

Univerzita Karlova

Filosofická fakulta
Ústav filosofie a religionistiky

Bakalářská práce
Hynek Bečka

Ideologie českých Vánoc

Ideology of Czech Christmas

Praha 2018

Rok obhajoby: 2018

Autor práce: Hynek Bečka

Vedoucí práce: doc. Mgr. Radek Chlup, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracoval samostatně a pouze na základě uvedených pramenů a literatury, a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného či stejného titulu

V Praze, dne 12. 5. 2018

.....
Hynek Bečka

Poděkování

Především děkuji doc. Mgr. Radkovi Chlupovi, Ph.D. za podnětné, odborné a ochotné vedení práce. Dále bych rád poděkoval Mgr. Milanu Kroulíkovi za cenné rady a diskuze, rodině, blízkým a přátelům za důvěru, podporu, a korektury.

Abstrakt:

Má práce se zabývá Vánoce jakožto rituálem, převážně se pak zaměřuje na české, moderní Vánoce. Nejprve představuje, jak zásadně se Vánoce proměnily během devatenáctého století, dále se přesouvá k jejich analýze a interpretaci. Na základě vlastního pozorování obchodních domů a vánočních trhů ukazují některé symboly, s nimiž Vánoce v českém prostředí pracují, a následně je vykládám podle teorie Victora Turnera. Práce pokračuje rozbořením procesu dávání dárků, klíčového aktu celého rituálu. Opírám se zde o výklad Jamese Carrier a několika dalších antropologů, a nabízím čtení Vánoc jako rituálu propojujícího rodinu a komerci. V závěru ještě stručně zmiňuji další témata, jimž by se bylo možné věnovat, vztah Vánoc a moderního národního státu a jak se během Vánoce projevuje *communitas*, tak jak jí rozumí Victor Turner.

Klíčová slova:

sekulární rituál, Vánoce, rituál, ideologie, konzumerismus, Victor Turner,

Abstract:

My thesis is about the ritual of Christmas, focusing mostly on modern, Czech Christmas. I start by presenting the radical change which Christmas has gone through since 19th century, and then I proceed to the analysis and interpretation of the contemporary form of the ritual. Based on my own observations of malls and faire markets during Christmas time I discuss the symbols used in those environments, interpreting them with the help of Victor Turner's distinction between the normative and the sensory poles of symbols. I continue with an analysis of gift giving, probably the most important part of whole ritual. Here I rely on the interpretation of James Carrier and several other anthropologists. I show Christmas as a ritual maintaining the relationship between family and commercial world. I also mention other possible themes that concern Christmas, such as their relationship to the modern national state and the various modes in which Christmas may evoke what Victor Turner calls *communitas*.

Key words:

secular ritual, Christmas, ritual, ideology, consumerism, Victor Turner,

Obsah

Úvod: Vánoce jako rituál	6
1. Vynalezená tradice	8
2. Proměna Vánoc	9
2.1. Staré Vánoce	9
2.2. Moderní Vánoce	10
3. Analýza českých Vánoc	14
3. 1. Záměr mé analýzy	14
3. 2. Vánoce v Praze, v roce 2017	14
3.3. Obchodní domy a jejich výzdoba	15
3.4. Pozorování rituálu?	16
3.5. Domov a sníh	16
3.6. Vánoční trhy	18
3.7 Televize	19
4. Symboly českých Vánoc	25
5. Mezi dvěma světy	25
6. Vánoce, stát a communitas	32
Závěr: ideologie českých Vánoc	35
Seznam použitých děl	36

Úvod: Vánoce jako rituál

Existuje mnoho možností, jak zkoumat Vánoce. Mohl bych se zabývat jejich teologickým rozměrem a přistupovat k nim jako ke křesťanskému svátku. Mohl bych se věnovat folkloru a různým lidovým vánočním zvykům. Rozhodl jsem se ale dívat se na Vánoce jakožto rituál, rituál důležitý pro současnou západní společnost, který je, jako jeden z mála, živý a populární. Tento pohled vyžaduje specifický přístup, který bude na úvod nutné alespoň letmo osvětlit.

Možná vnímáme Vánoce jako křesťanský svátek, minimálně si alespoň uvědomujeme, že z křesťanského náboženství vychází. Já se ale budu Vánoci zabývat jakožto rituálem obecně. Rituál a náboženství jsou spolu v úzkém vztahu. Nemusí to ale znamenat, že rituál je výhradně náboženskou záležitostí.¹ Rituály často fungují v rámci náboženství, jsou jednou z jeho složek, ale mohou se objevovat i ve společnostech, které primárně náboženské nejsou, například v té naší, sekulární, české, agnostické a ateistické. Myslím, že má smysl v rámci religionistiky zkoumat i tyto nenáboženské rituály, neboť jejich pochopení a výklad může přispět k pochopení rituálu obecně.

Byla by tedy škoda nechat se omezit tradičním pohledem na rituál, který by nás nutil soustředit se na křesťanskou stránku Vánoc a kvůli němuž bychom nedokázali dost dobře obsáhnout jevy jako předvánoční nakupování, televizní reklamy a pořady, rituální sledování Popelky. Možná to vypadá, že se jedná o nedůležité, směšné záležitosti, nehodné naší pozornosti, ale jak jsem již výše konstatoval, přestože na první pohled se tyto prvky nezdají být důležitou součástí Vánoc, je třeba se jim věnovat.

Jakkoliv se bezpochyby jedná o významný křesťanský rituál, ačkoliv v minulosti nebyl zdaleka tak podstatný jako dnes, nás budou zajímat Vánoce v sekulárním, českém, primárně nenáboženském kontextu. Záhy také uvidíme, že Vánoce nebyly čistě křesťanským svátkem ani v minulosti, jejich původ bychom mohli stejně dobře odvozovat od římských Saturnálií a různých pohanských zimních festivalů. Během devatenáctého století, kdy Vánoce, tak jak je známe dnes, v podstatě vznikly, se mnohem více pracovalo s nejrůznějšími nenáboženskými prvky než s narozením Ježíše Krista. Křesťanství se k Vánocům vždy vracelo a snažilo se je interpretovat po svém, neznamena to ale, že na ně musíme hledět pouze jeho optikou. Právě z tohoto důvodu bude křesťanskému pojetí a významu Vánoc věnován minimální prostor.

Mluvím-li o sekulárních Vánocích, bylo by dobré objasnit, co si pod tímto pojmem představuji. Jako sekularismus nechápu pouze proces, kdy (především v západních zemích) začalo náboženství ustupovat z veřejného života, ale i současnou převažující kosmologii naší společnosti, která se vyznačuje především vědeckým, humanistickým, materialistickým pohledem na svět. Na rozdíl od kultur nám vzdálených v čase a prostoru se považujeme za racionální, vyspělou civilizaci, která nemá zapotřebí dělat zvláštní a divné rituály jako ti druzí, jsme přesvědčeni, že žijeme ve světě, kde je vše vysvětleno a kde sice stále existuje místo pro náboženství nebo spiritualitu, nicméně v rámci přesně vymezených prostor.

Ale i sekularismus má své rituály, ačkoliv se možná tváří, že jde pouze o zvyky, tradice, nebo pouhou zábavu. Stejně tak má své posvátné hodnoty, lidský život nebo svobodu jedince. Doufám, že tato práce pomůže objasnit, s jakými hodnotami, respektive s jakou ideologií, sekulární Vánoce pracují.

Je tedy pochopitelné, že se nebudu zaměřovat ani na lidové a folklorní tradice. Především mě zajímají živé, moderní Vánoce, které lidé skutečně slaví, a ačkoliv se krátkému historickému exkurzu

¹ Ronald Grimes, *The Craft of Ritual Studies*, Oxford: Oxford University Press, 2014, s. 196.

nevyhneme, bez něho by totiž nebylo zřejmé, co je na moderních Vánocích specifického, hlavním cílem práce je interpretovat a přiblížit současnou podobu svátku.

Ve své práci budu částečně vycházet z pojetí rituálu Ronalda Grimese. Ten nabízí dvě vlastní definice rituálu, „rodinnou“ a „formální“², nicméně k nim přistupuje velmi volně. Grimes nepovažuje za přínosné zabývat se tím, jestli jsou tyto definice a teorie stoprocentně pravdivé, ale spíše je hodnotit z hlediska jejich potenciálního využití.³ Všechny definice a teorie jsou umělými konstrukty⁴ a každá má své limity. Některé lidské činnosti a akce jsou více ritualizované, jiné méně.⁵

„Formální“ definice připisuje rituálu tři charakteristiky: je tělesný, zhuštěný, předepsaný. „Rodinná“ definice rituálu se skládá z jedenácti prvků, které rituály většinou mají, v rituálu nicméně nemusíme vždy najít všechny. Vánoce nejsou výjimkou, přesvědčivě v nich nalezneme sedm následujících prvků. Jsou (1) tradiční, respektive se jako tradiční prezentují. (2) Dále je asociujeme s našimi „posvátnými“ hodnotami, s láskou mezi partnery, rodiči a dětmi, láskou v rámci rodiny. (3) Opakujeme je, každý rok znovu a znovu, ve stejný čas. (4) Slavíme je s pompou. (5) Během jejich trvání se snažíme udržovat určitý specifický stav mysli, být „duchovněji“, trpělivější, štedřejší, láskyplnější. (6) Zároveň jim přisuzujeme speciální moc, Vánoce dovedou, podle našich filmů a příběhů, zacelit rozbité příbuzenské vztahy, spojit hledající se milence, obrátit srdce lakomců a příliš materiálně zaměřených lidí. (7) Čas, kdy je slavíme, je vydělený, speciální, sváteční.⁶ Podle této definice se tedy na Vánoce můžeme bez problémů dívat jako na rituál, i když nebudeme věnovat pozornost jejich křesťanským aspektům. Křesťanské a sekulární Vánoce jsou dvě různé věci, dva různé rituály, ačkoliv je mohou bez problémů slavit ti stejní lidé.

V této práci se budu zabývat především jevy, jako je nakupování vánočních dárků, vánoční reklamy, výzdoba v obchodech a na ulicích. Má práce se bude snažit v nich najít symboly, s jejichž pomocí jsou Vánoce v těchto kontextech tvořeny a následně interpretovat, jak fungují, jaká myšlenková struktura se za nimi skrývá. Proto budu částečně pracovat i s teoriemi Victora Turnera, především s jeho pojetím rituálu jako něčeho, co dokáže pracovat s různými úrovněmi symbolů a významů, spojovat je dohromady, a tak propojovat emotivní, osobní, tělesné zkušenosti (jako je například nakupování) s hodnotami, kterých si daná kultura cení a prosazuje. (V případě Vánoc například vzájemná rodinná láska.) K tomuto výkladu se dostaneme nicméně až k závěru práce.

² Grimes, *The Craft of Ritual Studies*, s. 194-195.

³ Tamtéž, s. 195.

⁴ Tamtéž, s. 183.

⁵ Tamtéž, s. 193.

⁶ Další charakteristiky, které Grimes uvádí, jsou následující: (8) představovat činnost jako jedinečnou a neopakovatelnou, (9) předepisovat jejímu konání přesné detaily, (10) invokovat uctívané mocnosti (bohy, vládnoucí rod atd.), (11) dovolat pouze specifickým a speciálním lidem, aby ji konali.

1. Vynalezená tradice

Každý rok se znovu a znovu setkáváme s názory, že současné Vánoce nejsou to, co bývalo. Mnozí si myslí, že se kamsi vytratil duch Vánoc, že zmizela jejich skutečná podstata a byla nahrazena komercí, nadbytkem, kýčem. Touží po návratu k tradičním Vánocům, ke starým dobrým časům, případně kritizují současnou podobu svátku z náboženských pozic. Moderní Vánoce zapomněly na Boha, jsou příliš materiální, vytratila se jejich křesťanská zpráva a zbyla jenom konzumní, bezduchá oslava.

Zdá se, že podobné hlasy lze slyšet v podstatě od chvíle, kdy moderní Vánoce vznikly.⁷ Touha po návratu k tradici, po obnovení správného vánočního ducha, je přítomná už v devatenáctém století. Nabízí se otázka, jestli vůbec někdy existovalo něco jako tradiční Vánoce.

Zdá se mi velmi užitečné dívat se na současné Vánoce jako na „invented tradition,“ tedy jako na rituál, který se odvolává na své hluboké kořeny, ale ve skutečnosti vznikl ne v tak dávném čase, v našem případě konkrétně během devatenáctého století.⁸ To samozřejmě neznamená, že by se předtím Vánoce vůbec neslavily, existovalo velké množství nejrůznějších oslav a tradic, které se k nim vázaly. Navazují například na starší oslavy slunovratu, na římské Saturnálie,⁹ už od čtvrtého století byly důležitým křesťanským svátkem, ale v devatenáctém století došlo k zásadní proměně tohoto rituálu a vzniku něčeho nového: moderních Vánoc. Než nicméně přistoupíme k jejich analýze, musíme alespoň stručně shrnout, kdy a jak došlo k jejich vynalezení a v čem přesně spočívají zásadní rozdíly oproti předchozím vánočním rituálům.

Zároveň je nutné upřesnit, jak budu s pojmem „invented tradition“ pracovat. Jeho autor, Eric Hobsbawm, vnímá vynalezené tradice velmi kriticky, to, že nepřiznávají svůj opravdový původ, vidí jako manipulaci, bez které ani nemohou správně fungovat.

Nicméně, všechny tradice jsou vynalezené, všechny rituály mají konkrétní historický původ, (ačkoliv ho nemusíme znát) a proměňují se v čase. Lidská společnost není stabilním monolitem, ale flexibilní a živou věcí. Rituály měníme už jen tím, že je vykonáváme.¹⁰ Na Vánocích můžeme vidět, že to, že tradice byla někdy vynalezena a že o tom existuje určité podvědomí, nijak nebrání tomu, aby ji lidé dodržovali.

Znamená to tedy, že můžeme změnu ignorovat, protože probíhá pořád? Myslím, že nikoliv. Na proměnách rituálů, v našem případě na proměně Vánoc, můžeme vidět, že některé prvky získávají nové postavení, jiné mizí, nebo se transformují. Výrazné změny, a síly, přesvědčení, ideologie, které se za nimi možná ukrývají, nám mohou ukázat, jak se posunul význam a smysl daného rituálu, nebo tradice, a výrazně pomoci v interpretaci a analýze, o níž se budu později pokoušet.

⁷ J. M. Golby a A. W. Purdue, *The Making of the Modern Christmas*, Athens: University of Georgia Press, 1986, s. 12.

⁸ Tamtéž, s. 13.

⁹ Zajímavý pohled na kontinuitu Vánoc a starých římských rituálů lze najít v Daniel Miller, *Unwrapping Christmas*, New York: Oxford University Press, 1993, s. 7-18.

¹⁰ Ronald Grimes, "Reinventing Ritual," *Soundings: An Interdisciplinary Journal* 75, no. 1 (1992): 21-41, s. 24.

2. Proměna Vánoc

2. 1. Staré Vánoce

Dnes jsou Vánoce asi nejpopulárnějším zimním svátkem, v minulosti tomu tak ale mnohdy nebylo. Nejrůznější oslavy, rituály a zvyklosti byly roztroušené do mnohem většího období s mnohem většími lokálními specifiky. Vánoce mnohdy zastíňoval Nový rok, nebo svátek sv. Mikuláše, sv. Barbory, svátek Tří králů.¹¹ Například v Anglii nebyly ještě ani začátkem devatenáctého století nijak populární,¹² popularitu získaly až v jeho průběhu.

V čem jsou tedy hlavní rozdíly starých a moderních Vánoc? Za nejvýraznější považují odlišné zaměření rituálu. Zatímco moderní Vánoce jsou především svátkem rodiny, a hlavní roli hrají děti,¹³ v minulosti se mnohem více v rámci Vánoc pracovalo se sociální hierarchií a vztahy mezi jednotlivými členy komunity.¹⁴ Hierarchie byla mnoha způsoby převracena a narušována, což vedlo za prvé k jisté úlevě a za druhé k paradoxnímu posílení sociálních vztahů, které se vyjevily možná jako arbitrární, ale zároveň jako nezbytné.

V Anglii se v kláštřích a klášterních školách volili chlapci-biskupové, parodující skutečné biskupy, na královských dvorech jeden den panoval „Lord of Misrule.“ Součástí oslav byly hazardní hry, prohození mužských a ženských šatů a obracení kožichů naruby. Až do dnešní doby se v anglické armádě uchoval zvyk, kdy je mužstvo obsluhováno svými důstojníky.¹⁵ Všechny tyto prvky nějakým způsobem poukazují na proměněný, karnevalový, otočený stav věcí, kdy se společenský řád převrací vzhůru nohama, podobně jako u římských saturnálií.

Vánoční svátky v Čechách se v mnohém těm anglickým podobají. I zde můžeme narazit na karnevalové a inverzní prvky, nejvýraznější jsou nejrůznější průvody s maskami, v nichž chodily nejrůznější maškary, nám dobře známý Mikuláš s andělem a čertem, nebo například Lucky,¹⁶ bíle oblečené dívky s velkými dřevěnými noži, kterými hrozily neposlušným dětem. Ve všech průvodech jsou přítomné divoké a chaotické momenty, čert maluje svým obětem obličej sazemi, chrastí řetězy a má obrácený kožich naruby, někdy děsí i ohnivými efekty a buší metlami do oken.¹⁷ Ze středověku známe mikulášské hry, kde roli biskupa hráli většinou žáci, nebo členové podobně vyčleněných skupin. Za panování Václava IV. popisuje benediktin Jan z Holešova lidové hostiny a zmiňuje i hry v kostky.¹⁸

Se sociální hierarchií se ovšem pracovalo i jinak než jen skrze její inverzi. Šlechtici obdarovávali panovníka, a tak dávali najevo svoji loajalitu.¹⁹ Nižší sociální vrstvy obdarovávaly ty vyšší, dárky proudily směrem nahoru.²⁰ Lidé v nižším sociálním postavení dostávali různými způsoby jídlo, ovoce, ořechy, sladké pečivo, maso, případně se rovnou účastnili hostin, které zároveň přinášeli hostiteli prestiž. V Čechách se na Vánoce propouštěli čeledíni a děvečky ze služby a dostávali od svých

¹¹ Ne všechny tyto zvyklosti souvisely s Vánoce v úzkém slova smyslu. Zmiňuji zde i ostatní zimní svátky, protože si myslím, že napříč jimi lze vysledovat podobné prvky a že se tato poněkud širší perspektiva později ukáže jako užitečná. Zároveň se nebudeme zabývat pouze starými českými Vánoce, ale i německými a anglosaskými. Na nich je totiž dobře vidět proměna od starých Vánoc k moderním.

¹² Golby, *The Making of the Modern Christmas*, s. 40.

¹³ Miller, *Unwrapping Christmas*, s. 157.

¹⁴ Golby, *The Making of Modern Christmas*, s. 26.

¹⁵ Tamtéž, s. 29.

¹⁶ Václav Frolec. *Vánoce v české kultuře*. Praha: Vyšehrad, 1988, s. 29-35.

¹⁷ Tamtéž, s. 26.

¹⁸ Tamtéž, s. 49.

¹⁹ Golby, *The Making of the Modern Christmas*, s. 26.

²⁰ Miller, *Unwrapping Christmas*, s. 65.

pánů dárky v podobě jídla. Stejnou almužnu dostávali obecně chudí, nebo například pastýři, ať už v rámci koledy, nebo mimo ni.²¹

Důležitým prvkem svátku byly hostiny samy o sobě, ještě začátkem devatenáctého století se zaměřují anglické deníkové zápisy o Vánocích především na popis jídla a pití a nezdá se, že by byly jiné tradice pro tehdejší účastníky nějak zásadní.²² Staré Vánoce jsou především časem, kdy se hoduje. V Čechách²³ a v německy mluvících oblastech²⁴ se setkáváme s podobnými obrazy. O pár let později se ale svátek začíná měnit a do popředí se dostávají nové, viktoriánské prvky.

Zdá se, že staré Vánoce byly, v Čechách, německých zemích, i v Anglii, svátkem, kdy se problematizovala sociální hierarchie a velkolepě se hodovalo – nadbytek v podobě jídla a pití, poukazování na křehkost a arbitrárnost sociálních struktur skrze masky, parodii, inverzi. Ve srovnání s těmi moderními fungují staré Vánoce spíše jako karneval než jako poklidná oslava v rodinném kruhu plná lásky a dobré vůle.

Nesmíme ovšem zapomínat na uctívání jesliček, církevní slavnosti, slavnostní mše. Staré Vánoce byly na každém místě jiné a specifické, plnily mnoho různých funkcí a jistě se nedají jednoduše redukovat na karnevalový svátek. Chtěl jsem především upozornit na některé prvky, které se objevují napříč Evropou, hlavně proto, že výrazněji vyvstane proměna Vánoc během devatenáctého století.

2.2. Moderní Vánoce

Zhruba od třicátých let devatenáctého století se objevuje množství novinových článků, ilustrací a karikatur, které do té doby Vánoce povětšinou ignorovaly.²⁵ Vánoce začínají být zase v módě a objevuje se mnoho způsobů, jak je reinterpretovat. Německá sociální demokracie se pokoušela z Vánoc udělat oslavu lidského bratrství,²⁶ pro městský proletariát znamenaly Vánoce příležitost k pití a zábavě, zbožní puritáni v Severní Americe se zase pokoušeli očistit ve svých očích původně prostý svátek od získaného opilství a nadbytku,²⁷ viktoriánská střední třída a němečtí bildungsbürgertum budovali rituál, v jehož centru stála rodina.²⁸

Rituál střední třídy se nakonec stal nejúspěšnějším. Dávání dárků v rámci rodiny je dnes klíčovým prvkem vánočního rituálu. Štědrý den se slaví v srdci domova, nikoliv v tančírnách a hospodách.

Určitý ideologický základ středostavovských Vánoc položili autoři jako Charles Dickens nebo Washington Irving v anglosaském světě²⁹ a Friedrich Schlegel, nebo E. T. A. Hoffman v německy mluvících zemích.³⁰ Jejich texty zabývající se Vánocemi (např. Louskáček či Vánoční koleda) popisovaly Vánoce jako svátek vzájemné lásky, který je třeba trávit v nitru rodiny, nevytratil

²¹ Frolec, *Vánoce v české kultuře*, s. 92.

²² Eric Leigh Schmidt, *Consumer Rites*, Princeton: Princeton University Press, 1995, s. 149. Deníkový zápis z roku 1856 obsahuje všechny prvky „starých“ Vánoc, společenskou inverzi (společný tanec afroameričanů s jejich bílými pány,) a hodování.

²³ Frolec, *Vánoce v české kultuře*, s. 55.

²⁴ Joe Perry, *Christmas in Germany: a Cultural History*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2010, s. 14.

²⁵ Golby, *The Making of the Modern Christmas*, s. 42.

²⁶ Perry, *Christmas in Germany*, s. 76.

²⁷ Schmidt, *Consumer Rites*, s. 117.

²⁸ Perry, *Christmas in Germany*, s. 14-15.

²⁹ Golby, *The Making of the Modern Christmas*, s. 42.

³⁰ Perry, *Christmas in Germany*, s. 18.

se ale téma sociální hierarchie, jen se projevilo jiným způsobem. Namísto hry a inverze, která šla ruku v ruce se společným hodováním, začala hrát hlavní roli cílená charita. Německá střední třída byla posedlá příběhy o chudých vdovách a sirotcích, kteří mohli prožít šťastné, byť skromné Vánoce díky darům bohatých mecenášů.³¹ Vyšší střední třída si uvědomovala propastné sociální rozdíly a Vánoce vnímala jako příležitost, kdy je možné vše napravit.³² Zároveň ale nepřipadalo v úvahu, že by se situace chudých měla nějak radikálně proměnit. Charita sice zmírní utrpení, ale neodstraní ho. Sirotci si sice Vánoce užijí, ale nepřestanou být chudí. Vánoce nadále fungují jako svátek, který společenský řád potvrzuje.³³

Podle J. M. Golbyho byla viktoriánská proměna Vánoc reakcí na blahobyt doby, který krácel ruku v ruce s nerovností, a na rostoucí význam rodiny, dětí a dětství.³⁴ I v příbězích o nešťastných vdovách je rodina přítomná, ve své absenci. Vánoce sirotků nemohou být nikdy úplně šťastné, vždycky vzpomínají na minulá léta, kdy byla jejich rodina ještě úplná, kdy společně stáli kolem svítícího vánočního stromku. Vánoce se pomalu staly rodinným svátkem, dobře je to vidět na tom, jak se proměnil zvyk dávání dárků.

Jak jsem již dříve zmiňoval, během starých Vánoc se většinou dávalo sociálně slabším skupinám jídlo a bohatší vrstvy dávaly dárky těm, kdo jim byli nadřazení. Kolem Nového roku probíhala výměna dárků i na šlechtických dvorech,³⁵ kde se feudální pouta utvrzovaly výměnou luxusních předmětů. Koncem osmnáctého a začátkem devatenáctého století začalo být na trhu, díky industriální revoluci, mnohem větší množství zboží. Šlechtické výměny dárků začaly napodobovat i chudší vrstvy, které si ji najednou mohly dovolit.³⁶

Z feudálního rituálu se stal rituál kurtoazní, na Nový rok si ve svých společenských salóncích na důkaz přátelství vyměňovali luxusní dárky bohaté dámy a bohatí pánové.³⁷ Od dvacátých let se ale více a více objevuje v katalozích a reklamách zboží určené pro děti, výchovné knihy s náboženskou tematikou, hračky.³⁸ Novoroční výměna dárků se orientuje stále pevněji k rodině. Během třicátých let roste i trh s vánočními dárky, až ty nakonec vytlačí dárky novoroční. Na konci devatenáctého století je dávání dárků v rámci rodiny a blízkého kruhu přátel pevnou součástí Vánoc.³⁹

Na našem území se objevují zmínky o dárkách už dříve, skutečně rozšířené jsou ale až v devatenáctém století.⁴⁰ Nosí je Ježíšek, podobně jako v některých oblastech Německa. Zprávy o dárkách na Štědrý večer jsou sice mnohem starší, ty ale spadají spíše do výměny v rámci feudálních vztahů.

Rodinné, intimní, středostavovské vánoční oslavy mají ve svém centru vánoční strom. Zvyk, který byl důležitý původně jen v některých částech Německa, se stal nesmírně populární novinkou a rychle se rozšířil do anglosaského světa a ostatních evropských zemí⁴¹. V Německu se stal symbolem národních Vánoc⁴², katolické pokusy nahradit ho jesličkami se nezdařily. Vánoční strom stojí v centru

³¹ Tamtéž, s. 48.

³² Golby, *The Making of the Modern Christmas*, s. 48.

³³ Sheila Whiteley, *Christmas, Ideology And Popular Culture*, Edinburgh: Edinburgh University Press, 2008, s. 26.

³⁴ Tamtéž, s. 51.

³⁵ Schmidt, *Consumer Rites*, s. 111.

³⁶ Tamtéž, s. 113.

³⁷ Tamtéž, s. 111.

³⁸ Tamtéž, s. 116.

³⁹ Podle Schmidta za to částečně mohla snaha zkrotit bujaré oslavy Nového roku, tamtéž, s. 123.

⁴⁰ Eva Večerková a Věra Frolcová, *Evropské Vánoce: v tradicích lidové kultury*, Praha: Vyšehrad, 2010, s. 296.

⁴¹ Tamtéž, s. 61.

⁴² Perry, *Christmas in Germany*, s. 54.

rodiny, v centru domova a jako takový se stal ideálním symbolem nových, rodinných a intimních Vánoc.⁴³ I v českých zemích se šířil mezi středostavovskými měšťanskými rodinami, často německými.⁴⁴

Snahu formulovat Vánoce jako mírný, poklidný rodinný svátek, lze sledovat i na proměně Santa Clause a podobných nadpřirozených postav spojovaných se zimními svátky. Jak jsem již zmiňoval, tyto postavy v sobě mají mnohdy určitou divokost. Svatý Mikuláš, nebo české Lucky sice nosí dárky, zároveň jsou ale přísní, mohou děti i trestat a často tím vyhrožují. Stejně tak starší zobrazení Santa Clause, nebo anglického Father Christmas připomínají divokého trolla, elfa, nebo hodujícího Dionýsa.⁴⁵ V jednom případě je popsán i jako monstrum chrlící oheň na neposlušné děti.⁴⁶ Ruku v ruce s přesunutím Vánoc dovnitř domova, k rodině, se Santa Claus mění na žoviálního, veselého laskavého dědu, s pytlím hraček, což je podoba, která mnohem více vyhovuje prodávacům a novému komerčnímu zaměření Vánoc.⁴⁷ Santa Claus se nejprve objevil ve vánočních reklamách a od roku 1847 je přítomen v novém rituálním vánočním prostoru, obchodu, i fyzicky.⁴⁸ Stává se božstvem⁴⁹ anglosaských Vánoc a jeho vliv se šíří do celého světa.

V moderních Vánocích se tedy objevuje důraz na rodinu. Není to ale jediný podstatný prvek, který je definuje. Tím druhým je komerce.⁵⁰

Už v třicátých letech se objevují první zmínky o vánočních nákupech. V roce 1860 *New York Evening Post* rozdává podrobné rady, co kde koupit.⁵¹ V obchodech se objevují dekorace. Z procházení obchodů a hledání těch správných dáreků se stává nový prvek vánočního rituálu. V soudobých denících⁵² můžeme sledovat, jak nákupy postupně zabírají více a více času a stávají se stále prominentnější částí svátků. Čím více času strávíme vybíráním těch správných dáreků, tím větší radost budou mít naši blízcí, především děti. Záhy se v deníkových zápiscích objevuje ale i určitá únava, věci je příliš, vybírá se těžko, nakupování je práce a dřina. Na ilustraci v *Illustrated London News* z roku 1853 vidíme dřímající rodinu ve vlaku, jak se vrací z vánočních nákupů zcela vyčerpaná.⁵³

Hodování, charita, dokonce i dárky, to všechno jsou prvky, které se v nějaké podobě o Vánocích objevují i v minulosti, nákupy jsou ale docela novým prvkem. Přirozeně, nakupování jakožto volnočasová aktivita neexistovala mimo industriální společnost, do Vánoc se ale díky němu dostávají nové významy. Podle Johna Storeye je nákup dáreků ve zdobených obchodech a jejich následná distribuce mezi blízké příbuzné a přátele pro moderní Vánoce klíčová,⁵⁴ vztahu nakupování a obdarovávání se budu později podrobněji věnovat.

Ruku v ruce s komercí přichází i její kritika. Velmi brzy, už v padesátých letech, se v amerických novinových článcích puritáni rozčilují nad příliš zdobnými a luxusními dárky, které odvádějí pozornost od skutečné podstaty oslav. Ti kritizovali Vánoce tradičně, i v jejich starší podobě, kde pro ně bylo nepřijatelné přejídání, opíjení, tanec a divoké žertíky. Záhy se ale ke kritice, tentokrát

⁴³ Záhy pronikl z rodinného kruhu ven, do veřejného prostoru. Německý nacionalismus ho pasoval na hlavní a jedinečný symbol německých Vánoc. Kolem něj se scházel celý národ, jako jedna velká rodina.

⁴⁴ Večerková a Frolcová, *Evropské Vánoce*, s. 264.

⁴⁵ Golby, *The Making of the Modern Christmas*, s. 72.

⁴⁶ Schmidt, *Consumer Rites*, s. 132.

⁴⁷ Tamtéž, s. 134.

⁴⁸ Tamtéž, s. 135.

⁴⁹ Miller, *Unwrapping Christmas*, s. 79.

⁵⁰ Whiteley, *Christmas, Ideology and Popular Culture*, s. 20.

⁵¹ Schmidt, *Consumer Rites*, s. 129.

⁵² Tamtéž, s. 149-150.

⁵³ Golby, *The Making of the Modern Christmas*, s. 76.

⁵⁴ Whiteley, *Christmas, Ideology and Popular Culture*, s. 22.

už moderních Vánoc, přidávají další. V osmdesátých letech devatenáctého století lidé hořekují nad příliš velkým vlivem obchodníků, který Vánoce kazí a vede k přílišné extravaganci. Dávání dárků se proměnilo ze spontánního a láskyplného obdarování v pokleslou, bezduchou výměnu. Na přelomu dvacátého století se ozývají hlasy, které se strachují, jestli komerční stránka Vánoc nezadupe do země tu duchovní, již je nyní třeba chránit. Tyto obavy trvají až do dnes, ve třicátých a čtyřicátých letech se stávají standartním motivem Vánočních kázání. V roce 1949 je ve Spojených státech zahájena kampaň „Put Christ Back into Christmas“, která si kladla za úkol útok komerce zastavit, ale, jak Schmidt popisuje, trh se jí bleskurychle chopil a ke všeobecné spokojenosti se toto heslo stalo součástí vánoční výzdoby obchodů v Evanstonu.⁵⁵

Kritika se týká i našich zemí. V poválečném Československu sice několik let panovala špatná hospodářská situace, a lidé se spíše strachovali, aby sehnali na štědrovečerní večeři dostatek jídla, jakmile se ale ekonomika zlepšila, objevila se i kritika konzumu.⁵⁶

Komerční aspekty Vánoc se velmi rychle vynořují i v Německu. Mezi lety 1826 a 1859 vycházejí v novinách⁵⁷ reportáže z vánočních procházek po městě, kde se popisují nákupy na vánočních trzích. Procházkou po obchodech, prohlížení a obdivování zboží, to vše bylo běžnou součástí oslav.

Obchodní domy se v Německu objevují o něco později než v anglosaském světě, až v devadesátých letech devatenáctého století. O to větší roli hrají vánoční trhy, mimo jiné námět ilustrací a pozdějšího nostalgického vzpomínání. Když se nicméně obchodní domy objevily, vyvolávaly nadšení. Svou čistotou, prostorností činily z nakupování cosi zcela výjimečného, volnočasovou aktivitu, již bylo možné si užívat.⁵⁸ Reklamní dekorace se staly dalším cílem svátečních vycházek a v obchodech nakupovalo ohromné množství lidí. Vánoční komerce byla podporovaná i státem, když se v roce 1900 nejprve na druhou a třetí, později i na první, adventní neděli uvolnily určité tržní regulace a obchody mohly zůstat déle otevřené. Zlatá a stříbrná neděle přivedly do obchodů návaly zákazníků. Kritika přílišného zaměření na zisk a obchod se objevuje ve stejné době, často s ní ruku v ruce šel i antisemitismus namířený proti majitelům největších obchodních domů.⁵⁹

Zdá se tedy, že moderní Vánoce byly v Německu spíše orientovány na rodinu a nějakou dobu trvalo, než se v nich objevily i komerční prvky, které jsme viděli u Vánoc anglosaských. Pak už nicméně nezmysly, naopak. Propojení Vánoc a trhu je možná dobře vidět na příkladu z roku 1934, kdy slavností otevření tržiště v Berlíně zahájil průvod „Vánočních dědečků“ vedený filmovou hvězdou na bílém koni.⁶⁰

Jak vidíme, komerční aspekty Vánoc jsou kritizovány už dlouhou dobu. Pokud tedy duch Vánoc mizí v podstatě od chvíle, kdy moderní Vánoce existují, jak je možné, že vůbec přežil? Jak to, že jej komerce docela nesmetla? Zdá se mi pravděpodobnější, že duch Vánoc nijak ohrožen není, naopak. Pokud je komerce kritizována tak dlouhou dobu, a vlastně pořád se stejnou intenzitou, mnohem spíše je jak komerce, tak její kritika, pevnou součástí moderních Vánoc.

⁵⁵ Schmidt, *Consumer Rites*, s. 189.

⁵⁶ Petr Koura a Pavlína Kourová, *České Vánoce: od vzniku republiky do sametové revoluce*, Praha: Máj, 2010, s. 15.

⁵⁷ Perry, *Christmas in Germany*, s. 151.

⁵⁸ Tamtéž, s. 167.

⁵⁹ Tamtéž, s. 154.

⁶⁰ Tamtéž, s. 164.

3. Analýza českých Vánoc

3.1. Záměr mé analýzy

Cílem mé práce je podhalit ideologii současných Vánoc, konkrétně těch, které probíhají v Česku. Na předchozích řádcích jsem se snažil ukázat, že už od vzniku moderních Vánoc je v jejich jádru přítomen důraz na rodinu a komerci, právě proto je třeba se na tyto dva prvky důkladně zaměřit, neboť jsou podle mého názoru pro pochopení současných Vánoc klíčové.

Komerční stránku Vánoc vnímáme většinou silně negativně, jako něco, co ke svátku nepatří, co ho kazí a čeho bychom se nejraději zbavili. Vánoce jsou ale svátkem komerční, industriální, konzumní a kapitalistické společnosti. Komerce a konzumerismus jsou dost možná to, co je na našem nejpůvodnějším rituálu nejdůležitější.

Vzhledem k rozsahu práce se nemohu soustředit úplně na všechno. Zaměřím se především na to, co se o Vánocích děje v obchodních domech, na rituální nakupování, na veřejný prostor, respektive na jeho dekoraci, na reklamy a televizní pořady. V mé analýze tedy bude takřka určitě zanedbána rodinná složka Vánoc, jelikož se nebudu zabývat tím, co se odehrává na Štědrý den v domácnostech, přesto se ji pokusím neopomenout. Tím, že budu popisovat jeden aspekt Vánoc, jakkoliv podle mého názoru klíčový, nechci říct, že se v nich nenachází i další významy a možnosti, jak jim porozumět.

Možná se zdá jako by inverzní a karnevalové prvky minulosti z Vánoc zmizely. Pokud se ale na současné Vánoční svátky díváme jako na součást většího rituálního komplexu,⁶¹ zjistíme, že prvky, které se nehodily do moderních Vánoc, se koncentrují kolem Nového roku. Vzhledem k rozsahu práce jim není možné věnovat příliš mnoho prostoru, pokusme se je alespoň trochu mít na paměti.

3.2. Vánoce v Praze, v roce 2017

Když jsem se rozhodl psát o Vánocích, zároveň jsem tak trochu počítal s tím, že součástí mé práce bude i pozorování v terénu. Neměl jsem nicméně nejmenší tušení, co si pod tím představit, nebo co by to mohlo obnášet, na co se vlastně zaměřit, co se pokoušet zachytit. Jistou oporu mi poskytla kniha Ronalda Grimese, *The Craft of Ritual Studies*.⁶² Uvědomuji si, že mé pozorování by mohlo být preciznější, důkladnější a promyšlenější. Proto nebudu při interpretaci Vánoc vycházet pouze z něj, ale doplním ho dalšími zdroji.

Z přehršle obrazů, událostí, momentů a míst, které se kolem mě vynořovaly, jsem se tedy rozhodl zaměřit na několik konkrétních míst ve veřejném prostoru, které na první pohled s rituálem Vánoc souvisely. Bezpochyby by bylo možné navštívit mnohem víc lokací, vyslechnout tam mnohem více lidí, a povšimnout si mnohem více věcí. V rozsahu této práce by nicméně stejně nebylo možné popsat je všechny. Soustředil jsem se tedy na náměstí, na kterých se čtyři týdny před Vánocemi objevily vánoční trhy, a na obchodní domy.

Přirozeně se nabízelo i více možností. Mohl jsem se zaměřit na Vánoce, která probíhají v rodinách a pozorovat je na konkrétních příkladech štedrovečerní večeři, vyhlížení Ježíška a

⁶¹ Zatímco Vánoce se slaví v rodinném kruhu, s Novým rokem se asociují spíše oslavy s přáteli, místo přejídání se cukrovím účastníci novoročních rituálů konzumují alkohol, místo ticha, míru a klidu v ulicích duní dělbuchy a oblohu ozařují ohňostroje. Místo exkluzivního uzavřeného domova je možné slavit Nový rok v ulicích, na chatách, v hospodách, v klubech. Pohádky pro děti nahrazují estrády s „dospělým“ humorem. Na Nový rok by se tedy bylo možné dívat jako na rituál, který stojí vůči Vánocům v opozici.

⁶² Grimes, *The Craft of Ritual Studies*, s. 44-54.

rozbalování dárků. Mohl jsem sledovat, jak se o Vánocích promění instituce jako školy, nemocnice, nebo Parlament. Mé užší zaměření se tedy pravděpodobně projeví i na mé analýze. Nutně budu schopen zachytit pouze jednu vrstvu, jeden aspekt Vánoc.

Při návštěvách obchodních domů a vánočních trhů jsem využíval techniku zúčastněného pozorování, vcházet jsem dovnitř jako každý jiný návštěvník. Navštívil jsem čtyři obchodní centra, Quadrio, Nový Smíchov, Palladium a Kotva, v období mezi 6. 12. 2017 a 20. 12. 2017, první dva dvakrát, Kotvu a Palladium čtyřikrát. Ve stejné době jsem navštěvoval i vánoční trhy, na Staroměstském náměstí, Náměstí Republiky, náměstí Jiřího z Poděbrad a trhy v dolní části Václavského náměstí. Soustředil jsem se nakonec především na první dva trhy a oba navštívil čtyřikrát.

Zároveň jsem se pokoušel o rozhovory s návštěvníky trhů a supermarketů. Seznam otázek, které jsem jim kladl, uvádím v doprovodných materiálech, rozhovory ale ne vždy probíhaly přesně podle nich. Všechny rozhovory byly velmi krátké, trvaly nejméně minutu, nejdéle necelých pět minut. Vzhledem k povaze prostoru, anonymnímu, veřejnému, nebylo bohužel dost dobře možné s návštěvníky mluvit podrobněji. Doufal jsem, že z jejich odpovědí budu moci vytěžit nějaký obraz Vánoc a to, jakým způsobem na návštěvníky působí prostory, v kterých se pohybují. Nicméně se mi nepodařilo získat dostatečné množství respondentů, celkem proběhlo dvacet rozhovorů, což je velmi málo. Částečně to způsobila špatná volba otázek a nevhodný přístup. Vzhledem k povaze otázek by možná bylo jednodušší pracovat s dotazníky, nikoliv s osobními rozhovory. Rozhodl jsem se tedy z rozhovorů vycházet zcela minimálně.

Vánoce jsem pozoroval v konkrétním čase a na konkrétním místě, v roce 2017 a v Praze. Neviděl jsem všechny vánoční trhy, ani všechny obchodní domy, myslím si ale, že ta místa, která jsem navštěvoval, jsou použitelným vzorkem.

Na základě mých pozorování bude snad možné ukázat na symboly, s nimiž české Vánoce pracují a které se objevují v prostorech, jež jsem zkoumal. Pokud uvidíme, přes jaké obrazy a symboly české Vánoce ve veřejném prostoru působí, budeme je moci konečně interpretovat a vyložit.

3.3. Obchodní domy a jejich výzdoba

Proč vlastně vůbec zkoumat obchodní centra? Už jsem zmiňoval, že při vzniku moderních Vánoc hrálo důležitou roli nakupování a komerce. Obchodní domy se brzy staly místem, kde k nákupům docházelo, nejdříve ve Spojených státech. Během třicátých let začaly obchody lákat zákazníky množstvím dekorací, o pár desítek let později mnohdy v pravdě monumentálních. Například v roce 1883 měl obchodní dům Macy's ve výloze sérii manekýn rozpohybovaných parním strojem.⁶³ V dalších obchodech, například v těch, které patřily Johnovi Wanamakerovi,⁶⁴ nabyly dekorace křesťanského rázu, haly se proměnily v dočasné katedrály, návštěvníci posílali děkované dopisy, v nichž popisovali religiózní zážitky, které díky výzdobě měli.⁶⁵ Rodiny s dětmi se chodily dívat na vodopády vymodelované z másla, modely vláček, vesničku postavenou podle děl Charlese Dickense. Santa Claus, jakési božstvo anglosaských Vánoc, kraluje v obchodních domech, přijímá své dětské návštěvníky, bere si je uprostřed hračkářství na klín a poslouchá jejich přání. Obchodní domy jsou zvláštním prostorem, během devatenáctého století se stávají čímsi mezi muzeem a zábavním parkem. Lidé do nich najednou nechodí pouze nakupovat, ale i sledovat atrakce a výzdobu, obchodní

⁶³ Schmidt, *Consumer Rites*, s. 161.

⁶⁴ Tamtéž, s. 162.

⁶⁵ Tamtéž, s. 166.

domy se stávají, alespoň v určitých obdobích roku, vedle komerčního i rituálním prostorem.

Za první republiky se prodejčům také doporučovalo zdobit výlohy.⁶⁶ Stromeček s čokoládovou kolekcí Orion mohl zásadně přispět k úspěchu drobných obchodníků. Podobné rady, v profesionálních reklamních časopisech najdeme i v Německu,⁶⁷ už z konce devatenáctého století, dá se docela dobře předpokládat, že i v českých zemích to bylo podobně, díky kulturní a geografické blízkosti. Obchodní domy v Evropě nefungovaly tak monumentálně jako ve Spojených státech, to ale neznamená, že by Vánoční výzdoba nebyla pro obchody důležitá.

Za zmínku stojí popisy českých obchodních domů z období socialismu. Spíše než s obdivem vůči dekoracím se setkáváme s popisy množství dostupného zboží a jídla. Reálně nicméně panoval velký nedostatek luxusnějších potravin. Propagandistické ilustrace zobrazují obchodní domy především jako místo nadbytku, jako budovy přetékané ovocem, mandlemi a dalším nedostatkovým zbožím. Snaha dostat na pulty chybějící potraviny byla zřetelná i v politice strany.⁶⁸ Ve výlohách se tedy návštěvníci nekovali atrakcemi, ale prostě přítomností mandarinek a banánů, alespoň během padesátých let. Reálně se těžko daly budovat složité scény postavené z prodávaného zboží, ale alespoň v rovině propagandy se obchodní domy prezentují jako prostory přetékané vším, co je na Vánoce potřeba.

3.4. Pozorování rituálu?

Pozoroval jsem rituál, nebo ne? Na nakupování dáreků, procházení polic a prohlížení zboží se podle mého názoru jako na rituál dívat lze. Nakupování je sice běžnou, každodenní činností, kterou v průběhu roku provádíme, během Vánoc ale získává nový rozměr.

Když bychom se znovu vrátili k definici rituálu Ronalda Grimese, s níž pracuji, vidíme, že i vánoční nakupování splňuje dvě charakteristiky rodinné definice, provádíme je s pompou, ve speciálně ozdobených obchodech, a v určitý, periodicky se opakující čas. To se zdá být poměrně málo. Musíme si ale uvědomit, že vánoční nakupování nestojí na konci roku samo o sobě, ale že je součástí Vánoc. Setkáváme se při něm s vánočními symboly a předměty, v takto získáme, se promění v dárky. Navíc, vánoční nákupy jsou pro nás velmi důležité, dáváme jim přednost před jinými činnostmi a vnímáme je jako důležitou, podstatnou práci. I z těchto důvodů je můžeme považovat za rituál, jak ukazuje například James Carrier.⁶⁹

3.5. Domov a sních

Na základě svého pozorování nyní stručně shrnu, s jakou výzdobou obchodní domy pracovaly a co se v nich dělo.

Ve většině obchodních center byla výzdoba více méně podobná. Střetával jsem se se stromky před vchodem nebo na chodbách, ozdobenými neutrálními modrými nebo zlatými koulemi, světýlky, někdy řetězy. Světelné ozdoby byly rozvěšené různě po halách a galeriích, z motivů se na nich střídaly hvězdy, vločky, v obchodním centru Nový Smíchov pak obrazy venkova, zasněžených kostelů, jelenů atp.

⁶⁶ Koura a Kourová, *České Vánoce*, s. 21.

⁶⁷ Perry, *Christmas in Germany*, s. 147.

⁶⁸ Tůma, Oldřich a Tomáš Vilímek, *Pět studií k dějinám české společnosti po roce 1945*, Praha: Ústav pro soudobé dějiny AV ČR, 2008, s. 244.

⁶⁹ Miller, *Unwrapping Christmas*, s. 61.

O něco zajímavější byly objekty, instalace, které se snažily vytvářet nějaký jiný prostor, bubliny, do kterých bylo možno vlézt a něco v nich prožít. V Kotvě stály dva fotokoutky, jeden vypadal jako pokoj s vánočním stromkem otočeným vzhůru nohama, druhý jako obří sněžitko, nafukovací bublina s umělým sněhem a maličkými sáňkami. Nový Smíchov instaloval do spodní haly panorama se siluetou zasněženého kostelíka, vedle kterého stály jesličky, celé jakoby zarámované v obří vánoční kouli – ozdobě. V Quadriu na Národní třídě zase stály dva trojrozměrné zabalené dárky, do kterých bylo možné vstoupit a z jejichž vnitřní strany byly vytištěné různé výjevy. V jednom z nich, který měl být i zároveň jmelím pro milence, kteří se měli políbit uvnitř dárku, jmelí bylo vevnitř skutečně zavěšeno, jsme mohli narazit na fotografie domácích jídel, dřevěného stolu, krby, svetrů. V druhém z nich byl umělý sníh, zasněžená horská krajina a obrazovka s jedoucím snowboardistou. Ve všech těchto vyčleněných prostorech se mohl návštěvník setkat s určitou podobou Vánoc, se zasněženou krajinou, s obrazy domova, s tradicí, kterou nám připomíná zasněžená silueta venkovského kostelíka a stylizovaný betlém, takřka zastíněný jelenem v popředí.

Zásadně odlišná byla výzdoba v obchodním centru Kotva. Tam se Vánoce 2017 nesly v duchu hesla: „Vánoce na šišku,“ vznikl tu pokus vytvořit jakousi inverzi vůči běžným Vánocům. Stromky byly obarvené na černo a ozdobené hady, injekčními stříkačkami, zlatými a stříbrnými pistolemi. Některé stromky byly zavěšeny ze stropu, za špičku, nebo vzhůru nohama.⁷⁰ Návštěvník mohl, každou adventní neděli, pod nápisem „My máme Ježíška,“ házet míčky po Santa Clausovi, který spadl do připravené polystyrenové drti a byl tak symbolicky zlikvidován, nebo využít kola štěstí a vyhrát drobné ceny. Výzdoba částečně vycházela z výstavy Martina Schováňka,⁷¹ která probíhala ve třetím patře obchodního domu a jejíž název zněl „The Anarchist Cookieshop.“ Součástí výstavy byly gigantické figury z perníkového těsta, rozmístěné po obchodáku a kavárna, v níž se mohli návštěvníci zadarmo občerstvit.

V tomto pokusu o inverzi Vánoc zřetelněji vyvstávají tradiční, normativní motivy, s nimiž se v ostatních obchodních centrech pracovalo. To, že si ukážeme „Vánoce na šišku,“ takové, jaké by neměly být, nám ukazuje, čím se Vánoce snaží být, jak je naše společnost vytváří.

Díla na výstavě Anarchist Cookieshop, z níž výzdoba vycházela, se zabývala hlavně ulicí, veřejností, demonstracemi, násilím a ideologií. Výstava odkazovala na slavnou Anarchistickou kuchařku,⁷² příručku k výrobě zbraní reagující na válku ve Vietnamu, a kladla si za cíl poukázat na dysfunkce v naší společnosti. Anarchista, pomyslný kuchař této výstavy, je aktivistou, stojí proti systému, není konformní. Stojí v opozici proti tradiční rodině, proti tržnímu kapitalismu. V představách většinové společnosti se jedná o nebezpečného radikála. Vánoční řetězy se mění v hady, chtonické a temné tvory, jedovaté, nebezpečné, šupinaté a slizké, stojící v opozici vůči měkkým, chlupatým, teplokrevným sobům a medvídkům.

Zbraně, násilí, anarchismus, veřejnost, odpor vůči systému. Opozitivní hodnoty Vánoc naznačují, že pro normální Vánoce, takové, jaké by měly být, je důležitý hlavně domov, bezpečí, rodina, zachování stávajícího řádu. Kolo štěstí, které se točí, jak chce a může nám přinést cokoli, je opakem promyšlené výměny dárků kolem rozsvíceného stromečku. Proč se Kotva uchýlila k takové výzdobě? Ještě se k tomuto tématu vrátíme.

Ve většině obchodních domů ale na takové inverzní pokusy sotva narazíme. Výzdoba z nich má především učinit rituální prostor. Zelené větve a stromečky na chodbách propojují obchod

⁷⁰ To je v zásadě původní způsob instalace vánočního stromku. Nicméně si myslím, že se zde jednalo spíše o inverzi dnes běžného způsobu věšení než o oživení tradice.

⁷¹ Marek Schovánek, *The Anarchist Cookieshop*, 22. 11. 2017 – 6. 1. 2018, Obchodní dům Kotva, Praha.

⁷² William Powel, *The Anarchist Cookbook*, New York: L. Stuart, 1971.

s domovem, protože i v něm stavíme ozdobený stromek a rituálně ho zdobíme. V nitru domova se později odehrávají všechny hlavní rituální úkony, rozsvěcení stromečku, výměna dárků. Na ten upomíná i trojrozměrný dárek v Quadriu, fotokoutek v Kotvě. V těchto uzavřených, speciálních prostorech má být vánoční atmosféra koncentrovanější, silnější, a to buď skrze obrazy zasněžené krajiny, nebo skrze obrazy domova, domáckosti, klidu a pohody.

Ve srovnání s minulostí se výzdoba zas tak moc neproměnila. České obchody si dávaly do výloh především vánoční stromky, různě nazdobené, v literatuře jsem se nesešel s fenoménem spektakulárních výkladních skříní, který známe ze Spojených států. Nebereme masu zboží a nečiníme z ní něco jiného, kouzelného, výsledek je ale vlastně podobný. Zboží je přítomností vánočních dekorací, stromků, hvězd a světýlek, v podstatě posvěceno, mění se na potenciální vánoční dárky.

Později se ještě vrátím k symbolice vánoční výzdoby v obchodech. Zatím nám stačí počítat s tím, že dokáže vytvořit prostor, kde lze kupovat vánoční dárky. I jim se budeme později věnovat.

3.6. Vánoční trhy

Dalším místem, kde narazíme na vánoční symboliku a které jsem navštěvoval, abych viděl, jakým způsobem se s ní pracuje, jsou vánoční trhy. I zde postačí stručné shrnutí mého pozorování. Navštěvoval jsem tři náměstí, především Staroměstské, kde byly trhy největší, pak Náměstí republiky, spodní část Václavského náměstí a náměstí Jiřího z Poděbrad. Stejně jako u výzdoby obchodních domů lze i zde vysledovat několik společných prvků.

Stánky mohly být orientovány buď v kruhu, nebo podobném tvaru, například do hvězdy, nebo ve dvou řadách stojících naproti sobě. V případě kruhového půdorysu byl často uprostřed vánoční strom, ale i další prvky, malá budka se senem a zvířaty, které bylo možné za poplatek krmit, nebo, v případě největších trhů na Staroměstském náměstí,⁷³ konstrukce připomínající katedrálu pokrytá světýlky, na kterou bylo možno z obou stran vylézt, prohlížet si z vyvýšeného místa okolí a zase slézt. Návštěvníci na ní především fotili, sebe i okolí, a až pak slézali dolů, nikdo se na ní nezdržoval příliš dlouho. Přítomné bylo i pódium s reproduktory, kde hrála hudba a vystupovali na něm různé kapely, v drtivé většině dětské sbory, ale někdy i propagace charitativních akcí, nebo divadelní pohádky. Trhy na Staroměstském náměstí, oficiální Pražské trhy, fungovaly až do šestého ledna. Na Silvestra vystřídali dětské sbory dýdžejové. V prostoru uprostřed bylo možné přispět do malé kasičky na nemocné děti. Tato charita pokračuje v tradici vánočních stromů republiky, která pochází z roku 1924 a vznikla z iniciativy spisovatele Rudolfa Těsnohlídka.⁷⁴

Nabídka zboží byla velmi podobná, z velké většiny se jednalo o jídlo nebo pití, které návštěvníci na místě konzumovali. V některých stáncích se ale prodávaly i různé řemeslné drobnosti, nebo zimní oblečení, návštěvníci, s nimiž jsem mluvil, by těchto tradičních prvků rádi viděli více.

Stánky a pódia zdobila směs umělých zelených větví, světýlek a ozdob, červených, fialových, stříbrných, nebo zlatých koulí a hvězdiček. Součástí výzdoby byly někdy i Betlémy, většinou stály ale

⁷³ Trhy na Staroměstském náměstí také fungovaly jako jakýsi mikrokosmos turistických míst v České republice. Každý stánek byl přiřazený k jedné ze čtyř historických postav, buď ke Karlu IV, k Rabbi Lvovi, k Franzi Kafkovi, nebo Rudolfovi II. Zároveň jim byla přiřazena památka související s historickou osobou, jako například korunovační klenoty, Karlštejn, židovský hřbitov, Karlův most, Kafkův dům a podobně. Trhy, navštěvované převážně turisty, v sobě symbolicky zahrnovaly pro ně důležité lokality. Návštěvníci si této symboliky nicméně nevšíkali. Na Velikonočních trzích, které na stejném místě proběhly o čtyři měsíce později a byly zjevně modelovány podle trhů vánočních, včetně stromu, tentokrát velikonočního, a sbírky, se už nic podobného neobjevilo.

⁷⁴ Koura a Kurová. *České Vánoce*, s. 28.

stranou a nevyvolávaly přílišnou pozornost a byly spíše jednoduché, jen se svatou rodinou a bez ostatních postav.

Podobně jako v obchodních domech se návštěvník trhů často setkával s davy lidí, musel se tlačit a mačkat mezi nimi, vybojovat si místo a cestu. Ve středu trhu se nicméně atmosféra proměnila, lidé se zdáli být uvolněnější, popíjeli svažené víno, zastavovali se a povídali si. Podobné skupinky pak pochopitelně vznikaly kolem připravených stolů.

Jak vyložit současnou podobu vánočních trhů? Zjevně se snaží působit starobylým, tradičním dojmem, návštěvníci mohou vidět kovářskou dílnu a nechat si vyrobit ornament, jíst kus prasete opékaného na rožni, pohladit a nakrmit ovečku jako za starých časů. Vzbuzují určitou nostalgii, vyvolávají obrazy dávných, zasněžených venkovských Vánoc. Děti zpívající koledy vrací návštěvníky do jejich dětství.

Zároveň je důležité, ač se to možná zdá banální, že vánoční trhy jsou komerční akcí. Koledy se nezpívají jen tak, kolem rozsvíceného stromu uprostřed náměstí, ale v rámci tržiště, které rámuje i veřejná politická vystoupení. Když Pražská primátorka Adriana Krnáčová, nebo premiér Andrej Babiš například rozdávají Štědrovečerní polévku bezdomovcům, tržiště stojí v pozadí, je ale stále přítomné. Náměstí nemůže být prázdné, nemůže zde stát jen strom s pódiem. Takřka jako kdyby vánoční svátky vyžadovaly komerční pozadí, takřka, jako kdyby se bez něj nemohly obejít.

Vánoční trhy fungovaly i v minulosti, již jsem mluvil o tom, že v německých Vánocích hrají důležitou roli už dlouhou dobu. Venkovní prodej nejrůznějšího vánočního zboží nabízel alternativu pro ty, kteří si nemohli dovolit nakupovat v čistých, uhlazených, obchodních domech.⁷⁵ Dnes obchodní domy nejsou tak exkluzivním prostorem, venkovní trhy z života města v podstatě zmizely, ty vánoční nicméně fungují dál, zaplňují veřejný prostor a dodávají komerční složku tam, kde by snad jinak chyběla. Na pražských náměstích se tak o Vánocích rozehrává určitá nostalgická hra na minulost, na tradici, z níž kouzlo Vánoc pramení, která je ale přesto nerozlučně spjatá s konzumerismem a komercí.

Trhy ovšem nejsou jediným místem, kde se Vánoce ve veřejném prostoru objevují, narážíme i na samostatné stromky, světelné dekorace na lampách, v tramvajích, a tak podobě. Tato veřejná výzdoba je nicméně poměrně střídmá například ve srovnání se státy Beneluxu. Trhy tak zůstávají jedním z hlavních míst, kde se může náhodný chodec s Vánocemi ve veřejném prostoru setkat.

3.7. Televize

Alespoň stručně bychom měli zmínit i to, jaké motivy se objevují v televizních vánočních reklamách a jakým způsobem se během svátků mění nabízený program. Už jen při zběžném pohledu na televizní pořady hlavních českých televizních kanálů lze vidět, že s blížícími se svátky se na obrazovkách v mnohem větší míře objevují pohádky, zahraniční vánoční filmy a různé tematické vánoční pořady, které se zabývají folklorními zvyklostmi, nebo zachycují společná vzpomínání na vlastní Vánoce různých herců a veřejně známých osobností.

Analýza televizního vysílání během vánočních svátků od roku 1998 až do roku 2008⁷⁶ ukazuje, že televiznímu prostoru na Štědrý den skutečně dominují pohádky, ať už se zaměříme na hlavní vysílací čas, nebo na množství odvysílaných minut. V následujících dnech jich trochu ubývá, z mého vlastního pozorování se zdálo, že se po Božím hodě objevuje více a více repríz „legendárních“

⁷⁵ Perry, *Christmas in Germany*, s. 167.

⁷⁶ Renata Ptáčková, *Televizní Vánoce*, Praha, 2008, bakalářská práce, Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd.

silvestrovských pořadů a záhy se program začíná přizpůsobovat blížícímu se Novému roku, ale zároveň se pohádky se stále větší frekvencí vysílají i před Štědrým dnem.

Sledování pohádek bezpochyby k českým Vánocům patří, možná fungují podobně nostalgicky jako dětské sbory na vánočních trzích, možná se za nimi skrývá ještě něco víc. Jednak se i v nich vždy pracuje s idylickým obrazem venkova, jsou nejčastěji zasazovány do jakési neurčité minulosti, v níž panuje nabubřelá šlechta a naši hrdinové, poctiví venkovští chasníci, nebo poctivé venkovské dívky, mohou zažívat dobrodružství a konflikty.

Právě konflikt je pak tím nejdůležitějším, o co v pohádkách jde. Díváme se samozřejmě na převyprávěné, přetočené verze starých příběhů, které málokdy skončí tak, jak se před mnoha lety vyprávěly. Popelka nesetne podvodem svým sestrám hlavu, ale odjede ruku v ruce s princem, zatímco jim zpívá Karel Gott. Moderní pohádky, vytvořené přímo pro televizi, mají vždycky šťastné konce, vždycky končí rodinným smířením, nebo vznikem šťastné, nové rodiny, poté co je zlo potrestáno, nebo zneškodněno tak, že nemůže naše hrdiny ohrozit. Pohádky rozehrávají konflikt a pak ho zdárně řeší, jsou to ideální vánoční příběhy, neboť stejně tak Vánoce proti sobě rozehrávají různé konfliktní póly a obrazy, aby je zase dokázaly spojit dohromady.

Velmi zajímavé jsou i vánoční filmy, specifický žánr, z něhož je také možné vytěžit symboliku, s níž Vánoce v naší společnosti pracují. Na rozdíl od pohádek se v nich Vánoce objevují explicitně, vzorec konfliktu a jeho zažehnání je ale podobný.

Anglosaská kinematografie často zpracovává Dickensovu „Christmas Carol,“ adaptací existuje značné množství a objevují se i v moderní době. Dickensův příběh o napraveném kapitalistovi, kterého kouzlo Vánoc promění ve štědrého člena komunity (ale nijak nepromění jeho postavení, nebo ekonomické vazby, z nichž těží), je pro anglosaské Vánoce nesmírně důležitý. V české kultuře takovou roli nehraje, nemusíme se jím tedy zabývat nijak do hloubky, stejně tak jako ostatními vánočními filmy, většinou zahraničního původu. Myslím, že je ale i přesto důležité zmínit, že se v nich často objevují podobné příběhy transformace. Dospělí, kteří nevěřili na Santu Clause, otevrou srdce magii svátečního času a společně s dětmi znovu slaví Vánoce, tak jak by měli, v nitru rodiny, nezištně a láskyplně.⁷⁷ Vánoce často vystupují jako čas, který je potřeba zachránit, obnovit jejich původního ducha, zastřeného komercí a konzumem.⁷⁸ Rodiny se rozpadají, aby si mohly vzájemně odpustit staré křivdy kolem vánočního stromu. Během Vánoc se často odehrávají milostné příběhy. Vánoce ve filmech dovedou transformovat a znovu spojovat, mají kouzelnou sílu, ducha všeobecné (nebo rodinné) lásky, který triumfuje i přes četné překážky, jež mu stojí v cestě.⁷⁹

Jedná se samozřejmě jen o několik motivů a příběhů, nicméně dost výrazných, aby už o něčem vypovídaly. V rozměrech této práce samozřejmě nemůžeme analyzovat Vánoce v kinematografii nijak podrobně, zde se pokouším spíše naznačit, jaké příběhy se o Vánocích vyprávějí a jak by mohly souviset s celkovou funkcí svátku.

Podstatná je i podoba vánočních reklam. I v nich se objevují především rodiny, které se po roce znovu setkávají, které dovede kouzlo Vánoc znovu spojit. Například v české reklamě od firmy Huawei z roku 2016 vidíme nefungující rodinu, jejíž každý člen tráví sváteční čas nalepený na různé elektronické přístroje. Když nejmladší syn rozsvítí stromeček, byt se rozzáří světlem a rodina, zase celistvá a plná vzájemné lásky, se seběhne kolem něj.

Nejčastějším prostředím, ve kterém se vánoční reklamy odehrávají, je pak teplý, zářící dům

⁷⁷ *Miracle on the 34th Street*, George Seaton, režie, Spojené státy: 20th Century Fox, 1947.

⁷⁸ *The Nightmare Before Christmas*, Henry Selick, režie, Spojené státy: Touchstone Pictures, 1993.

⁷⁹ Podrobnější informace o vánoční kinematografii lze najít například v Mark Connelly, *Christmas at the movies*, New York: I. B. Taurish Publishers, 2000.

uprostřed zasněžené zimní krajiny, případně zasněžený les sám o sobě. Pokud se v nich setkáme s městem, tak spíše v podobě starobylých náměstí s velkým vánočním stromem, kolem něho se schází celá komunita, zpívá koledy a stává se jednou velkou rodinou.

Krom rodiny společně slavící Vánoce samozřejmě můžeme narazit i na reklamy, v nichž se pracuje s erotikou, exotikou, nebo parodií a vtipem. Nejklasičtější vánoční reklamy si ale většinou vystačí s výše popsanými obrazy. Často také evokují tradici, ukazují zasněžené chaloupky, nebo lákají na prožití tradičních Vánoc.

Ve svátečním televizním vysílání se tedy střetáváme s obdobnými obrazy jako na vánočních trzích nebo ve výzdobě obchodních domů. Reklamy nám ukazují zasněženou krajinu, domov, rodinu. Pohádky, které sleduje celý národ, z nás všech na chvíli dělají děti a umožňují nám nostalgicky vzpomínat na staré časy. V hollywoodských filmech zase vidíme, jak Vánoce dovedou překonat „nánosy“ komerce a spojovat dohromady nespojitelné.

4. Symboly českých Vánoc

Jaké jsou tedy společné prvky výzdoby v obou komerčních, rituálních, prostorech, obchodních domech a vánočních trzích? Viděli jsme, že se všude objevují stromky, zelené větve ozdobené koulemi v určitých barvách, zářící elektrická světla. Připomíná se příroda, zvířata, ať už jako živé ovce v miniaturních stájích, nebo jako bílé siluety jelenů a sobů. Důležitou roli hraje upomínání na tradici. „Pojďte prožít tradiční Vánoce“, hlásá reklama obchodního domu Quadrio, vánoční trhy zase nabízejí k vidění tradiční řemesla.

Zeleň je asi nejstarším prvkem veřejné i neveřejné, vánoční výzdoby. Ve viktoriánské Anglii mohla sloužit i k dalším rituálním aktivitám,⁸⁰ pro Vánoce je důležitá ale i později. Tradiční interpretace spojuje zelené větve nejčastěji se slunovratem, periodickým obnovováním života, ochrannými schopnostmi atd.⁸¹ Pro moderní Vánoce se mi zdá smysluplnější vysvětlení, které nabízí Karal Ann Marling, totiž, že zeleň v ulicích vytváří kontrast vůči okolnímu městu, ve kterém moderní Vánoce vznikly, připomíná přírodní krajinu, les.⁸² Stejně tak zvířata, ať už živá, nebo jen namalovaná, jsou antitezí neživého, kamenného města.

Na tradici podobným způsobem odkazují siluety českých kostelíků a stánek s kovářem. Stojí v opozici vůči modernímu světu, světu, kde zboží ručně nevyrábějí řemeslníci, kde se prasata neopékají v celku na roštu, světu modernímu a průmyslovému. Malebná, zasněžená, tradiční česká vesnice je opakem města, v němž se nicméně tyto obchodní domy a trhy nacházejí.

Přesto se ale zelené stromy rozzařují elektrickým světlem. Barevná světýlka se seskupují do vloček a hvězd. Jakkoliv výzdoba evokuje minulost a tradici, ve skutečnosti je moderní, průmyslová. Stejně jako Vánoce samotné.

Kromě zeleně jsme se v obchodních domech také setkávali s obrazy domova. I ty přispívají ke kontrastu mezi veřejným, společným světem tam venku, kde pracujeme, kde používáme peníze, kde nakupujeme zboží, a mezi soukromým, uzavřeným prostorem, kde panuje láska, kde se slaví Vánoce.

Viděli jsme, že i v televizním vysílání se během Vánoc setkáváme s podobnými motivy. Česko společně sleduje staré pohádky a nostalgicky se tak vrací do doby dětství. Reklamy ukazují šťastné rodiny, které nakonec, i přes počáteční neshody, tráví svátky pospolu, a rovněž ukazují zmiňovanou zasněženou krajinu.

Symboly českých Vánoc, tak jak se používají v obchodních domech, na vánočních trzích a částečně také v televizi, můžeme chápat jako symboly stojící v opozici k veřejnému, modernímu, neosobnímu světu velkoměsta. Vesnice a venkovská krajina, zasněžené lesy a pole, kontrastují s moderním městem, v němž se rituální participant většinou pohybují. Tradice stojí v opozici vůči modernímu světu. Rodinné vztahy vůči vztahům komerčním.

S těmito symboly se setkáváme nicméně právě v komerčních prostorech, v obchodních domech, na venkovních trzích, v televizi, kde vysílání v pravidelném rytmu přerušují reklamy. Jakkoliv si s nimi lidé spojují především tradici, klid, rodinu, na místech, kde se s nimi setkávají, často prožívají docela jiné pocity. Vánoční nakupování se sice odehrává v halách, kde stojí ozdobené stromky a nad hlavou návštěvníků je zavěšená zeleň, vnímáme jej ale jako náročnou práci, stresující činnost, kterou jsme měli začít dřív, jak si každý rok slibujeme.

Mohli bychom využít teorii Victora Turnera a hledat v různých symbolech Vánoc ideologický a

⁸⁰ Karal Ann Marling, *Merry Christmas!: Celebrating America's Greatest Holiday*, Cambridge, Mass: Harvard University Press, 2001, s. 49.

⁸¹ Večerková a Frolcová, *Evropské Vánoce*, s. 242.

⁸² Marling, *Merry Christmas!*, s. 46.

senzorický pól. Turner tuto teorii aplikuje na rituály afrických Ndembuů, možná ale stojí za pokus použít jí i na české Vánoce.

Turner rozlišuje mezi symboly a znaky. Píše, že symboly často zastupují věci relativně neznámé, obsahují v sobě i významy, které kultura nereflektuje. Symboly v sobě dovedou tyto různé významy kondenzovat, propojit a vyjádřit.⁸³

Měli bychom si tedy představovat, že každý symbol má dva póly. První z nich je ideologický, kolem kterého se koncentrují různé normativní významy. V našem případě, pokud si vezmeme například symbol vánočního stromu, by to byla například rodina, nebo celá komunita obecně, mír a klid, v případě různých zvířat, ať už živých, nebo jen namalovaných, by to byl zase tradiční způsob života, který naše společnost často hodnotí (v některých jeho aspektech) velmi pozitivně a romantizuje ho. To by byly asociace, na kterých se shodneme, které si s Vánoci vědomě spojujeme.

Symboly mají ale i senzorický pól.⁸⁴ Ten je často silně emocionálně nabitý a funguje na méně abstraktní úrovni než ten ideologický. Obklopují ho různé nereflektované vjemy a dojmy, významy, které k symbolu také patří, ale o kterých se nemluví nahlas. Je otázka, jak přesně by vypadal senzorický pól v případě Vánočních symbolů.

Turner se v případě Ndembuů dívá jednak na samotnou fyzickou podobu symbolů a na to, jaké nereflektované emoce v rituálních účastnících vyvolávají. Pokud se díváme na vánoční rituální participanty, často vidíme, že mnohé z klíčových rituálních akcí, jako jsou třeba nákupy, se dějí mimo rodinu, v moderních prostorech a rozhodně v nikom nevyvolávají klid a mír. Návštěvníci trhů, nebo obchodních domů se musí prodírat davy a utrácet peníze. S Vánoci také přichází stres, a nejen ve spojení s nakupováním. Zdobení a uklízení domova, pečení cukroví, napjaté rodinné vztahy, to vše pod povrchem bublá a vře. K senzorickému pólu bychom tedy mohli přiřadit práci, stojící v opozici vůči klidu a míru, komerci a utrácení peněz a davy neznámých lidí. Pokud se také soustředíme na skutečnou fyzickou podobu symbolů, možná si povšimneme, jak už jsem zmiňoval, že se objevují v kontextu moderního města, splývají s jeho prostorem a kombinují v sobě přírodní a moderní prvky. (Mám teď na mysli například vánoční stromy na ulicích svítící elektrickým světlem.) Ideologický pól vánočních symbolů pracuje s obrazy tradičního venkova, k jejich senzorickému pólu bychom ale mohli přiřadit i moderní město. Vánoční strom neroste v lese, zeleň, nakonec často umělohmotná, která zdobí stánky a obchody, by uprostřed idylické přírody nijak nedávala smysl. Mluvím nicméně jen o Vánocích v současné Praze, abychom mohli do této interpretace zahrnout i venkov, bylo by třeba dalšího výzkumu. Už jsme nicméně mluvili o tom, že Vánoce byly primárně městským svátkem a do vesnic se rozšířily až později.

Symboly používané v rituálech dovedou propojit různé významy, emocionální senzorický pól nabíjí normy vyjádřené v ideologickém pólu, a tak je oživuje.⁸⁵ V takovém případě by byly Vánoce rituálem, který dokáže nákupní stres a pocit odcizení v moderním městě transformovat v pocit spopolitosti a v energii, s níž pak lze dále pracovat.

Podobný proces pak lze vidět i v pohádkách a vánočních filmech. I tam se konflikt nakonec stává pozitivní silou, díky němu se nakonec podaří zažehnat rozpory a problémy, které filmové hrdiny soužily na začátku, a dospět ke šťastnému konci. České pohádky pak často končí sňatkem plebejce s princeznou, kde se napětí mezi (často zlovolnou a dekadentní) šlechtou a čistým venkovem promění v lásku uprostřed rodinného kruhu. Americké filmy pak zase ve stejnou lásku mění odcizení mezi

⁸³ Victor Turner, *The Forest of Symbols: Aspects of Ndembu Ritual*, Ithaca, New York: Cornell University Press, 1967, s. 27-28.

⁸⁴ Tamtéž, s. 28.

⁸⁵ Tamtéž, s. 39.

jednotlivými příbuznými, cynismus, nedůvěru v magii Vánoc. I hlouběji v minulosti, na příklad u německých vánočních her, lze vidět stejné motivy. Perry popisuje vánoční divadelní představení ze začátku dvacátého století, které končí scénou vzájemného smíření kolem vánočního stromu, kde se nezdárný snoubenec konečně napraví a lze ho přijmout do rodiny.⁸⁶

Příklad práce se sensorickým pólem jsme mohli vidět ve výzdobě obchodního domu Kotva. Zatím jsem k ní přistupoval jen jako k něčemu, z čeho můžeme vyčíst normativní hodnoty a symboly Vánoc. Inverze, které jsme byli svědky, zde ale funguje jako vědomé přiznání sensorického pólu, snaha se na něj napojit. Vánoce jsou zdrojem napětí, stresu, ať už v rodině, nebo obchodních domech. V Kotvě se s těmito pocity zjevně pokoušeli pracovat. Frustraci lze vyjádřit útokem na jeden z univerzálních symbolů Vánoc, Santu Clause, nebo když se nudné kulaté ozdoby, které jsme viděli už stokrát, mění na zbraně, předměty nabitě mocí a nebezpečným, ale neztrácí svůj zlatý a stříbrný lesk. Vánoce zde najednou vystupují jako něco nezkratného, divokého. „Vánoce na šišku,“ volají plakáty. Na chvíli se znovu stávají karnevaelem, na chvíli se připustí, že se pod mírumilovným zasněženým povrchem skrývají ještě další emoce. Zároveň se ale nedává sensorickému pólu příliš velký prostor. Rituál se snaží používat jeho sílu, aby ji předal pólu ideologickému. Kotva si sice pohrává s jakousi rebelií, zrušením Vánoc, vzpouře proti systému, který toho po nás najednou chce tolik, ale samozřejmě k ničemu takovému nedochází. Naopak, obklopeni inverzními symboly dál nakupujeme dárky, dále se podílíme na konzumu a dopouštíme se stejné konformity, které jsme se, například kamenováním Santy, před chvílí vysmívali. Podobně jako v případě pohádek je zde konflikt nakonec úspěšně zažehnán.

Stres, určité odcizení, anonymita okolních davů, s tím se o Vánocích setkáváme, není to ale určitě všechno. Symboly, s nimiž Vánoce pracují, se samozřejmě objevují v dalších kontextech, nejen v obchodech, na trzích, nebo v televizi. My také mnoho významů, které jsem přiřadil k sensorickému pólu, reflektujeme. Jen je odmítáme vnímat jako součást Vánoc a místo toho tvrdíme, že se jedná o moderní pokřivení kdysi fungující tradice.

Touto krátkou interpretací jsme vánoční symboly rozhodně nevyčerpali a nejsem si jistý, do jaké míry je ospravedlnitelná. Přesto ale můžeme říci, že Vánoce dovedou propojit a zarámovat několik velmi odlišných druhů zkušeností.

Právě proto si myslím, že nás tento výklad, ačkoliv možná ne zcela jednoznačný, posouvá plodným směrem. Vánoce se skutečně zdají být schopné spojovat nespojitelné. Ve vánočních filmech a příbězích dovede jejich kouzlo zcelit rozbité rodiny, zahojit dávné křivdy a proměnit nejzarytější lakomce.⁸⁷ Dovedou propojit obchodní centrum, kde se tlačí davy zákazníků, s představou klidu, míru, zasněžené české vesnice, nebo se o to alespoň pokoušejí. Pokud se podrobněji podíváme na některé jejich rysy, nejen na symboliku, se kterou pracují, bude tato schopnost, propojování různých světů v rámci naší společnosti, doufám, poněkud zřetelnější. Nyní se zaměřím na dávání dáreků, klíčový prvek celého rituálu a pokusím se načrtnout, jakou roli v rámci Vánoc hraje.

⁸⁶ Perry, *Christmas in Germany*, s. 103.

⁸⁷ Dickensova „Christmas Carol“ bývá filmována periodicky, jedná se snad o nejtypičtější příběh tohoto typu, podobné schéma se ale objevuje i v dalších filmech.

5. Mezi dvěma světy

Jakkoliv jsou během Vánoc důležité návštěvy trhů, nakupování, pečení cukroví, půlnoční mše, sledování pohádek, příprava štedrovečerní večeře, trávení času s rodinou, vrcholem celého svátku je vzájemná výměna dárků pod vánočním stromem. K tomuto okamžiku směřuje celá dlouhá příprava, a když je po něm, dekorace se z obchodů pomalu balí, televize a programy trhů se pozvolna začínají připravovat na blížící se Silvestr. Komerční aspekty Vánoc tu vyvrcholí, dál se pracuje spíše s těmi rodinnými, ale i v rámci rodiny po Štědrém dni ubyde rituální aktivity.

Už jsem stručně zmínil to, jakými proměnami dávání dárků procházelo. Na šlechtických dvorech je dávali lenící svým pánům, v nižších vrstvách zase hospodáři sociálně slabším skupinám, dětem, sloužícím a čeledi, chudým. Proměna přišla během devatenáctého století, kdy se z dětí stali hlavní obdarovávaní, a kdy začala výměna probíhat v rámci úzké rodiny, nikoliv v rámci širších společenských vztahů, a kdy se začal používat vánoční strom jako centrální symbol, kolem něhož se rodina seskupovala.

To, že Vánoce jsou především rodinným svátkem, platí i dnes. Ve své studii Vánoc v Middletownu uvádí Theodore Caplow, že nesezdané, bezdětné páry, nebo lidé, žijící o samotě, si málokdy pořizují vánoční strom, slaví většinou v rámci své původní, nukleární rodiny.⁸⁸ Asi devadesát procent dárků, které si lidé dávají, pak míří k dětem, partnerům a nejbližším příbuzným. Pokud bychom si všimli hodnoty dárků, a nikoliv pouze jejich počtu, toto číslo se ještě zvětší. Dárky se dávají rodině, stejně jako když moderní Vánoce vznikly.

S jejich příchodem se mění nejen recipienti, od šlechticů k příbuzným, ale i podoba dárků. Od devatenáctého století se už nejedná z velké většiny o jídlo, ale o různé luxusnější předměty jako hodinky, knihy, hračky, nebo ozdoby. Drtivá většina dárků byla kupovaná a industriálně vyráběná, ať už v anglosaském světě,⁸⁹ nebo v Německu,⁹⁰ v českých zemích můžeme předpokládat podobnou situaci. To samozřejmě platí i dnes, naprosté minimum dárků je ručně vyrobených, a pokud ano, pak takřka všechny pak pocházejí od malých dětí. Zajímavé je, že se skutečně dávaly převážně industriálně vyráběné dárky, a to i v době, kdy industriálně vyráběného zboží nebylo tolik. V raných letech Vánocům například dominovaly knihy, vlastně první průmyslově vyráběný předmět.

Znovu se může jednat o poněkud banální postřeh, ale už jen fakt, že v obchodě, nebo na tržišti zakoupený dárek někomu dáme v rámci vánočního rituálu, navozuje určitý vztah mezi rodinou a komercí. Tento vztah se nyní pokusím přiblížit, ve skutečnosti se v rámci Vánoc objevuje na mnohem složitější úrovni, musíme ale začít poněkud ze široka.

Pokud se podrobněji podíváme na historii balení vánočního balení dárků, zjistíme, že se objevuje vlastně docela pozdě. Dárky byly původně celkem drobné, vešly se do punčochy zavěšené nad krbem, nebo bylo možné je rozvěsit na vánoční stromek mezi ozdoby a otrhávat je jako exotické ovoce.⁹¹ Pokud byl dárek příliš velký, položil se na stůl vedle rozsvíceného stromečku, případně se k němu postavil menší, drobný stromeček, každý člen rodiny měl jeden a pod ním svoje dárky.

Už v sedmdesátých letech devatenáctého století se začínají balíčky, původně neforemné a chaoticky převázané množstvím nití, zohledňovat a více a více dekorovat. Balicí papír, který původně sloužil spíš na ochranu zakoupených předmětů, než je dostaneme z tržiště domů, začíná získávat na

⁸⁸ Theodore Caplow, „Christmas Gifts and Kin Networks,“ *American Sociological Review*, 47 (1982): 383-92, s. 387.

⁸⁹ Marling, *Merry Christmas!*, s. 9.

⁹⁰ Perry, *Christmas in Germany*, s. 144.

⁹¹ Marling, *Merry Christmas!*, s. 9.

důležitosti.

Nesmírně zajímavé je, jaké dárky se ke konci devatenáctého století ručně vyráběly. Ačkoliv jich nebylo mnoho, naprostá většina dárků byla kupovaná, je zvláštní, že pokud byly dárky ručně vyrobené, většinou se jednalo o různé *obaly*, schránky na doutníky, obaly na Bible, krabičky na knoflíky. Viktoriánská éra byla posedlá dekoracemi a z ukládání mokrého deštníku se díky speciálnímu dekorativnímu držáku mohl stát svého druhu rituál.

Dárky se, možná i díky popularitě těchto dekorativních schránek, na začátku dvacátého století předávají už výhradně zabalené, v krabicích obalených bílým papírem.

Zabalená musí být naprostá většina dárků.⁹² Jestliže nejsou dárky zabalené, pak se většinou jedná o jídlo, které často není vnímáno jako opravdový, pořádný dárek, nebo se nebalí dárky, u nichž by to bylo, například kvůli tvaru a velikosti nepraktické, v takovém případě se ale obal nahradí například mašlí nebo podobným dekorativním prvem. Zabalený dárek se stává jedním ze symbolů Vánoc, pracuje se s ním i v současné výzdobě. Jak přesně si vysvětlit nutnost práce s balícím papírem?

Někteří autoři vysvětlují to, že se dárky musí předávat zabalené, jako snahu očistit zakoupené předměty od vlivu komerce, případně jim přidat nějakou osobitost, která jim, jakožto sériově vyráběnému zboží, chybí. Do značné míry se opírají o výklady Léviho-Strausse,⁹³ a Ralpa Waldo Emersona,⁹⁴ který tvrdí, že dar musí být vždy obdařen osobní identitou dárce. V tomto pojetí nejsou industriální předměty, které žádnou identitu nemají, jako dárek příliš vhodné, a balicí papír je způsob, jak tento problém vyřešit.

Z těchto pozic vychází interpretace Vánoc Jamese Carrieria, který jde ovšem ještě dál, nezůstává pouze u dárků, ale věnuje se celému svátku. Zaměřuje se na americké Vánoce a americké rodinné vztahy, myslím si ale, že jeho závěry můžeme směle zobecnit, jak ostatně sám navrhuje, a aplikovat je na české prostředí.

Podle Carrieria vnímáme rodinu jako prostor, kde se vztahy zakládají na vzájemné lásce.⁹⁵ Oproti tomu je okolní společnost místem, kde vládou ekonomické vztahy, kde musíme používat peníze a kde se setkáváme s neosobním zbožím bez identity a historie. V rámci domova a rodiny však existují předměty, nabité osobností a identitou toho, komu patří a kdo je používá.

Toto dělení se může zdát poněkud extrémní, především pokud se seznámíme s antropologickými teoriemi daru, které často pracují s konceptem reciprocity, ať už na první pohled viditelné nebo neviditelné. Carrier nicméně poměrně přesvědčivě ukazuje, že v rámci vánoční výměny dárků skutečně existují velké rozdíly, jestli míří dárky dovnitř rodiny, nebo ven.⁹⁶ Mimo rodinu reciprocity sice skutečně platí, v rámci rodiny však mnohem méně, především pak u dárků určených dětem, což je nakonec největší položka v rámci vánoční výměny. Děti svým rodičům oplácejí pouze zlomkem toho, co dostanou, ať podle počtu, nebo finanční hodnoty dárků. Pokud se objeví dárky, které nejsou kupované, ale vyráběné, pochází takřka vždy od dětí. Zdá se, jako kdyby v jejich případě reciprocity neplatila.

Podle většiny antropologů, kteří se zabývají dary, je reciprocity nicméně klíčová. Naše společnost se tváří, že nic takového neexistuje, že dary by měly být dávány nezištně a bez postranních úmyslů, ve skutečnosti ale často mají mnoho různých funkcí, jež na první pohled

⁹² Marling, *Merry Christmas!*, s. 5.

⁹³ Claude Lévi-Strauss, *The Elementary Structures of Kinship*, Boston: Beacon Press, 1969, s. 56.

⁹⁴ Ralph Waldo Emerson, „Gifts“, in Joseph Slater, Alfred R. Ferguson a Jean Ferguson Carr (eds.), *The Collected Work of Ralph Waldo Emerson*, vol iii: *Essays: Second Series*. Cambridge, Mass.: Belknap Press, 1844, s. 93-96.

⁹⁵ Miller, *Unwrapping Christmas*, s. 56.

⁹⁶ Tamtéž, s. 57-58.

nevidíme. Když dostáváme dar, stáváme se svého druhu dlužníky toho, kdo nás obdaroval, často je pak nutné tuto nerovnováhu nějak vyrovnat, buď vlastním dárkem, nebo protislužbou. V jiných kulturách je tato reciprocitní povaha darů mnohem více přiznávána, na první pohled to ovšem vypadá tak, jako kdyby ji naše společnost ignorovala.

Většina teorií daru by nakonec reciprocitu viděla i v naší společnosti, jen skrytou, pod povrchem. Raymond Firth⁹⁷ však ukazuje, že se může jednat o poněkud složitější problém, lze vidět i snahu o altruismus a dávání nezištných darů. V západní společnosti jsou přítomné obě tendence, zároveň je ale velmi výrazně oddělujeme. Reciprocita má místo v ekonomických systémech, v náboženství, přátelských, rodinných vztazích, by se ideálně neměla objevovat. V rámci obou těchto polí nicméně existují oba přístupy, míchají se dohromady a reciprocita často nepozorovaně proklouzne i tam, kde by oficiálně neměla být. Vánoce zjevně pracují s oběma přístupy.

Nepoměr mezi dárky pro děti a od dětí bychom mohli vykládat i jako oběť. Daniel Miller zkoumal nakupování obyvatel severního Londýna a dospěl k závěru, že naše nakupování funguje podobně jako oběti jiných kultur. Pro naši společnost nejsou ovšem hlavními objekty oddanosti, „devotion“, tedy uctívání, bohové, ale děti.⁹⁸ Nejsem si jist, do jaké míry můžeme jeho závěry zobecnit, on sám se o to ani nepokouší, možná fungují jen v určité společenské vrstvě. V případě Vánoc by ale takový pohled mohl dávat smysl. Rodina by obětovávala těm, kdo ji definují, tedy dětem.

Nakonec ovšem není zas až tak důležité, jestli Vánoce fungují takto, nebo jako klasická výměna darů. Není ani zas tak podstatné, jestli v rámci rodiny reciprocita platí, nebo ne. Američané, a podobně i Češi, se rodinu snaží formulovat jakožto prostor, kde reciprocita neplatí. To, že to ve skutečnosti nemusí být pravda, nijak nemění rozdíl mezi rodinnými, láskyplnými vztahy, které jsou oslavovány a symbolicky vyjadřovány skrze výměnu dárků v rámci rodiny, a okolním světem, kde platí naopak reciprocita absolutní, kde všechno stojí peníze, nic není zadarmo. Můžeme se tedy vrátit k teorii Jamese Carrieria a uvidíme, kam nás zavede.

Podle něj většina předmětů, které nás obklopují, není vhodná na to, aby mohla být použita jako tento láskyplný, nezištný dar, jak už jsem zmiňoval. V obchodech, kde vánoční dárky sháníme, nás obklopuje zboží, které je neosobní. Abychom ho mohli darovat, musíme ho nejprve nějak přetvořit na předmět, věc, která nějak vyjadřuje vztah mezi dárce a obdarovaným.

Existuje několik možností, jak tento problém překonat. Můžeme upozorňovat na důvod, proč dárek dáváme, ignorovat povahu samotného předmětu, říct, že je to jen taková hloupost, ale důležité přeci je, že jsme si vzpomněli. Případně zde přijde na scénu balící papír, který přidá předmětu identitu toho, kdo ho zabalil, což je názor, který sdílí i další autoři.⁹⁹

Zajímavé je, že většinou balí dárky ženy, které jsou v naší společnosti asociovány právě s těmito druhy vztahů, které Vánoce oslavují, s osobními, vřelými, láskyplnými, nezištnými.¹⁰⁰

Neosobní zboží pak tedy získá nějakou identitu, je možné ho použít jako dárek. Dokážeme to, díky rituálu Vánoc. Vánoční nákupy často vnímáme jako náročnou práci, každý rok si slibujeme, že začneme dříve, ale ve skutečnosti k tomu nikdy nedojde. Transformovat zboží v rodinný vztah není

⁹⁷ Raymond Firth, *Symbols: Public and Private*, Ithaca, New York: Cornell University Press, 1984, s. 400-401.

⁹⁸ Daniel Miller, *Theory of Shopping*, Cambridge: Polity Press, 1998, s. 126.

⁹⁹ Miller, *Unwrapping Christmas*, s. 60.

¹⁰⁰ Roli žen v rituálu Vánoc by se bylo rozhodně třeba důkladněji zabývat, vzhledem k tomu, jak podstatnou roli hrály v minulosti, když moderní Vánoce vznikaly, a jak podstatnou roli hrají i dnes. Dávají například více dárků. V rámci této práce bohužel není možné se na toto specifické téma zaměřit. Mnozí z autorů a autorek, z jejichž studií má práce vycházet, na specifické role žen v rámci Vánoc upozorňují, nevěnují se jim nicméně příliš podrobně.

jednoduché a okolí by to mělo dostatečně ocenit.

Vánoce by tedy byly svátkem, jenž nám umožňuje vyrovnat se s komercí, propojit ji s rodinou, z neosobních, ekonomických vztahů udělat vztahy láskyplné, a to tak, že zakoupené zboží zabalíme do speciálního papíru a darujeme ho v rámci rodinného rituálu. Dáváme jím najevo, že existují dva světy, svět rodiny a ten okolní, ale že mohou být vedle sebe, že můžeme žít v obou zároveň.

Pokud na tento výklad přistoupíme, musíme se ale soustředit na několik problémů, které s ním souvisí.

Jednak se dárky nebalily vždycky,¹⁰¹ dávaly se do punčochy, nebo věšely na stromeček nezabalené. Komerční prvky jsou u moderních Vánoc přítomny už od jejich vzniku, balení dárků však ne. Nicméně, punčocha je svého druhu také obal a stromeček byl často připravený ve speciální místnosti, kam neměla rodina (a především děti) přístup, až do poslední chvíle. I nezabalené dárky se nacházejí v uzavřených, utajených prostorech, je nutné je skrýt a světlo světa mohou spatřit až v předem určeném a vybraném okamžiku. Obal samozřejmě neslouží jen k tomu, aby něco skrýval, ale spíše, aby předmět vytrhl z běžných souvislostí, ukázal, že se s ním nyní pracuje jinak, že získává nový význam. Toho lze dosáhnout jak balicím papírem, tak punčochou, nebo prezentací u vánočního stromu.

Při vyvrcholení vánočního rituálu vidí jeho účastníci stejnou horu věcí, jako měsíc předem ve výlohách obchodů, tentokrát ale v jádru rodiny, kolem vánočního stromu. Zboží projde temnotou komory, nebo skříně, kde ho skrývají starostlivé matky,¹⁰² nakonec ho zabalíme, nebo vyzdobíme, pomocí dekorace a obalu mu dáme nový rozměr a může se stát darem. Nejde tedy tolik o samotný balicí papír, ale spíše o prezentaci daných předmětů. Ta je musí vyčleňovat, vyjádřit, že se zde odehrává něco speciálního, zvláštního.

Můžeme si povšimnout snahy nejen dárek skrýt a vyzdobit, ale zároveň ho propojit s různými symboly Vánoc. Nejsem to já, kdo dárek dává, je to Santa Claus, Ježíšek, jsou to Vánoce samotné. Zatímco jinak se v naší společnosti dárky předávají z ruky do ruky, tady se to děje neosobně, za pomoci prostředníka, metafyzického, různých nadpřirozených bytostí, i fyzického, přes vánoční strom, kolem kterého se dárky skládají, nebo na nějž se zavěšují.¹⁰³ Zjevně tedy existuje víc taktik, jak zboží přeměnit v předmět, nemusí se jednat pouze o balicí papír, což koneckonců Carrier také naznačuje, ačkoliv další možnosti příliš nerozvádí.

Je ovšem tak nezbytně nutné, aby byl dárek obdařen identitou dárce, jak tvrdí například Lévi-Strauss, o něžž se Carrier opírá? Z vlastní zkušenosti možná známe chvíle, kdy bychom asi silně pochybovali, jestli svetr, který jsme dostali, nebo který někomu dáváme, oplývá nějakou silnou osobní identitou. Navíc, někdy se jako dárky dávají peníze, ačkoliv v naprosté většině případů je vždy dává starší generace mladší, i ony mohou fungovat jakožto dárek a ty žádnou osobní identitu nenesou.

Balení dárků, k němuž používáme anonymní, prefabrikovaný papír, také nevypadá jako způsob, jak potenciálnímu daru předat identitu dárce. Pokud by tomu tak bylo, asi bychom si vyráběli vlastní balicí papír, tiskli na něj svoje vlastní sněhuláky, cesmíny a soby. Takové pokusy samozřejmě existují, ale stejně jako u ručně vyráběných dárků, se jedná spíše o výjimku. U vánočních dárků se

¹⁰¹ Marling, *Merry Christmas!*, s 5.

¹⁰² Předměty tak chvíli existují v jakémsi nebytí, nejsou už zbožím, vystavovaným na odiv, ale ještě ani zabaleným a připraveným darem. Nikdo je nesmí vidět, skrýváme je na tajných místech, připomínají tak adepty přechodových rituálů. Mezi nákupem a štědrým dnem se předměty nachází v jakémsi liminálním období. Tím musí projít, chceme-li je proměnit ze zboží na dárky.

¹⁰³ Punčocha se v anglosaském světě zavěšuje nad krb, další symbolický střed rodiny a domova.

navíc snažíme stopu po konkrétním dárci co nejvíce vymazat, předstíráme, že je nosí nějaké jiné, kouzelné bytosti, kupíme je na jednu hromadu pod stromeček, nepředáváme si je z ruky do ruky, jako při jiných příležitostech.

Vánoce nicméně nemusí předmětům dávat identitu jejich dárce, mohou ji prostě nahrazovat. Tím, že dáváme vánoční dárek, ho spojujeme se symboly, které zastupují Vánoce a všechno, co s nimi souvisí, především pak rodinnou lásku. I na balicím papíru se totiž objevují různé vánoční symboly, nejranějším a nejpobláznějším byla cesmína, jeden z anglosaských vánočních symbolů. Dnes na nich můžeme najít například obrázky různých ozdob, vánočních stromků a vloček, což jsou všechno motivy, s nimiž jsme se již setkali třeba při výzdobě obchodních domů. Objevují se ale také sněhuláci, sobové, nebo medvídci. Ti nás upozorňují na dětské hry, roztomilost, hravost. Symbolika balicího papíru je podobná, jako u jiných typů vánoční výzdoby.

Ta tedy stačí k tomu, aby darům dala význam a identitu, kterou v neindustriálních společnostech získávají od svých původních majitelů a která jim ve společnostech industriálních chybí. Stačí, že svetr jsme dostali jako vánoční dárek a rázem se promění z kusu oblečení na něco jiného.

Samozřejmě můžeme namítat, že nic takového není potřeba, že dary je možné bez problémů dávat i v industriálních společnostech, že žádnou identitu získávat nemusí. Koneckonců, například při příležitosti narozenin nebo svátků, si dary také dáváme, jde většinou o zakoupené, sériově vyráběné předměty, a není to problém. Znamenalo by to, že musíme tento směr výkladu zcela opustit? Myslím si, že nikoliv.

Dárky se mohou snažit zdůraznit nerekiproční povahu Vánoc právě skrze asociace se symboly, které se k nim vážou, symboly spojované se štědrostí, rodinnou láskou atd. Vánoce nemusí nutně souviset s proměnou zboží v dary, v předměty, ale se snahou vyrovnat se s existencí recipročních vztahů, existujících i v rámci rodiny, které naše společnost často vnímá poměrně negativně. (Alespoň v rámci domova a blízkého příbuzenstva.) V takovém případě by pak dávala smysl i snaha dárky oddělit od jejich dárce. Pokud nedostáváme dárek od konkrétního příbuzného, ale od Ježíška nebo Santa Clause, nemůžeme s příbuzným navázat reciproční vztah. My příbuzným samozřejmě také dáváme dárky, Ježíšek, respektive vánoční rituál, zde ale slouží jako prostředník.

Je také dobré dodat, že rituály nemusí vždy fungovat stoprocentně a všude stejně. Někdy se prostě nevydaří tak, jak by měly, nebo je někteří participanté nemusí brát tak vážně jako jiní, případně jim rozumí jinak. Jistě bychom mohli narazit na řadu individuálních případů, kdy bude výměna dárků fungovat podle trochu jiných pravidel. V některých domácnostech budou dárky mnohem spíše způsobem, jak dát najevo hojnost, ukázat, že si je můžeme dovolit. Naše společnost je nesmírně široká a složitá, stejně jako rituály, které slaví a které mohou hrát vždy trochu jinou roli. Mojí ambicí není vysvětlit každý aspekt Vánoc, spíše naznačit směry, kterými bychom se mohli při jejich interpretaci ubírat.

V rámci tohoto výkladu je nicméně ještě potřeba pokrýt jednu velmi podstatnou námitku. Pokud by zabalené, speciálním způsobem prezentované dárky skutečně sloužily k tomu, aby přenesly zboží z říše komerce do světa rodiny a lásky, respektive nám díky této proměně umožňovaly zvládat společnou existenci recipročních a nerekipročních vztahů, proč by se balily už v samotných obchodech?

Obchodníci totiž, už ke konci devatenáctého století, standardně nabízeli zákazníkům, že jim dárky zabalí, lépe a dokonaleji, než kdyby to dělali sami.¹⁰⁴ Nesmírně populární se stal takzvaný „holly

¹⁰⁴ Marling, *Merry Christmas!*, s. 20.

box,“ předem připravená a zabalená krabička, do níž stačilo dárek už jen vložit, což se přirozeně dělo rovnou při nákupu. Setkáváme se i s momenty, kdy se zaměstnanci obchodů hroutí, jelikož museli svázat příliš mnoho mašlí a zabalit příliš mnoho dárků.¹⁰⁵ Mezi lety 1910 a 1914 začalo v takových předpřipravených krabičkách své zboží nabízet velké množství firem. Původně bílé krabičky, s namalovanou mašlí, se brzy začaly vyrábět v různých variantách, potištěné vzory cesmíny, méněčastěji pak různými jinými motivy. Karal Ann Marling uvádí historku z přelomu století, v níž v obchodě dojdou krabičky, a kde obchodníci postupně balí zboží nejprve do papíru, později na ně už jen přidávají vánočně laděná přání a mašle. Díky dekorování a zdobení zboží se jim podaří prodat takřka celý sortiment.¹⁰⁶ Zdá se tedy, že balení dárků jistou dobu fungovalo jako velice účinná reklama, bez problémů se mu dařilo i v komerčních prostorách. Podle Marling souvisí balení dárků mnohem více s viktoriánskou estetikou skrývání, uskladňování a dekorování než se snahou dát zboží speciální identitu.¹⁰⁷ Všimá si také toho, že dárky balily primárně ženy, což je trend, který je možný pozorovat i dnes.

Ani tato námitka ovšem nemusí zcela vyvrátit naši tezi. To, že se balicí papír objevoval už přímo v obchodech, nijak nemusí znamenat, že se nesnaží vyrovnat industriální a komerční původ dárků, nebo že nedokáže transformovat reciproční vztahy obchodního světa na vztahy nezištné, rodinné. Je docela dobře možné, že tento proces pouze začíná o něco dříve, ještě předtím než vůbec dojde ke koupi, že začíná už v samotných obchodech, že vánoční nakupování je čímsi zvláštním, speciálním, už jen díky speciálně vymezenému času, dekoracím, které mění prostor, v němž nakupujeme a že zboží se mění na předměty ještě dřív, než se octnou pod stromečkem. Vzpomeňme na očarované davy natlačené na sklo výlohy, kde američtí obchodníci budovali paláce z kapesníčků a hračky stavěli do komplikovaných scénérií. A pokud vychází balení dárků z viktoriánské estetiky, nemusí to vadit funkci, jakou v rituálu mají. Koneckonců, mnoho prvků Vánoc vyplývá z viktoriánského vidění světa, dále však žijí vlastním životem.

Navíc, už samotné nakupování je svého druhu aropriace.¹⁰⁸ Tím, že se pohybujeme mezi zbožím, vybíráme ho a doma rozbalíme, si ho přivlastňujeme, což se neděje pouze o Vánocích. Vánoce jsou nicméně chvílí, kdy je tato naše schopnost oslavována. I bez Vánoc bychom dokázali navazovat komerční, reciproční, ekonomické vztahy, a zároveň mít rodiny založené na vzájemné lásce, nebo alespoň takto rodiny formulovat. Chápat obojí najednou je ovšem paradox, jeden z mnoha v naší kultuře. Rituály nám umožňují, mimo jiné, tyto paradoxy překonávat, vyrovnávat se s nimi. Vánoce dovedou pracovat jak s komercí, tak s rodinou, obojí udržet v rámci našeho myšlení a jednání pohromadě, obojí posílit a uvést do vzájemného vztahu.

Zdá se, že tato interpretace Vánoc je funkční i přes některé námitky. Dárky fungují jako prostředník mezi dvěma světy, veřejným prostorem, kde vládnu ekonomické, reciproční vztahy, a světem rodiny, kde se vztahy zakládají na vzájemné lásce. Balicí papír, respektive prezentace dárků, je způsob, jak kontrast mezi oběma světy zastříit, přenést dárek z jedné sféry existence do druhé a učinit ze zboží předmět, dar, jakkoliv se tato proměna může odehrávat už v samotných obchodech.

Zboží, odpovídající recipročním vztahům, se musí proměnit na dárky dávané ze vzájemné lásky. Toho lze dosáhnout pouze tak, že je vložíme do nových souvislostí, že je vytrhneme z běžného kontextu, že projdou liminálním pásmem dna skříně a šuplíků, aby nakonec zazářily uprostřed sjednocené rodiny.

¹⁰⁵ Marling, *Merry Christmas!*, s. 16.

¹⁰⁶ Tamtéž, s. 23.

¹⁰⁷ Tamtéž, s. 19.

¹⁰⁸ Miller, *Unwrapping Christmas*, s. 63.

Už jsme si ukázali, že Vánoce kolísají mezi komercí i rodinou, že dovedou různými způsoby spojovat více idejí dohromady. Komerce a rodinné vztahy nejsou ovšem jediné, s čím Vánoce pracují. Vánoční symboly se objevují i ve veřejných budovách a reagují na ně političtí zástupci. Nemohu se věnovat tomuto aspektu svátků příliš dopodrobna, přesto bych ale rád zkusil alespoň načrtnout, jak Vánoce fungují v dalších kontextech, než je ten komerční.

6. Vánoce, stát a *communitas*

Ten totiž není jediným, v němž se Vánoce objevují. Vánoční symboly používá i stát. Prezidentský proslav se dnes vysílá 26. prosince, stromy stojí na náměstích, pouliční lampy nebo tramvaje zdobí světelní andělé a hvězdy. Veřejnoprávní televize také mění svůj program, politici a veřejně činné osobnosti nám přejí veselé svátky.

V minulosti navíc Vánoce velmi výrazně využíval komunistický, nebo i nacistický režim, snažil se je různými způsoby ideologicky ovládnout, přizpůsobit k obrazu svému. Byly tu například slavné pokusy nahradit Ježíška Dědou Mrázem a různé další snahy jak rituál proměnit. I jiné státy s nimi různě zacházejí, během světových válek například fungovaly Vánoce mimo jiné jako tmelící a spojující prvek ve společnosti, nebo jako postup, jak ve vojácích na frontě posílit národního ducha.¹⁰⁹

Bohužel není možné, abych se této problematice věnoval skutečně do hloubky. Je jasné, že moderní stát, přítomný v celé společnosti, bude nějakým způsobem zasahovat i do Vánoc. Možná jsou pro něj ale rituály jako Vánoce nakonec nezbytné.

Národ, na němž moderní stát do značné míry stojí, je také historickým vynálezem, stejně jako Vánoce. Když Benedikt Anderson popisuje národní státy jako „imagined communities,“ které vznikají v konkrétní historické době, mluví o novinách¹¹⁰ (a románech) jako o institucích, které naší imaginární komunitu¹¹¹ do značné míry pomáhají vytvářet. Čtenáři novin každé ráno čtou to, co čte zbytek národa, každé ráno se stávají jeho součástí. Rituální účastníci prožívají své osobní Vánoce s vědomím, že příslušníci národa, imaginární komunity, kolem nich, činí stejně, po celé zemi, v každé rodině.

Podobně jako noviny, psané v národních jazycích, by tedy mohly být i Vánoce, které se v každém národním státě slaví specificky, produktem nacionalismu – produktem, který zároveň nacionalismus pomáhá udržovat a podporuje ho. Pokaždé se zdůrazňují jejich jedinečné kulturní prvky, jednotlivé partikulární zvyky se během devatenáctého století vyzdvihují a normalizují. Německé Vánoce jsou tehdy symbolizovány rozsvíceným stromečkem, Angličané zase básní o „Merry old England,“ kde Vánoce ještě fungovaly tak, jak měly. Po osamostatnění Československa se o Vánocích nadšeně mluvilo jako o prvních, skutečně českých svátcích.¹¹² Vánoce jsou obrazem nacionalismu v tom smyslu, že existují po celém světě, ale pokaždé v trochu jiné podobě. Každý národ má svoje vlastní, stejně jako má svůj vlastní jazyk.

Nechci tím ovšem říci, že by byly Vánoce nacionalistickým svátkem, spíše, že se na jejich moderní podobě nacionalismus podílel a že i ony ho zpětně ovlivňují. Jak přesně?

Většinu vánočních symbolů a zvyklostí samozřejmě různé národy sdílí. To, že v Německu byl považován vánoční strom za germánský symbol, vyjadřující divoké, zdravé, severské hodnoty,¹¹³ nijak nebránilo ostatním státům a ostatním společnostem, aby vánoční stromy používaly také. Mezi Vánocemi a státem zjevně nějaký vztah je, ale ne zcela přímočarý. Jako kdyby se v nich objevovaly dva protichůdné pohyby, nacionalismus, kde vyzdvihujeme různé národní zvyky a zakládáme si na těch správných, národních Vánocích, ale zároveň i určité překračování hranic mezi různými „imagined communities.“ Tuto souvislost mezi Vánocemi a národem by bylo zajímavé podrobněji prozkoumat,

¹⁰⁹ Perry, *Christmas in Germany*, s. 95.

¹¹⁰ Benedict Anderson, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, London: Verso, 1991, s. 30-33.

¹¹¹ Stejně jako když jsem mluvil o vynalezené tradici, je nutno připomenout, že všechny komunity jsou do značné míry imaginární. Anderson rozhodně netvrdí, že by byl národ výjimkou a že různé formy společnosti existující před ním by byly „opravdovější“ než on.

¹¹² Koura a Kourová, *České Vánoce*, s. 13.

¹¹³ Perry, *Christmas in Germany*, s. 58.

v rámci této práce to bohužel není možné.

Je otázkou, do jaké míry existuje podstatné spojení mezi Vánoce a nacionalismem, to, že s Vánoce pracuje stát, je nicméně zřejmé. Zároveň stále platí, že většina rituální aktivity se odehrává v rodinném kruhu. Je možné, že stejně jako se propojuje, respektive smiřuje, skrze výměnu dárků rodina s komercí, tak dokáží Vánoce spojit rodinu se státem?

Skutečně podrobnou odpověď na tuto otázku zde není možné podat, ale přesto mi připadá důležité alespoň upozornit na různé další roviny, v nichž Vánoce existují a na které jsem se nezaměřil.

Jednou z nich, která také souvisí se společností, je i pojem *communitas*, který Turner, s jehož teorií jsem pracoval, používá, a na který můžeme při zkoumání Vánoc také narazit. Turner s *communitas* přichází ve svých pozdějších dílech, jedná se o existenciální stav, projevující se v různých formách skrze liminalitu, v němž lidé, kteří ho sdílejí, prožívají vzájemné lidství v určité rovnosti a bez sociálních struktur. *Communitas* nabývá společnost silou, dává jí život, žádná společnost se bez ní nemůže obejít. Je antistrukturou, ruší dosavadní společenskou hierarchii a uspořádání.¹¹⁴ Netrvá nicméně věčně, pouze probleskuje v krátkých okamžicích skrze různé liminální situace. V menších společnostech například při přechodových rituálech, ve větších se *communitas* projevuje skrze institucionalizovanou společenskou strukturu, alternativní ke společenské struktuře většiny, například může jít o různá monastická společenství.¹¹⁵ Tento zvláštní stav solidarity a rovnosti má svou sílu především v tom, že ruší dosavadní řád, ale pouze na okamžik. Struktura, v níž žijeme, je na okamžik pryč a my ji můžeme záhy obnovit, posílit, nebo proměnit. V beztvorosti liminality a *communitas* se skrývají všechny možnosti, jak společnost uspořádat, díky tomu má nesmírný potenciál.

Turner ve svých pozdějších pracích vidí *communitas* také jako sílu, díky které vůbec mohou fungovat rituály obecně, bez které by se neobešly a nebylo by možné, je provádět. Každý rituál musí nějak s *communitas* pracovat, tvrdí Turner.¹¹⁶

I v případě Vánoc je možné vysledovat určité chvíle, kdy se Turnerova *communitas* prodírá na světlo.

Vánoce nejsou jen svátkem klidu a míru v rámci rodinného kruhu, ale také v nás vyvolávají solidaritu, skrze nemocné děti, na které máme přispět, skrze vánoční stromy republiky. Jsou přeci Vánoce, měli bychom se tedy chovat jinak, starat se o potřebné, byť pouze jeden den. Zároveň se zdá být nevhodné válčit, když se v roce 1972 americký prezident Richard Nixon rozhodl o Vánocích bombardovat Severní Vietnam, způsobilo to značnou kontroverzi.¹¹⁷ Slavné jsou také vánoční příměří během první světové války, kdy vojáci z nepřátelených stran spontánně vyšli ze zákopů a uprostřed země nikoho si vyměňovali jídlo, zpívali, dokonce došlo i k utkáním ve fotbale. Vánoce jsou svátkem míru, říkáme.

Jakkoliv je ale vánoční příměří známou událostí, došlo k němu jen na několika málo místech, nikoliv masově, a pokusy ho opakovat nebyly vůbec úspěšné.¹¹⁸ Mnohem více byly Vánoce využity k posílení národní identity vojáků a bojové morálky. Přesto ale ukazuje, že i tak malá událost, má velkou symbolickou sílu, vánoční *communitas* v něm lze vidět.

¹¹⁴ Victor Turner, *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*, Chicago: Aldine Publishing Company, 1969, s. 127.

¹¹⁵ Victor Turner, *The Ritual Process*, s. 107.

¹¹⁶ Victor Turner, *From Ritual to Theatre: The Human Seriousness of Play*, New York: PAJ publications, 1989, s. 80. Ačkoliv zde Turner mluví o „liminalitě“, nikoliv „*communitas*“, oba pojmy často zaměňuje.

¹¹⁷ Whiteley, *Christmas, Ideology and Popular Culture*, s. 102.

¹¹⁸ Perry, *Christmas in Germany*, s. 95.

Vánoce mohou mít i revoluční potenciál. V některých vánočních písních z konce 60. let slyšíme o Santa Clausovi, přicházejícím do ghetta,¹¹⁹ užívajícím si chvíli klidu nad jmelím, respektive marihuanou,¹²⁰ nebo volání po míru ve Vietnamu. Některé oběti totalitních režimů, jak nacistického, i komunistického, které kvůli nim trávily svátky ve vězení, popisují Vánoce jako čas vzdoru a odboje, kdy například zorganizováním spontánního, zakázaného koncertu, nebo jen vystavením ukradené zelené větvičky, mohli na chvíli zvítězit nad svými vězniteli.¹²¹ *Communitas*, skrytou podle Turnera v každém živém rituálu, můžeme tedy pozorovat i v moderních Vánocích, někdy se projevuje radikálněji, překračuje hranice mezi znepřátelenými vojsky, nebo vyjadřuje společenskou kritiku, většinou je nicméně přítomná pouze ve všeobecném apelu na všelidské bratrství, na smíření příbuzných, na náhlém zájmu o bezdomovce, nemocné, umírající, osamělé a slabé.¹²²

Ukazuje se tedy, že rituál Vánoc v sobě skrývá ještě mnoho dalších úrovní a vrstev, o kterých zde není dost dobře možné mluvit podrobněji. To by nás koneckonců nemělo překvapovat, jelikož se jedná o komplexní, složitý rituál, fungující v rámci komplexní, složitě společnosti, dnes už vlastně takřka po celém světě. Přejde mi ovšem nutné říci, že jsem se při své interpretaci zaměřit opravdu jen na několik aspektů celého svátku.

¹¹⁹ James Brown, „Santa Claus Go Straight To The Ghetto,“ 1968, *A Soulful Christmas*, King Records.

¹²⁰ Minnie Riperton, „Peace At Last,“ 1968, *Peace*, One Way Records.

¹²¹ Koura a Kourová, *České Vánoce*, s. 79-118 a s. 235.

¹²² Na tom není nic zvláštního, *communitas* většinou nedosahuje svého maximálního potenciálu.

Závěr: Ideologie českých Vánoc

Ve své práci jsem se pokoušel načrtnout strukturu, která se za rituálem Vánoc skrývá. Viděli jsme, že v moderních Vánocích se velmi brzy objevují komerční prvky, a že se zároveň stávají rodinným svátkem, že jsou neoddělitelně spjaté s industriální společností.

Ukázali jsme si některé vánoční symboly, které se objevují na konkrétních místech a v konkrétních situacích v České republice, v obchodních domech, na vánočních trzích, v televizním vysílání. Naznačil jsem, že Vánoce možná pracují se dvěma symbolickými póly, ideologickým a sensorickým a vztah mezi oběma póly umožňuje, aby fungovaly.

Podrobněji jsem se zaměřil na výměnu dárků, důležitý aspekt, celého rituálu. Nejprve jsem představil myšlenku, že balící papír a různé další způsoby jejich prezentace se snaží zakoupenému industriálnímu zboží poskytnout chybějící identitu dárce, kterou dary potřebují, a že nám tak Vánoce umožňují transformovat neosobní zboží na osobní předměty. O Vánocích ale hrají dárce velmi malou roli, spíše se jde opačným směrem, dárky společně dáváme na jedno místo pod stromeček, symbolicky je nosí Ježíšek. Vánoce se mnohem více zaměřují na reciprocitu, respektive její opak, na nezištné, láskyplné vztahy, na nichž je založené naše pojetí rodiny. Díky nákupu dárků v komerčních prostorech, jejich následnému zabalení a prezentaci, která je vytrhne z běžných souvislostí a učiní z nich něco jiného, předměty spojené s vánoční symbolikou, se rodiny vyrovnávají s paradoxem, že i v jejím rámci platí reciproční vztahy. Vánoce je ale dovedou, právě skrze výměnu dárků, transformovat do vztahů založených na lásce, nebo nám tuto proměnu alespoň umožňují performovat.

To ale není jediná funkce Vánoc. Dále jsem ještě krátce načrtl, jak důležité mohou být i pro instituci národního státu, že fungují na mnoha úrovních a propojují rodinu nejen se světem obchodu, ale s dalšími moderními institucemi. Pokud se na Vánoce díváme z většího odstupu a zkoumáme, jak souvisí s celou společností, můžeme v nich vidět i *communitas*, jak jí rozumí Victor Truner, liminální a zároveň jednotící síly, která se zde projevuje v pocitu mezilidského bratrství, starosti o druhé, ale někdy i radikálněji, ve vánočním příměří během první světové války, nebo v sociální kritice, která nabrala vánoční rysy například v šedesátých letech.

Jaká je tedy ideologie českých Vánoc? Jaká struktura se za nimi skrývá, jak je chápat, jak je vysvětlit? Vánoce jsou svátkem komerčním, rodinným a národním zároveň, dokáží všechny tyto sféry udržet pohromadě. Jejich ideologie je ideologií nacionalistické, konzumní a kapitalistické společnosti, která formuluje rodinu jako místo, kde platí láskyplné a nezištné vztahy a proti ní staví vnější, komerční svět, kde naopak funguje výměna založená pouze na penězích a kde jsou vztahy neosobní. První sféra je vnímána jako prostor, v němž by neměla platit reciprocita, ve sféře druhé naopak reciprocita platí absolutně. Vánoce tak propojují to, co by jinak možná zůstalo oddělné.

Nabízí se i další možné interpretace Vánoc. Přesto si myslím, že je důležité a přínosné ukázat alespoň některé aspekty tohoto rituálu, naznačit, jak přesně Vánoce fungují, jak se pracuje s jejich symboly a co se odehrává pod jejich povrchem. Rozhodně jsem je nijak nevyčerpал, ani dokonale nevysvětlil, možná, že něco takového ani není dost dobře možné. Žijeme ve složitém, měnícím se světě, kde máloco zůstává stejné a kde existuje mnoho možností, jak ho formulovat a chápat.

Prozkoumávat, jak naše společnost funguje, je nicméně důležité, ačkoliv o tom není možné podat definitivní odpověď. O takové prozkoumávání jsem se v této práci pokoušel a snad i na příkladu vánočního rituálu ukázal některé funkce, které lze vidět i v jiných, dalších rituálech.

Seznam použitých děl

Monografie

Anderson, Benedict. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso, 1991.

Connelly, Mark. *Christmas at the Movies*. New York: I. B. Taurish Publishers, 2000.

Firth, Raymond. *Symbols: Public and Private*. Ithaca, New York: Cornell University Press, 1984.

Frolec, Václav. *Vánoce v české kultuře*. Praha: Vyšehrad, 1988.

Golby, J. M. a A. W. Purdue. *The Making of the Modern Christmas*. Athens: University of Georgia Press, 1986.

Grimes, Ronald. *The Craft of Ritual Studies*. Oxford: Oxford University Press, 2014.

Koura, Petr a Pavlína Kourová. *České Vánoce: od vzniku republiky do sametové revoluce*. Praha: Máj, 2010.

Marling, Karal Ann. *Merry Christmas!: Celebrating America's Greatest Holiday*. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 2001.

Miller, Daniel. *Theory of Shopping*. Cambridge: Polity Press, 1998.

Miller, Daniel. *Unwrapping Christmas*. New York: Oxford University Press, 1993.

Lévi-Strauss, Claude. *The Elementary Structures of Kinship*. Boston: Beacon Press, 1969.

Perry, Joe. *Christmas in Germany: a Cultural History*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2010.

Schmidt, Leigh Eric. *Consumer Rites*. Princeton: Princeton University Press, 1995.

Turner, Victor. *The Forest of Symbols: Aspects of Ndembu Ritual*. Ithaca, New York: Cornell University Press, 1967.

Večerková, Eva a Věra Frolcová. *Evropské Vánoce: v tradicích lidové kultury*. Praha: Vyšehrad, 2010.

Tůma, Oldřich a Tomáš Vilímek, *Pět studií k dějinám české společnosti po roce 1945*, Praha: Ústav pro soudobé dějiny AV ČR, 2008.

Whiteley, Sheila. *Christmas, Ideology And Popular Culture*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2008.

Články

Caplow, Theodore. „*Christmas Gifts and Kin Networks.*“ *American Sociological Review*, 47 (1982): 383-92.

Grimes, Ronald L. „*Reinventing Ritual.*“ *Soundings: An Interdisciplinary Journal* 75, no. 1 (1992): 21-41.

Bakalářské a diplomové práce

Ptáčková, Renata. *Televizní Vánoce*. Praha, 2008. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd.

Šírová, Eva. *Vánoce na obrazovkách: programové strategie a reprezentační mechanismy*. Brno, 2012. Bakalářská práce. Masarykova univerzita. Fakulta sociálních studií.

Waldmanová, Lucie. *Bylo nebylo v televizi: Funkce českých pohádek ve vánočním schématu České televize 2004-2014*. Praha, 2016. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Fakulta sociálních věd.

Další mediální prameny

The Nightmare Before Christmas. Selick Henry, režie. Spojené státy: Touchstone Pictures, 1993.

Miracle on the 34th street. Seaton George, režie. Spojené státy: 20th Century Fox, 1947.

Brown, James, „Santa Claus Go Straith To The Ghetto,“ 1968, *A Soulful Christmas*, King Records.

Ripperton, Minnie, „Peace At Last,“ 1968, *Peace*, One Way Records.

Schovánek, Marek. *The Anarchist Cookieshop*. 22. 11. 2017 – 6. 1. 2018. Obchodní dům Kotva, Praha.