací mé rodné obce Českou a jako Moravačka i Moravskou besedu. Já, sotva jsem uměl na klavír něco zahrát, jsem v sokolovně při návštěvě doprovázel všechny ty sousedské, kalamajky, furianta či libeznou Sivou holubičku z Moravské besedy. A třebaže mne bavilo dívat se na tátovu kovadlinu s kusem žhavého železa v kleštích, v dalším vzdělání vyhrála hudba. Cesta ke státní konzervatoři vedla oklikou přes vojenskou konzervatoř s náročnou dvouoborovou instrumentální výukou – lesní roh, klavír. Klavíru jsem ovšem dával přednost a minimálně šest hodin u klavíru denně bylo mou normou. Zatímco budoucí etnologové v osmnácti mířili na svou alma mater, já jsem ve Smetanově síni Obecního domu absolvoval Griego-

vým klavírním koncertem. Letitá služba u vojenské hudby mne donutila věnovat se stejně i lesnímu rohu a také povinně klávesám v taneční hudbě ve swingovém obsazení nebo v různých malých partičkách spíše kavárenského typu či ve funuspartiích jako hornista. Netušil jsem, že jsem téměř permanentním účastníkem „terénního výzkumu“, jež pracuje metodou zúčastněného pozorování. Tuto činnost jsem neprovozoval s nadšením, ale dobře jsem poznal, co lid zpívá, tančí a jak se baví. Současně jsem studoval klavír na Státní konzervatoři v Praze, krátkodobě také obor dirigování. Absolvoval jsem písemnou práci na téma *Leoš Janáček – Její pastorkyně* a v klavíru Janáčkovým cyklem *V mlhách*.

A na vysoké škole?

Na pražskou filozofickou fakultu, obor etnografie – hudební věda – jsem šel s představou stát se muzikologem, se zájmem o starou hudbu, Chopina, Smetanu, Dvořáka, Debussyho či Janáčka, abych jmenoval alespoň některé ze svých oblíbenců. Stalo se ale něco neočekávaného. Především přednášky profesora Karla Dvořáka, z jehož lekcí vanul duch pražského strukturalismu a komparační folkloristiky, nejen mně ukázaly pu-

vab studia evropské slovesnosti, v jeho případě také ve vztahu k hudební kultuře. Hudební folkloristika či etnomuzikologie se v tu dobu žel v Praze nepřednášela. Objevení rozsáhlé a obsahově rozmanité pozůstalosti hudebního skladatele a sběratele lidových písní Karla Weise dokonce utvrdilo mé oborové zakotvení a vyústilo v řadě weisovských spisů, včetně disertačního.

Cesta do Akademie věd, pokud vím, měla ještě jednu přestupnou stanici.

Během patnáctiletého působení na Pedagogické fakultě v Českých Budějovicích jsem jako pedagog vystřídal řadu oborů. Umožňovalo to snoubení vzdělání praktikujícího hudebníka a muzikologa. Dirigentské školení mi umožnilo vyučovat předmět řízení sboru a sborový zpěv a současně patnáct let vést fakultní pěvecký sbor. Vzdělání klavíristy jsem rozšířil dlouhodobou stáží v Institutu Gněsiných v Moskvě se zaměřením na klavírní pedagogiku. Výuka hudebních forem znamenala základ k pozdějším analýzám lidových písní, předmět intonace a rytmus přispěl k tříbení sluchu potřebného pro transkripce zvukových záznamů tradiční hudby. Výuka dějin hudby byla zase prvním krokem k tématu vztahu tradiční a umělecké hudební kultury. Samozřejmě stále jsem byl činný jako klavírista, což jsem vydatně využíval v pedagogické praxi nebo při pozdější několikaleté korepetitorské spolupráci se Souborem písní a tanců Josefa Vycpálka. Směrování k tradiční hudbě na Pedagogické fakultě naznačovalo i založení studentského souboru *Carmina rediviva*, který vytvořil řadu rozhlasových nahrávek historických památek lidové hudby.

Předpokládám, že vstupem do někdejšího Ústavu pro etnografii a folkloristiku se mnohé změnilo.

Zejména došlo k osobnímu zacílení a soustředění na jednu oborovou linii. Ale zprvu nic nenaznačovalo, že se mému oboru, který v tehdejším ÚEF někdejší ředitel totálně utlumil, povede dobře.



Ke změně došlo několik měsíců po mém nástupu do Čs. akademie věd v souvislosti s novými poměry po listopadu roku 1989. Soustředil jsem se pak na konstituování a vedení oddělení etnomuzikologie, k jehož založení došlo 1. března 1991 a které jsem – s přerušením v době funkce ředitele Etnologického ústavu v letech 1998–2007 – vedl do roku 2014. Současně jsem zahájil výuku etnomuzikologie na katedře hudební vědy a zejména na katedře etnologie FF UK v Praze. Rovněž došlo k navázání kontaktů s prestižní Mezinárodní radou pro tradiční hudbu (ICTM–UNESCO) a tyto původní kontakty mé kolegyně a kolegové dnes úspěšně rozvíjejí.

Jaké byly Vaše první vědecké úkoly či úspěchy?

Náhody bývají strůjcem některých důležitých událostí a to se stalo i v mém případě. Objevení Kunzova česko-německého rukopisu (součástí tzv. guberniálního sběru z roku 1819), nejvydatnějšího a do té doby neznámého pramene a jeho vydání roku 1995 bylo dobrým počinem pro etablování nového oddělení. Edice byla s mezinárodní účastí prezentovaná v Praze, v Regensburgu, Berlíně a v Mnichově. Osobně mne těšilo, že praktické hudební i taneční ukázky byli schopni předvést pracovníci a pracovníci oddělení, kteří prokázali všestrannost svého vybavení pro obor etnomuzikologie.

Ediční činnost oddělení etnomuzikologie je dostatečně známá. Práce s archivními dokumenty ale nebyla tou jedinou výzkumnou orientací. Za zásadní součást etnomuzikologie, jak ji dnes chápeme, lze považovat terénní výzkum. Vy jich máte za sebou velkou řadu, ať již v ČR, nebo na různých místech Evropy. Během Vašeho studia ale příprava na tento aspekt nebyl součástí výuky a musel jste se jím tedy prokousat sám. Jaký byl Váš první terénní výzkum a co jste si z něj odnesl?

První terénní výzkum byl zásadně významný z několika hledisek. Vznikl

hned v době univerzitních studií a týkal se pohřebního obřadu. Spojoval práci se dvěma historickými dokumenty (kancionálem z roku 1840 a jeho stručným opisem) a jejich reálnou demonstrací v živém pohřebním rituálu. Ten jsem zachytil na magnetofonový záznam. Vstoupit do prostoru, kde rodina truchlí nad otevřenou rakví zemřelého, a pořídit magnetofonový záznam bylo jednou z mých eticky nejchoulostivějších situací a jen nesmlouvavým zásahem ceremoniáře jsem mohl mezi pozůstalé vstoupit. Znamenán byl jak téměř hodinový zpěv ceremoniáře nad zesnulým, tak i nářek pozůstalých, zatloukání víka rakve, hra dechovky při vynášení rakve se zemřelým, zvony, zpěv a hra dechovky při průvodu obcí, promluvy u křížku na konci obce. Při vyhodnocení všech tří pramenů se podařilo prokázat oporu ve zpěvním repertoáru barokních kancionálů. Když vzápětí po pohřbu ceremoniář jako nositel tradice zemřel, skončila tak mnohasetletá kontinuita existence tohoto přechodového rituálu spojená s hudebními projevy obyvatel obcí veselsko-soběslavských Blat. Knižní a zvukové završení výzkumu (*Písňe letanie a modlitby, které při pohřbech zpívati se mohou*, 2015) jsem dlouho odkládal. Snad proto, že se jednalo o téma opravdu ne radostné.

Terénní výzkum dokáže přinést i nečekané a dobrodružné situace. Dostal jste se někdy do takových?

Bambitku k hlavě mi afričtí domorodci nepřikládali, ale svízelné situace nastanou. Při svátku sv. Jiří (Gergeovden) v obci Svatá Varvara v Bulharsku po úvodních rituálech svčení obětních zvířat (obětní maso – kurban) putuje procesí poměrně strmým stoupáním do hor na planinu, kde rituál pokračuje opékáním zvířat, svěcením pokrmů, přijíždí sv. Jiří na koni a tančí se tzv. asynchronní choro určené pouze pro tento den. Bylo mi divné, proč si kolegyně z bulharské akademie věd toto finále na vrcholu pohoří nedopřály. Strmé stoupání, které jsem absolvoval s častým

vydýcháním, mi bylo dobrou odpovědí. Tím vše nekončilo. Po ukončení patřičné rituální sekvence a při sestupu dolů do vesnice se spustil ohromný liják. Ten přítomní zprvu radostně přivítali (vláha, předpoklad úspěšného hospodářského roku), ale když se cesty, jde-li mluvit o jakých, postupně proměnily v řeky, nebezpečí pádů po kamenitých srázích bylo mimořádné. Kameraman sofijské televize komentoval: „*Točil jsem v Afghánistánu a na severním pólu. Ale tohle jsem ještě nezažil.*“ Týž kameraman mne potom vzal do Sofie svým malým Fiatem a bylo mi divné, proč jeho automobil ve stotřicítce podivně „plave“ po silnici. Když jsem nakonec s úlevou vystoupil z auta a uviděl čtyři pneumatiky bez viditelného vzorku, bylo mi vše jasné. Nevím, co bylo nebezpečnější, zda sestup z hory, natáčení za polárním kruhem, nebo cesta z Varvary do Sofie.

Jedním z témat, která se v etnomuzikologii řeší dlouhodobě, jsou „univerzálie“, tedy to, co spojuje jednotlivé hudební kultury. Řekl byste na základě Vašich výzkumů, že lze např. na úrovni Evropy najít prvky spojující hudební kultury od Pobaltí po Španělsko?

Pokládáte jednu ze zásadních otázek oboru. „Univerzálie“ odpověď si dovoluje vyslovit málokdo, neboť není mnoho etnomuzikologů se zkušenostmi napříč kulturami a takových, kteří by sebevědomě neusuzovali pouze z dílčích, nebo dokonce marginálních projevů. Moje stanovisko v tomto ohledu je dlouhodobě relativistické. Hudba je univerzálním jazykem, resp. je tvořena univerzálně užívanými elementy. Těmi jsou rytmy, melodie, tóniny, resp. mody, tempa, elementy utvářející formu, hudební dynamiku (ve smyslu zvukové síly a její proměny), hudební nástroje jsou univerzální využitím struny (chordofony) jako zdroje zvuku, chvěním plátku nebo rtů, vzduchového sloupce (aerofony), chvěním blány, nebo jiného pružného materiálu (idiofony) apod. Jsou to univerzálie, o kterých ví každý začínající student hudební vědy. Ale jejich de-

monstrace v hudebním artefaktu mohou být tu či onde zcela odlišné. Vezměme území naší republiky a jaké jsou rozdíly v kultuře západního území (Chodsko) ve srovnáním s územím východu (Horňácko). Masopust spojený s hudbou, zpěvem a tancem je v obou případech univerzálním výročním obyčejem, ale jeho naplnění hudbou je často diametrálně odlišné. Nebo hra jihlavských skřipkařů užívajících „univerzálně“ strunných nástrojů je repertoárem, stylem hry a vůbec zvukovým obrazem odlišná od hry slováckých hudeců. Pro mne platí holistické pravidlo, že celek se nerovná prostému součtu jeho komponent. Nebo jinak: Komponenty jsou univerzální, výsledný celek univerzální není. Tím méně může platit sylogistický úsudek prokazující totožnost pouze na základě shody jednoho (či více) společných elementů. A stejně tak nemůže platit ani „univerzalistický“ estetický soud (kultura krásná/nekrásná).

Ale některé konkrétní podobnosti v tradiční hudbě různých národů či obecně kultur nepochybně existují.

Tedy poněkud zpět. Ano shody a příbuznosti existují, ať už jejich příčiny jsou jakékoli. Evolucionisté se snažili prokázat, že na stejném vývojovém stupni lidstva vznikají shodné kulturní projevy. Zejména slovesní folkloristé rozvíjeli poznání jevu *loci communes*, tedy „společných míst“, příčin jejich nezávislé existence a totéž platí i v tradiční hudbě. A jsou zde rovněž kontakty kultur, migrace obyvatel, výměna hudebních projevů či difuze kultur v nejširším slova smyslu. Snažil jsem se to vysvětlit v publikaci *Tradiční hudba – hledání kořenů* (2010). Vždy jsem ale narážel na hudební prvky přenosné a naopak nepřenosné. *Aksakové, kulhavé rytmy* pocházející z turecké kultury a plošně rozšířené na Balkáně se na prostoto nevyskytují ve střední nebo severní Evropě a je pro nás nesnadné takovou hudbu interpretovat nebo z živého podání zapsat. Měl s tím dokonce problém takový sluchař, jako byl Ludvík Kuba, který na Balkáně zapisoval jako jeden z prvních.

Slovesná témata, motivy, se mohou velmi často k sobě přibližovat, stěhovat, nikoli však hudební projev. Bulharský etnomuzikolog Nikolaj Kaufman výstižně mluvil o aksaku a problému přenosu hudebního myšlení právě v souvislosti s aksakem. Stejně zcela originální hudební projev představují litevské *sutartines*, kánonické zpěvní nebo instrumentální projevy s příkrými disonancemi, tak zásadně odlišnými od libozvučné středoevropské hudební tradice. Nebo ještě jeden příklad univerzálního a jedinečného. Často okopávaná dechovka je univerzálním projevem nejen evropské hudby a Češi do její historie vložili nepřehlédnutelný vklad. Ale to, co hraje španělská dechová hudba při obřadech velikonočního svatého týdne, při pochodu s monstrózními „trůny“, tedy zvuky velmi malých trub *cornetas* s pronikavými kvílivými zvuky v nejvyšších vylouditelných tónových polohách, něco podobného jinde v Evropě nenalezneme.

Jedním z důležitých kroků navazování mezinárodní spolupráce po revoluci byly česko-německé projekty. Jak se tehdy němečtí kolegové stavěli k českému zájmu a jak snadné, či obtížné bylo tuto spolupráci „rozhybat“?

Po sametové revoluci bylo v této oblasti všechno poměrně snadné a vstřícné. I Západ se chtěl bratřit s odstrčenými vědci donedávna oddělenými železnou oponou. Hned roku 1991 jsem spolu s kolegou archivářem Stanislavem Šislerem podnikl spanilou jízdu po několika západoevropských institucích s jedním trumfem v rukávu: byl jím rozsáhlý písňový fond zanechaný u nás Němci po jejich nuceném odchodu z republiky a archivovaný právě v Ústavu pro etnografii a folkloristiku. Navštívili jsme Sudetoněmecký hudební institut v Řezně, Německý archiv pro lidovou píseň ve Freiburgu a jeho dřívější součást ve švýcarské Basileji a nakonec katedru národopisu Univerzity v Pasově. Snažili jsme se jako partnery pro zpracování tohoto fondu získat některou z těchto institucí. A to se podařilo. Spolu s freiburským archivem jsme po

ústav získali první mezinárodní grant od nadace firmy Volkswagen. Ve spolupráci se Sudetoněmeckým hudebním institutem a s podporou bavorské vlády jsme vydali zmiňovanou Kunzovu sbírku a kontakty s univerzitou v Pasově přinesly mé roční angažmá hostujícího docenta na této univerzitě. V tomto jazykovém prostoru došlo rovněž k úspěšné spolupráci s Bavorskou akademií věd v Mnichově a Fonogramovým archivem Rakouské akademie věd ve Vídni, jež vyústila v technologicky zajímavý projekt digitalizace nejstarších záznamů české lidové hudby pořízených roku 1909 Otakarem Zichem a později v projekt digitalizace série šelakových desek nahraných francouzskou firmou Pathé. S těmito aktivitami byly spojené mezinárodní konference věnované česko-německým vztahům v oblasti tradiční hudby s přesahem k tématu nacionalizmu a regionalizmu apod.

Kam by se podle Vás měl současný etnomuzikolog zaměřit, pokud by chtěl v terénu najít cosi reprezentativního pro českou hudební kulturu (ať už ji definujeme jakkoliv)?

To je otázka. Jestliže se myslí zaměření na kulturu reprezentativně krásnou, se svátečně naškrobenými kroji, tak ať adept etnomuzikologie zavítá na Moravu, na každou druhou folklorní slavnost. Nebo na masopustní koledu na Doudlebsko, aby mohl obdivovat pestrost barev oděvů a růžičkových klobouků koledníků (nebo naopak u jiných účastníků jejich ledabylost, jak to předpokládá ritus masopustní koledy). Užije si i dechovku a večerní zábavu s programem určeným dlouhodobě tradovanými pravidly. Pozoruhodný, několikadenní, rovněž masopustní obřad s tradičním tancem maskami tanečními zábavami nalezne zájemce o obor na Chodsku, v Postřekově. Symbiózu počátku jara, jízdy na koních, obchůzky, pohoštění u každého domu, dechové hudby, rituálního líbání kříže jezdců, bohoslužby pro všechny zúčastněné, to vše za důsledného dodržování série rituálních pravidel objeví při

velikonočních jízďách po osení v Lukavci u Fulneku. Kdo by chtěl zažít neřízenou a spontánní erupci zpěvu, tance a hry na harmoniky, ať si dojede do jihočeského Ševětína (právě toho, kde šenkoval známý pobělohorský kolaborant Šimon Lomnický z Budče), když o půlnoci při taneční zábavě odejde kapela na obligátní řízek a bramborový salát. V tu chvíli místní chlapi s harmonikami vyskočí na stoly a ujmou se „řízení“ taneční zábavy. Naopak skoro intimní atmosférou se vyznačují večery vodáků, kteří přeruší plavbu a někdy až do rána s kytarou v ruce hrají a zpívají jednu píseň za druhou. Vystudovaný etnomuzikolog je často ani nezná, ale zato si vzpomene na definici tradiční hudby, kterou formuloval Ernst Klusen jako hudbu či píseň skupinovou, což se mu právě zde zjeví v čiré podobě. Zde bych skončil. Výčet by byl nekonečný.

Jak je to se současným stavem bádání v této oblasti? Jaká nezmapovaná místa zbývají?

Výzkumný záběr současné etnomuzikologie je mimořádně široký. Přispěla k tomu antropologizace vědy v 90. letech 20. století, tedy v době, kdy se věda vymanila z výzkumných programů diktovaných z politických center. Máme vědecky i geograficky otevřený prostor, možnosti získání finančních prostředků, a proto bychom například měli rozšířit terénní výzkum o vzdálenější, zejména mimoevropské země. Je nutné vyrovnat poměr zkoumání historických pramenů, rustikální kultury, písňových edic s kulturou města, neformálních společenstev, subkultur i hudebních a tanečních projevů minorit, např. té romské. Hudba ve vztahu k etniku je stále základním tématem oboru. Je možné pokračovat v dříve započatém tématu hudba na ulici města, na okraji zájmu zatím stojí dechová hudba, ačkoli ovládá nejen regionální, ale i mediální prostor. Měli bychom se rozhodnout ke zkoumání jiných druhů hudby než těch, které dosud dominují. Etnomuzikologie, jak ji definovali novodobí zakladatelé (Jaap Kunst), přece měla v úmyslu

slu zabývat se hudbou v nejširším slova smyslu. Hudba – politika – ideologie je rovněž zajímavým tématem z pohledu historického i současného. Výběr témat je ovšem závislý na nastavení samotného vědce. Bruno Netti hovořil o dvou typech etnomuzikologů: jedni obor zvolili poté, co prošli důkladnou hudebněvědnou propedeutikou, a druzí, co v mládí klímprovali na piano, se zabývali např. sociokulturní antropologií a jako specializaci zvolili etnomuzikologii. Ti první měli tendenci zkoumat hudební produkt jako takový, druzí pak spíše jeho chování v kultuře, jak v *The Anthropology of Music* názorně ukázal Alan P. Merriam. Byly ovšem zářné výjimky schopné tento dualismus překračovat. John Blacking, autor slavného díla *How Musical Is Man*, klavírista se sólistickou ambicí, byl rozkročen do obou stran. Tím chci ale především naznačit, že profil oboru, tematickou a metodologickou orientaci tvoří etnomuzikologové podle svých vědeckých zájmů a obě naznačené tendence a s nimi řada dalších jsou legitimní, pokud přinášejí kvalitní vědeckou produkci. Nebo, použijeme-li opět slova Nettlova: „*Podle mne je důležité vyhnout se dogmatismu. Mělo by existovat více způsobů, jak se na etnomuzikologii dívat.*“

Na humanitní obory v současnosti často míří kritické hlasy považující jejich témata za zbytečná a jejich podporu za přílišný luxus. Máte nějaký argument proti těmto hlasům, který by byl srozumitelný třeba politikům rozhodujícím, který obor podpořit a který ne? Jak jednoduše říci, čím je Vaše práce společnosti prospěšná?

Pojem kulturní dědictví není prázdné slovo. Právě v Etnologickém ústavu AV ČR s bohatým písňovým archivem jsme permanentními svědky žádostí o nahlédnutí do regionálních či lokálních sbírek za účelem jejich vydání a tím i návratu do zpěvního repertoáru společenství, ve kterém se kdysi zrodily. V oddělení etnomuzikologie Etnologického ústavu AV ČR vznikly ediční projekty zaměřené na

sbírky lidových písní z Plzeňska, Pelhřimovska, Prahy, Havlíčkobrodsko, Prachaticka, Podřipska, Úpicka a také písně Čechů z ukrajinské Volyně, žánrově vymezené edice písní velikonočních, vánočních nebo unikátní autorské sběry typu dvojdielné edice písní zaznamenaných Janem Jeníkem z Bratřic. (A podobně tomu bylo i na brněnském pracovišti.) Zdeleka nejde o ožívování světa roztomilých obrázků našich předků. Moderní etnomuzikologie tento obzor podstatně překračuje. Ale na adresu zmíněných politiků bych připomněl, že uzamčení pouze v přítomném čase (bez vnímání minulosti a odpovědnosti za budoucnost) postrádá kulturně hygienické ochranné mechanismy prověřené, sdílené a předávané po staletí společenstvím předků a činí společnost zranitelnější. Právě v tradiční kultuře, v písni, hudbě, tanci může i dnešní politik objevovat kontinuitu, stabilitu, etickou i estetickou hodnotu a mimořádný sociální potenciál, stejně jako specifickou vůni jednotlivých regionů i národů, jež brání všeobecnému splynutí ve zdánlivě pestrosti (nebo spíše šedi?) moderního světa.

Děkuji za rozhovor a přeji vše dobré, hodně zdraví a elánu do nových projektů.

Matěj Kratochvíl
(Etnologický ústav AV ČR)

JUBILUJÍCÍ MIROSLAV VÁLKA

Vážený a milý kolega Miroslav Válka, jakkoliv je nestárnoucí, se dožívá letos jubilea, ke kterému patří bilancování a vzpomínání. Následující řádky budou (snad objektivním) pokusem o shrnutí těch nejdůležitějších nebo nejvýraznějších kroků a počínů, které se vážou k jeho profesní pouti. Budou poněkud osobní, protože se známe dlouhá léta, studovali jsme spolu, pracovali i cestovali.

Mohlo by se zdát, že životní pouť doc. PhDr. Miroslav Války, Ph.D., směřující z místa narození v Ochozi u Tišnova

(*16. 10. 1951) přes Tišnov, Kroměříž, Brno a Lysice, svědčí o nějakém jubilatově neklidu, ale opak je pravdou. Klidnějších a vyrovnanějších mužů, než je M. Válka, není mnoho.

Po studiu etnografie a bohemistiky (1970–1975) a několikaletém veskrze úspěšném působení v Muzeu Kroměřížska, a také při různých aktivitách na Hané (viz rozhovor v Národopisné revui 3/2011), vyslechl M. Válka osudovou výzvu a zakotvil v roce 1991 v akademických institucích v Brně – nejprve v Ústavu pro etnografii a folkloristiku AV ČR (dnes Etnologický ústav AV ČR) a od roku 1994 v Ústavu evropské etnologie Filozofické fakulty Masarykovy univerzity. Zde zúročil své rozsáhlé vědomosti z oblasti materiální kultury, ale i folklorismu, současně se postupně stal vedoucím pracovníkem, který usměrňoval a formoval týmy vědeckých pracovníků i studentů při výzkumech. Zkušenosti, vztah k lidem a k oboru získával jako odborný asistent v terénu, mezi „obyčejnými“ lidmi, a také vedle takových osobností, jakými byli Oldřich Sirovátka a Richard Jeřábek.

V tvůrčím a spolupracujícím prostředí Ústavu evropské etnologie MU, v jehož čele stál v letech 2006–2017, se M. Válka v přednáškách věnoval především lidové výrobě, stavitelství, sídelní problematice a agrární etnografii. Vedle toho byly jeho oblíbenými tématy také etnogeneze a kultura Slovinců, Slováků a Lužických Srbů, dějiny oboru, v posledních letech pak získal pomyslné ostruhy i ve složité kulturní, migrační a etnické problematice na Balkáně. Zde se také uplatnil na konferencích v srbském Sirogojnu (2009), Vršci (2011) a Bělehradě (2015) nebo v černohorské Podgorici (2019). Jeho přednášky i vedení diplomantů a doktorandů přineslo své ovoce v podobě úspěšných absolventů, kteří zakotvili v mnoha odborných institucích.

V roce 1995 jubilat zahájil novou historii studentských terénních výzkumů a navázal tak – postupně i s kolegy Dani-

elem Drápalou, Karlem Altmanem a Romanem Douškem – na výzkumy Václava Frolce, ovšem jinými metodami a v jiných lokalitách. Se silnými ročníky a studentským nadšením pro obor to byla nepochybně náročná, ale smysluplná činnost.

Svoji odbornou erudici zúročil M. Válka také při náročné redakční i autorské práci na kompendiu *Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska* (2007) a v mnoha publikacích, např. v monografii *Sociokulturní proměny vesnice. Moravský venkov na prahu třetího tisíciletí* (2011), jež byla podkladem pro habilitační řízení, nebo ve sborníku *Od národopisu k evropské etnologii* (2016) připraveném s kolektivem k 70. výročí trvání ÚEE MU. Přehled oslavencovy publikační činnosti byl otištěn v roce 2011 v *Národopisném věstníku*, výběrovou bibliografii za posledních deset let přikládáme v závěru této zprávy.

Charakteristickým rysem publikační činnosti M. Války je soustředění se nejen na studie, monografie a učebnice, které jsou pro pedagoga na vysoké škole nezbytností, ale také na „nebodovné“ zprávy, recenze a jubilejní články. Je

totiž pozorným čtenářem nových knih, glosátorem a gratulantem. V nekrolozích nezapomíná ani na regionální pracovníky, bez kterých by nebylo plnohodnotného muzejního a kulturního zázemí. Přispívá tak obětavě do pomyslné příhrádky „Dějiny oboru“. Několik let za sebou rituálně pasoval nově přijímané studenty etnologie, dal také podnět ke každoročnímu předvánočnímu setkávání studentů a absolventů, které přivádělo do knihovny Ústavu evropské etnologie nejen bývalé studenty, ale i pamětníky, zahraniční hosty a přátele z jiných pracovišť a odborností. Tato setkání, jež byla tmelem etnologické komunity, bohužel covid-19 přerušil. Doufáme ale v jejich obnovení.

Odrazem organizačních schopností a přirozené autority M. Války je dlouholetá činnost v České národopisné společnosti. Byl rovněž jejím předsedou (2003–2008) a v roce 2020 byl jmenován čestným členem. Je také čestným členem Slovenské (od roku 2011) a Polské národopisné společnosti. Od 2007 vykonává funkci předsedy redakční rady *Národopisného věstníku*, v roce 2017 převzal také funkci vedoucího redaktora. Dlouhodobě se podílí na vydávání *Zpravodaje Komise pro lidové stavitelství, sídla a bydlení ČNS* a na přípravě konferencí, která tato komise pravidelně organizuje. Vedle toho je členem redakční rady Národopisné revue, členem Ředitelské rady NÚLK Strážnice, vědecké rady Valašského muzea v přírodě v Rožnově (do roku 2019), Hanáckého muzea v přírodě v Příkazech a předsedou dozorčí rady dárcovského fondu Aleny Plessingerové a Josefa Vařeky na podporu studentských terénních výzkumů.

Povzbuzovat M. Válku k dalšímu úsilí o dobrý zvuk brněnského etnologického univerzitního pracoviště, kde dosud působí, není třeba, protože jeho činnost nikdy nesměřovala k vlastnímu zviditelnění nebo prospěchu. Při našich cestách a exkurzích ráda fotím a občas se mně povede i nějaký dobrý záběr. V roce 2017 jsme při předvánoční návštěvě



muzea v přírodě v Rožnově procházeli s členy hlavního výboru České národopisné společnosti útulné chalupy na Valašské dědině a při té příležitosti jsem zvětšila usmívajícího se kolegu u vyšivané kuchařky se sloganem *V práci a pilnosti dočkáš se radosti*. Až teď jsem si při pohledu na fotografii uvědomila, jak tato myšlenka konvenuje s povahou a konáním jubilanta.

Ve jménu přátel končím s přáním, ať zůstává dál trpělivý s mladými i starými a ať má dost času a klid na dokončení dalšího opusu zaměřeného na jeho dávný *raison d'être*, rukodělnou keramiku na Moravě.

Jana Pospíšilová
(Etnologický ústav AV ČR)

Výběrová bibliografie M. Války (2011–2021):

Samostatné publikace

- Sociokulturní proměny vesnice. Moravský venkov na prahu třetího tisíciletí*. Brno: Masarykova univerzita, 2011.
- Homo faber. Tradiční zemědělství a lidová výroba*. Brno: Masarykova univerzita, 2014.
- Lidové tradice jako součást kulturního dědictví*. Brno: Masarykova univerzita, 2015 (s A. Křížovou a M. Pavlicovou).
- Časové a prostorové souvislosti tradiční lidové kultury na Moravě*. Brno: Masarykova univerzita, 2015 (s R. Douškem, D. Drápalou, A. Křížovou a M. Pavlicovou). Vyšlo také anglicky jako *Traditional Folk Culture in Moravia: Time and Space*.

Ediční práce

- Tradiční agrární kultura v kontextu společenského vývoje střední Evropy a Balkánu*. Brno: Masarykova univerzita, 2012.
- Josef Čapka Drahlavský: Obyčeje a zpěvy lidu moravského*. Brno: Masarykova univerzita, 2013.
- Vesnická stavební kultura*. Brno: Masarykova univerzita, 2014 (s R. Malachem).
- Od národopisu k evropské etnologii. 70 let Ústavu evropské etnologie Filozofické fakulty Masarykovy univerzity*. Brno: Masarykova univerzita, 2016.
- Ethnology for the 21st Century. Bases and Prospects*. Brno: Masarykova univerzita, 2017 (s M. Botikovou).

Jitka Staňková. Bibliografická příloha Národopisné revue č. 39. Strážnice: Národní ústav lidové kultury, 2019.

Studie, kapitoly v knihách

- Etnologická sorabistika na Masarykově univerzitě v Brně. Minulost a výhledy. In: *Sorabistika – metodologie, zkušenosti a budoucí směřování*. Brno: Masarykova univerzita, 2011, s. 5–14.
- Období Erbenova v dějinách českého národopisu. In: *Piorecká, Kateřina – Navrátil, Ivo (eds.): Karel Jaromír Erben a úloha paměťových institucí v historických proměnách*. Semily – Turnov: Pekařova společnost Českého ráje, 2011, s. 80–89.
- Podíl pedagogů brněnské univerzity na výzkumu tradiční kultury Slovenska. *Etnologické rozpravy* 18, 2011, č. 1–2, s. 6–14.
- Středověké a raně novověké ikonografické doklady jako pramen k poznání agrární kultury. In: *Ikonografické prameny ke studiu tradiční kultury*. Brno: Masarykova univerzita, 2011, s. 6–19.
- The Reflection of the South Slav in Czech Social Magazines of the Second Half of the 19th Century as a Source of Study of the Formation of Ethnic Images. *Český lid* 98, 2011, č. 3, s. 307–325.
- Tradiční dům v oblasti středního Podunají. K problematice hliněného stavitelství. *Národopisný věstník* 28 (70), 2011, č. 2, s. 14–24.
- Božena Němcová a její role při formování české a slovenské národopisné vědy. *K 150. výročí smrti spisovatelky. Slovenský národopis* 60, 2012, č. 4, s. 425–427.
- K problematice tradiční agrární kultury a jejího výzkumu ve středoevropském areálu. In: *Tradiční agrární kultura v kontextu společenského vývoje střední Evropy a Balkánu*. Brno: Masarykova univerzita, 2012, s. 7–52.
- Etnografická rajonizace a diferenciacie Moravy. Staronový problém české etnologie. *Folia ethnographica* 47, 2013, č. 2, s. 115–137.
- Historické okolnosti zániku archaických stavebních projevů u pomoravsko-panonského typu lidového domu. *Národopisná revue* 23, 2013, č. 3, s. 177–189.
- Nad sběratelským dílem Josefa Čapky Drahlavského (1847–1926). In: *Josef Čapka Drahlavský: Obyčeje a zpěvy lidu moravského*. Brno: Masarykova univerzita, 2013, s. 167–174.
- Národopisný věstník československý jako tisková platforma Národopisné společnosti

československé a nástupnických organizací. *Český lid* 100, 2013, č. 1, s. 107–120.

Dřevěné zvoničky na západní Moravě a jejich stavební vývoj. In: *Vesnická stavební kultura*. Brno: Masarykova univerzita, 2014, s. 233–239.

Hliněný dům na Moravě a historické vazby k panonskému prostoru / Lehmbau in Mähren und seine historische Beziehung zum Pannonischen Raum. In: *Plöckinger-Walenta, Veronika – Novotný, Martin (eds.): Lehmbau – Tradition und Moderne / Hliněná stavba – tradice a současnost*. Atzenbrugg: Kultur. Region Niederösterreich, 2014, s. 37–40; 41–44.

Slohové ohlasy v lidové architektuře jako badatelský problém. In: *Vesnická stavební kultura*. Brno: Masarykova univerzita, 2014, s. 145–153.

Špýcharový dům a řešení jeho problematiky v české etnologii. In: *Vesnická stavební kultura*. Brno: Masarykova univerzita, 2014, s. 100–107.

Valašsko a jeho lidová kultura v národopisné publicistice a odborné literatuře. In: *Urbanová, Svatava a kol. (eds.): Valašsko. Historie a kultura*. Ostrava: Ostravská univerzita a Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm, 2014, s. 15–32.

Współczesne formy rewitalizacji kultury tradycyjnej na przykładzie wybranych zjawisk z obszaru Republiki Czeskiej. In: *Hajduk-Nijakowska, Janina: Praktykowanie tradycji w społeczeństwach postradycyjnych*. Opole: Uniwersytet Opolski, 2014, s. 89–97.

Královské jízdy na středomoravské Haně. K proměnám zvyku v 19. a 20. století. *Folia ethnographica* 49, 2015, č. 1, s. 33–48.

Lidový dům a jeho role při formování národní identity. *Prameny a studie* 2015, č. 56, s. 147–158.

Podíl Národopisné výstavy československé 1895 na formování scénického folklorismu. *Etnologické rozpravy* 22, 2015, č. 2, s. 9–21.

Reflection of Jovan Cvijić's Anthropogeographic Work in the Czech Inter-War Ethnology. In: *Jović, Vidojko – Petrović, Ana M. (eds.): 150th Anniversary of Jovan Cvijić's Birth*. Beograd: Serbian Academy of Sciences and Arts, 2016, s. 723–735 (s J. Pospíšilovou).

Hliněná, nebo dřevěná stavba? Ke kombinaci stavebních materiálů u vesnických staveb. In: *Sibilla, Luboš – Vejvustek, Zde-*

- něk (eds.): *Zdravé domy*. Brno: Fakulta architektury VUT, 2016, s. 15–19.
- Historical Ethnology – a Heritage or a Perspective Research Direction? In: Botíková, Marta – Válka, Miroslav (eds.): *Ethnology for the 21st Century. Bases and Prospects*. Brno: Masarykova univerzita, 2017, s. 11–26.
- Ján Botík a jeho spolupráce s českými etnology. In: *Cesty Jana Botíka*. Bratislava: Národopisná spoločnosť Slovenska, 2018, s. 66–73.
- Morkovické košíkářství. Dlouhá tradice a neslavná současnost. *Folia ethnographica* 53, 2019, č. 2, s. 103–119.
- Výzkum Podkarpatské Rusi ze strany československých etnografů (1918–1938). *Folia ethnographica* 53, 2019, č. 1, s. 27–37.
- Czechoslovak Republic and the Formation of Ethnographic Science during the “First Republic” (1918–1938). Part I, II. *Glasnik Etnografskog Instituta SANU* 68, 2020, č. 1, s. 171–184; č. 2, s. 379–396.
- Lidový dům v díle Josefa Mánesa. 200 let od narození malíře. *Národopisný věstník. Supplementum. Zpravodaj Komise pro lidové stavitelství, sídla a bydlení ČNS* 17, 2020, s. 78–81.
- Muzea v přírodě jako forma prezentace kulturního dědictví. In: Červinka, Jan (ed.): *Vývoj, současnost a problémy dostaveb muzeí pod otevřeným nebem nejen v muzeu lidových staveb v Kouřimí*. Kolín: Regionální muzeum Kolín, 2020, s. 63–68.
- Vesnický dům v zasetí etnické teorie. *Národopisný věstník. Supplementum. Zpravodaj Komise pro lidové stavitelství, sídla a bydlení ČNS* 17, 2020, s. 6–14.
- Oděvní kultura obyvatel Bystřice pod Hostýnem první poloviny 19. století ve světle pozůstalostních inventářů. *Folia ethnographica* 55, 2021, č. 2, v tisku.

BLAHOPŘÁNÍ MILOŠI MELZERVI

PhDr. Miloš Melzer, CSc., známý moravský etnolog, a hlavně muzejník tělem i duší, který utvářel podobu muzejních sbírek a expozic v Šumperku, Olomouci a Opavě, se dožívá kulatého jubilea (*2. 11. 1941), ke kterému chceme popřát dobré zdraví a chuť pokračovat

v odborné práci. Jeho dosavadní činnost byla popsána na stránkách našeho časopisu již u příležitosti předchozích kulatin (NR 4/2001, vzájemný rozhovor dvou jubilantů M. Melzera a M. Války v NR 4/2011).

Pracovitý a tvůrčí byl letošní oslavenec, jemuž se dostalo ocenění jeho práce pro obor udělením čestného členství v České národopisné společnosti, i po své sedmdesátce. Přes jisté zdravotní problémy zpracoval (už na „zaslouženém odpočinku“) dva náročné personální soupisy vycházející v edici Bibliografická příloha Národopisné revue, a to přehled o díle kulturního historikova Čeňka Zíbrta (2012) a slovesného folkloristy Václava Tilleho (2016). Jde o neobyčejně rozsáhlé svazky, které nejsou určeny jen etnologům, ale také badatelům z celé řady dalších oborů. Dlouhodobý zájem jubilanta o pozapomenutou osobnost českého národopisu severní Moravy, sběratelku lidové slovesnosti Anežku Šulovou (1877–1954), přinesl ovoce v podobě knihy *Obrázky ze života na vesnicích severozápadní Moravy ve druhé polovině 19. století* (2014). Zápisy a životní osudy A. Šulo-

vé uspořádal Miloš Melzer v edici, která není jen antologií materiálu, ale přináší doklad o j složitém lidském osudu a kulturněhistorických a politických poměrech na česko-německé etnické hranici, která do roku 1945 územím severní Moravy probíhala.

I když musel Miloš Melzer své odborné aktivity v posledních letech ze zdravotních důvodů utlumit, stále se na něj mladší kolegové obracejí s žádostí o posouzení vydávaných prací – ať už samostatných publikací, nebo studií v odborných časopisech. Využívají jeho široké znalosti z oblasti tradiční kultury, zejména lidového řemesla a výtvarného umění. Podobně je také Miloš Melzer oslovován při zadávání jubilejních článků věnovaných kolegyním a kolegům z oboru.

Věříme, že bádání Miloše Melzera o významných osobnostech kulturní historie Hané a severní Moravy přinese další ovoce, jak tomu bylo v případě Anežky Šulové či člena olomoucké národopisné družiny P. Ignáta Wurma, o kterém jubilant referoval na konferenci „Aktivity duchovních na poli vědy a kultury“ v Rožnově pod Radhoštěm (2003). Text najdeme ve stejnojmenném konferenčním sborníku. Jubilant se před několika lety zmínil v závěru rozhovoru uskutečněného v rámci projektu EÚ AV ČR Rozhovory s osobnostmi oboru etnologie (<http://www.eu.avcr.cz/cs/vyzkum/audiovizualni-vystupy/>) o svém plánu věnovat se dalším významným postavám kulturní historie. Například zakladatel olomouckého muzea Vítězslav Houdek (1856–1916), právník, politik a národopisec, byl podle něho v rámci struktury rakouských úřadů velice zajímavou osobností. Stal se mj. českým viceprezidentem moravského místodržitelství a jeho národopisné práce jsou dodnes ceněny.

Nelze než přát jubilantovi i nám, jeho přátelům a kolegům, aby jeho ruka byla i nadále pevná a aby jeho zájem o nezpracovaná témata přinesl další plody.

Jana Pospíšilová
(Etnologický ústav AV ČR)



CELOSTÁTNÍ SETKÁNÍ U PŘÍLEŽITOSTI 30. VÝROČÍ NÁVRATU ČERNOBYLSKÝCH KRAJANŮ ZPĚT NA ÚZEMÍ PŘEDKŮ

Dne 2. října se za přispění Sdružení Čechů z Volyně a jejich přátel a Rady černobylských a novodobých reemigrantů, v čele s hlavním organizátorem akce Borisem Iljukem, uskutečnilo již 4. celostátní setkání tzv. černobylských Čechů, tj. Čechů přesídlených z Ukrajiny na území tehdejšího Československa v rámci humanitární akce československého státu na počátku 90. let minulého století. V letošním roce si připomínáme 30. výročí této akce, kdy bylo ze zón doporučených k evakuaci po havárii Černobylské jaderné elektrárny (dne 26. dubna 1986), tj. z pásma přibližně ve vzdálenosti 70–80 km od epicentra výbuchu, přesídleno v letech 1991–1993 celkem 1731 krajanů převážně z Kyjevské a Žytomyrské oblasti a souběžně s nimi i 80 obyvatel českého původu z Běloruska, které bylo také výrazně zasaženo radioaktivním spadem. V této souvislosti se staly nejvíce skloňovanými jmény ukrajinských obcí s českým zastoupením názvy vesnic Malá Zubovščina a Malinovka, z měst pak Malin či Korosteň. Jednodenní vzpomínková akce se konala pod záštitou prezidenta Miloše Zemana, ministra vnitra Jana Hamáčka a hejtmána Královéhradeckého kraje Martina Červíčka, který byl celé události osobně přítomen. Svou návštěvou poctil přítomné také starosta Jaroměře Josef Horáček a předsedkyně Sdružení Čechů z Volyně a jejich přátel, z. s., Dagmar Martinková.

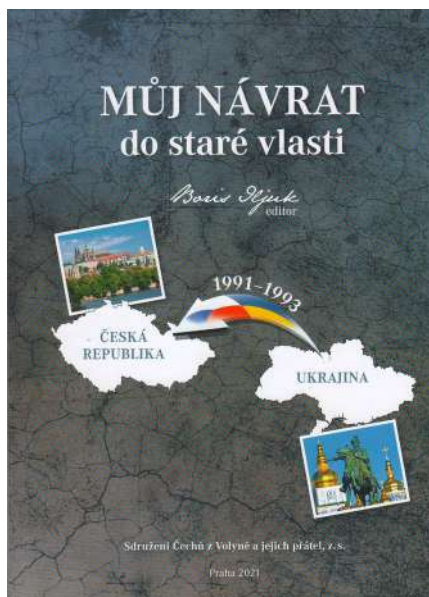
Po slavnostním zahájení setkání se konalo nejprve diskusní fórum s názvem *Plusy a minusy naší reemigrace do staronové vlasti*, na němž několik oslovených hostů z řad krajanů, odborné i laické veřejnosti a místní samosprávy proneslo své příspěvky se zhodnocením uplynulého času, nabytých zkušeností a výhledů do budoucnosti. U příležitosti konání akce byla připravena vzpomínková publika-

ce s názvem *Můj návrat do staré vlasti. (Sborník příspěvků k 30. výročí reemigrace krajanů z oblasti Černobylu na území jejich předků)*, kterou editorsky připravil Boris Iljuk. Útlá knížka vydaná Sdružením Čechů z Volyně a jejich přátel byla předávána jako dar pozvaným hostům a dalším zájemcům o historii přesídlení a svědectví samotných zúčastněných. Své vzpomínky v ní zachytilo na dvě desítky krajanů a několik odborníků dlouhodobě se zabývajících touto problematikou.

V rámci konferenčního setkání vystoupilo několik autorů osobně a předneslo svůj příspěvek s patřičnou hrdostí a vyjádřením vděku za přestálé trable spojené s přesídlením a následnou integrací v nové společnosti. Většina přítomných ocenila kvalitní životní úroveň, dostupnou vzdělanostní strukturu a vysokou úroveň zdravotnictví v České republice ve srovnání se situací na Ukrajině, někteří si také považovali možnosti využití dlouhé mateřské (rodičovské) dovolené. V průběhu diskusního fóra a konferenčních příspěvků se ale také ozývaly hlasy upozorňující na problémy, které se nepodařilo doposud vyřešit. Jako nejčastější výtky zaznívala komplikovaná záležitost

vypáčení důchodů, zejména u novodobých reemigrantů, tedy těch krajanů, kteří přišli do ČR v posledních letech z jižních a východních částí Ukrajiny, či nepružnost byrokratického systému v podobě uznávání vzdělání a nostrifikace diplomů, znemožňující uplatnění v žádaných profesích, ve kterých je navíc v České republice nedostatek personálu, zejména ve zdravotnictví či ve školství.

Výše zmíněná vyjádření krajanů doplnil hejtmán Královéhradeckého kraje Martin Červíček osobitým projevem, v němž upozornil na základní lidskou potřebu naslouchat a na důležitost vlastního úsudku, které jsou zvláště v dnešní době a dle jeho mínění v názorově rozpolcené společnosti zvláště zapotřebí. Z pozice bývalého policejního prezidenta Policie ČR Červíček ve svém projevu prezentoval také vlastní pohled na bezpečnostní stav a problémy imigrantů z východních částí evropského kontinentu v 90. letech, tedy v době příchodu černobylských Čechů. Fakt, že situace nebyla jednoduchá, ale byla zvládnuta bravurně, dokládají podle hejtmána současné dobré vztahy s Ukrajinou a ochota České republiky vyjít vstříc i nově přichozím krajanům. V závěru svého projevu vyslovil M. Červíček uznání všem přítomným „bývalým“ krajanům za jejich velké odhodlání a odvalu, se kterými neváhali změnit od základů svůj život, vzdát se téměř všeho a přesídlit do relativně neznámého prostředí, ve kterém je ne vždy čekalo vlnité přijetí starousedlíků. Na jeho slova navázal starosta Jaroměře Josef Horáček, který v podobném duchu vyzdvihl odolnost a statečnost černobylských Čechů a nezdolnost v překonání úskalí a nesnází, kterým museli čelit za svého života na Ukrajině a poté v průběhu přesídlení. Svůj projev zakončil všeobecně známou, avšak málo zažitou situací, kterou odráží životní moudro, které praví, že „člověk potřebuje zažít nějakou bídu, aby si vážil toho, co má“. Pobídl tak přítomné k motivujícímu vyprávění sousedům a známým, kteří se dostatečně netěší ze svého současného života.



Po odeznění všech příspěvků následovala slavnostní večeře doprovázená vystoupením žáků místní základní umělecké školy s českými lidovými písněmi a tanečního souboru s ukrajinskými písněmi, po nichž následoval neformální společenský večer zakončený pozdním pohoštěním s příslibem konání budoucích akcí.

*Veronika Beranská
(Etnologický ústav AV ČR)*

3. SYMPOZIUM ICTM STUDY GROUP ON MUSIC AND DANCE OF THE SLAVIC WORLD

Institut muzikologie Univerzity Adama Mickiewicze v polské Poznani uspořádal ve dne 20.–23. 10. 2021 třetí symposium Studijní skupiny hudby a tance slovanského světa pracující v rámci Mezinárodní rady pro tradiční hudbu (ICTM). Šlo přitom o konferenci nejmladší studijní skupiny ICTM, která byla založena v roce 2015. Setkání, jež proběhlo v hybridní podobě, se zúčastnilo čtyřadvacet badatelů z dvanácti zemí od Rakouska po Ruskou federaci, polovina referátů byla přednesena online. Příspěvky účastníků vycházely z dat získaných primárně v terénu, zčásti ale i z archivních pramenů anebo z různých metod analýzy hudebních a tanečních materiálů. Napříč státy od střední po východní Evropu badatele spojovalo zaměření na regionální projevy tzv. lidové a tradiční hudby a tance provozované jednotlivci a menšími uskupeními, zejména však v rámci různých typů folklorních souborů. Hojně se diskutoval kontext vzniku těchto souborů v druhé polovině 20. století, přesahy jejich tvorby do jiných žánrů a stylů, různost jejich podob a působení napříč státy tzv. východního bloku, ale i vliv těchto souborů v postsocialismu, který je mnohde silně patrný dodnes.

Konference se zaměřila na tři hlavní tematické okruhy: 1) konceptualizace

„starého“ a „nového“ v hudebním a tanečním materiálu, v praktikách i podobách zkoumání z hlediska etnomuzikologie, etnochoreologie i širěji pojatého etnologického či antropologického výzkumu; 2) hudba a tanec v autoritářských režimech; 3) podoby a významy hudby a tance ve světě médií a digitálních technologií. Několik příspěvků se současně dotýkalo problematiky hudby menšin a – v daných případech především nucené – migrace, která patří mezi důležitá témata v kontextu historie střední a východní Evropy 20. století. Jak ukázaly příspěvky o cimbalistech odsunutých po druhé světové válce z východní Haliče do Dolního Slezska (Gabriela Gacek, Opolská univerzita) anebo zkoumání přetrvávajícího národního vědomí v polské menšině žijící v běloruském pohraničí (Anastasiya Niakrasava, Varšavská univerzita), právě hudba nebo tanec se stávají významným rámcem vyjednávání identity i pocitu přináležení k původní a posléze nové domovině. Na případu města Wilamowice v jihozápadním Polsku je zase patrná role hudby a tance jakožto silných nástrojů revitalizace, ale i dnešní redefinice kulturního dědictví někdejších německých obyvatel (Maria Małanicz-Przybylska, Varšavská univerzita).

Všechny státy tzv. slovanského světa mají za sebou opakovanou zkušenost s totalitarismem. Přestože i v rámci dvou předchozích symposií zazněly některé příspěvky dotýkající se této tematiky, dosud se vynořují nové výzkumné výzvy a nezpracovaná či jen sporadicky otevřená témata: postup výzkumu mnohde ztěžují nepřístupné, roztržité anebo v nedostatečné míře uchované archivní prameny. Jak známo, autoritářské režimy byly typické na jednu stranu cílenou a masovou propagací určitých forem expresivní kultury, tj. i hudby a tance, na stranu druhou docházelo k potlačování a restrikcím směrem k nežádoucím formám hudebně-tanečních projevů a aktivit i k nesmlouvavým direktivním požadavkům na účelový selektivní přístup badatelů ve vztahu k celkovému zaměření

i k dílčím předmětům výzkumu. O „dvojitvůli“ a dopadech sovětské kulturní politiky na oblast ruské tradiční hudby hovořil předseda studijní skupiny Ulrich Morgenstern (Universität für Musik und darstellende Kunst, Vídeň); Zita Skořepová (EÚ AV ČR) přednesla příspěvek o účasti československých folklorních souborů na Světových festivalech mládeže a studentstva v 50. letech a nabídla srovnání propagandistického a oficiálního obrazu s perspektivou individuálních aktérů – pamětníků, kteří se jako hudebníci nebo tanečníci festivalů účastnili.

Řada příspěvků spadala do třetího okruhu, jenž se zabýval hudbou a tancem ve vztahu k médiím a digitálním technologiím. Současná technika a interakce v kyberprostoru nejen v rámci sociálních sítí mají nesporný vliv na záznam, uchovávání, ale také šíření a proměny i způsoby využití (až manipulaci) všech podob a forem hudebně tanečního materiálu. Přirozeně se tedy nabízí otázka, jak aktéři výzkumu, žijící a tvořící rovněž v kyberprostoru, zacházejí s projevy hudby a tance, považovanými za tzv. tradiční a lidové. A je vůbec v kontextu současného vývoje technologií a médií obhajitelný koncept „tradiční“ hudby a tance? Oddělení etnomuzikologie a etnochoreologie EÚ AV ČR reprezentoval také Matěj Kratochvíl, jehož příspěvek představil vliv médií na praktiky a estetické preference hudebníků působících v rámci československého folklorního hnutí. Několik příspěvků se zaměřilo i na neaktuálnější téma dopadů koronavirové pandemie na hudebně taneční aktivity: Jakub Kopaniecki (Vratislavská univerzita) představil nejvýznamnější důsledky „přesunu“ místní scény populární hudby města Wrocław do online prostoru, příspěvek Gergany Panovy-Tekath (Folkwang Universität der Künste, Essen) na příkladu bulharských tanců vybízel k obecnému zamyšlení nad „virtuální autenticitou“ hudební a taneční performance.

*Zita Skořepová
(Etnologický ústav AV ČR)*

DANA BITTNEROVÁ – MIRJAM MORAVCOVÁ (EDS.): FESTIVITY JAKO UKAZATEL IDENTITY A SPOLEČENSKÉHO SMĚŘOVÁNÍ. Praha: **Fakulta humanitních studií Univerzity Karlovy**, 2019, 631 s.

V rámci edice AGORA vydala FHS UK monografii o menšinových festivitech, která má na titulní straně i v tiráži připojeno k názvu označení *Diverzita etnických menšin*. Název tak přiléhavě charakterizuje zaměření knihy s ohledem na projevy svátečnosti národnostních menšin a etnických skupin. A úvodem poznamenáme, že práce navazuje na řadu publikací, které editorky systematicky připravují na aktuální témata se zaměřením na problematiku národnostních menšin a skupin migrantů – cizinců etablovujících se v České republice. Nynější vydání představuje rozsáhlejší soubor případových studií o svátečnosti běloruského, bulharského, ruského, vietnamského a romského uskupení, které má v Česku oporu ve vlastním národnostně menšinovém společenství, a cizineckých skupin – expatriantů anglicky mluvících cizinců v Praze, Arménů, občanů Izraele žijících v Praze, Syřanů a Číňanů, kteří v současnosti pobývají na území České republiky. Dana Bittnerová a Mirjam Moravcová spolu s kolektivem šestnácti autorů prezentují v tomto případě charakter festivit v rámci kategorizace svátečnosti podle kulturních oblastí původního domova migrantů.

Editorky člení text do tří volně na sebe navazujících částí. V první – kapitola „Svátečnost migrantů v České republice: kulturní tradice mezi izolací, integrací a hybridizací“ – se zabývají Dana Bittnerová a Mirjam Moravcová teoretickými východisky studia svátečnosti národnostních menšin v Česku i nově usídlených skupin migrantů se zřetelem na jejich kulturní tradice. V následující kapitole „O povaze festivit“ podává Mirjam Moravcová přehled základní kategorizace svátečnosti. Jde o texty, které výstižně osvětlují

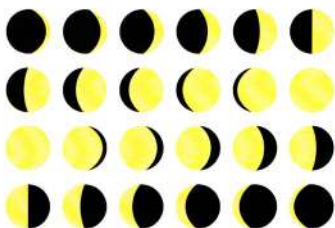
metodologii studia těch kulturních tradic menšin, které je provázejí při začleňování do většinové společnosti. Rozsáhlá druhá část publikace je dílem početného autorského kolektivu. Jedná se o práce autorů, kteří své případové studie o svátečnosti vybraných minorit v Česku zpracovali na základě výzkumů v letech 2011 až 2017. Úroveň zpracování dílčích příspěvků sice kolísá, ale jejich podobu editorky ponechaly bez změny, aby se uchoval výraz autorské autenticity prezentující příslušné menšinové společenství. S tímto postupem nelze než souhlasit, vcelku by bylo ale vhodné blíže osvětlit metodiku přístupu ke zpracování jednotlivých výzkumných výstupů.

Případové studie autorů v druhé části publikace uvedly editorky podle abecedního pořadí jednotlivých menšin či zemí. Začínají pojednáním o anglicky mluvících cizincích z různých končin světa a přehledem o jejich slavení kalendářních svátků od ledna do prosince (Lucie Hanzlíková). Kapitola o festivitech běloruských migrantů, kteří navazují na aktivity etablovaného společenství běloruské národnostní menšiny (zástupce Bělorusů je

nově členem Rady vlády pro národnostní menšiny teprve od roku 2013), pojednává o výročním obyčejovém cyklu Bělorusů, jak ho slaví v Česku, a výčtu kalendářních svátků (Zuzana Korecká a Michaela Šmídová). Problematice Bulharů jsou věnovány tři propracovanější příspěvky. Na jedné straně autorky (Rumyana Georgieva a Boriana Staneva) přibližují uchovávání bulharských obyčejových tradic v Česku jako výrazu bulharské identity v českém prostředí, na druhé straně podávají přehled kalendářních svátků slavených v Bulharsku. Podobně kapitola o festivitech ruských migrantů tvoří tři příspěvky. Popisována je přítomnost Rusů v Karlových Varech po roce 1990 a jejich festivity v rámci rodinného i výročního obyčejového cyklu, zvláštní pozornost je pak věnována festivům ruských studentů v akademickém roce 2011/2012 v Česku, a nakonec je čtenáři rámcově osvětlen kalendář výročních svátků slavených v Rusku a jeho reflexe migranty v Česku (Liliana Rešetarová, Ljudmila Kopecká a Mirjam Moravcová). Následující skupina případových studií se týká Arménů, občanů Izraele, Syřanů a Číňanů a nakonec Vietnamců a Romů.

Z formálního i věcného hlediska je příkladně zpracován text o způsobu oslavy Nového roku arménskými migranty v komunitě, kterou autorka (Kristýna Dvořáková) prezentuje v anonymizované podobě. Rovněž je přehledně strukturován text o festivitech občanů Izraele žijících v Praze, kteří si jako svébytná komunita cizinců uchovávají charakter judaistického společenství ve vazbě na cyklus biblických svátků i události v rodinném životě podle tradic původního domova v Izraeli (Vendula Segerová a Miroslav Slowik). Pokud jde o výzkum festivit českých Syřanů, jež se usídlili v českých zemích od 60. let 20. století, vyznačují se silnou vazbou k zemi původu, ale také k novému domovu v české společnosti. V jejich svátečnosti dominují svátky náboženské, svátky vycházející z duchovních tradic islámu, svátky státní i festivity pořádané v rodině a kruhu přátel.

Festivity jako ukazatel identity a společenského směřování



Eds. Dana Bittnerová
Mirjam Moravcová

Diverzita etnických menšin

FHS UK

tel. Jedná-li se o svátečnost českých Syřanů, autor se soustřeďuje na prvky etnických náboženských identit (Petr Charvát). Mezi případovými studiemi je také rozsáhlejší text věnovaný čínské komunitě v českých zemích (Miroslava Turková a Anna Matějovská). Tvoří ho výklad o svátečnosti v rodinách čínských podnikatelů v rámci lunárního nového roku, státních svátcích Čínské lidové republiky, postojích k oslavám mladé generace Číňanů a nakonec je podán souhrnný přehled o svátcích v Číně a jejich reflexe čínskou společností v Česku.

V závěrečné části je věnována pozornost opět skupinám v rámci českých národnostně menšinových společenství, konkrétně Romům a Vietnamcům. Na příkladu vietnamských vysokoškolských studentů v Liberci je popisována role svátečnosti a společenských setkání, individuálních a kolektivních oslav v průběhu studií v Česku (Petra Burešová). K tomu je pak připojen zvlášť komentovaný přehled výročního obyčejového cyklu vietnamských svátků. Po těchto příspěvcích působí nakonec dost nesystémově zařazení případové studie – byť dobře zpracované – o pořádání oslav v prostředí tří roudnických olašských romských rodin v Roudnici nad Labem (Michael Rádl).

Kapitoly recenzované publikace zavřují editorky textem o kulturních akcích Integračního centra Praha, tj. programů oslav lunárního roku z hlediska účastníků, kteří se podílejí na prezentaci kultur migrantů (Tereza Vrbková). Bilanci k prezentovanému tématu přináší závěrečný text, který je nazván „Festivity migrantů v České republice: mezi sebeidentifikací a integrací“ (Mirjam Moravcová). Jde o text, který nejen shrnuje stávající poznatky z výzkumu skupin migrantů, ale rovněž dalšího studia jejich integrace do většinové společnosti. Jsem přesvědčen, že vydání publikace, která přináší také poměrně rozsáhlý seznam předmětné literatury, jakož i obšírné anglické resumé textů jednotlivých autorů, si zaslouží zvýšenou čtenářskou pozornost. Vzhledem k tomu, že v současné realitě

života v České republice je přítomnost migrantů stálým fenoménem, je vydání publikace cenným studijním materiálem pro studenty se zaměřením na kulturní antropologii, ale i pro odbornou obec a širší zainteresovanou veřejnost.

Andrej Sulitka
(Praha)

STANISLAV BROUČEK A KOL.: MÍSTO A ÚLOHA ZAHRAŇIČNÍCH ČECHŮ V BILATERÁLNÍCH VZTAZÍCH. Pelhřimov: Nová tiskárna Pelhřimov, spol. s r. o., 2021, 209 s.

Recenzovaná publikace byla představena účastníkům konference *Úloha a místo zahraničních Čechů v bilaterálních vztazích a aktuální potřeby české diaspory*, kterou uspořádala Stálá komise Senátu PČR pro krajany žijící v zahraničí v jednacím sále Valdštejnského paláce (odbornými partnery akce byly Etnologický ústav AV ČR, Ministerstvo zahraničních věcí ČR a Mezinárodní koordináční výbor zahraničních Čechů) ve dnech 7. a 8. října 2021. Práce navazuje na řadu předchozích publikací, které na téma krajanství připravil Stanislav Brouček ve spolupráci s dalšími editory. Jedním z nich

byl bývalý předseda Stálé komise Senátu PČR pro krajany senátor Tomáš Grulich (zemřel v roce 2020), historik a etnolog, jenž se jako politik zasloužil významnou měrou o rozvinutí činnosti senátní komise pro krajany. Nynější vydání knihy proto editor věnoval jeho památce.

Text publikace je strukturován do osmi kapitol, které reflektují témata, jímž věnovali pozornost účastníci jednání u kulatého stolu v Senátu PČR. Jednotlivým kapitolám, jež přibližují peripetie lidí českých diaspor ve vybraných zemích (Ukrajina, Chorvatsko, Argentina, Brazílie, Kanada a Francie), předchází přehled tematického zaměření diskuse během kulatého stolu v roce 2019. Úvodní kapitolu „Horizonty tématu“ zpracoval Stanislav Brouček. Vymezil kontexty studia krajské problematiky a shrnul na jedné straně diskutované otázky vztahu České republiky k diaspoře s ohledem na bilaterální vztahy, na druhé straně poukázal na vývoj vztahů ČR k zahraničním Čechům po roce 1990, zejména obtížné hledání řešení doposud otevřené otázky institucionální výkonnosti krajské politiky v ČR. Svou teoretickou úvahu uzavřel návrhem nástinu zaměření tematických okruhů plánované kolektivní monografie o významu zahraničních Čechů v historické retrospektivě i v současnosti.

Druhá kapitola „Češi na Ukrajině v letech 1868–1917“ je dílem v roce 2021 zemřelého Jaroslava Vaculíka, který soustředil pozornost na průběh venkovské a městské kolonizace českou imigrací na Ukrajině, tj. venkovské (zemědělské) emigrace do oblasti Volyňské gubernie, a městské zacílené především do velkých měst Kyjev, Charkov a Oděsa. Do bolševického převratu v říjnu 1917 se čeští imigranti podíleli významnou měrou na průmyslovém rozvoji Ukrajiny, o čemž svědčí řada archivních zdrojů, z nichž autor čerpal při zpracování kapitoly. Otázka migrace Čechů na území Ukrajiny je předmětem i následující třetí kapitoly „Mezi ‚starou‘ a ‚novou‘ vlastí: Češi v městském prostředí jižní Ukrajiny“ z pera Petra Lozoviuka. Ten se zaměřil



jak na umělecké aktivity českých migrantů na Ukrajině, výkonných umělců působících v oblasti hudebního života a divadla, tak na sokolskou činnost, kterou čeští imigranti rozvíjeli do roku 1923, kdy sovětská moc prohlásila sokolské hnutí za „buržoazní reakční organizaci“ a jeho aktivity zakázala.

O hlavních tématech české krajan-ské diaspory v Chorvatsku pojednávají autoři Jana Kočí, Andrea Preissová Krejčí a Ivo Barteček ve čtvrté kapitole pod názvem „Podpora národní identity krajanů v Chorvatsku Československem a Českou republikou pohledem dějin dlouhého času a menšinového školství“, která je retrospektivním přehledem historie českých krajan-ských škol v Chorvatsku. V textu je osvětlena klíčová role vzdělávacích institucí, které poskytovaly kvalifikovanou odbornou přípravu krajan-ských pedagogů (např. Pedagogická akademie v Pakraci, spolek Jednota při zajišťování podpory výuky češtiny apod.). Z výkladu autorů vyplývá, že čeští krajanští aktivisté v Chorvatsku kladli od přesídlení důraz na zachování národní identity a kulturních tradic a že usilovali rovněž o stálé udržení výuky českého jazyka v prostředí vlastní diaspory.

Problematickou českých a slovenských krajan-ských kolonií v Argentině a v Brazílii se v páté kapitole zabývá Ivan Dubovický. Jeho studie „Krajané v Argentině a Brazílii v boji za samostatnost Československa“ přináší na základě doposud nezpracovaných archivních zdrojů nové poznatky o životě krajanů v Jižní Americe na počátku první světové války, o krajan-ské aktivizaci v průběhu první světové války a utváření národního sdružení či budování kontaktů s vedením zahraničního odboje v Evropě. Hlavní pozornost pak soustřeďuje na propagační činnost českých krajanů a dobrovolníků v Brazílii, aktivity ve prospěch samostatného Československa a nakonec formování vztahů mezi krajany v jižní Americe k nové Československé republice.

Kanada byla vedle Spojených států amerických lákavým územím pro usíd-

lení českých a slovenských emigrantů. Jako šestou kapitolu „Českoslovenští krajané v Kanadě před rokem 1968“ ji prezentuje Roman Zaoral, který provedl stručnou retrospektivu usazování Čechů a Slováků od konce 19. století do 60. let 20. století. Soustředil pozornost na život krajanů v meziválečné Kanadě, činnost krajan-ských organizací v období druhé světové války a přihlášení se amerických krajanů k československému zahraničnímu odboji a pomoc československým uprchlíkům, na něž v poválečné situaci navázal politický exil po roce 1948 či 1968. Tyto časové etapy znamenaly nárůst nových migrantů, kteří oživovali krajan-ský život.

O Češích ve Francii v bilaterálních souvislostech pojednává v sedmé kapitole S. Brouček. Podrobně se zabývá mechanismem migrace z meziválečného Československa do Francie na základě stanovených podmínek, které byly pod smluvním dohledem obou států, jak vyplývalo z Francouzsko-československé smlouvy, týkající se vystěhovalectví a přistěhovalectví z roku 1920. Po druhé světové válce nabylo emigrantství do Francie charakter politického exulantství. V této souvislosti je čtenář seznámen s názorovým spektrem a diferenciací emigrantů v české diaspoře jednak v pařížském krajan-ském fóru, jednak ve spolkovém životě, který je rozvíjen i v současnosti. Na závěr připojil S. Brouček jako osmou kapitolu „Ve stínu dvou domovů“, tj. reflexi původního domova emigrantů a popisu jejich života v postavení krajanů v zahraničí. Jedná se o soubor dvou desítek biografických obrazů emigrantů, které jsou prezentovány čtivým způsobem.

Závěrem přísluší uvést, že editorovi publikace se podařilo vyváženě sladit místy esejistický charakter textů s odborným výkladem s poznámkovým aparát. Vydání obsahuje soupis archivních pramenů, z nichž autorský kolektiv čerpal poznatky o životě české diaspory, i soupis literatury a resumé v angličtině. K afiliaci publikace náleží

poznámenat, že kniha vznikla v rámci Strategie AV 21 (program č. 15 – Globální konflikty a lokální souvislosti: kulturní a společenské výzvy), podpořené dotací Akademie věd České republiky. Je namístě také vyzvednout, že Stanislav Brouček obdržel v úvodu konferenčního jednání (2021) ocenění Senátu PČR za aplikovaný výzkum českých krajanů v zahraničí a publikační výstupy se zaměřením na téma české země a diaspory z rukou předsedy Senátu PČR Miloše Vystrčila.

Andrej Sulitka
(Praha)

MARKÉTA HOLUBOVÁ (ED.): ETNOGRAFICKÝ ATLAS ČECH, MORAVY A SLEZSKA IX. DUCHOVNÍ A HMOTNÉ ASPEKTY ZBOŽNÉ PEREGRINACE. Praha: Etnologický ústav Akademie věd České republiky, v. v. i., 2020, 176 s., 44 mapových listů v příloze.

Devátý svazek *Etnografického atlasu Čech, Moravy a Slezska*, věnovaný dle podtitulu duchovním a hmotným aspektům zbožné peregrinace, je opatřen pouze stručnou předmluvou redaktorky svazku Markétou Holubovou. K pochopení širší koncepce *Etnografického atlasu*, zejména pro čtenáře a uživatele z jiných oborů než je mateřská etnologie, je tak vhodné přihlídnout ke shrnující studii Jiřího Woitsche.¹ Samotné vymezení zbožné peregrinace je v předmluvě rovněž podáno spíše stručně, primárně s odkazem na tematická vymezení základních čtyř kapitol textové části atlasu. Týká se to i tohoto pojmu nadřazené kategorie „tradiční projevy lidové zbožnosti“. Ani v tomto případě není tematické pole přesněji vymezené, ať již z hlediska přístupů jednotlivých disciplín, které se na něm setkávají (včetně obrazně řečeno zanořeného výzkumu historického), nebo konkrétních koncepcí. Samotná publikace zcela logicky akcentuje etnografický přístup, tedy

převedení a prezentaci získaných dat formou tematických map. Ty se v různém počtu váží ke každé ze čtyř hlavních kapitol.

Na rozdíl od jiných svazků *Etnografického atlasu* reflektujících primárně raněnovověké období zahrnuje tento díl studii, která se věnuje období pozdního středověku. V ní historik medievista Jan Hrdina pojednal o poutích, odpustcích a poutních odznacích „jako náměť[u] pro historickou kartografii“. Hrdinova rozsáhlejší studie je propojena s celkem čtyřmi mapami, které zároveň vytvářejí její základní rámec, ale i samotnou osnovu vyprávění, která je v tomto případě konzistentnější než u kapitol následujících. Soudím, že je to dáno mj. primárně historickými východisky textu. V úvodní podkapitole o poutních a kultovních místech středověkých Čech autor vychází z vlastní starší studie (*Die Topographie der Wallfahrtsorte im spätmittelalterlichen Böhmen*) a primárně tak shrnuje výsledky dosavadního výzkumu, což je v daném kontextu nesmírně užitečné. Úžeji je vymezena druhá podkapitola „Příjemci papežských listin Bonifáce IX. v pražském arcibiskupství v letech 1389–1404“, v níž autor pracuje se vzorkem „představujícím 40 až 50 % původního stavu všech skutečně vydaných odpustkových listin“. Při příležitosti tohoto kartografického zpracování odpustkových lokalit Hrdina interpretuje dobovou praxi nejen s ohledem na pozitivní nálezy, ale všímá si též regionů se slabým zastoupením odpustků, což vysvětluje nízkým zastoupením řeholních domů či menší mírou urbanizace. Závěrem autor zmiňuje ještě jeden, dle jeho slov znepokojující či udivující aspekt, a to překrývání území nedotčených papežskými odpustky s německými jazykovými oblastmi v Čechách. Nadregionální charakter poutnického provozu pozdně středověkých Čech reflektují další dvě podkapitoly vycházející z evidence knih zázraků a z přehledu dochovaných hmotných dokladů, tedy typicky poutních odznaků a devocionálií (k roku 2018

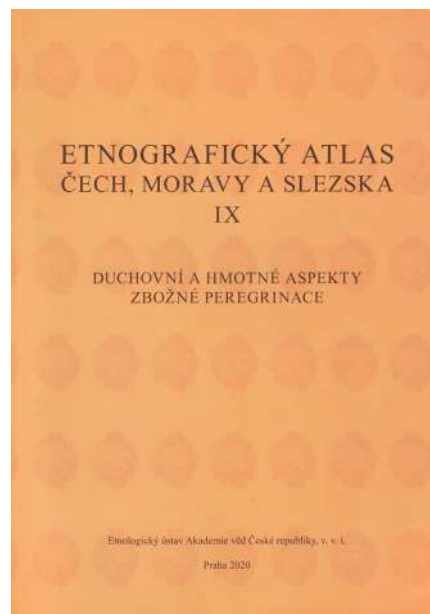
jich bylo doloženo zhruba 40). V rámci shrnutí Jan Hrdina konstatuje regionalizaci poutních kultů už pro 15. století a odmítá „hluboce zakořeněný názor o středověku jako době dálkových poutí, kterou až po reformaci střídají barokní místní kultury“ (s. 33). V této souvislosti poukazuje též na mapování lokálních center prostřednictvím archeologie, která může zastoupit mlčení písemných pramenů. Vedle zpracovaných témat by v případě kapitoly prezentující pozdněstředověkou zbožnost bylo bezpochyby přínosné, kdyby obsahovala také mapové zpracování výskytu náboženských bratrstev a jejich patrociní.

Právě v rovině hmotných aspektů navazuje na Hrdinovu studii kapitola Martina Omelky a Markéty Řebounové věnovaná archeologickým nálezům barokních devocionálií s poutním mariánským motivem. V písemných pramenech se ostatně svátostky vyskytují jen příležitostně a málokdy se jim jejich původci podrobněji věnují. Výjimku představuje pozoruhodný příběh s trinitářskou medailkou, vložený roku 1713 do základů kostela v Zašově, při němž až později vznikl trinitářský

konvent,² či zmínka o svátostce – odznaku bratrstva na poutním místě Kalvárie u Jevíčka v dobové příručce.³ V případě druhé kapitoly jsou tak prostřednictvím dvou mapových listů a příslušného výkladu zpracovány primárně hromadné nálezy svátostek ze zaniklých pohřebišť, navíc v záměrném zaměření na mariánský kult. Vzhledem k typologii nálezových situací i k tematickému vymezení kapitoly je zjevné, že dva výše uvedené konkrétní případy i případné paralely (svátostky v základech staveb a obecněji depoty *pro memoria*, odznaky bratrstev) zůstaly nutně stranou zájmu.

Největší počet tematických map (11) i mapových listů (25) se váže ke kapitole Markéty Holubové, primárně zaměřené na poutě a procesí v perspektivě úředních soupisů z konce 18. století. Jednotlivým soupisům byla již dříve věnována poměrně rozsáhlá pozornost, moravské *Consignatio processionum* dostalo svou mapovou podobu v rámci projektu *Geografický informační systém tradiční lidové kultury* a kromě autorky této kapitoly se mu intenzivně věnovala také Barbora Valešová nejen v souvislosti s výzkumem procesí a poutí z Moravy do Mariazell.⁴ Přínos výkladové kapitoly *Etnografického atlasu* spočívá především v současném představení paralelních pramenů pro Čechy (1768), Moravu i rakouskou část Slezska (1771) v kontextu státních reforem, které postupně tento typ peregrinace omezovaly. Podstatný zásah do poutní praxe dobových aktérů přinesla již pruská anexe Slezska, která ztížila tradiční poutě mimo jiné do Čenstochové. Těch se dotkl dvorní dekret ze 17. září 1764, zakazující návštěvy hostinců na území Pruska. Proto byly v následujícím roce podchyceny tradiční poutní trasy a výsledný seznam se poněkud liší od mladšího, častěji citovaného soupisu procesí z roku 1771.⁵

V souvislosti s prezentací rozmanitosti poutních kultů je kapitola vyklenuta snad až příliš do široka či v některých ohledech příliš obecně. Takto si též vysvětlují vznik několika opomenutí či nepřesností: ab-



sence zmínky o importu kultu Panny Marie Monseratské v Cizkrajově (zde by byl ideální přehledovou pomůckou rukopisný *Atlas marianus Marchionatus Moraviae* brněnského augustiniána Alipia Czer-maka), nepovedená formulace „*po níž kráčel údajně odsouzený Kristus*“ (s. 59), Karel František Alexandr Orlík svobodný pán z Laziska jako zakladatel poutní kaple v Dolních Životicích (nikoli Karel hrabě z Orlíku, tamtéž), absence zdroje v případě kultu Nejsvětější Trojice v Bučovicích (tamtéž), chyba v označení procesí z Velkého Polomu do Hrabyně (s. 65, správně Velká Polom).

Ke kritizované obecnosti kapitoly náleží také skutečnost, že typologie poutních míst není (patrně vzhledem k rozsahu?) vždy opřena o vhodné tituly (citovaná *Poutní místa Moravy a Slezska* F. Odehnala mají výrazně přehledový charakter). Jednotlivé cíle, typy procesí i celkové vyhodnocení *Consignatio processionum* jsou v kapitole prezentovány s odkazy primárně na samotné pramené soupisy. Většina studií, která se tématu věnovala, je citována souhrnně v úvodu kapitoly v poznámce č. 178, avšak není jasné, zda a nakolik k nim bylo přihlédnuto. Obdobně nepřehledná situace ohledně zdrojů nastává v případě map, které zachycující geografický horizont poutních míst v Čenstochové, Mariazell a Šaštíně, při jejichž přípravě byly dle poznámky č. 337 „*použity vedle úředních pramenů – soupisů poutí a procesí také rukopisné nebo tištěné knihy zázraků*“. Konkrétní tituly je však nutné hledat v závěrečném sumárním seznamu pramenů.

V důsledku naznačené obecnosti a snahy obsáhnout co nejvíce aspektů došlo vedle opomenutí v citování zdrojů dat také ke vzniku silně inspirovaných pasáží. Úvodní odstavec třetí kapitoly přebírá doslovně řadu formulací z kapitoly „Hora Olivetská Matěje Tannerera a kultura poutních míst v baroku“ od Jana Malury: „*K nejvýraznějším fenoménům duchovního života 17. a 18. století patří bezesporu kultura spojená s poutními místy*.“⁶ Srovnej recenzovanou publikaci, s. 52: „*K nej-*

výraznějšímu fenoménu duchovního života 17. a 18. století patřila bezesporu kultura spojená s poutními místy.“ V poznámce pod čarou uvádí autorka některé tematicky relevantní studie, nikoli však tuto (ani žádnou jinou) J. Malury. V následujícím odstavci Markéta Holubová zmiňuje s odkazem na Zuberovy *Osudy moravské církve v 18. století* začátek reforem poutního provozu. Opět však téměř doslova přebírá některé Zuberovy formulace, aniž by byly řádně graficky odlišeny (Holubová: „*Již v květnu 1751 rozeslala Marie Terezie biskupům příkaz, aby sestavili seznamy poutí s návrhy na jejich omezení*.“ Srovnej Zuber na s. 292: „*Už v květnu 1751 rozeslala Marie Terezie biskupům příkaz, aby sestavili seznamy poutí s návrhy na jejich omezení, protože se při nich ztratí 8 až 14 dní*.“).

Za velmi sporný považuji přístup v případě poslední mapy č. 11 a příslušného textu kapitoly, které se věnují náboženským bratrstvům. Příslušná literatura je citována „*pouze namátkou*“ a „*detaillní rozbor úředních pramenů*“ konstatující ke konci 18. století počet cca 500 bratrstev v Čechách a 290 na Moravě a (rakouském) Slezsku vychází dle poznámky pod čarou výhradně ze zde citovaných archiválií. Zatímco pro menší množinu bratrstev olomoucké diecéze nacházíme stejný údaj v literatuře,⁷ v případně pražské arcidiecéze je původ onoho čísla nejasný. Jiří Mikulec ve svých pracích uvádí čísla podstatně vyšší, recentně zmiňuje přibližný počet 900 konfraternit pro Čechy.⁸ V atlase citovaný fond Náboženská bratrstva z fondu Arcibiskupství pražské (APA) také zahrnuje výrazně odlišný počet bratrstev (662), přičemž se jedná o velmi rozsáhlý soubor písemností v počtu 120 kartenů. Není tak vůbec možné posoudit, odkud autorka čerpala podklady pro svůj odhad, zejména s ohledem na to, že nezaujímá stanovisko k relevantnímu výzkumu, který přináší zjištění podstatně odlišných počtů. Problematická se v tomto ohledu jeví ostatně i samotná slepá mapa se zakreslením bratrstev dle četnos-

ti výskytu: vyvolává totiž pochybnosti nad možným použitím a relevancí údajů (např. zaznačení Prahy v kategorii lokalit se čtyřmi a více bratrstvy).

K určitému zmatení došlo ve výkladu M. Holubové ohledně vztahu mezi poutním provozem a náboženskými bratrstvy. Autorka v souvislosti s citovaným případem vzniku poutního provozu v důsledku činnosti lokálního bratrstva, který se okrajově odráží ve zpracovávaném soupisu procesí olomoucké diecéze (zde v případě Moravské Ostravy a Oslavan),⁹ uvozuje tento typ konfraternit ne zcela srozumitelně: „*Poslední skupinu náboženských bratrstev, která se podílela na poutním provozu, reprezentovaly ojediněle se objevující případy, kdy bratrstvo nevzniklo na již existujícím poutním místě, nýbrž na základě aktivit jeho členů*“ (s. 80). S odkazem na citovaný soupis procesí pak v případě Moravy uvádí příklady, které však *Consignatio* s bratrstvy nepropojuje: kapli sv. Markéty v Knínicích u Boskovic využívalo ke svému bohoslužebnému provozu místní bratrstvo sv. Isidora,¹⁰ tradice poutí ke sv. Anně v Pustiměři byla delší než existence stejnojmenného bratrstva a bratrstvo Nejsvětější Trojice v Bučovicích kromě soupisů rušených bratrstev olomoucké diecéze zmiňuje jen autor-kou necitovaná literatura.¹¹

Poslední kapitola reflektuje hmotné aspekty zbožné peregrinace a vychází především z rozsáhlých výzkumů a publikací jejího autora Luboše Kafky. Ztvárnění jednotlivých kultovních objektů je primárně členěno dle typu média – podmalby na skle, malba, sochařství, tisk, jimž jsou věnovány jednotlivé mapové listy a komentáře. Např. v případě podmaleb na skle je samostatně představena struktura a dosah jednotlivých malířských dílen, specializovaněji pak soubor podmaleb z dílny Vincenze Jankeho. Z hlediska obsahového, ale i metodického je pozoruhodná a podnětná analýza zastoupení podmaleb v jednotlivých muzejních sbírkách. Poslední podkapitola, věnovaná poutním tiskům, se pak

překvapivě jeví jako dosti stručná, snad s ohledem na probíhající mezioborový výzkum kramářských a obecněji poutních tisků. Nicméně v kontextu citovaných zdrojů zcela chybí *Encyklopedie knihy* Petra Voita (Praha: Libri 2006; přístupná kompletně on-line).

Devátý svazek etnografického atlasu, rozdělený do čtyř základních kapitol různých autorů, má vzhledem k početnému autorskému kolektivu široký záběr i heterogenní charakter z hlediska způsobu výkladu a komentování jednotlivých mapových listů. Z nich samotných již nelze zpětně vyčíst údaje ohledně zdrojů dat, které bohužel nejsou vždy jednoznačně identifikovatelné ani v textu samotném, což poněkud ztěžuje další využití jinak užitečné a podnětné příručky.

Vladimír Mañas
(Ústav hudební vědy FF MU)

Poznámky:

1. Jiří Woitsch 2012: Etnografický atlas Čech, Moravy a Slezska: Stav a perspektivy výzkumu. *Český lid* 99, č. 1, s. 67–83.
2. Vladimír Mañas 2020: Dějiny poutního místa a farnosti do poloviny 19. století. In: Zdeněk Fišer (ed.). *Zašová v proměnách času*. Zašová: Obec Zašová, s. 527–567.
3. *Societas Jesu Salvatoris, das ist die Hochlöbliche Ertz-Bruderschaft...* Brunn 1720, s. 28–29.
4. Valešová, Barbora 2020: *Moravští poutníci na cestě do Mariázel v 18. století*. Disertační práce. Brno: Ústav evropské etnologie FF MU; táž 2015: *Consignatio processionum...* a jeho přínos pro poznání moravského barokního poutnictví. *Národopisný věstník* 74, č. 2, s. 5–20.
5. Allgemeines Verwaltungsarchiv Wien, Hofkanzlei, Alter Kultus, Gottesdienst, Kart. 23, sign. 11.
6. Kosek, Pavel – Malura, Jan (eds.) 2001: *Matěj Tanner. Hora Olivetská*. Brno – Ostrava: Host – Ostravská univerzita, s. 5.
7. Viz katalog výstavy *Zbožných duší úl. Náboženský bratrstva v kultuře raněnovověké Moravy*, s. 12.
8. Mikulec, Jiří 2013: *Náboženský život a barokní zbožnost v českých zemích*. Praha: Grada, s. 160.
9. Mañas, Vladimír 2010: *Náboženská bratrstva a poutnictví na Moravě v raném*

novověku. In: Mañas, Vladimír – Orlita, Zdeněk – Potůčková, Martina: *Zbožných duší úl. Náboženská bratrstva v kultuře raněnovověké Moravy*. Olomouc: Muzeum Olomouc, s. 20–28, zde s. 28.

10. Valešová, Barbora 2012: *Bratrstvo sv. Isidora v Kníních u Boskovic*. Diplomová práce. Brno: Ústav evropské etnologie FF MU; táž 2012: *Bratrstvo svatého Isidora v Kníních u Boskovic a jeho role v rámci venkovského prostředí*. *Folia ethnographica* 46, č. 2, s. 155–170. Markéta Holubová na tyto práce neodkazuje.
11. Valešová, Barbora 2009: *Kult Panny Marie Hromničné v Bučovicích*. Bakalářská práce. Brno: Ústav evropské etnologie FF MU.

AUTHENTISCH ODER OBERFLÄCHLICH? WEGE DER ZUSAMMENARBEIT VON MUSEEN UND TOURISMUS / AUTENTICKÉ, NEBO POVRCHNÍ? CESTY SPOLUPRÁCE MUZEÍ A CESTOVNÍHO RUCHU. (= Museum Bulletin 28). Leonding: Verbund Oberösterreichischer Museen, 2021, 144 s.



S téměř dvouletým zpožděním vyšel další sborník příspěvků z pravidelných setkání a odborných debat bavorských, českých, hornorakouských a saských muzejníků. V pořadí již 28. mezinárodní konference se konala ve dnech 22.–24. září 2019 v rakouském lázeňském městečku Bad Ischl a její jednání bylo zaměřeno na důležitou tematiku spolupráce muzeí s organizátory cestovního ruchu. Jak zdůraznil v předmluvě Roman Sandgruber, prezident Svazu hornorakouských muzeí, v době konání konference neměl nikdo z účastníků ani tušení o nadcházející pandemii koronaviru, která se osudově dotkla jak cestovního ruchu, tak i muzeí a pozdržela i vydání sborníku. Podnětů a otázek k řešení se však i tak naskýtal spousta a k hledání odpovědí přispěli pracovníci obou oborů.

Na úvod zazněly příspěvky k situaci v jednotlivých zemích, které přednesli Katja Margarethe Mieth za Sasko, Astrid Pellengahr za Bavorsko, Jakub Smrčka za Českou republiku a Klaus Landa za Horní Rakousko. Dva hlavní referáty zpracovali Herta Neiß, vedoucí studijního oboru Management cestovního ruchu na Univerzitě Jana Keplera v Linci a Martin Spantig ze Zemského ústředí pro nestátní muzea v Bavorsku. Herta Neiß se zaměřila na problematiku tzv. kulturní turistiky, která představuje interakci mezi kulturou a cestovním ruchem a motivuje k celoročnímu navštěvování městských, ale i venkovských lokalit, přičemž přispívá k jejich rozvoji. Negativem je zde mnohdy až enormní nápor turistů (*overtourismus*) v některých destinacích. Muzea patří dle referentky k základní kulturní výbavě měst, musí se však zaměřit na práci s návštěvníkem, specializaci a krátkodobé zajímavé výstavy s orientací na zážitky, k čemuž dopomůže např. definice cílových skupin, zvýšená kvalita služeb, digitalizace či mobilita. Martin Spantig se ve svém příspěvku „Sítě venkovských muzeí hledají ‚nové‘ kulturní turisty“ pokouší definovat německého kulturního turistu

a zabývá se možnostmi kooperace mezi venkovskými muzei. Na základě zkoumání motivace turistů došel k názoru, že z pětačtyřiceti procent se jedná o rozšiřování kulturních obzorů, což je výzvou pro malá muzea na venkově, kde cestovatelé mohou najít autentické, ojedinělé zážitky. Důležitá je však informovanost potenciálních návštěvníků. V této souvislosti představil bavorský projekt Muzea a turismus.

Další příspěvky byly koncipovány v zásadě jako prezentace lokální muzejní problematiky či možností využití turistických lákadel jednotlivých zemí. Můžeme tak sledovat například přípravu 4. saské zemské výstavy s námětem 500 let průmyslové kultury v Sasku (Thomas Spring, Andreas Gosch), vznik nového „muzejního“ regionu v okolí hornorakouské obce St. Florian s významným klášterem (Bernadette Kerschbaummayr), ožvlý mýtus zachycený muzeem fotbalového klubu FC Bayern v mnichovské Allianz Areně (Fabian Raabe), oslavy 200. výročí vzniku vánoční písně *Stille Nacht* jako výsledek spolupráce několika projektových partnerů včetně muzejních (Doris

Rom, Ludwig Schwanninger) či aktivity Německého muzea klobouků v Lindenbergu, které zastřešuje též informační centrum, muzejní obchod, kulturní sál a gastronomické zařízení, čímž vzniká na místě bývalého kloboučnického závodu jakási „kulturní továrna“ – *Kulturfabrik* (Kathrin Felle, Angelika Schreiber).

České účastnice konference Hana Dvořáková (Moravské zemské muzeum) a Zuzana Vojtová (Česká centrála cestovního ruchu, Střední Čechy) se zabývaly kulturními stereotypy a turistickým průmyslem na příkladu lidové kultury. Svůj příspěvek nazvaly podle Rodinova nadšeného označení Slováků – *Moravská Hellas*. Na konkrétních příkladech účastníkům rovněž připomenuly společné projekty MZM a centrály cestovního ruchu, jako byly mezinárodní gastronomická výstava *Sousedé na talíři*, prezentace vinařských regionů *Sklepní uličky* nebo cyklus *Za humny – prezentace moravských krajů, regionů a obcí*. Poukázaly na rozdíl mezi fungováním lidových tradic v jejich přirozeném prostředí a *turistickým folklorismem*, který v současnosti převládá.

Další česká muzejnice, Sylva Dvořáková (Muzeum Novojičína), na základě svých zkušeností z praxe hodnotí muzeum jako přirozené centrum kultury v regionu. Konkrétně Muzeum Novojičína provozuje jak specializovanou expozici celostátního významu (pokrývky hlavy), tak také např. rodný dům významné osobnosti (S. Freuda v Příboře) nebo sídlo šlechtického rodu (zámek Kunín), přičemž všechna zařízení se významně podílejí na zvyšování cestovního ruchu v regionu a dbají i na zvyšování komfortu pro návštěvníka.

Výměna zkušeností na mezinárodní a mezioborové úrovni se i v tomto případě ukázala být jako přínosná, podnětná a inspirující. Profesionální, kreativní a navzájem provázaná práce v regionálních institucích vede k povznesení spolu spojených odvětví, což má i nezanedbatelný ekonomický dosah. Sborník je opatřen řadou ilustračních fotografií k jednotlivým příspěvkům i několika fotografiemi z konference a je tak reprezentativním výstupem z mezinárodního sympozia.

Jarmila Pechová
(Etnografický ústav MZM Brno)

OBSAH XXXI. ROČNÍKU

Studie a materiálové příspěvky

Sňatek jako životní strategie v soukolí poválečných migrací na příkladu Jáchymovska v letech 1949–1950 (<i>Tomáš Dvořák</i>)	3
Mediální reprezentace poválečné nucené migrace Němců z českých zemí ve vysídlenecké publicistice na příkladu periodik Aussiger Bote a Brünner Heimatbote (<i>Sandra Kreisslová – Jana Nosková</i>)	19
Vojenské újezdy jako dějiště nucených migrací v českých zemích a jejich komemorace (<i>David Kovařík</i>)	42
Zánik Mušova pohledem jeho tehdejších obyvatel (<i>Josef Šuba</i>)	53
Severoamerická <i>folkloristics</i> mezi folkloristikou a evropskou etnologií (<i>Petr Janeček</i>)	95
Nástin vývoje mexické antropologie od počátku 19. století do roku 1948 (<i>Oldřich Kašpar</i>)	102
Folkloristické terénní výzkumy v Srbsku: historický přehled a perspektivy vývoje (<i>Sonja Petrović</i>)	111
Třicet let samostatné ukrajinské etnomuzikologie (1990–2020) (<i>Iryna Dovhaljuk – Lina Dobrjanska</i>)	121
Rieger, nebo Grimm? Romantický a pragmatický přístup k etnologickému zkoumání práva (<i>Tomáš Ledvinka</i>)	134
Etnografická sbírka v pojetí současného českého muzejnictví (<i>Lenka Drápalová</i>)	179
Hlavní tendence pojetí etnografického muzejního materiálu v dílech českých etnologů a muzeologů do roku 1989 (<i>Otakar Kirsch</i>)	188
Tradiční rukodělné technologie jako součást doprovodné dokumentace muzejní etnografické sbírky (<i>Václav Michalička</i>)	204
Znovuzískaná území v pramenných materiálech Polského etnografického atlasu. Vybrané příklady sociokulturních změn v postmigračních oblastech (<i>Anna Droždž</i>)	213
Koncepce a podoba sbírek lidových písní z Čech z období příprav Národopisné výstavy československé 1895 (<i>Zdeněk Vejvoda – Věra Thorová</i>)	225
Kulturní dědičstvo ako komodita? Príklad mestských slávností a festivalov (<i>Alexandra Bitušíková</i>)	259
Suvenýry na pražské Královské cestě jako objekt utváření a vyjednávání autenticity (<i>Barbora Půtová</i>)	270
Kolik stojí pravý český tanec? Autenticita na prodej (<i>Daniela Stavělová – Laura Kolačková</i>)	287
Socioekonomické aspekty proměn českých rybářských tradic v regionálních kontextech (<i>Vojtěch Kouba</i>)	299
Peníze milují ticho: transformace představ o penězích v ukrajinském velkoměstě v postsovětské éře (<i>Teĭana Tkhorzhevska – Yulia Bohuslavska</i>)	310
Stopy hudebního života v inzerci Humoristických listů (se zaměřením na 80. léta 19. století) (<i>Milan Balódy</i>)	322

Proměny tradice

Společenský život v čase korony: postrehy z jedné slovenskej dediny očami študentky etnológie (<i>Barbora Turčanová</i>)	146
Břímě tradice (<i>Josef Jančář</i>)	147

Ohlédnutí

K úmrtí filmového režiséra Karla Vachka (<i>Martina Pavlicová</i>)	64
--	----

Rozhovor

Jedna píseň střídala druhou aneb Rozhovor s jubilantkou Věrou Thorovou (<i>Zdeněk Vejvoda</i>)	236
Etnomuzikologie za obzor roztomilých obrázků: Rozhovor s Lubomírem Tyllnerem o nebezpečných bulharských silnicích i společenském významu etnomuzikologie (<i>Matěj Kratochvíl</i>)	334

Společenská kronika

Mirjam Moravcová, kulaté jubileum (<i>Zdeněk Uherek</i>)	65
Peter Salner sedemdesiatnikom?! (<i>Monika Vrzgulová</i>)	66
Blahopřání Jarmile Procházkové (<i>Lucie Uhlíková</i>)	69
Odišiel Ondrej Demo (1927 – 2020) (<i>Samuel Smetana</i>)	71
Za Evou Kilianovou (<i>Jana Pospíšilová</i>)	73
K 90. narozeninám etnologa Josefa Jančáře (<i>Alena Jeřábková, Jan Krist, Martina Pavlicová, Juraj Hamar</i>)	151
Jiří Langer 85 let (<i>Heino Wessel Hansen</i>)	153
Marie Majtánová-Korandová oslavila pětadesátiny (<i>Marta Ulrychová</i>)	155
Lydia Petrářová jubilující (<i>Jiří Woitsch</i>)	156
Mojmír Benža osmdesiatročný (<i>Peter Slavkovský</i>)	158
Jubilující Gabriela Kiliánová (<i>Eva Krekovičová</i>)	160
Blahopřání Daně Motýčkové (<i>Ludmila Kopalová</i>)	161
Za Milenou Seckou (<i>Lydia Petrářová</i>)	162
Vzpomínka na Vjačeslavu Lohvinovou (<i>Jana Pospíšilová</i>)	164
Památce Aleny Přetákové (<i>Alena Schauerová</i>)	165
Odešel Ondřej Kryštof Kolář (<i>Karel Cejnar</i>)	166
Tři významná jubilea Iva Frolce (<i>Jan Blahůšek</i>)	239
Jubilantke Olge Danglovej (<i>Monika Vrzgulová – Juraj Zajonc</i>)	241
Odešel Ivan Dorovský (<i>Jaroslav Otčenášek</i>)	243
Jubilující Miroslav Válka (<i>Jana Pospíšilová</i>)	337
Blahopřání Miloši Melzerovi (<i>Jana Pospíšilová</i>)	340

Výstavy

Úspěšné hledání identity, odkaz Toniho Diessla Františkovým Lázním (<i>Eva Dittertová</i>)	74
--	----

Konference

- Konference o paměti a nucených migracích (*Jana Nosková*) 244
 Konference Muzea v přírodě a jejich role při záchraně lidové architektury (*Přemysl Mácha*) 245
 Celostátní setkání u příležitosti 30. výročí návratu černo-bylských krajanů zpět na území předků (*Veronika Beranská*) 341
 3. sympozium ICTM Study Group on Music and Dance of the Slavic World (*Zita Skořepová*) 342

Zprávy

Zpráva o projektu Českého rozhlasu Folklor v regionech v letech 2018–2019 – 2. část (Morava a Slezsko) (*Magdalena Múčková – Jan Rokyta – Zdeněk Vejvoda*) 75

Recenze

- O. Danglová: Ornament a predmet. Dekoratívna tradícia na Slovensku (*Alena Kalinová*) 79
 J. Hlavinka – P. Salner (eds.): Tábor smrti Sobibor. Dejiny a odkaz (*Eva Šípöczová*) 80
 S. Brouček – L. Martinek: Francie a česká imigrace (*Peter Salner*) 82
 L. Krčmář: Poutní místa a místa zvláštní zbožnosti na Sokolovsku (*Marta Ulrychová*) 83
 J. Poncarová – D. Pepe: Děvčata první republiky (*Marta Ulrychová*) 85
 D. Martinková (ed.): Čítanka (nejen) pro volyňské Čechy (*Veronika Beranská*) 86
 M. Ulrychová – R. Mouček (eds.): Sborník z XIV. konference Genius loci Rokycany 2018 (*Zdeněk Vejvoda*) 88
 G. Lechleitner – Ch. Liebl (eds.): František Pospíšil's Recordings from the Slovácko and Haná Regions (1910) (*Petr Číhal*) 89
 E. Mannová: Minulosť ako supermarket? Spôsoby reprezentácie a aktualizácie dejín Slovenska (*Gabriela Kiliánová*) 168
 M. Ju. Dronov (ed.): Rusiny Avstrijskoj imperii v dnevnikach i vospominaniach russkich oficerov-účastnikov Vengerskoho pochoda 1849 goda (*Kirill Shevchenko*) 169
 M. Ulrychová – M. Bílková (eds.): Svatý Jan Nepomucký v evropském kulturním kontextu (*Marta Toncrová*) 171
 O. K. Kolář: Literární toulky Píseckem (*Marta Ulrychová*) 173
 CD Kolem Potřekova (*Michaela Vondráčková*) 174
 CD/LP Svatební & Pohřební // Weddings & Funerals (*Marta Ulrychová*) 175
 O. Polouček: Babičky na bigbitu. Společenský život na moravském venkově pozdního socialismu (*Jan Semrád*) 246
 S. Kreisslová – J. Nosková – M. Pavlásek: „Takové normální rodinné historky“. Obrazy migrace a migrující obrazy v rodinné paměti (*Oto Polouček*) 247
 W. Baumann – L. Matušková: Wallfahren als Grenzgang (*Marta Ulrychová*) 249
 T. Borovský – J. Němec (eds.): Pod ochranou Kleiö. Historické obory na Filozofické fakultě MU (*Andrea Zobačová*) 250
 P. Šidák: Mokře chodí v suše. Vodník v české literatuře (*Marta Ulrychová*) 252
 K. Rodan (ed.): Listy lásky, víry a naděje. Edice korespondence slezského etnografa a folkloristy Antonína Satkeho se snoubenkou, sestrou a dalšími rodinnými příslušníky od srpna 1957 do května 1962 (*Jana Pospíšilová*) 253
 I. Příbylová – L. Uhlíková (eds.): Od folkloru k world music: Hudba a prostor (*Ondřej Volčík*) 254
 D. Bittnerová – M. Moravcová (eds.): Festivity jako ukazatel identity a společenského směřování (*Andrej Sulitka*) 343
 S. Brouček a kol.: Místo a úloha zahraničních Čechů v bilaterálních vztazích (*Andrej Sulitka*) 344
 M. Holubová (ed.): Etnografický atlas Čech, Moravy a Slezska IX. Duchovní a hmotné aspekty zbožné peregrinace (*Vladimír Maňas*) 345
 Authentisch oder oberflächlich? Wege der Zusammenarbeit von Museen und Tourismus / Autentické, nebo povrchní? Cesty spolupráce muzeí a cestovního ruchu (*Jarmila Pechová*) 348

Studies and Materials on the Subject of “Tradition as an Object of Economic (Non)Interest”

Cultural Heritage as a Commodity? An Example of City Festivities and Festivals (<i>Alexandra Bitušiková</i>)	259
Souvenirs along the Royal Route in Prague as an Object of Establishing and Negotiating Authenticity (<i>Barbora Půtová</i>)	270
How Much Is the Czech Dance? Authenticity for Sale (<i>Daniela Stavělová – Laura Kolačková</i>)	287
Socio-Economic Aspects of Changes in Czech Fishing Traditions in Regional Contexts (<i>Vojtěch Kouba</i>)	299
Money Loves Silence: The Transformation of the Idea of Money in the Ukrainian Megalopolis in a Post-Socialism Era (<i>Tetiana Tkhorzhevska – Yulia Bohuslavska</i>)	310
Traces of Musical Life in Advertisements of Humoristické Listy (with focus on the 1880s) (<i>Milan Balódy</i>)	322

Interview

Ethnomusicology beyond the Horizon of Lovely Pictures: An Interview with Lubomír Tyllner about Dangerous Bulgarian Roads and the Social Importance of Ethnomusicology (<i>Matěj Kratochvíl</i>)	334
---	-----

Jubilees and Obituaries

This Year's Jubilee of Miroslav Válka (<i>Jana Pospíšilová</i>)	337
Congratulation to Miloš Melzer (<i>Jana Pospíšilová</i>)	340

Conferences

A National Meeting on the Occasion of the 30 th Anniversary of the Return of Chernobyl Expatriates Back to the Territory of Their Ancestors (<i>Veronika Beranská</i>)	341
3rd Symposium of the ICTM Study Group on Music and Dance of the Slavic World (<i>Zita Skořepová</i>)	342

Reviews

S. Brouček a kol.: Místo a úloha zahraničních Čechů v bilaterálních vztazích [The Place and Role of Czechs Living Abroad in Bilateral Relations] (<i>Andrej Sulitka</i>)	343
D. Bittnerová – M. Moravcová (eds.): Festivity jako ukazatel identity a společenského směřování [Festivity as an Indicator of Identity and Societal Orientation] (<i>Andrej Sulitka</i>)	344
M. Holubová (ed.): Etnografický atlas Čech, Moravy a Slezska IX. Duchovní a hmotné aspekty zbožné peregrinace [The Ethnographic Atlas of Bohemia, Moravia, and Silesia IX. Spiritual and Tangible Aspects of Pious Peregrination] (<i>Vladimír Maňas</i>)	345
Authentisch oder oberflächlich? Wege der Zusammenarbeit von Museen und Tourismus / Autentické, nebo povrchní? Cesty spolupráce muzeí a cestovního ruchu [Authentic or Superficial? The Paths of Cooperation between Museums and Tourism] (<i>Jarmila Pechová</i>)	348
Contents of Volume 31 (2021)	350

NÁRODOPISNÁ REVUE 4/2021, ročník XXXI

Vydává Národní ústav lidové kultury, 696 62 Strážnice, ČR (IČ 094927)

Národopisná revue je odborný etnologický recenzovaný časopis, vychází čtyřikrát ročně, vždy na konci příslušného čtvrtletí. Pravidla recenzního řízení i veškeré další informace pro autory příspěvků i pdf verze jednotlivých čísel jsou zveřejněny na internetových stránkách časopisu <<http://revue.nulk.cz>>.

Periodikum je evidováno v mezinárodních bibliografických databázích Scopus, ERIH (European Reference Index for the Humanities), AIO (The Anthropological Index Online of the Royal Anthropological Institute), CEJSH (Central European Journal of Social Sciences and Humanities), GVK (Gemeinsamer Verbundkatalog), IBR (Internationale Bibliographie der Rezensionen geistes- und sozialwissenschaftlicher Literatur) + IBZ (Internationale Bibliographie geistes- und sozialwissenschaftlicher Zeitschriftenliteratur), RILM (Répertoire International de Littérature Musicale), Ulrich's Periodicals Directory.

REDAKČNÍ RADA:

PhDr. Jan Blahůšek, Ph.D., doc. PhDr. Daniel Drápala, Ph.D., PhDr. Hana Dvořáková,
doc. Mgr. Juraj Hamar, CSc., doc. PhDr. Petr Janeček, Ph.D., doc. PhDr. Eva Krekovičová, DrSc.,
PhDr. Jan Krist, PhDr. Martin Novotný, Ph.D., prof. PhDr. Martina Pavlicová, CSc.,
PhDr. Jana Pospíšilová, Ph.D., doc. Mgr. Daniela Stavělová, CSc., PhDr. Martin Šimša, Ph.D.,
doc. PhDr. Zdeněk Uherek, CSc., PhDr. Lucie Uhlíková, Ph.D., doc. PhDr. Miroslav Válka, Ph.D.

MEZINÁRODNÍ REDAKČNÍ RADA:

prof. PhDr. Anna Divičan, CSc. hab. (Maďarsko), Dr. László Felföldi (Maďarsko),
Mag. Dr. Vera Kapeller (Rakousko), prof. Dragana Radojičić (Srbsko),
prof. Mila Santova (Bulharsko), prof. Dr. habil. Dorota Simonides, Dr.h.c. (Polsko),
Dr. Tobias Weger (Německo)

Šéfredaktorka: Lucie Uhlíková
Redaktorka: Martina Pavlicová
Tajemník redakce: Petr Horehled
Překlady: Zdeňka Šafaříková
Tisk: LELKA, Dolní Bojanovice

Datum vydání: 22. 12. 2021
ISSN 0862-8351 (Print)
ISSN 2570-9437 (Online)
MK ČR E 18807

