

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ**

Katedra Obecné antropologie

**Bc Kristina Součková**

**Mayský indián jako turistický konstrukt  
(etnický turismus ve vesnici San Juan Chamula  
v Mexiku)**

*Diplomová práce*

Vedoucí práce: **PhDr. Václav Soukup, CSc.**

Praha 2009

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu. Současně dávám svolení k tomu, aby tato práce byla zpřístupněna v příslušné knihovně UK a prostřednictvím elektronické databáze vysokoškolských kvalifikačních prací v repozitáři Univerzity Karlovy a používána ke studijním účelům v souladu s autorským právem.

V Praze dne 25. května 2009

Kristina Součková

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala mému vedoucímu práce, Václavu Soukupovi z Filosofické fakulty Univerzity Karlovy, který mi ochotně pomáhal radou i podnětnými nápady během celého zpracování práce a za kterým se vždy ráda vracím pro radu a povzbuzení. Dále děkuji Markovi Halbichovi, který mne inspiroval v zaměření na antropologii turismu a před několika lety podnítil můj antropologický zájem o Mexiko. Do Mexika vyjadřuji své díky profesorovi José Luis Escalona Victoria, profesorovi a vědci institutu CIESAS v San Cristóbalu de las Casas, za pomoc při shánění informací, při práci v terénu a pozdější emailové konzultaci. Také bych ráda vyjádřila vděčnost všem mým respondentům za jejich čas a cenné názory. V neposlední řadě ještě děkuji svým blízkým za podporu ve studiu.

## **Abstrakt**

Antropologie turismu je dynamicky se rozvíjející subdisciplína antropologie zabývající se člověkem jako hlavním činitelem cestovního ruchu. Snažím se naznačit, že jde o proces oboustranný – stejně jako je lidská motivace cestovat hlavním důvodem turistického ruchu, ovlivňuje také turismus představy člověka. Zaměřuji se na představy turistů o mayských indiánech a tvrdím, že mohou být nepřímo a přímo formovány. K monumentalizaci Mayů čili zdůrazňování velkoleposti jejich kultury dochází nepřímo pomocí turistických předmětů (výzdoby, suvenýrů, fotografií), kulturních zážitků (kina, divadla, televize) či turistických průvodců a přímo skrze skutečný zážitek přímého kontaktu s mayskou komunitou. Nepřímé faktory na turistu působí tak silně, že jejich představu nemůže krátký přímý zážitek do zásadnější míry ovlivnit. Pomocí rituálu turismu si turisté upevňují svou představu o Mayích a v tomto procesu i svou vlastní identitu. Všichni turisté, ať chtějí či ne, provozují turistické rituály. Skrze tyto rituály se ustavuje mayský indián jako turistický konstrukt.

## **Abstract**

The anthropology of tourism is a dynamic field of social and cultural anthropology dealing with the Man as the main agent of the tourism industry. I would like to point out that this process runs both ways – the human drive to travel gave birth to the tourism industry and on the contrary tourism strongly influences the imagination of tourists. Let me focus on the tourist image of the Maya which is both directly and indirectly shaped. The monumentalization of the Maya which means emphasising the monumental aspect of their culture comes as a result of the indirect and direct experience of the Maya. The indirect interaction is mediated by touristic objects (such as decoration, souvenirs, photographs), cultural events (movies, theatre, television) and tourist guides. The other factor is the real direct interaction with the native Maya community. My claim is that the indirect factors strongly influence the tourist image to the extent of which the fleeting moment of real experience cannot significantly change their image of the Maya. The tourist rituals help the tourists confirm their image of the Maya and recreate their own identity in the process. All the tourists willingly or unwillingly perform the tourist rituals. Through these rituals the Maya as a tourist construction is established.

## **Klíčová slova**

San Juan Chamula, Chiapas, antropologie turismu, obraz mayského indiána, monumentalizace, ritualizace, rituál turismu, tvorba identity

## **Keywords**

San Juan Chamula, Chiapas, anthropology of tourism, image of the Maya, monumentalization, ritualization, ritual of tourism, construction of identity

# Obsah

## 1 ÚVOD

1

## 2 TEORETICKÁ ČÁST

6

### 2.1 Antropologie turismu

10

#### 2.1.1 Koncept turisty

10

#### 2.1.2 Turista versus antropolog

14

#### 2.1.3 Fotografie a turismus

17

#### 2.1.4 Rituál turismu

19

### 2.2 Mexičtí indiáni a Chiapas jako předmět antropologického bádání

23

## 3 METODOLOGIE

29

### 3.1 Cíl práce (CO?)

31

### 3.2 Kdo je turista (KDO?)

33

### 3.3 Můj vstup do terénu (KDE?)

34

### 3.4 Zúčastněné pozorování, terénní deník (JAK?)

35

### 3.5 Strukturované rozhovory (JAK?)

36

### 3.6 Analýza textů (JAK?)

37

### 3.7 Reflexe a interpretace (PROČ?)

38

## 4 EMPIRICKÁ ČÁST

40

4.1 Mayský turismus v San Cristobalu de las Casas a okolí	41
4.1.1 San Cristobal jako antropologický terén	41
4.1.2 Ritualizace turismu v San Cristobalu	42
4.1.3 Chamula jako antropologický terén	45
4.2 Vynalézání velkolepého mayského indiána	48
4.2.1 Nepřímým formováním představ – předměty	50
4.2.2 Nepřímým formováním představ – filmy, divadlem	54
4.2.3 Nepřímým formováním představ – texty, turistickými průvodci	56
4.3 Přímým formováním představ – turistické rituály v Chamule	60
4.3.1 Analýza rozhovorů s turisty před návštěvou Chamuly	67
4.3.2 Analýza rozhovorů s turisty po návštěvě Chamuly	72

## 5 ZÁVĚR

75

## Seznam literatury

78

## Přílohy

87

# 1 ÚVOD

*„I přes pověstné mexické horko mi bezděčně běhá mráz po zádech. Poté, co jsem vkročila do zakouřené hlavní lodi kostela San Juan Bautisty v Chamule, daleko od mexických přímořských rájů, polila mne zima. Zařikávající Chamulan vedle mne se se skelným pohledem jako v transu sehnul k zemi a rázně setnul hubený krk nic netušícímu kouhoutovi do té doby dřímajícímu u jeho nohou. Všechny pochybnosti o tom, že jde o obyčejný fádňi vesnický kostel se mi rázem rozplynuly.*

*Opatrně jsem obešla voskem ukotvené řady a půlkruhy malých světlých svící plápolající na mazaikové podlaze. Vedle nehybného obětního kohouta se v slzách předkláněl stařešina a bezútešně hleděl skrze kouř na kříž a oltář pokrytý květinami. Co ho trápilo se zřejmě převtělilo do duše kohouta. Vypadal jakoby měl kocovinu. ... Obezřetně jsem se rozhlédla na výřad očividně zhypnotizovaných bělostných slepic láskyplně zavinutých do bílé bavlny a dřímajících u svých majitelů. Strach z drsně vypadajícího muže u dveří, který vyžadoval, abych bezpečně uložila své fotoaparáty, zabránil mému nutkání varovat nic netušící hejno.*

*V kostele nejsou lavice, proto věřící sedí s překříženýma nohama na zemi na vonícím koberci z čerstvého borovicového jehličí. Sádrové sochy svatých se skleněnýma očima stojí tiše na stráži nad okolním děním. Slunce proniká dovnitř skrze dlouhá okna a odráží se od zrcadlových střípků ... Uvnitř je přítmi, jediné světlo přináší šedé sluneční paprsky a pár svící. Vzduch je těžký díky kouři z hořícího pryskyřičného kadidla ... Borovicové jehličí úplně pokrývá podlahu a zdi jsou zahaleny hustými větvemi cypřiší, jež vypadají trochu jako kůže nějakého zeleného zvířete. ... Uprostřed stojí stůl pokrytý oběťmi a na něm dva hlinění býci se svícny na zádech. ... Všude po stole jsou hliněné misky s kadidlem, zvláštní sklenice a láhve od Coca Coly, některé jako svícny a jiné naplněné čirou tekutinou.“<sup>1</sup> (Ursula Maxwell-Lewis)*

---

<sup>1</sup> „Despite the Mexican heat, I felt an instinctive chill. It preceded the pagan vibes that washed over me as I stepped into the smokey, cavernous body of San Juan Chamula Church far from the Mexico’s coastal meccas. Glassy eyed and trance-like, a chanting Chamula male on my right reached down and efficiently snapped the scrawny neck of the unsuspecting rooster dozing at his feet. Any doubts I might have harbored about this being a run-of-the mill village parish church vanished. Carefully I sidestepped wax-anchored rows and semi-circles of creamy three-inch candles flickering on the mosaic tile floor. Next to the now inert fowl sacrifice a rheumy-eyed indigenous elder hunched forward staring bleakly through the haze towards the crucifix and flower-powered altar. Perhaps what ailed him had transferred to the rooster's spirit. He looked suspiciously hung-over. ... Warily I glanced round at the assortment of apparently hypnotized snowy hens lovingly wrapped in white cotton dozing before their owners. Fear of the tough looking dude at the door who had demanded my cameras be securely stowed made me resist the urge to warn the unsuspecting ‘flock’. The light inside is dim, provided only by grey sunlight and a few candles, and the air is thick with smoke from burning copal resin incense ... Pine needles cover the floor completely, and the walls are draped with the dense foliage of cypress branches, which look a little like green animal fur ... is a table covered in offerings. Here stand four clay bulls with two candle holders in their backs ... Elsewhere on the table are clay bowls containing incense, and fun glasses and Coca Cola



Do Mexika proudí každoročně tisíce turistů z celého světa. Důvody jejich návštěvy jsou různé, hledají odpočinek na pláži, kulturní památky, přírodní krásy či zážitek něčeho „exotického“. Turistické motivace často zahrnují několik těchto důvodů současně. Ve své práci se zaměřuji na jednu z možných turistických motivací, na hledání jinakosti, exotičnosti. Mou práci lze tedy zařadit do širšího kontextu literatury o etnickém turismu, kterým se zabývá v poslední době dynamicky se rozvíjející subdisciplína sociální antropologie, antropologie turismu. Erik Cohen (1984, s. 373-392) vymezuje sociologii turismu jako nově vznikající obor, který se zabývá studiem turistických motivací, rolí, vztahů a institucí a jejich dopadu na turisty a na společnosti, kam turisté jezdí. Pro teoretické ukotvení mé práce se nejprve pokusím shrnout zásadní poznatky této relativně nové subdisciplíny, zmíním stěžejní díla a uvedu přehled zásadních teorií. Tyto teorie většinou představují uchopení turismu jako moderního fenoménu a snaží se o jisté zobecnění a kategorizaci druhů turismu. Myslím, že vymezení druhů turismu je přínosné pro jeho studium, nicméně pouze představuje určitý rámec pomáhající nám systematizovat naše poznatky o turismu. Žádná z kategorií nemůže být považována za čistý typ, protože se v dnešním světě tyto kategorie různě prolétají a jejich hranice se smývají. Přesto můžeme nalézt určité společné rysy charakterizující ten či onen druh turismu. Pouze musíme počítat s tím, že určitý znak či charakteristiku můžeme zařadit do více kategorií. Z teoretického přístupu antropologie turismu mi přijde dalším stěžejním bodem vymezení definice a bližšího určení pojmu turista. Představím rozdílné způsoby nahlížení na turistu až po několik typologií turisty a v závěru podkapitoly se pokusím o vlastní syntézu těchto přístupů a vlastní definici turisty. S tímto vymezením také souvisí další podkapitola věnující se rozdílu mezi turistou a antropologem, jejich různému nazírání terénu, ale také tomu, že se na první pohled mohou dost podobat.

S moderním turismem je úzce spjat fenomén fotografie, který utváří obraz destinace, ale současně představuje uchopení daného místa, možnost „odvézt si něco hmatatelného domů“. Krátce se zaměřím na tento moderní trend a jeho příčiny a v empirické části se k němu a jeho následkům vrátím již v konkrétní podobě, a to analýzou specifického (a velmi odlišného) přístupu Chamulanů a turistů v Chamule k fotografování.

V mé práci se dost často vyskytuje pojem „turistický rituál“ či „rituál turismu“. Stejně jako je studium rituálů zásadní pro sociální a kulturní antropologii, je pro antropologii turismu

---

bottles, some carrying candles, others filled with a clear liquid.“ (dostupný z [www: http://www.travellady.com/Issues/July05/1674SanJuanChamula.htm](http://www.travellady.com/Issues/July05/1674SanJuanChamula.htm))

stěžejní myšlenka „turistického rituálu“. V jedné z podkapitol se pokusím nastínit jeho teoretické pozadí a specifika.

Dále se budu věnovat tomu, jak jsou mexičtí indiáni<sup>2</sup> představováni v literatuře a vývoji antropologie na území Mexika. Pro studium současného turistického obrazu mayského indiána je podle mého názoru důležitý historický kontext, a proto bych se ráda stručně ohlédla do historie představ o indiánech. Pak bude následovat krátký přehled současného stavu bádání o mnou vybrané lokalitě, horské oblasti Altos de Chiapas v Mexiku. Ráda bych naznačila směry, kterými se ubíral antropologický výzkum v oblasti a představila díla, na která svou práci navazuji a která pro mne byla přínosným zdrojem informací a metodologických postupů.

Z oblasti Chiapasu se předmětem mého zájmu stala vesnice San Juan Chamula, která je hojně turisticky navštěvovaná, ale přesto se snaží uchovat si od turistů určitý odstup a zachovat si „tradiční způsob života“. Chamulu jsem si vybrala hned z několika důvodů: za prvé, je to nejnavštěvovanější vesnice celého Chiapasu a proudí do ní denně závratné množství turistů; za druhé, Chamula je destinací, kterou zahrnuje do svých plánů cesty většina cestovních kanceláří nabízejících cesty po Altos de Chiapas; za třetí je Chamula jednou z nejnabízenějších atrakcí místních cestovních agentur a průvodců v San Cristobalu (některé k Chamule zahrnují i návštěvu sousedního Zinacantanu jako atrakci navíc) a za čtvrté je Chamula jednou z hlavních atrakcí Chiapasu, jak dokládají různé letáky, brožury, časopisy, cestovatelská literatura a průvodci cestovatele, označující Chamulu jako místo, kam turisté „musí jet“. Chamulu jsem si dále vybrala kvůli jejímu kouzlu, které si i přes přívaly turistů uchovává. Po mé první návštěvě této vesnice v lednu 2009 mi vytanulo na mysl spousta otázek. Myslím, že právě z návštěvy Chamuly si každý odnáší dost silný zážitek, ať pozitivní či negativní. Tento zážitek lze srovnat jen s málo jinými. Zamýšlela jsem se nad tím, jak asi turisté vnímají Chamulu a jak vůbec rozumí rušnému dění kolem sebe. To mne – spolu s přečtením množství literatury na téma mayských indiánů, jejich historie, tradic a přežití do dnešní doby – inspirovalo k provedení dvouměsíčního terénního výzkumu na tomto místě.

Ve třetí kapitole nastíním více problematiku terénního výzkumu. Uvedu použitou metodologii a blíže specifikuji průběh mého výzkumu a způsob získávání a zpracovávání dat.

---

<sup>2</sup> Ve starší literatuře najdeme psáno „Indián“ s velkým počátečním písmenem. Po vydání nových Pravidel českého pravopisu (1993) se na základě příspěvků a doporučení česko-amerického lingvisty a etnologa Zdeňka Salzmann (1991) začíná psát indián s malým i. Už není považován za příslušníka národa, ale za antropologickou skupinu (Mácha, 2005, s. 231-242). P. Mácha s tím nesouhlasí z důvodu možných rasových konotací a navrhuje označovat indiány termínem „indígenas“ („původní“) místo hanlivého „indios“. Aktivisté se snaží prosadit používání indígenas mezi řadovými obyvateli, ale ne příliš úspěšně.

Nejprve se zamyslím nad výběrem mého vzorku, tedy nad rozlišením turistů. Poté se zastavím u terénního výzkumu, jak probíhal můj vstup do terénu a zúčastněné pozorování. Velkou pomůckou mi bylo psaní terénního deníku a získávání strukturovaných rozhovorů. K tomu jsem ještě využila metodu obsahové analýzy textů, přičemž mými texty byly úryvky z cestovních průvodců vyjadřujících se k vesnici San Juan Chamula. Vzhledem k tomu, že proces zpracování i psaní mé práce byl reflektivní a interpretativní, vyjádřím se i k této problematice.

Ve čtvrté kapitole se dostávám k vlastnímu výzkumu, k empirické části práce. Nejprve se budu věnovat mayskému turismu v San Cristobalu o okolí, jeho vývoji a charakteristice. Nastíním terén, ve kterém jsem pracovala, jeho specifika a popíšu průběh interakcí mezi turisty a místními obyvateli v mém terénu. Jednou z mých hypotéz je, že turisté provádí chtě nechtě turistický rituál, kterému nemohou uniknout a který je zařazuje právě do kategorie „turistů“. Poté představím vesnici San Juan Chamula jako antropologický terén a budu se věnovat jejímu popisu z hlediska rituálů turismu. Obraz mayského indiána v myslích turistů je konstruován mnoha podněty, formují jej cestovní kanceláře, podnikatelé v cestovním ruchu nebo literatura. Tyto formující činitele se pokusím analyzovat a budu se snažit naznačit jejich vliv na percepci indiánů v Chamule. Celá empirická část je vlastně interpretací mého zúčastněného pozorování a shrnutím odpovědí z interview. Zaměřila jsem se na to, kolik turistů do vesnice přijíždí, jak probíhá jejich kontakt s Chamulany, jaké o nich mají povědomí před návštěvou vesnice a po ní, atd.

Cílem mé práce je analyzovat představy turistů o mayských indiánech jako o „těch druhých“. Právě hledání „toho jiného“ je klíčovým motivem etnického turismu. Ale jak si turisté toto „jiné“ představují? Co utváří a ovlivňuje jejich představy? Ve své práci se budu snažit ukázat, že turisté cestující do této oblasti si s sebou přivážejí určitý obraz mayského indiána, který si i po setkání s ním uchovávají a nadále vidí indiána podle svých představ. Myslím, že právě zachování si určitého obrazu indiána je pro turisty důležité proto, že jim pomáhá nalézt vlastní identitu jako členů odlišné kultury.

V páté kapitole provedu závěrečné shrnutí výsledků s ohledem na teoretický kontext a budu se snažit zodpovědět stěžejní otázky mé práce.

Práce je doplněna seznamem literatury, ze které jsem čerpala. Tato literatura je řádně citována dle citační normy ČSN ISO 690 a ČSN ISO 690-2 (Boldiš, 2004).

Poté následuje přílohový materiál obsahující mapy, fotografie, statistické informace zpracované do grafů či jiný materiál vázající se k textu. Většina fotografií je z mého vlastního archivu.

## 2 TEORETICKÁ ČÁST

### 2.1 Antropologie turismu

*„...většina mých kolegů tvrdí, že profesní zájem o turismus není ničím víc než chytrou záminkou, jak vydávat něčí dovolenou za práci. Nepopírám, že je studium turismu zábavné, ale musí být předmět studia nudný, aby mělo cenu jej studovat?“<sup>3</sup> (Van den Berghe 1994, s. 3)*

Studium volného času a zábavy bylo dost dlouho sociology nepovšimnuto, nebylo považováno za plnohodnotné téma. Stejně tak turismus. Antropologové byli k tomuto tématu ale shovívavější a od počátku 80. let 20. století začaly vznikat antropologické práce na téma turismu. Od té doby se jen zvyšuje zájem o sociální a kulturní komplexnost turistických setkání. Tato komplexnost spočívá ve čtyřech faktorech: prvním jsou druhy turismu a aktivity turistů, druhým je různorodost společností a oblastí, kde se turismus nachází, třetí souvisí se zprostředkováním turismu jednotlivci a institucemi (často mimo místa turismu) a čtvrtým je místo. Všechny tyto faktory jsou zapojeny v jakémkoli druhu turistického zážitku a k vysvětlení důsledků turismu nestačí znát pouze jeden z nich, musíme vzít v úvahu všechny čtyři. (Chambers, 2000)

Podle **Valene Smith** (1989, s. 1) spočívá základna turismu na třech pilířích, které tvoří následující rovnici: turismus = volný čas + disponibilní peněžní prostředky + kladné místní sankce (positive local sanctions). Po druhé světové válce došlo v západním světě ke zkrácení pracovního týdne, prodloužení nároku na placenou dovolenou a posunutí svátků na pondělí, čímž vzniklo více volných prodloužených víkendů. Dalšími trendy jsou brzký odchod do důchodu a prodlužování délky života. Disponibilní prostředky jsou peněžní prostředky, které nejsou nutné k pokrytí osobních potřeb jako jsou jídlo, oblečení, bydlení, zdravotní péče, doprava, apod. Ušetřené peníze jsou používány na cestování. Pozitivní sankce jsou úzce spojeny s motivací a způsoby cestování, kterých je mnoho – od obyvatel města hledajících klid v přírodě po vysokoškolské studenty jedoucí stopem na cestu po Evropě.

Autorka dále rozlišuje několik druhů turismu: etnický, kulturní, historický, environmentální a rekreační. Rozlišení uvažuje v kategoriích, jak jsou určité destinace

---

<sup>3</sup> „...most of my colleagues strongly imply that a professed interest in tourism constitutes little more than a clever ploy to pass off one's vacations as work. I would not deny that the study of tourism is great fun, but must a subject be boring to be worthy of study?“

nabízeny, jaké nabízejí aktivity, jaké množství návštěvníků tam přijíždí a jaký mají vliv na místní obyvatelstvo v destinaci.

**Etnický turismus** je nabízen jako setkání se zvláštními zvyky domorodých, často exotických národů. Turistické aktivity v destinaci, které stimulují turismus, jsou návštěvy domorodých vesnic, tanců a obřadů a nakupování místních výrobků. Podle autorky jsou tato místa vzdálená od „vyšlapané cesty“ a přitahují pouze omezené množství návštěvníků, a to v důsledku působí malý dopad na hostitelskou oblast. Podle mého názoru v dnešní době ještě existují málo navštěvované komunity, ale rozhodně jich není mnoho. Turisticky „vyšlapané cesty“ se stále více rozšiřují a zasahují více a více do „divočiny“.

**Kulturní turismus** zahrnuje „malebnost“ místa či jeho kouzlo. Jeho cílem je mizející životní styl ukotvený v lidské paměti jako „starý,“ tradiční. Jde například o starobylé domy, doma tkané látky, koňské povozy či pluhy tažené voly a ručně vyráběné výrobky. Aktivity v takovéto destinaci zahrnují obědy ve venkovských pohostinstvích, folklorní představení, vinařské slavnosti v krojích či rodea z doby divokého západu. Dopad na místní společnost je zde prý maximální, protože jsou tyto destinace dobře dostupné z turistických resortů a tudíž přijíždí velké množství turistů.

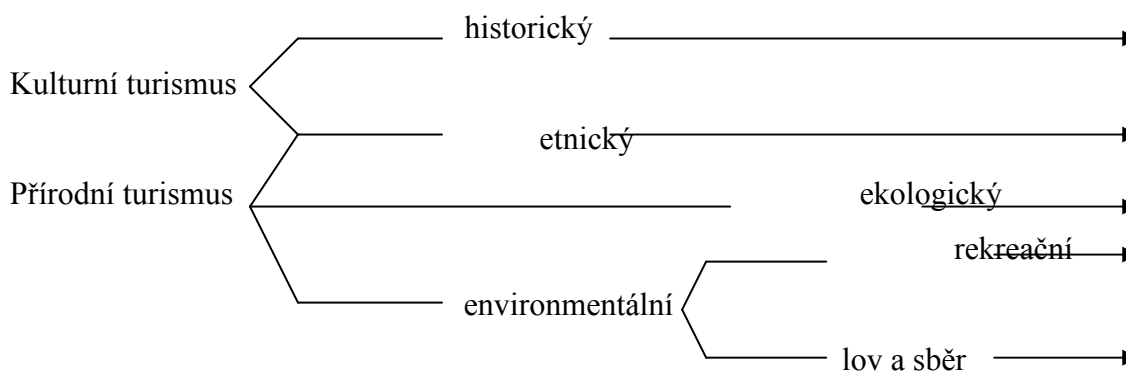
**Historický turismus** zahrnuje návštěvy muzeí, chrámů a vůbec památek s důrazem na slavnou minulost. Příklady destinace historického turismu jsou Řím, Egypt, mayské památky, atd. Mezi oblíbené turistické aktivity v takovéto destinaci patří prohlídky s průvodcem, světelná a hudební představení znázorňující dramatickou minulost daného místa. Přitahují návštěvníky zaměřené na vzdělávání se a protože se většinou jedná o místa snadno dostupná z hlavních měst, existuje institucionalizovaný turistický průmysl, který zajišťuje vše, co mohou turisté potřebovat. Kontakty návštěvníků s hostiteli jsou neosobní, vzdálené a spíš ekonomické než sociální.

**Environmentální turismus** je často považován za přidružený turismu etnickému, lákající elitní turisty do vzdálených oblastí jako je Antarktida či tichomořské ostrovy. Jde o turismus geografický, jehož vyznavatelé rádi zpoza volantu poznávají vztah krajiny a člověka. Oblíbené aktivity představují výlety na čajové plantáže na Srí Lance, rýžové pole na Bali či továrny na doutníky v Dominikánské republice. Kontakty hostitelů a návštěvníků mohou být různé, v závislosti na místě.

**Rekreační turismus** představuje většinou „písek, moře a sex“ (sand, sea, and sex). Tyto destinace ilustrují fotografie zasněžených sjezdovek, průzračného moře a ostrovů s palmami. Turistické aktivity zahrnují různé sporty, lázeňské procedury, slunění, dobré jídlo a zábavu.

Vztah návštěvníků a hostitelů se dost liší, je zde patrná závislost na sezónnosti rekreačního turismu.

Tyto druhy turismu ale většinou neexistují svébytně, jsou často kombinovány, jelikož turisté mají několik motivací k cestování najednou. Nelson Graburn (1989, s. 32) prezentuje ilustrační schéma propojenosti různých druhů turismu<sup>4</sup>.



Toto schéma bych ráda trochu vysvětlila. Podle autora má přírodní turismus dva různé projevy. Jeho nejčistší formu reprezentuje environmentální turismus, kde různé aspekty pevniny, moře a oblohy předvádějí magickou obnovu – léčivý čistý vzduch, uklidňující vody,... Občas je i absence lidských osob brána jako kladná vlastnost místa („nebylo tam ani živáčka“). Pokud je příroda léčivá a provádí magickou obnovu či jiné zázraky, jinak připisované Lourdám, bohu či různým guru, je její moc oslabena přítomností jiných lidí. Environmentální turismus se rozvětňuje na dvě části. Jednou je ekologický turismus, který se snaží být co nejšetnější a zanechat po sobě co nejméně následků, a druhou je lov a sběr, který na přírodu moc ohledů nebere.

Pro některé turisty je „surová“ příroda sice zajímavá, ale současně trochu nudná, protože v ní chybí dialog. Příroda neodpovídá, a to ani když je ohrožena zachycením na film či porušením zákazu táboření. Jiná cesta, jak se dostat blíže k podstatě přírody je skrze její děti, přírodní národy, které byly označeny za primitivní a považovány za tvory, které ovládá jejich instinkt. S těmi je možná interakce a jejich přirozenost a jednoduchost zdůrazňují, co je na přírodě dobré. Co více vzrušujícího a naplňujícího si může člověk představit než sdílet s nimi pár slov, či ještě lépe společné jídlo a postel? Ale opět, kouzlo kazí přítomnost přílišného množství turistů. Přístup k přírodě skrze její národy se nazývá etnický turismus. Využívání přírody pro její jedinečné vlastnosti, jako je například slunce za účelem opalování,

<sup>2</sup> Pramen: vzájemné vztahy typů turismu (Smith, 1989, s. 32).

vítr kvůli surfování, sníh na lyžování, příliv na rybaření a obloha na plachtění, je rekreačním turismem.

Každý z těchto turistických typů má vlastní škálu hodnot a hierarchii prestižních míst, která mají pro turisty určité „kouzlo“. Přesto ale není možné zařadit destinace jednoznačně do kategorií podle typů turismu. Každé místo a každá cesta v sobě spojuje několik typů zároveň. Například Mexiko jako destinace nabízí něco pro všechny typy turistů: etničtí turisté navštěvují Mexiko za účelem vidět a zažít domorodé indiánské obyvatelstvo, historičtí turisté zde nacházejí nepřeberné množství historických památek, ekoturisté podnikají výlety do národních parků, mexické pobřeží zase láká rekreační turisty k odpočinku a zábavě a turisty – lovce k rybaření či sběru mušlí. Mnou zúžená oblast Mexika, tedy okolí San Cristobalu, by mohlo přilákat všechny zmíněné typy turistů, pouze rekreační turisty v menší míře.

**John Urry** (2002, s. 2) charakterizuje turismus jako aktivitu volného času, která předpokládá svůj opak, tedy regulovanou a organizovanou práci, což je projevem oddělených a regulovaných sfér práce a volného času v moderních společnostech. Být turistou znamená být moderní. Tento autor zavádí pojem „turistického hledění či zírání“ (**tourist gaze**). Podle toho, jak turisté hledí na objekty, které potkávají na svých cestách, rozlišuje následující typy turistů: romantický, senzační, typický, ekologický a antropologický.



## 2.1.1 Koncept turisty

„Není snad legrační, že každý cestovatel je turista – kromě sebe samého?“<sup>5</sup> (Brendon, 1991, s. 188)

V této podkapitole bych se ráda zastavila u stěžejního pojmu mé práce – pojmu turisty. Nastíním zde některé známé koncepce definice tohoto pojmu a v závěru bych ráda došla k syntéze těchto pohledů a vymezení turisty jako předmětu studia.

Pro průmysl cestovního ruchu je definice turisty jasná a pragmatická. Turista je kdokoli, kdo tráví určitý čas mimo domov nebo cestuje určitou vzdálenost od domova. Turismus pak odpovídá počtu obsazených hotelových pokojů, naplněných letadel a autobusů a množství zkonsumovaného jídla. (Chambers, 2000, s. 18)

Přestože pojem „turista“ je starý jen méně než dvě století, pro potěšení se cestovalo již tisíce let. Anglické slovo „turista“ (a tourist) se v tisku objevilo poprvé v roce 1800 a turismus v roce 1811, nicméně tyto neologismy se rozšířily až když se stal turismus masovějším. Turismus začal být označován turismem až v 19. století s příchodem železnice a paroplavby, které umožnily jeho masovost. Do té doby to byli objevitelé, dobrodruzi, cestovatelé, křižáci a poutníci, kdo cestovali. Podle definice, že turista je ten, kdo cestuje pro vlastní uspokojení neutilitaristických cílů (Smith, 1992), by byli také turisty. Tak se dostáváme k otázce, kdo vlastně může být právoplatně považován za turistu. Každý, kdo to o sobě tvrdí? Ale co ti, kteří se tomuto označení brání? Autoři jako je Cohen (1988), MacCannell (1989) i Van den Berghe a Keyes (1984) se shodují na tom, že většina turistů hledá autenticitu, ale současně přítomnost turistů tuto autenticitu ničí.

V antropologické literatuře je „turista“ určen užším výměrem – zužuje se na osoby, které mají něco do činění s objevováním, volným časem a rekreací. Pokusy popsat turisty a vysvětlit jejich motivace a chování se dají rozdělit na dva směry.

Jeden směr vyvinul teorie, jež vysvětlují motivace turistů jako důsledek jejich sociální a kulturní situace. Představitelem tohoto směru je například sociolog **Dean MacCannell**, jehož kniha *The Tourist* (1989) má v podtitulu *A New Theory of the Leisure Class*. Toto dílo, které

---

<sup>5</sup> „It’s funny, isn’t it, how every traveller is a tourist except one’s self.“

je pro antropologii turismu mezníkové, posuzuje turistu v rámci globální moderní společnosti. Podle něho přebírá cestování funkce náboženství a odpovídá touze a potřebě člověka po určité struktuře. Turista hledá autentičnost života spojenou s intimitou a lidskými aktivitami v zákulisí. Problém autentičnosti je pro studium turismu klíčový. Bylo nám vštěpováno, že máme odmítat vše falešné a cenit si věcí a vztahů, které považujeme za pravé. Také jsme se naučili respektovat tradice, zejména pro jejich dlouhověkost, ale bez pozastavení se nad tím, proč a jak mohou být zachovány. Podle Erve Chambers (2000, s. 95) je definice autenticity ovlivněna především lidskou schopností vybírat si prvky stability a změny, které dávají jejich životu smysl.

Druhý směr popisu turistů se snaží vypořádat s tím, že lidé cestují různými způsoby a z rozličných důvodů. Z tohoto směru vznikají typologie turistů či turismu.

Stěžejní prací antropologie turismu je typologie turistických zážitků **Erika Cohena** (1979). Ten říká, že různé typy lidí vyhledávají různé turistické zážitky, a proto nemůže existovat „turista“ jako obecný typ. Ve své práci se snaží prozkoumat význam, který turismus hraje v životě moderního člověka. Dochází k tomu, že význam turismu je odvozen od světového názoru člověka a závisí na tom, zda se člověk drží svého „středu“, centra, ve smyslu domova, ústředního místa v lidském životě, a na umístění tohoto „středu“ ve vztahu ke společnosti, ve které žije. Tak vznikají fenomenologicky rozdílné turistické zážitky, které se vztahují k rozdílným vztahům mezi člověkem a rozmanitostí „středů“. Nejen náboženský kosmos, ale i každá společnost má svůj „střed“. Na vztahu moderního člověka a jeho „středu“ zakládá Cohen svou fenomenologii typů turistických zážitků. Těch rozlišuje pět: způsob rekreace<sup>6</sup>, způsob odvrácení pozornosti<sup>7</sup>, způsob hledání zážitků<sup>8</sup>, experimentální a existenciální. Podle způsobu je třeba definovat jednotlivé role. Autenticita a naplnění očekávání se tedy odvíjejí od představ každého z turistů, jsou sociálně konstruovány.

**Valene Smith** (1989, s. 11-13) zakládá svou typologii turistů na kritériu jejich množství a ochoty či schopnosti přizpůsobit se normám místních společenství a jejich následného vlivu na hostitelskou komunitu. Turisty dělí do sedmi kategorií. Pro přehlednost zde uvedu tabulku znázorňující typ turisty, množství turistů tohoto typu a adaptaci na místní normy. Autorka

---

<sup>6</sup> recreational mode of tourist experience

<sup>7</sup> diversionary mode of tourist experience

<sup>8</sup> experiential mode of tourist experience

dále odvozuje, že dopad turistů typu 1 až 4 na místní společnosti je nejmenší a naopak 5 až 7 největší.

Typ turisty	Množství turistů	Adaptace na místní normy
Průzkumník (Explorer)	Omezené	akceptuje plně
Elitní (Elite)	vidění zřídka	adaptuje se plně
Nekonvenční (Offbeat)	vidění mimořádně	adaptuje se dobře
Neobvyklý (Unusual)	Příležitostně	adaptuje se trochu
Vznikající masový (Incipient Mass)	stálý tok	hledá západní vymoženosti
Masový (Mass)	nepřetržitý nával	očekává západní vymoženosti
Smluvních zájezdů (Charter)	masivní příjezdy	vyžaduje západ. vymoženosti

Tab. 2.1.1. Frekvence typů turistů a jejich adaptace na místní normy (Smith, 1989, s. 12)

Tématem akulturace a změnami v destinacích způsobenými přílivem turistů se zabýval v tomto sborníku *Hosts and Guests* (Smith, 1989) i **Dennison Nash** a **Nelson Graburn**. D. Nash vyvíjí politicko-ekonomickou teorii o imperialismu a expanzivnosti západní kultury a moderní turismus přirovnává k novodobému druhu imperialismu. N. Graburn se soustřeďuje na poutnický charakter postavy turisty. Strukturalisticky rozděluje čas na profánní, tedy pracovní život, a sakrální, tedy turistický či opravdový život. Opravdovost leží mimo rutinní život, ale přesto je pro člověka dosažitelná. Motivaci lidí chápe jako symbolický převrat – turista hledá změnu v každodennosti pomocí několika zásadních převratů. Ale jen on sám si definuje, do jaké míry a jakým způsobem toho dosáhne. Proto také přepracovaný člověk hledá klid pláže, městský člověk klid přírody, atd. Musíme si ale uvědomit, že v dnešní době dochází často ke splývání cestování a běžného života.

**Van den Berghe** (1994, s. 4-7) stanovuje jednoduchou definici, která říká, že turista je ten, kdo cestuje pro potěšení, pro radost. To s sebou ale nese problém, že i výlet metrem do kina by mohl být považován za turismus. Zde vidíme, že je třeba komplexnější vymezení. Do definice musíme zahrnout původ turisty – turista tedy musí nutně pocházet z rozdílné komunity, buď z jiného místa či z jiné kultury. Turismus je tedy činnost, kterou si člověk ve svém volném čase vybírá a vykonává ji jen za jejím účelem. Turistu můžeme poznat podle jeho chování (fotografování, průvodce či mapa v ruce,...), ale to neznamená, že každý člověk,

který fotografuje, musí být nutně turista. Co dělá z člověka turistu, by se dalo nazvat „vytržením z běžného života“. Dějiště turismu je tedy místem, kde se protíná mimořádný svět turisty s běžným světem hostitele.

Nyní se tedy dostávám k mému vymezení pojmu turista. Z předchozího přehledu vyplývá, že existuje několik možných způsobů pohledu na toto téma. Na jedné straně snaha generalizovat turistu podle mne opomíjí specifickou jednotlivých turistů, jejich osobnost, rozdílné motivace, zkušenosti a kulturní kontext, ze kterého pocházejí. Přesto si uvědomuji, že pro vědeckou práci je třeba jistého zjednodušení a vytvoření určitých kategorií. Proto pro svou práci vymezuji turistu syntézou několika definic turisty. Některé jsem již zmínila výše, zde ještě připojím jednu definici. Erik Cohen (1974, s. 553) definuje turistu jako „cestovatele, který cestuje dobrovolně, dočasně a s očekáváním požitku z poznání něčeho nového, změny prožité během relativně dlouhé, neopakovatelné cesty.“<sup>9</sup> Z těchto vymezení plyne několik společných znaků turisty:

1. turista cestuje dobrovolně a smyslem jeho cestování je cestování samo o sobě. Turista si dobrovolně vybírá, že podnikne cestu.
2. jeho cesta je časově omezená a má jisté trvání – zde vyvstává otázka po časovém vymezení. Myslím, že přesná délka pobytu na daném místě (popřípadě celková doba strávená na cestě) není příliš důležitá. Jistě ovlivňuje turistovo poznání určitého místa, ale pro definici není podstatná. Turistou je člověk cestující měsíc po jižní Americe i člověk trávící víkend v Paříži. Co je určující, je omezenost jeho pobytu.
3. turista investuje do cestování svůj volný čas, který by mohl využít i jinak.
4. turista cestuje pro potěšení, pro radost. Každému člověku přináší toto potěšení něco jiného, proto považuji za užitečné výše zmíněné typologie turistických motivací.
5. účelem cestování (kromě cestování samotného) je hledání odpočinku – zda aktivního či pasivního, to je na rozhodnutí každého turisty.
6. turista hledá něco nového, „neokoukaného“, odlišného od toho, co zná doma. Zde se hodí Van den Bergheovo (1994, s. 4-7) „vytržení z běžného života“.
7. to také souvisí s původem turisty, důležitá je ona rozdílnost zaručená buď rozdílností místa či kultury původu (nebo alespoň komunity).
8. neopakovatelnost cesty je daná její časovou omezeností a mnohdy i vzdáleností, popřípadě časovou či finanční náročností. I v případě, že turista jezdí stále na stejné

---

<sup>9</sup> „a voluntary, temporary traveler, traveling in the expectation of pleasure from the novelty and change experienced on a relatively long and nonrecurrent round trip“

místo, je každá jeho cesta jiná, neopakovatelná: sama destinace se mění, dochází ke změnám na obou stranách interakce – hostitelské i turistické. Také si zde musíme uvědomit následky turismu, které destinaci mění.

## 2.1.2 Turista versus antropolog

*„Claude Lévi-Strauss jednoduše píše: 'Cestovatelství a cestovatele nenávidím, a teď se tu chystám vyprávět o svých vlastních výpravách. Ale jak dlouho to také trvalo, než jsem se k tomu odhodlal!'<sup>10</sup> Jeden z mých studentů, mladý muž z Iránu zanícený pro revoluci, se napůl zajíkal a napůl křičel, když mi říkal: 'Přiznejte si to, všichni jsme turisté!' Poté vstal a s obličejem zkřiveným něčím, co se mi zdálo být nenávistí k sobě samému, dramaticky zasyčel: 'Dokonce i já jsem turista.'“<sup>11</sup> (MacCannell, 1989, s. 9)*

Je znamením dnešní doby, že lidé, kteří se v něčem shodují, zároveň bojují za distancování se navzájem skrze morální stereotyp turisty. Myšlenka morální nadřazenosti je již velmi stará, ale můžeme ji vidět stále na vztahu k cizincům, indiánům, romům, černochoům či ženám. Když se tito lidé organizují do skupin a nacházejí společnou identitu a místo v moderní společnosti, je čím dál těžší vytvořit si mravní zásady z jejich odlišnosti. Moderní vědomí se ubírá zvláštními cestami, rozděluje se a dostává se často do opozice k sobě samému. Turisté nemají rádi turisty. Slovy Nietzscheho, Bůh je mrtev,<sup>12</sup> ale lidská potřeba být svatější než jeho druzi žije dál. A tato náboženská tendence povýšit se nad ostatní přetrvávala nejen v naší pracovní etice, kde ji nachází Max Weber, ale rozšířila se i do oblasti volného času.

Turisté nejsou kritizováni za to, že odjíždějí z domova, aby viděli památky. Kritizováni bývají za to, že jim ke spokojenosti stačí povrchní dojem z ostatních lidí či míst. (MacCannell, 1989, s. 10) Toto bych ráda doložila příkladem z mého výzkumu, kdy se respondenti často zastyděli nad tím, že toho o Tzotzilech v Chamule moc nevědí nebo že neznají mayská etnika. Obrannou reakcí, jak omluvit svou nevědomost, byl častý příslib, že až se vrátí domů, danou problematiku si dostudují. Slovy MacCannella (1989, s. 10): „turistický

---

<sup>10</sup> Dean MacCannell cituje Claude Lévi-Strausse (1966)

<sup>11</sup> „Claude Lévi-Strauss writes simply: 'Travel and travellers are two things I loathe – and yet here I am, all set to tell the story of my expeditions.' A student of mine in Paris, a young man from Iran dedicated to the revolution, half stammering, half shouting, said to me, 'Let's face it, we are all tourists!' Then, rising to his feet, his face contorted with what seemed to me to be self-hatred, he concluded dramatically in a hiss: 'Even I am a tourist.'“

<sup>12</sup> Tato myšlenka se poprvé objevuje v Nietzscheho *Radostné vědě* (2001)

stud není založen na tom, že je člověk turistou, ale že není turistou dostatečně, že selhal ve vidění všeho přesně tak, jak to má být viděno.<sup>13</sup> Kritika turismu tedy spočívá v touze dostat se dál než pouhý turista a dospět k hlubšímu, opravdovému pochopení a poznání kultury a společnosti. Toto poznání nemusí být nutně jen na intelektuální rovině, může se jednat i o lepší poznání místní kuchyně, života, ... Tato touha je součástí většiny turistických motivací k cestování, pouze u každého se objevuje v jiné míře. Pro některé turisty může být touto hlubší účastí už jen návštěva místního trhu a ochutnání exotického ovoce, pro jiné turisty je to právě poznání spojeno až s bydlením v domorodých rodinách.

Vzhledem k tomu, že se antropologové nacházejí v místech, kde jsou také turisté, a na první pohled se od nich příliš neodlišují, mohou být ostatními turisty i místními obyvateli považováni také za turisty. Zejména při studiu turismu, kdy antropologové mohou s turisty splývat. Stejně jako turisté stále fotografují, pozorují, ptají se a kupují si místní předměty. To, co mezi nimi dělá rozdíl, je fakt, že turisté cestují ve svém volném čase a cestování je pro ně účelem samo o sobě, pro antropologa je to práce a v terénu hledá odpovědi na předem stanovené otázky, popřípadě si terén mapuje. Pobyt v terénu můžeme nazvat modusem operandi - charakteristickým způsobem a postupem činnosti, stylem práce. A v tomto se právě antropologové a turisté odlišují. Antropolog vyhledává spontánní zážitky a snaží se být přítomný na kterékoli události v komunitě, která mu pomůže lépe porozumět studované kultuře, vyhledává přímý vztah ke studovaným a přímou zkušenost. V terénu se sice může stát, že je antropolog nucen spolupracovat s překladatelem, pokud neumí jazyk dané kultury, ale stále jde o přímou zkušenost, protože se účastní dění, rozhovorů či neverbální komunikace. Turista se naopak účastní dění nespontánně, do života druhých vstupuje strukturovaně, pohybuje se v rámci rituálu turismu, který funguje jako forma chování organizující turistické zážitky a způsob poznání kultury. Průběh turistických setkání a zážitků je dán více či méně přesným itinerářem a pravidly chování.

Podle Wagnera (1981, s. 2) používá antropolog vlastní kulturu ke studiu kultury jiné, „*je nucen zahrnout sebe a svůj způsob života do svého zkoumání a studovat tak i sebe samého.*“<sup>14</sup> Ikdyž turisté zrovna Maye nestudují, také používají svou kulturu k porozumění, porovnání a asimilaci mayské kultury. Způsob, jak vidí a zažívají Maye je podobný antropologickému, oba používají svou kulturu, aby se vztahovali ke kultuře druhých. Podle Wagnera (1981, s. 4) „*můžeme vlastně říci, že antropolog 'vynalézá' kulturu, o které si myslí, že ji studuje, a že*

---

<sup>13</sup> „touristic shame is not based on being a tourist but on not being tourist enough, on a failure to see everything the way it 'ought' to be seen.“

<sup>14</sup> „he is forced to include himself and his own way of life in his subject matter, and study himself.“

*vztah je skutečnější, protože jde o určité chování a zážitky než jen o věci, ke kterým se 'vztahuje'. . . V prožívání nové kultury zjišťuje terénní výzkumník nové možnosti a způsoby života a u mnohých dokonce dochází ke změně osobnosti. Zkoumaná kultura se pro něho stane 'viditelnou' a poté 'uvěřitelnou', nejdříve ji uchopuje jako odlišnou entitu, způsob dělání věcí a poté jako způsob, kterým by mohl věci dělat on . . . Můžeme říci, že předtím neměl žádnou kulturu, protože kultura, ve které člověk vyrůstá, nikdy není úplně 'vidět' - je brána za samozřejmou a její předpoklady za jasné. Pouze skrze takovéto 'vynalézání' může být uchopen abstraktní význam kultury a pouze skrze zkušenost tohoto kontrastu s vlastní kulturou se může stát 'viditelným'. V procesu vynalézání jiné kultury vynalézá antropolog svou vlastní.<sup>15</sup>*

Wagner upozorňuje na vztah mezi antropologovým zážitkem kultury druhých a procesem sebereflexivity, skrze kterou zviditelňuje kulturu vlastní. Takto můžeme pochopit vztah mezi turistickým zážitkem mayské kultury a sebeuvědoměním si kultury vlastní. Turismus se stává prostorem, skrze který turisté vynalézají vlastní kulturu vynalézáním indiánské kultury ritualizací Mayů. Vynalézáním kultury druhých vynalézají turisté i svou vlastní. Jde o proces tvorby identity, tedy sociální proces zviditelnění vlastní kultury, rozlišení my a oni odpovídající řádu, podle kterého turisté rozumí světu.

---

<sup>15</sup> "We might actually say that an anthropologist 'invents' the culture he believes himself to be studying, that the relation is more 'real' for being his particular acts and experiences than the things it 'relates.' . . . In experiencing a new culture the fieldworker comes to realize new potentialities and possibilities for the living of life, and many even undergo a personality change himself. The subject culture becomes 'visible,' and then 'believable' to him, he apprehends it first as a distinctive entity, a way of doing things, and then secondly as a way in which he could be doing things. . . Before this he had no culture, as we might say, since the culture in which one grows up is never really 'visible'- it is taken for granted, and its assumptions are felt to be self-evident. It is only through 'invention' of this kind that the abstract significance of culture can be grasped, and only through the experienced contrast that his own culture becomes 'visible.' In the act of inventing another culture, the anthropologist invents his own."

### 2.1.3 Fotografie a turismus

*„Fotoaparát a turismus jsou dva jedinečně moderní způsoby definování reality.“<sup>16</sup>*  
(Horne, 1984, s. 21)

Na tomto místě bych se ráda zastavila u fenoménu fotografování. Od vynálezu fotografie v roce 1839 došlo k obrovskému rozmachu a rozšíření tohoto média mezi širokou veřejnost. Za 170 let se vyvinulo nenasytné množství fotografů, nové nazírání světa i jeho způsoby. Fotografie dnes zahrnuje celé vizuální prostředí. Crang (1999, s. 243) odhaduje množství vyfocených snímků na 60 miliard ročně. Když vezmeme v úvahu, že se jedná o odhad z roku 1999, musí být nyní (o 10 let později) toto číslo ještě závratnější. A to zejména po rozšíření digitální fotografie, která umožňuje lidem fotografovat v ještě větším rozsahu. Fotografování se stalo sociálně konstruovaným způsobem vidění a zaznamenávání, které má podle Johna Urryho (2002, s. 127) následující charakteristiky. Zaprvé, fotografovat znamená určitým způsobem si přivlastňovat fotografovaný objekt, jde tedy o vztah moci a poznání. Vizuálně poznat předmět znamená mít nad ním moc, i když jen krátkodobou. Fotografie krotí nahlížený objekt, proto za nejpozoruhodnější fotografie jsou považovány ty, jež byly pořízeny v exotických kulturách. Za druhé se zdá, že fotografie je způsob přepisu skutečnosti. Snímky se zdají být malé kousky skutečnosti, které přinášejí důkaz o tom, že se něco opravdu stalo, že daný člověk opravdu byl na daném místě. Přesto (za třetí) jsou fotografie výsledkem aktivní pracovní techniky, ve které si fotograf vybírá, strukturuje a tvaruje, co vyfotografuje. Je zde snaha vytvořit co nejideálnější snímek, který má zkrášlit fotografovaný objekt. Proto se fotografové snaží vyhnout na svých snímcích zachycování odpadků, aut, lidí, špatného počasí, atd. Za čtvrté, moc fotografie spočívá ve schopnosti vydávat se za miniaturizaci skutečnosti, aniž by byla odhalena její konstruovanost či ideologičnost. Za páté, vzhledem k tomu, že fotografem se stává kdokoli, stává se zároveň i sémiotikem. Záhy se naučí, že vlny třístící se o kameny označují divokou, nezkrocenou přírodu a že každý člověk s fotoaparátem kolem krku je nezbytně turista. Za šesté, fotografie zahrnuje demokratizaci všech forem lidských zážitků. Vše může být fotografováno a každý může fotografovat. Fotografie je součástí procesu postmodernizace. Každá fotografovaná věc či osoba se stává rovná těm ostatním, stejně zajímavá i nezajímavá. Barthes (1981, s. 34) si povšimnul, že na počátku fotografie byly snímky nápadného a dnes fotografie dělá nápadné vše, co je fotografováno. Za sedmé,

---

<sup>16</sup> „The camera and tourism are two of the uniquely modern ways of defining reality.“



fotografie dává tvar cestování. Je důvodem zastávek na cestě, častokrát jde o rychlé vyfocení („taking a snap shot“) a pokračování dál. Fotografie znamená závazek. Lidé cítí, že nemohou přijít o shlédnutí některých scén, protože by tím přišli o možnost vyfotografovat je. Cestovní kanceláře označují místa, kde by měly být pořizovány snímky („viewing points“). Velká část turismu se tedy stává hledáním fotogenického a strategií shromažďování fotografií a tím komodifikací<sup>17</sup> a privatizací osobního, zejména rodinných vzpomínek (West, 2000, s. 9). Zdá se, že toto nejvíce přitahuje kultury se silnou pracovní etikou, Japonci, Američané a Němci jakoby „museli“ vše fotit a skrze fotografie si pamatovat. Jde o jakousi analogii k závazkům kultury silného pracovního prostředí. Za osmé, mnohý turismus obsahuje hermeneutický kruh. Cílem dovolené se stává soubor fotografií, které již ale byly viděny v brožurách cestovních kanceláří a v televizních programech. Když je tedy turista na jiném místě, snaží se najít a zachytit tyto obrazy pro sebe. A to končí dokazováním, že byli skutečně „tam“ pomocí ukazování své verze obrazů, které viděli předtím, než vyrazili. Turisté tedy mnohdy neusilují o přímo prožitou skutečnost, ale jde jim o její reprezentace. *„Lidé nahlíží ideální reprezentace toho, na co hledí. Ty si internalizovali z pohlednic a průvodců (a televizních programů a internetu).“*<sup>18</sup> (Urry, 2002, str. 78) Turismus je proto postmoderní, protože v sobě zahrnuje kombinaci vizuálního, estetického, komerčního a populárního.

Vzhledem k tomu, že fotografie dává tvar cestování, tak cestování spočívá v „dobrých výhledech“ zachytitelných na film. Objekty a technologie fotoaparátů a filmů utvořily povahu cestování, místa (sites) se stala památkami (sights) a stvořily, co je důležité vidět a které snímky a vzpomínky je nutné si přivést.

Fotografie tedy byla klíčová pro vývoj turismu, oba tyto procesy jsou od sebe odvozeny a navzájem se ovlivňují. Kdyby nebyl vynalezen fotoaparát, bylo by dnes „turistické hledění“ zcela jiné.

K fenoménu fotografování se ještě vrátím v empirické části, kde se zaměřím na fotografování v mém vybraném terénu, ve vesnici San Juan Chamula.

---

<sup>17</sup> Z ang. slova commodification; podle slovníku cizích slov jde o „proměnu či přeměnu toho, co normálně není zbožím (komoditou) na zboží, předmět směny, např. vysokoškolské vzdělání, lidské tělo či kulturní dědictví“

<sup>18</sup> „What people ‘gaze upon’ are ideal representations of the view in question that they internalise from postcards and guidebooks (and TV programmes and the internet).“

## 2.1.4 Rituál turismu

„Cestovatel vidí, co vidí – turista vidí, co přijel vidět.“<sup>19</sup> (Gilbert Keith Chesterton)

V této podkapitole bych ráda definovala pojem rituál a zasadila jej do kontextu antropologie turismu. Stejně tak, jako je studium rituálů klíčové pro antropologii, je i turistický rituál zásadní pro antropologické zkoumání turismu.

České slovo rituál pochází z latinského „ritualis“, tedy „obřadný“. V literatuře se běžně používá pro pojmenování způsobu chování založeného na tradičních pravidlech.<sup>20</sup> R. A. Rappaport (1999) definuje rituál jako „*posloupnost jednání, kterou si účastníci nevytvářejí na místě sami*“. Vzhledem opakovatelnosti slouží rituál k upevnění společenské organizace a norem, nemá tedy účelově-rationální funkci, ale spíš funkci integrační. Rituály jsou součástí kultů a náboženství; mohou být prováděny při zvláštních příležitostech či v uzavřených skupinách lidí; jednotlivcem, malou skupinou či celou komunitou; probíhat mohou na libovolných místech nebo jen na místech k tomu určených a buď veřejně či v soukromí.

Psychologickou funkcí náboženského rituálu je podpora a posílení náboženského cítění. Rituál je společenský, účastníci se při něm navzájem ujišťují, že patří k sobě a mohou se na sebe spolehnout. Rituál může vést až k extázi, k vytržení, což může být podporováno hudbou, zpěvem, osvětlením, užíváním symbolů či vonných látek.

Rituály různých druhů provázejí všechny známé lidské společnosti, minulé i současné. Zahrnují rituály uctívání, přechodové rituály, přísahy věrnosti, korunovace, prezidentské inaugurace, svatby a pohřby, promoce, sportovní akce, přehlídky, vánoční nákupy, a mnoho dalších. Také činnosti vykonávané za určitým účelem, jako jsou například soudní jednání, popravy, vědecká symposia, jsou plná čistě symbolických činností předepsaných omezeními či tradicemi, jsou tedy částečně rituální povahy. Rituály ale najdeme i v naší každodenní praxi v podobě podání ruky či pozdravu.

Rituál je jednou z mnoha kulturních univerzálií, přesto se svou podobou, obsahem i sociální funkcí liší napříč kulturami. Antropologové se zajímali především o roli rituálu ve strukturování životních krizí, lidského vývoje, náboženského přijetí či zábavy. Teorii rituálů rozvedl Victor Turner, Ronald Grimes, Mary Douglas a Arnold van Gennep. Biogenetičtí

---

<sup>19</sup> „The traveler sees what he sees, the tourist sees what he has come to see.“ (Gilbert Keith Chesterton 1874-1936 britský novinář, romanopisec a básník; citováno z [www: http://en.proverbia.net/citastema.asp](http://en.proverbia.net/citastema.asp))

<sup>20</sup> Převzato z [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

strukturalisté zkoumají evoluci a strukturu rituálu u lidí. Současný teoretik Michael Silverstein (2006) říká, že rituál je sociální činností s cílem určité přeměny, často uvažované v prostředí věčnosti. Přeměny mohou být myšleny jako osobní (plodnosti, léčení), vesnické (oslavy svatých, náboženské poutě), národní (oslavy národních svátků) nebo mezinárodní (Vánoce). Dokonce usmíření válčících států v době americké občanské války Lincolnovým projevem lze pojmut jako vesmírnou událost sahající do věčnosti.

Sociokulturní antropologie obecně nazírá rituál jako „stylizované konání se společensky chápanou symbolickou architekturou.“<sup>21</sup> (Jafari, 2000, s. 511) Pro studium turismu přinesla inspiraci, kterou bych ráda naznačila čtyřmi tendencemi. Za prvé, původ turismu byl vysledován k tradičním rituálním příležitostem (totemické události a putování). Za druhé, pozornost se obrátila ke strukturální podobnosti rituálu a turismu jako celků. Za třetí byly identifikovány ritualistické aspekty turistického chování a za čtvrté byl zkoumán význam místních rituálních událostí jako faktorů přitažlivosti destinace pro turisty. Dále byla nastíněna podobnost struktury a funkce tradičního totemického rituálu a rituálu turismu.

Podle MacCannella (1989, s. 42 - 48) se vytváří posvátný objekt turistického rituálu procesem posvěcení určitého přírodního či kulturního artefaktu. Tento proces probíhá v několika fázích: pojmenování památky; zarámování, vyzdvižení, uložení a mechanická reprodukce posvátného předmětu a sociální reprodukce spočívající v pojmenování památek po něčem nebo někom slavném. Některým památkám je vzdáván hold stále, jiné jsou navštěvovány pouze jedenkrát. Podle Johna Urryho (2002, s. 10) „může být turistické hledění překvapivě nestálé, hledající či očekávající stále něco nového či jiného.“<sup>22</sup> Jinými slovy, tentokrát slovy MacCannella (1989, s. 192): „cokoli je potencionálně atrakcí. Pouze čeká na někoho, kdo se bude obtěžovat zmínit to někomu jinému jako stojící za povšimnutí či vidění.“<sup>23</sup>

Turner (1973, 1974) rozvíjí tyto komplexní procesy v analýze putování. Putování zařazuje jako přechodový rituál, přechod z jedné fáze do druhé. Tyto fáze jsou podle něho tři: první je sociální a místní odloučení od normálního místa trvalého pobytu a sociálních vazeb, druhou je liminalita,<sup>24</sup> během které se jedinec nachází v „antistruktuře mimo čas a prostor“, kde jsou přerušeny konvenční sociální vazby a dochází k intenzivním vazbám k přechodným komunitám a k přímé zkušenosti posvátného či nadpřirozeného a třetí fází je reintegrace

---

<sup>21</sup> „... stylised performances with a communally understood symbolic architecture.“

<sup>22</sup> „... the gaze of the tourist can be amazingly fickle, searching out or anticipating something new or something different.“

<sup>23</sup> „... anything is potentially an attraction. It simply awaits one person to take the trouble to point it out to another as something noteworthy, or worth seeing.“

<sup>24</sup> Pojem A. van Gennepa (*Přechodové rituály*, 1997)

jednotlivce do jeho původní sociální skupiny, ale většinou s vyšším statusem. Od analýzy putování vede spousta implikací k turismu (Cohen, 1988, s. 38-40; Shields, 1990; Eade and Sallnow, 1991). Turista se stejně jako poutník pohybuje ze známého místa na místo vzdálené a poté se vrací zpět na místo původní. Na vzdáleném místě dojde k povznášejícímu zážitku. Tento zážitek je silně vázán na původní místo, ze kterého poutník či turista vychází. Turistický zážitek můžeme také chápat jako inverzi každodennosti. Turista pocházející z dobře situované vyšší střední třídy se chce stát na pár dní sedlákem a naopak ten pocházející z nižší střední třídy se bude chtít stát na pár dní králem či královnou. Tomu také odpovídá druh turismu, k jakému se rozhodnou. Ten první může volit ekoturistický zážitek a druhý rekreační s ubytováním v luxusním hotelu, kde se o něho starají druzí. Dalším společným rysem poutníka a turisty je jejich místo na okraji společnosti, přejímají určitý způsob chování a využívají cestování k setkávání se se starými přáteli, vytváření přátelství nových a reflexi širšího sociálního kontextu a kulturních hodnot.

Několik specifických znaků turistického chování a prožitku je jasně ritualizované povahy. Jedním z nich je kupování a vystavování suvenýrů, což jsou předměty vyvolávající vzpomínky a touhu po místech, časech, lidech a vztazích, které mají reprezentovat. Jejich symbolická moc je odvozena od asociací, které vyvolávají, a je současně totemická a fetišistická. K tomu se přidává rys opakování, který tkví buď v opakování návštěv oblíbených míst nebo v každoročně podobně vycházejících termínech dovolené či v rutinně opakujících se dovolených. S turismem také souvisí ritualizovaná konzumace jídla a pití a behaviorální rituály pláže a diskotéky. Rituální události v destinacích jsou dále hlavními znaky přitahujícími turisty, hned vedle budov a ostatních artefaktů.

I když je turismus pevně ukotvený v rituálu, jak jsme si ukázali výše, některé rysy vykazovat nemusí. Například prožívání pocitů společné harmonie a souznění nemusí být vůbec zastoupeny (viz „Turisté nemají rádi turisty“ výše v textu – na str. 12). Pokud ale vezmeme v potaz tvorbu přechodných „skupinek“ turistů, kteří se náhodně setkávají a na část cesty se sdružují a cestují společně, platí i tato vlastnost rituálního chování. Co se týče skupinových zájezdů, jejich účastníci se také často cestováním sblíží. Jinými slovy, rituál turismu je odlišný od jiných druhů rituálů v tom, že turismus neintegruje všechny své účastníky do definované komunity. Turismus je rituál modernity, kde komunity, ke kterým turisté patří, nejsou definované ani časem ani místem, ani kolem společného mýtu.

Dále bychom si měli uvědomit, že turismus dává smysl pouze ve vztahu k těm, kdo jej provozují a k turistickým předmětům, bez kterých by nefungoval. (Franklin, 2000, s. 12)

Na závěr se ještě pokusím o malé shrnutí. Skoro všechny druhy turismu zaujímají rituální formu, ale ta nabývá různých podob, stejně tak jako jsou různé cíle či účinky rituálu turismu. (Cohen 1988, s. 38-41; Graburn, 1983, s. 11-17) Většina rituálních činností na turistických místech odpovídá schématu přechodových rituálů (rites de passage) Arnolda van Gennepa (1997). Turismus je rituál v následujících aspektech (Franklin, 2000, s. 111-115): za prvé, zahrnuje určitou dobu strávenou mimo každodenní pozemský prostor. Metafora „úniku“, „útěku“ a „změny“ byly klíčové pro počáteční éru turismu. Za druhé turismus vytváří zvláštní liminální prostory odlišné od každodenních. Mohou mít charakter hry (např. tematický park přímořského resortu) nebo posvátnosti (např. národní, přírodní či náboženská památka). Za třetí, chování mezi turisty na turistických místech je často jiné než jejich každodenní chování. Dělají jiné věci, nosí jiné oblečení, jejich časový rozvrh je ovlivněn provozováním turismu, nové a rozdílné aktivity přináší rozdílné stavy mysli (překvapení, úžas, rozjařenost, veselí, ale i únavu či ponížení) způsobené různými předměty, texty, představeními, pobožnostmi, atd. Stejně jako poutníci před nimi, tráví hodně času zaměstnání svými objekty zájmu a místy, která přijeli navštívit a vůbec všemi činnostmi s nimi souvisejícími. Za čtvrté, po návratu do každodennosti prožívají turisté určitý přechod – zvýšení statusu v reakci na výraz „scestovalosti“ (cestování bývalo spojováno se vzděláním) či na projev konzumního způsobu dopřání si luxusních zážitků. Vnitřním přechodem může být duchovní, intelektuální či zkušenostní posun k novému, obohacenému stavu mysli.

## 2.2 Mexičtí indiáni a Chiapas jako předmět antropologického bádání

*„Před mnoha lety jsem chtěl v tomto projektu nalézt romantizovaného 'druhého,' mystický, duchovní svět nového věku, jiný než můj vlastní, zbavený obyčejnosti nákupních center, video her a americké populární kultury. Zprvu jsem byl náchylný vynechávat vše, co kompromitovalo chamulské Tzotzily jako mé idealizované, romantické 'druhé,' nositele 'stárodávných tradic.' ... Nyní vím, že chamulští Tzotzilové stejně jako já nesou břemeno, ale i pýchu na to, kým byli a kým chtějí být a že mezi jejich a našimi životy panovala po staletí napjatá komunikace. Jsou si nás a naší invazivní kultury vědomi stejně tak jako my víme o nich.“<sup>25</sup> (Gossen, 2002, s. xxx)*

Na tomto místě bych se ráda věnovala reprezentaci mexických indiánů v literatuře a jak byli představováni evropskému světu. S tím souvisí počátky studia etnografie a antropologie na mexickém území. Dále se konkrétně zaměřím na stručný nástin antropologického bádání na území Chiapasu. Vzhledem k množství výzkumů a publikací není možné provést detailnější přehled, proto budu jmenovat jen stěžejní díla a výzkumy. Především bych zde ráda uvedla práce, které jsou relevantní pro můj výzkum – práce, na které navazuji, a které mne inspirovaly.

První systematictější popisy a zprávy o indiánech Nového světa spadají do období 16. století, tedy epochy střetu dvou naprosto odlišných kultur. Oldřich Kašpar<sup>26</sup> (2005) tuto epochu nazývá formativní období prehistorie etnografických a antropologických studií, jenž zahajují **františkánští misionáři** přicházející do Nového Španělska na pozvání španělského conquistadora Hernána Cortése v roce 1523. Ti se nejvíce angažovali na poli lingvistiky, historie a etnografie Mexika 16. století, o čemž vypovídá i poměr františkánských děl ku všem dílům napsaným v té době v nějakém indiánském jazyce či o něm: ze 109 prací jde o 80 františkánských. Vznikaly příručky, slovníky a Martín de Castillo sestavil souhrnnou zprávu o

---

<sup>25</sup> „Many years ago, I wanted to find in the project a romanticized Other, a mystical, New Age, spiritual world that was not my own – something divested of the ordinariness of shopping malls, video games, and American pop culture. I was initially predisposed to edit out anything that compromised the Chamula Tzotzils as my own idealized, romantic Others, bearers of 'ancient traditions.' ... I now know that the Chamula Tzotzils, like myself, carry the burden and the joy of what they have been and what they aspire to be, and that their lives and ours have been in strained communication for many hundreds of years. They are as aware of us, of our culture's invasive presence in their world, as we are of them.“

<sup>26</sup> Systematický přehled antropologie na území Mexika jsem čerpala z článku Oldřicha Kašpara (2005: 243-258)

aktivitách františkánů v 16. a 17. století (*Contribución de los franciscanos de los siglos XVI y siguientes*, 1676).

Mezi zakladatele mexické etnografie a antropologie patří belgičan **Pedro de Gante**, který posílal v letech 1532 – 1552 dopisy císaři Karlu V. (*Cartas de Emperador*) a v náhuatlu vydal roku 1528 práci *Doctrina cristiana en lengua mexicana (Křesťanská doktrína v mexickém jazyce)*. Mezi dalšími bych ráda jmenovala **Toribia de Benavente**, který přijal jméno Motolínia (Ubožák) a roku 1541 dokončil dílo *Historia de los indios de la Nueva España (Dějiny indiánů Nového Španělska)* a především **Bernardina de Sahagúna**, který dal podnět ke vzniku nejvýznamnějšího pramene k etnografii a historii nahuaských etnik a zejména Aztéků, *Historia general de las cosas del reino de Nueva España (Obecná historie věcí království Nového Španělska)*. Redigováním zpráv anonymních indiánských informátorů se zabýval několik desítek let a dodnes se zachovaly tři rukopisné verze. Dílo vyšlo až v roce 1831 v Londýně jako součást 6. svazku *Antigüedades mexicanas (Mexické starožitnosti)* Edwarda Kinga Lorda Kingsborougha. K významným autorům tohoto období patří yucatánský biskup **Diego de Landa**, který je neblaze proslulý za podpis rozkazu ke spálení všech mayských rukopisů v roce 1562, ale na druhou stranu po sobě zanechal rozsáhlý pramen ke studiu historie a etnografie yucatánských Mayů – *Relación de las cosas de Yucatán (Zpráva o věcech na Yucatánu)* z roku 1566. Obsáhlé dílo také zanechal františkánský provinciál v Mexiku **Juan de Torquemada** vydané roku 1615 pod názvem *Monarquía Indiana (Monarchie v zemích indických)*.

K františkánským průkopníkům se později přidali **augustiniáni** a v letech 1572 – 1767 **jezuité**. Ti přinášejí nejen díla věnující se studiu indiánských jazyků, ale už ryze antropologické popisy domorodých etnik a každodenního života jejich příslušníků. Nejvýznamnějším představitelem byl jistě **José de Acosta** se svým dílem *Historia natural y moral de Indias (Přírodní a mravní dějiny Indii)* latinsky vydaného roku 1589. Také z České provincie působilo na území Nového Španělska té doby kolem třech desítek členů Tovaryšstva Ježíšova. Ti za sebou zanechali cenné prameny: tzv. kronika tarahumarských povstání Josefa Neumanna (1645), rukopisná gramatika tarahumarského jazyka Matěje Steffela (1791) a obrázkový rukopis Ignáce Tirsche (1760).

S osvícenskými pokusy o utřídění a klasifikaci všeho živého i neživého v přírodě vzniká koncem 18. století specifický **typ malby** zachycující etnické skupiny Latinské Ameriky. Tyto

malby byly obvykle koncipovány jako série skládající se ze 16 částí. Autorem nejznámější mexické řady byl malíř José Joaquín Magón pocházející z mexické Puebly.

„*Můžeme říci, že dějiny novodobé mexické antropologie jsou obrazem toho, jak se postupem doby rostoucí majoritní vrstva nových obyvatel vymezuje vůči minoritě obyvatel původních.*“ (Kašpar, 2005, s. 247)

Po vzniku Mexické republiky roku 1821 se začíná rýsovat sociálně politický problém související s jazykovou roztržičností, která představovala jednu z hlavních překážek v komunikaci mezi indiánskými etniky a zbytkem společnosti, ale i mezi etniky samotnými. Až teprve koncem 20. století se zobecnilo užívání španělštiny jako komunikačního jazyka. Roku 1864 rozděloval jeden z průkopníků indigenismu, **Francisco Pimentel**, obyvatelstvo Mexika do dvou skupin (dvou národů): na španělsky nebo francouzsky mluvící bělošské vlastníky výrobních prostředků a na indiány představující proletáře, jeho slovy „přímou ubohou“ (Pimentel, 1864, s. 217 - 218).

Během počátečních let mexické republiky se objevil i silný tlak eliminovat tradice a zvyky (*tradición y costumbre* slovy mexických indiánů), čímž vznikl synkretický kulturní model pocházející až z koloniálního období (Mácha, 2003, 2004). Etnická a jazyková pluralita byla chápána jako překážka v budování národní celomexické integrity a vzrostla snaha zmapovat indiánské jazyky, aby bylo možné je „pomexičtit“. V letech 1862 – 1876 publikovali kromě Francisca Pimentela i **Manuel Orozco y Berra** a **Antonio García Cubas** zásadní lingvistické studie. Všechny práce vedly k jednomu závěru, že žádný indiánský jazyk nemůže nahradit španělštinu v pozici národního jazyka

Významnou roli v procesu formování etnografie a antropologie Mexika hráli i zahraniční badatelé: francouzský etnolog **León Diguet** (dvě výpravy do Mexika 1893 a 1913), norský přírodovědec **Carl Lumholtz** (čtyři výzkumné cesty 1890 – 1899) a americký antropolog českého původu **Aleš Hrdlička** (doprovázel C. Lumholtze na výpravě roku 1898).

V roce 1825 bylo založeno **Národní muzeum** a roku 1887 jeho Etnografická sekce. Co se literatury týče, začalo Národní muzeum vydávat časopisy *Boletín del Museo Nacional de Arqueología, Historia y Etnografía (BMNAHE)* a *Annales del Museo (AMNAHE)*. Dalším krokem k hlubšímu studiu indiánských etnik bylo založení první Mexické indianistické



společnosti (1910) a v lednu 1911 Mezinárodní školy americké archeologie a etnologie, s níž jsou spojena jména německého badatele Eduarda Selera a amerického antropologa německého původu, Franze Boase. Jimi byl také silně ovlivněn **Manuel Gamio**, považovaný za zakladatele moderní mexické antropologie. Nová etapa rozvoje mexické antropologie začíná po roce 1917, kdy byla z jeho podnětu založena Antropologická správa, jež se měla zabývat řešením socioantropologických problémů mexické společnosti.

V období mezi světovými válkami dorazili do Mexika a Guatemaly další američtí antropologové zabývající se mayskými etniky. Zpočátku se zaměřili na archeologii a etnohistorii Yucatánu, ale i přes slibné začátky ve 40. letech 20. století se přenesla mexická a americká etnografie do Chiapasu až v polovině 50. let. Hlavní osobností těchto let byl **Robert Redfield** (1941, 1953, 1955), který se zajímal o malé komunity, „lidové kultury“ (folk cultures) a obecné evoluční transformace od „primitivních“ a „lidových“ k „městským“ společnostem. Jeho student, Sol Tax (1937, 1941) poprvé stanovil centrem výzkumů v guatemalské vysočině mayské municipio, tedy teritoriální jurisdikci s centrem v cabecera (hlavním městě) a s odlehlými vesnicemi. Mayská municipia pro něho byla vzájemně se odlišující sebe-uvědomělé jednotky. Tendence soustřeďovat se na malé, od západní společnosti se lišící komunity, byla v souladu s antropologickým bádáním té doby. Výhodou tohoto přístupu bylo soustředění se na funkci institucí a jejich strukturu, ale nevýhodou bylo zanedbávání vnějších vlivů a vazeb s okolím. Ve 20. a 30. letech 20. století dochází k politické účasti antropologie na Cardenasových rozvojových projektech.

Rok 1974, ve kterém uspořádala vláda státu Chiapas a diecéze San Cristobalu **první indigenistický kongres**, je obecně považován za mezník vzniku indigenistických organizací v Chiapasu. Na tomto kongresu se poprvé setkali Cholové, Tzeltalové, Tzotzilové a Tojolabalové jako reprezentanti a nositelé jedinečných kultur a jazyků. Vzniklo množství indigenistických organizací: nová sekce Central Independiente de Obreros Indígenas y Campesinos (CIOAC), Alianza Campesina 10 de Abril, Bloque Campesino de Chiapas, Union de Uniones, Tierra y Libertad, Quiptik Ta Lecubetsel a Union de Trabajadores Agricolas y Campesinos (Vargas-Cetina, 2001).

Od roku 1964 se mnozí aktivisté snaží o nahrazení slova indiáni označením indígenas. Tito lidé spolupracují s mexickou vládou skrze **Národní indigenistický institut** (Instituto Nacional Indigenista, **INI**, založen roku 1948 a roku 1952 otevřeno koordinační centrum v

San Cristobalu) a snaží se o zachování těch prvků indiánských kultur, které jim nebudou bránit v zařazení se do moderní společnosti. Indigenisté si nejdříve mysleli, že bude třeba potlačit indiánské jazyky ve prospěch španělštiny, aby bylo možné začlenit indiánské obyvatelstvo do mexické společnosti. Výroba ručních výrobků byla považována pro svou účelnost a estetičnost za prvek, který má být udržen, ale jazyk nikoli. To se změnilo po roce 1958, kdy po protestech indigenních komunit a intelektuálů byl jazyk zařazen mezi „přínosné prvky“ k uchování.

Co se týče indigenistických organizací, stojí ještě za zmínku ustanovení prvního koordinačního centra Tzotzilů a Tzeltalů (**Centro Coordinador Tzotzil Tzeltal**) roku 1948 v San Cristobalu de las Casas pod vedením Aguirre Beltrána, které realizovalo řadu regionálních rozvojových programů. V rámci snah o integraci indiánských komunit a o vytvoření unifikovaného mexického národa vzniklo mnoho studií a výzkumů v oblasti chiapaských hor. Ředitel INI Alfonso Caso pozval Evona Vogta, který vedl tým 138 antropologů **harvardského projektu**, jenž probíhal v letech 1957 - 2000. Sám Evon Vogt je autorem rozsáhlé studie o Zinacantanu (1969) a z antropologů harvardského projektu bych ráda jmenovala Benamina Colbyho (1966), Pierra Van den Bergha (1961), George Colliera, Roberta Laughlina, Franka Canciana (1965), Pedra Pitarcha a Garryho Gossena (1999, 2002) s jeho obsáhlým dílem o vesnici Chamula. K harvardskému projektu se také přidali výzkumníci Stanfordské university (vedeni A. K. Romneyem) a Chicagské univerzity (vedeni MacQuownem). Mimo projekty působili v oblasti Chiapasu také antropologové June Nash, Ricardo Pozas nebo Alfonso Villa Rojas.

Postupem času se rozpracovávala sociopolitická témata a rozšiřovalo se spektrum studovaných témat. Zároveň se začal rozvíjet **indianismus** – ideologické a politické hnutí usilující o osvobození indiánů od západního kolonialismu a jejich autonomii a vlastní reprezentaci.

V říjnu 2000 sponzorovala School of American Research konferenci s názvem „*Culture Theory and Cross-Cultural Comparison: Maya Culture and History in a Multicultural World*“. Cílem bylo zhodnotit rozdílné historické okolnosti a nastítnit budoucnost kultur mayských etnik v Mexiku a Guatemale. Diskuse se opakovaně stáčely k tématu, jak zachytit mayskou kulturní jedinečnost a zároveň různorodost, aniž by jim autoři připisovali výjimečné vlastnosti nebo statickou návaznost na slavnou tradiční mayskou kulturu.

V mé práci jsem se inspirovala knihou **Pierre Van den Bergha**: *The Quest for the Other* (1994), ve které se autor zabývá etnickým turismem v San Cristobalu de las Casas. Vzhledem k tomu, že jde o 15 let starý výzkum a od té doby v této oblasti nebyl žádný podobný výzkum proveden, rozhodla jsem se, že se budu snažit o popsání a analýzu aktuální turistické situace v Chamule.

Další inspirací mi byla diplomová práce **J. O. Barrery Nuñeze** *El turismo étnico. El caso de los Tzotziles de Chamula. Interacción étnica y el sistema turístico en los procesos y manifestaciones del cambio socio-cultural* z roku 1995. Autor se v ní zaměřuje na sociokulturní změnu nastávající ve společnosti Chamulanů vlivem turismu.

Z novějších prací bych ráda zmínila diplomovou práci **Pavly Redlové** *Fragmenty setkávání turistů, indiánů a antropologů v San Cristobalu de las Casas v Mexiku* (2008), kde se snaží o porozumění interkulturní komunikaci v celkovému kontextu těchto setkání.

### 3 METODOLOGIE

„Etnografie je umění a zároveň věda popisování skupiny či kultury.“<sup>27</sup> (Fetterman, 1998)

Etnografie se dá chápat nejen jako metoda sociálně-antropologického výzkumu, ale také jako určitý žánr. Smyslem etnografie by mělo být přiblížení struktury popisovaného světa, v mém případě jde o strukturu světa turistů navštěvujících Chamulu. Etnografie má přinést něco o typických aktivitách skupiny, které ji jako skupinu konstituují a definují; dále určení kategorií vnímání a porozumění světu, jak lidé mezi sebou komunikují a jak chápou svět a nakonec má zkoumat tzv. místa vzájemnosti, kde dochází opakovaně ke střetávání lidí a formalizování vztahů. A přesně o to se ve své práci snažím. Typické aktivity turistů považuji za turistické rituály, které jsou turistům společné a kterým se nelze vyhnout. Tyto rituály dělají z turistů turisty, ikdyž si to všichni nepřipouštějí. Kategorie vnímání a porozumění světu souvisí s tvorbou identity turistů, která se konstituuje buď v opozici k indiánům nebo naopak v sounáležitosti s nimi. Místem vzájemnosti je pro mne Chamula, kde dochází ke střetávání turistů s indiány a k jejich různým interakcím i vztahům. Do této míry je tedy moje práce etnografií.

Jak je již zřejmé z povahy práce jako etnografie, používala jsem ke zpracování mého tématu kvalitativní metody. Metodolog Creswell (1998, s. 12) definuje kvalitativní výzkum jako „proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Výzkumník vytváří komplexní, holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách.“ Podobné vymezení podávají i autoři N. K. Denzin a Y. S. Lincolnová (1994), podle kterých je kvalitativní výzkum situovanou činností, která umisťuje pozorovatele do světa, který zkoumá. Etnograf tedy svět zviditelňuje pomocí interpretativních a materiálních postupů. K tomuto zviditelnění je třeba použít různých metod ve snaze o hluboké porozumění fenoménů. Stejně tak já se ve své práci snažím hlouběji porozumět vytváření představ turistů o indiánech a k tomu využívám různé metody – od zúčastněného pozorování přes analýzu turistických průvodců po strukturované rozhovory.

---

<sup>27</sup> „Ethnography is the art and science of describing a group or culture.“

Metody sběru dat byly také rozmanité. Autoři M. Hammersley a P. Atkinson (2007, s. 3) přesně vystihují povahu práce etnografa: „*co se týče sběru dat, etnografie po výzkumníkovi vyžaduje, aby se po delší čas otevřeně i skrytě účastnil každodenního života lidí, sledoval, co se děje, poslouchal, co lidé říkají anebo se sám pomocí formálních či neformálních rozhovorů ptal, dále aby sbíral dokumenty a artefakty – v podstatě jde o shromažďování všech dostupných dat potřebných k osvětlení problémů, které stále vyvstávají jako předmět výzkumu.*“<sup>28</sup> To přesně odpovídá mým použitým metodám sběru dat – zúčastněné pozorování (otevřené i skryté), v jehož rámci jsem pozorovala, poslouchala i se ptala turistů; dále formální strukturované i neformální rozhovory s turisty; sběr informací, statistik, turistických materiálů jako jsou průvodci, letáky, apod.

Vzhledem k tomu, že antropologie je vždy situována v čase a prostoru, ráda bych definovala konkrétní místo a čas mého výzkumu. Terénem v antropologii myslíme místo zkoumání a soubor fyzických objektů v něm. Jde o místo, jehož specifčnost spočívá ve vztazích mezi věcmi a situací, dochází na něm k interakci kultury, lidí, společnosti a situace. Mým terénem bylo město San Cristobal de las Casas a vesnice San Juan Chamula v mexickém státě Chiapasu. S terénem jsem se seznámila v lednu 2009, kdy jsem měla možnost na dva týdny navštívit San Cristobal de las Casas. Během této doby jsem se snažila zmapovat si terén, seznámit se se specifiky této lokality a kontaktovat místní organizaci CIESAS (Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social). Již během první návštěvy na mne udělala vesnice San Juan Chamula silný dojem a vzbudila ve mně spoustu otázek. Rozhodla jsem se, že tomuto místu bych se ráda hlouběji věnovala ve své práci. Vzhledem k tomu, že terén velice úzce souvisí s předmětem výzkumu a naopak, zbývalo ještě vybrat ze všech antropologicky závažných podnětů, kterými na mne Chamula působila, užší téma mého výzkumu. Díky mému předchozímu zájmu o antropologii turismu, bylo záhy rozhodnuto. Chamula je podle mne ideálním místem pro studium fenoménu etnického turismu. Dochází tam k setkání turistů s „pravými“ indiány v jejich domácím prostředí. Jak se budu snažit ukázat ve své práci, indiáni jsou středem zájmu turistů, který je z velké míry utvářen vjemy, které na turisty působí.

---

<sup>28</sup> „in terms of data collection, ethnography usually involves the researcher participating, overtly and covertly, in people’s daily lives for an extended period of time, watching what happens, listening to what is said, and/or asking questions through informal and formal interviews, collecting documents and artefacts – in fact, gathering whatever data are available to throw light on the issues that are the emerging focus of inquiry.“

Vlastní terénní výzkum proběhl na jaře 2009, přesně v období od 24.3. do 28.5. Vzhledem k tomu, že v samotné Chamule není pro cizince možnost ubytování a nenajdeme tam žádné hotely ani hostely, bylo mou základnou město San Cristobal, které naopak poskytuje velké množství možností ubytování a zázemí. Jelikož předmětem mého zájmu byli turisté, nebylo pro mne bydlení v Chamule zásadní. Všichni turisté totiž Chamulu navštěvují přes den, a to buď organizovaně nebo individuálně, a navečer odjíždějí buď do San Cristobalu nebo na další zastávky v jejich cestě Mexikem. Vesnici San Juan Chamula bych označila za „setting,“ tedy místo mého zkoumání. Nejedná se pouze o geografické vymezení místa, ale o pojmenovaný kontext, ve kterém se vyskytuje mnou zkoumaný jev (tedy etnický turismus). Toto místo je udržováno skrze kulturní definici a sociální strategie a jeho hranice nejsou fixní, ale pohyblivé. Konkrétně to vidíme na příkladu Chamulanů jezdících do San Cristobalu prodávat své výrobky nebo na turistech zdržujících se jak v Chamule, tak v San Cristobalu. Jelikož mým předmětem zkoumání, „case“, je fenomén etnického turismu a představy turistů o indiánech, nemá můj terén jasně vymezené hranice a místně i abstraktně přesahuje Chamulu.

Můj terén je značně vzdálený od mého trvalého bydliště, tudíž bylo jasné, že etnografický výzkum proběhne pomocí přesídlení do jiného prostředí. Toto přesídlení mi umožnilo náhled do jiné kultury a všímání si věcí, které by mohly místnímu člověku připadat samozřejmé.

Co se oficiální stránky výzkumu týče, celý můj výzkum probíhal v souladu s etickým kodexem Americké antropologické asociace<sup>29</sup> a všechny rozhovory byly pořizeny s informovaným souhlasem respondentů v ústní podobě.

### **3.1 Cíl práce (CO?)**

Jak již název mé práce vypovídá, zajímají mě turistické představy o indiánech, jejich vznik a přetváření. Snažím se podat celistvý obraz o přímém i nepřímém vytváření turistických představ – kde vznikají, co je formuje, zda se vlastní zkušeností s indiány mění, atd. Cílem této práce je pochopit chování turistů, odhalit jejich představy o indiánech a ukázat, čím vším mohou být tyto představy formovány. Jde tedy především o popis a interpretaci zvoleného fenoménu, než o potvrzování či vyvracení hypotéz či nějakých teorií.

---

<sup>29</sup> Dostupný na [www: http://www.aaanet.org/committees/ethics/ethcode.htm](http://www.aaanet.org/committees/ethics/ethcode.htm)

Přesto bych ráda zde na začátku formulovala několik výzkumných otázek, které mne vedly a směřovaly dále, a které prostupují celou mou prací.

První okruh otázek je soustředěn kolem ritualizace turismu. Zajímá mne, jak turistické rituály vznikají, v čem spočívají, jak se projevují a jsou-li nevyhnutelné.

Další otázky se vztahují k „vynalézání obrazu velkolepého mayského indiána“. Jak a kým jsou indiáni představováni turistům? Jak je obraz indiána vynalézán nepřímým setkáním turistů s indiány – tedy skrze materiální předměty, kulturní média a turistické průvodce? Do jaké míry tato média formují představy turistů? Do jaké míry ovlivňují jejich chování a provozování turistických rituálů?

K tomu se váží i otázky na formování představ turistů o indiánech jejich přímým setkáním. Proč turisté hledají „ty druhé“? Jak konstruují své představy o nich? Jak probíhají jejich setkání? Jaká mají turisté, kteří se chystají na návštěvu Chamuly, očekávání a vůbec povědomí o Chamule? Mění se jejich názory a představy po návštěvě této vesnice? Lze vymezit obecnější kategorie turistů vykazující společné rysy?

A co indiáni? Jak se utváří diskurz o jejich životě? Zasahují do reprezentací poskytovaných turistům nebo jsou jen někým jiným proměňováni na symboly mayské civilizace?

Tyto otázky mne provázely během mého výzkumu. V empirické části práce se budu snažit je přiblížit, a pokud na ně nebude možné odpovědět, tak alespoň nastínit možná východiska.

Vzhledem k tomu, že etnografie a psaní etnografie není primárně o zodpovídání otázek, ale o poskytování popisu kultury z pohledu jejich členů, jedná se i v mé práci o otázky, které mě spíš směřovaly a pomáhaly mi v zasazení pozorovaného jednání do širšího kontextu a také v jeho interpretaci. Cílem etnografie je snaha zachytit pohled na zkoumanou realitu očima vlastních aktérů („native's point of view“). Mými aktéry, neboli „natives“, byli turisté, a proto jsem se snažila popisem jejich chování, vzhledem do jejich myšlení a společným prožíváním turistického rituálu zachytit jejich pohled na indiány a zároveň popsat jejich reflexi tohoto zážitku. To vše tvoří obraz mayského indiána v jejich myslích, o který mi jde především. Snažím se ve své práci přiblížit turistické vnímání podnětů, které jim jsou předloženy (či často i podsouvány) a vliv přímého setkání s „živým“ indiánem v jeho domácím prostředí na formování tohoto obrazu indiána.

## 3.2 Kdo je turista (KDO?)

Můj výběr turistů, kterých jsem se dotazovala a které jsem pozorovala, nebyl úplně náhodný. Jaká byla kritéria, podle kterých jsem určovala, zda je člověk turista? Tato kritéria jsem převzala od autora Pierre L. Van den Berghe (1994: 25, 26). Ten považuje za turistu člověka, který splňuje tři a více z následujících charakteristik:

1. Fenotypem nevypadá jako indián či mestic.
2. Mluví řečí jinou než je španělština nebo tzotzil (či jiný mayský jazyk).
3. Na první pohled nevypadá jako indián – podle oblečení, řeči, atd.
4. Fotografuje a nosí s sebou fotografickou výbavu.
5. Španělsky mluví špatně, s chybami a s přízvukem (s výjimkou indiánů).
6. Zajímá se o „turistické“ pozoruhodnosti nebo se nachází na místech, která jsou určena především pro turisty (trhy se suvenýry, hotely, restaurace, kavárny)
7. Vypadá ztraceně, ptá se na cestu, nevšímá si cen, vypadá ustrašeně, ztraceně či zamyšleně.
8. Pohybuje se ve skupinách lidí, kteří se vyznačují jednou nebo více vlastnostmi popsanými výše.
9. Následuje průvodce nebo si čte v průvodci.
10. Vypadá jako Mexičan, ale není místní – projevuje se jako turisté v bodech 3, 4, 6, 7, 8 nebo 9.
11. Obléká se „turisticky“, zejména dává na odiv nově zakoupené předměty jako např. pletené oděvy nebo tašky, trička s nápisem či barevné kšiltovky.

Tato kritéria výběru pro mne byla velmi přínosná, pomohla mi vybrat pro můj výzkum „pravé“ turisty. Podle těchto charakteristik jsem byla sama příkladem turisty, vzhledem k tomu, že jsem splňovala body 1 až 6 a bod 8. Od turistů jsem se ale odlišovala svým antropologickým záměrem.



### 3.3 Můj vstup do terénu (KDE?)

Co se týče mého vstupu do terénu, byla jsem (jak jsem již podotkla výše) místními obyvateli nejprve považována za turistu. Po nějaké době si zvykli, že mě vídají častěji a vzhledem k tomu, že jsou na přítomnost antropologů dost zvyklí, nepřišel jim důvod mého pobytu vůbec zvláštní. Mými hlavními informátory se stali dva turističtí průvodci, César a Raul. Umožnili mi vhled do situace setkávání turistů a indiánů v Chamule a sdělili mi mnoho přínosných informací o Chamule vůbec, ale také o chování turistů v rámci jimi organizovaných výletů. Vyprávěli mi spousty příběhů z jejich každodenní praxe s turisty. Dále mi umožnili zúčastňovat se s nimi organizovaných výletů do Chamuly, což mi poskytlo obrovskou možnost pozorovat turisty, aniž by si to plně uvědomovali a také provádět s nimi rozhovory.

Výhodou toho, že jsem navenek působila jako turista, bylo, že mě turisté přijali mezi sebe a považovali za jednu z nich. Někdy byly skupiny turistů v zájezdu větší, jednalo se třeba o 10 až 20 lidí cestujících společně, kteří si všichni zakoupili výlet od cestovní kanceláře v San Cristobalu, jindy byli účastníci výletu složeni z párů nebo i jedinců cestujících samostatně. Z důvodu mezinárodního složení účastníků, kteří většinou neuměli vůbec španělsky, popřípadě jen pár základních výrazů, byli rádi, že si mohou s někým popovídat ve své mateřštině, popřípadě v angličtině, kterou naprostá většina ovládala dobře. Vzhledem k povaze turistických zážitků, je pro zúčastněné důležité jejich sdílení. Člověk je tvor společenský, který se rád dělí o své pocity, prožitky a zážitky a toto sdílení je nevyhnutelnou součástí rituálu turismu. Samozřejmě záleží na osobnosti a povaze každého turistu, někteří jsou introvertní, jiní extrovertní. Ale z povahy turistického zážitku vyplývá, že všichni se jej zúčastňují dobrovolně, berou jej jako zábavu, a když se lidé baví, odhazují své každodenní starosti a jsou zábavnějšími společníky. Ve své práci se také pokusím proniknout hlouběji do turistovy mysli a na chvíli se zastavím u skupinového chování turistů.

### 3.4 Zúčastněné pozorování, terénní deník (JAK?)

Zúčastněné pozorování je pro sociálně-kulturní antropologii charakteristickou metodou sběru dat uplatňovanou v rámci terénního výzkumu. Umožňuje výzkumníkovi vidět, slyšet a zaznamenávat chování hned jak se objevuje v rámci nějakého kontextu, čímž je možné mu i porozumět. Můžeme tak získávat informace přímo a objektivněji, než když se ptáme našich subjektů, jelikož nejsme typickým členem skupiny a nebereme tedy spoustu situací za samozřejmé. Nevýhodou zúčastněného pozorování může být nepřesnost smyslových orgánů, selektivnost vnímání či přizpůsobení se podmínkám a omezení pozorování situací, se kterými jsme se již několikrát setkali. Těmto rizikům jsem se snažila vyhnout tím, že jsem si jich byla vědoma již před začátkem pozorování a dávala si na ně pozor.

Můj výzkum probíhal díky situovanosti v přirozeném prostředí pozorováním nestrukturovaným – pozorovala jsem, co se dělo, přičemž jsem mnohdy narazila na neočekávané situace a spontánní chování lidí. Pozorování probíhalo odkrytě i skrytě. Odkrytě, když jsem hned na začátku určité kontaktní situace uvedla, že jsem antropolog a jaké mám záměry – to byl případ interakcí s průvodci zájezdů, kteří o mně věděli. Pozorování bylo skryté vůči samotným turistům, tedy účastníkům zájezdů, kteří si zprvu mysleli, že jsem také turista a jsem na výletě se stejným účelem jako oni. Když jsem se v průběhu výletu začala vyptávat a provádět s turisty strukturované rozhovory, stalo se mé pozorování otevřeným. Představila jsem se, uvedla důvody mého výzkumu a turistům již bylo jasné, za jakým účelem s nimi jezdím na výlety. Má pozice se sice změnila, ale po rozhovorech se ke mně chovali jako předtím a mnohdy je zajímalo, k čemu jsem ve svém výzkumu dospěla, atd.

Mé pozorování dále probíhalo jak v malých skupinách, tak v rámci skupin či ploch velkých. Menší skupiny byly právě zmínění účastníci turistických výletů, kde se většinou jednalo o skupiny v rozsahu 10 až 30 lidí. Pozorování v rámci velkých ploch probíhalo na náměstí před kostelem v Chamule a v kostele samotném. Při tomto pozorování jsem kladla důraz spíše na pozorování než na účast. Vzhledem k přítomnosti mnoha lidí, jak místních, tak turistů, jsem jako tichý pozorovatel umístěný na okraji kostela byla nenápadná a turisty nepovšimnutá. Na náměstí si mne turisté také moc nevšimli, jelikož byli zabráni do prohlídky kostela a vstřebávání okolního rušného dění.

Hlavní pomůckou při mém pozorování byl terénní deník, do kterého jsem pečlivě zapisovala pozorované dění, chování turistů, jejich interakce s místními indiány, jejich

připomínky, názory či otázky kladené průvodcům. Zapisování během pozorování nebylo na překážku, jelikož vypadalo jako kdybych si zapisovala výklad průvodce či dělala poznámky vázající se k Chamule. Během mých výprav jsem se i několikrát setkala s turisty, kteří si zapisovali informace, které říkal průvodce, a písemně si dokumentovali, co vidí. Přesto se ale během dne událo i dost situací, které jsem nemohla zapisovat přímo na místě, a proto jsem po skončení pozorování, už v klidu a o samotě, dopisovala dění uplynulého dne.

Svá pozorování jsem zpracovávala metodou „zhuštěného popisu“. To je pojem antropologa Clifforda Geertze (2000, s. 15, 20, 31), který znamená podrobnou zprávu o prostředí chování skupiny jako základ vytvoření teoretických tvrzení o její kultuře. Podle Geertze má etnografický popis čtyři charakteristické rysy: je interpretativní, interpretuje proud sociální rozmluvy, snaží se fixovat, co se v rozmluvě říká a je mikroskopický. Snažila jsem se o důsledný popis chování a vnímání turistů a následně jeho interpretaci.

### **3.5 Strukturované rozhovory (JAK?)**

Mé dotazování probíhalo formou strukturovaných rozhovorů s otevřenými otázkami (Hendl, 2005), při kterých jsem respondentům kladla tváří v tvář 10 až 13 otázek. Rozhovory jsem prováděla s vybranými osobami, jež jsem určila jako turisty (mé určování probíhalo dle jistých charakteristik, kterými se člověk jako turista vyznačuje – viz podkapitola 3.2).

Všech 80 strukturovaných rozhovorů jsem uskutečňovala podle osnovy, kterou jsem si připravila. Rozhovory trvaly zhruba 15 až 30 minut. Jejich délka záležela většinou na dvou faktorech: za prvé, do jaké míry byl respondent sdílný a jazykově vybavený a za druhé, kolik času mi byl ochotný nebo schopný věnovat. První faktor jsem se snažila eliminovat tím, že jsem turistu oslovila řečí, kterou jsem považovala za jeho mateřštinu. Rozhovory tedy proběhly v anglickém, německém, španělském a některé i v českém jazyce. Druhý faktor, tedy čas, byl problematický především pro turisty cestující ve skupinách. Byli by jistě ochotni přistoupit k delším rozhovorům, ale byli stíháni časem. Nechtěli být pozadu za skupinou, přijít pozdě na skupinový sraz nebo zmeškat odjezd autobusu. Tento problém jsem řešila tak, že jsem se účastnila skupinových výletů a čas k podrobnějšímu rozhovoru získala při společném cestování autobusem nebo při společné procházce Chamulou.

Polovina rozhovorů probíhala cestou do Chamuly, popřípadě před odjezdem, tedy na zastávce malých autobusů zvaných colectivos v San Cristobalu. Druhá polovina rozhovorů probíhala na cestě zpět nebo v po příjezdu z Chamuly do San Cristobalu.

Rozhovory mohu rozdělit na dvě skupiny: rozhovory s Mexičany, kde polovina proběhla před (20 rozhovorů) a druhá polovina (20) po návštěvě Chamuly a druhou skupinou jsou rozhovory s mezinárodními turisty, které jsou také rozděleny na polovinu před (20) a polovinu po (20) návštěvě Chamuly. Před návštěvou jsem pokládala 10 otázek a po návštěvě 13.

### 3.6 Analýza textů (JAK?)

Ve své práci jsem také použila metodu obsahové analýzy, což je výzkumná pomůcka používaná k odhalení přítomnosti určitých slov či slovních spojení v jednom či více textech. Výzkumníci kvantifikují a analyzují přítomnost, významy a vztahy těchto slov a slovních spojení a následovně studují vzájemné působení sdělení v textu, autora a publika v kontextu kultury a doby, jež jsou součástí. Postup textové analýzy jsem čerpala z průvodce textovou analýzou, který byl sestaven Mikem Palmquistem a jeho studenty (2005).

Už od 40. let jde o často používanou metodu, zpočátku pouze ruční zpracování kratších textů, později počítačové programy na velké soubory textů. K tomu se ještě přidalo zkoumání mentálních modelů a jejich lingvistického, kognitivního, sociálního, kulturního a historického významu. Dnes se tato metoda používá v mnoha oborech, v marketingu, mediálních studiích, literatuře, etnografii, studiu kultury, sociologii, politické vědě, psychologii, kognitivní vědě a dalších.

Obsahová analýza se dá rozdělit na dva typy: konceptová (conceptual) a vztahová (relational). Já budu ve své práci postupovat analýzou konceptovou, půjde mi o zjištění existence určitých konceptů (v mém případě slov) a jejich frekvence v textu.

Nejprve jsem si určila výzkumnou otázku, kterou je pro mne reprezentace Chamuly v turistických průvodcích. Vzorkem textů jsou pro mne úryvky z pěti turistických průvodců, které vyšly v českém jazyce. *Průvodce do kapsy Berlitz: Mexiko* (2006), *Rough Guide Mexiko* (2008), *Merian live! Mexiko Yucatán* (2008), *Průvodce na cesty Mexiko* (2008) a *Lonely Planet Mexiko* (2009).

Analýza začíná kódováním, tedy zařazováním slov s podobným významem do významových kategorií, jinými slovy jde o selektivní redukci. Carley (1990) uvádí osm kroků v kódování kategorií:

1. Jakou zvolit úroveň analýzy?

Stejně kódovat jen stejná slova nebo i synonyma?

2. Kolik konceptů kódovat?
3. Kódovat s cílem zjistit existenci či frekvenci konceptu?
4. Jak rozlišovat mezi koncepty?  
Jaký stupeň zobecnění? Pouze podstatné jméno nebo i jeho odvozeniny?
5. Stanovit pravidla kódování textů.
6. Co dělat s „irelevantními“ informacemi?  
Slova jako „a“, „nebo“, apod mohou být z kódování vyloučena nebo znovu použita.
7. Samotné kódování textů.
8. Analýza výsledků.  
Snaha dojít k závěrům a zobecněním.

Ve své práci jsem se řídila tímto doporučeným postupem a snažila jsem se analyzovat způsoby, jakými turističtí průvodci lákají k návštěvě Chamuly, co o ní sdělují, před čím varují a jak tím formují představy turistů o indiánech.

### 3.7 Reflexe a interpretace (PROČ?)

*„Výzkumný projekt by měl být reflexivním procesem probíhajícím v každé fázi výzkumu.“<sup>30</sup> (Hammersley and Atkinson, 1995, s. 24)*

Vzhledem k tomu, že je výzkumník vždy součástí sociálního světa, který studuje, musí si uvědomit, že je při jeho práci potřeba reflexivita (Hammersley and Atkinson, 1995, s. 16). Ta spočívá v tom, že veškeré orientace výzkumníka budou vždy ovlivněny jeho socio-historickým ukotvením, místem a hodnotami vlastní kultury. Dále si také musíme uvědomit, že se nelze vyhnout ovlivnění sociálních jevů, které studujeme. Můžeme se alespoň snažit popisovat věci tak, jak jsou a ne jak je sami vnímáme. Proto se snažím problematické momenty reflektovat a být ostražitá i k věcem, které se zprvu nezdají být problematické, ale mohou se jimi stát.

Podle Ch. Boska (1979, s. ix) je společensko-vědní výzkum „kontaktním sportem“ – naše vztahy v rámci výzkumu vytvářejí a strukturují tento kontakt a zase naopak, trvajících kontakt s účastníky výzkumu tyto vztahy přetváří. Z toho vyplývá, že vliv výzkumníka v terénu je nejen silný, ale i nevyhnutelný.

---

<sup>30</sup> „Research design should be a reflexive process operating through every stage of a project.“

Od problému reflexivity se dostávám k problematice zobecnitelnosti terénního výzkumu. Zobecnitelnost (generalizability) je podle J. A. Maxwella (19962) vnitřní a vnější. Vnitřní zobecnitelnost znamená zobecňování výsledků v rámci studované lokality či skupiny a vnější zobecnitelnost se posouvá za její hranice. Deskriptivní, interpretativní a teoretická platnost výsledků výzkumu závisí na jeho vnitřní zobecnitelnosti jako celku. U kvantitativního výzkumu se tato vlastnost nazývá výsledná statistická validita (Cook, Campbell, 1979).

Výzkum bych tedy shrnula jako aktivní proces, při kterém jsou poznatky získávány selekcí, selektivním pozorováním, teoretickou interpretací, získáváním odpovědí na otázky, psaním si poznámek, přepisováním interview a záznamů a posléze psaním závěrečné etnografie. A přesto, že je výzkumník člověk, který má vliv na předmět svého studia, jímž je sociální svět, jehož je součástí, neznamena, že jeho data nemohou být validní a vypovídat o určité „realitě“ s určitou objektivitou.

## 4 EMPIRICKÁ ČÁST

### 4.1 Mayský turismus v San Cristobalu de las Casas a okolí

Spolu s unikátními mayskými ruinami v Palenque jsou koloniální město San Cristobal de las Casas, jako centrum kulturního a sociálního dění a mayská vesnice Chamula dvěma turisticky nejnavštěvovanějšími destinacemi ve státě Chiapas v jihovýchodním Mexiku. Mayská etnika obývají obě strany mexicko-guatemalské hranice a jsou hlavním lákadlem k četným návštěvám této oblasti. San Cristobal de las Casas a San Juan Chamula jsou sousedící municipality<sup>31</sup> ležící ve středním Chiapasu, v horské oblasti Altos de Chiapas. Tisíce mezinárodních turistů směřují do tohoto kraje s cílem najít a okusit etnickou „exotičnost“ mayských indiánů. Chamulská populace je celá mayská, zatímco San Cristobal je převážně mestický<sup>32</sup>. Rozlišení indiánů a mesticů nelze považovat za úplně nejjasnější. Indiáni jsou nazýváni mestici, jestliže jsou „pozápadnění“ (occidentalizados), tedy vzdají-li se původního jazyka, oblečení, náboženských praktik, stravovacích návyků, atd. (Batalla, 1996) V San Cristobalu nalezneme mnoho indiánů, kteří odmítají označení indián, aby zapadli do městského života mesticů. Popírají své indiánské kořeny a odmítají mluvit rodným jazykem.

Naopak celá populace Chamuly je indiánská, protože se všichni považují za Chamulany, bez ohledu na vliv západu, který na ně stejně působí. Chamula je jedinou municipalitou v Chiapasu, na jejímž teritoriu nemohou přebývat mesticové. V jiných municipalitách bývá etnické složení rozmanité, což je často příčinou sociálních, politických a náboženských střetů.

Vztahy mezi San Cristobalem a Chamulou za sebou mají dlouhou historii. San Cristobal byl založen roku 1528 jako španělská osada Villa Real de Chiapa určená ke kontrole indiánských povstání proti španělské koruně. Od té doby má San Cristobal hegemonické vztahy k indiánským etnikům Chamuly. Dodnes si udržel své postavení jako středisko autority v oblasti. Četná literatura dokumentuje rasistické konflikty, sociální nerovnost a ekonomické využívání indiánů mesticů. (de Vos, 1986, Pozas, 1962)

Od počátku 60. let 20. století prošel San Cristobal pozvolnou ekonomickou proměnou, od komercializace indiánských předmětů k ekonomice založené na turismu. Nyní, skoro

---

<sup>31</sup> „Mexický územně-správní systém nerozděluje stát na kraje a okresy jako u nás. Mexiko je federativní republika, která se dál dělí na jednotlivé státy a ty se skládají z municipalit. Každá svobodná municipalita (municipio libre) se skládá z více vesnic a její rozloha není příliš velká. V indiánských oblastech její hranice kopírují hranice předhispánských městských států, tzv. altepetlů, které tímto způsobem přetrvaly dodnes.“ (Hlúšek, 2005, s. 272)

<sup>32</sup> Španělsky mluvící mestici jsou nazýváni „ladinos“

130000 obyvatel přímo či nepřímo závisí na turismu. Stejně tak se i infrastruktura města vyvíjela v návaznosti na jeho turistickou funkci. Dále městu pomohlo strategické napojení na panamerickou dálnici táhnoucí se severním Mexikem až k hranici s Guatemalou. San Cristobal se tak stal nezbytnou zastávkou pro první motorizované cestovatele na jejich cestě do střední Ameriky. Rozmach služeb a turistického zázemí byl spontánní reakcí na nárůst počtu návštěvníků. První podniky si otevíraly místní rodiny jako odpověď na stálé zvyšování návštěvnosti oblasti. Zpočátku šlo o antropology (Harvard Chiapas Project) a několik motorizovaných turistů ze severní Ameriky. Později, během 70. let, začali přijíždět mladí „baťůžkáři“ (mochileros), zejména ze západní Evropy. Tento faktor ve městě postupně vytvořil zvýšenou nabídku levných hotelů, restaurací i obchůdků s ručně vyráběnými výrobky, charakteristickými pro tuto oblast.

Největší nárůst turismu však nastal od poloviny 80. let, kdy byl San Cristobal spojen zpevněnou silnicí s ruinami v Palenque. Nová komunikace přilákala cestovní kanceláře a podnikatele ze severní Ameriky i Evropy. Jimi nabízené výpravy zahrnovaly návštěvu San Cristobalu jako jedné ze zastávek staré „Mayské stezky“ (La Ruta Maya), která je dnes nazývána „Svět Mayů“ (El Mundo Maya). Počátky tohoto luxusněji pojatého a tím i ziskového turismu povzbudily vznik mnohem dražších služeb poskytovaných zámožnějším turistům, kteří postupně začali přijíždět ve velkém množství. Tito cestovatelé jako věkově starší a bohatší klientela vyžadovali pohodlnější zázemí srovnatelné se standardy ve Spojených státech či Evropě. Zvýšení počtu i různorodost turistů povzbudily místní turistický průmysl natolik, že postupně došlo k vytvoření širokého spektra služeb pro různé druhy zákazníků, jak můžeme pozorovat dnes.

Valnou většinu turistických podniků vlastní místní elita bohatých mesticů. Jedna rodina pak ovládá více zařízení, např. hotel s restaurací, obchody se suvenýry, směnárny apod.. Také někteří cizinci (zejména občané Spojených států) se stali podnikateli v atraktivním prostředí místního turistického průmyslu.

#### **4.1.1 San Cristobal jako antropologický terén**

Jak jsem se již zmínila výše, etnický turismus je o „hledání jiného.“ Van den Berghe (1994) trefně označuje toto hledání jako „quest for the other“. Turisté hledají jinakost, odlišnost, exotičnost. V San Cristobalu turisté nemusí chodit „ty druhé hledat“. Mayové přijdou k nim, ať chtějí nebo ne. Turisté jsou fascinováni skutečností, že v San Cristobalu



chodí po ulicích indiáni oblečení v tradičních pestrobarevných oděvech, aniž by dávali najevo, že si turistů všimají. Mnoho turistů toho využívá k fotografování „přirozených“ scén mexického města. Přesto je hledání „jiného“ oboustranné. Jsou to indiáni (zejména Chamulané), kteří chodí hledat turisty. Tito pouliční prodavači a žebráci jsou součástí nelegální ekonomiky. Místní úřady, hoteliéři, majitelé restaurací a ostatní členové místní elity bojují s těmito indiány, odrazují své hosty od kupování a snaží se omezit jejich počet na ulicích. Pouliční prodavači jsou převážně ženy a malé dívky, které se neúnavně snaží „přesvědčit“ turisty ke koupi svých výrobků, kterými jsou pletené náramky, hliněné panenky, ponča, oděvy a další. Vytrvale a neúnavně následují turisty po chodnících nebo na hlavním náměstí. Hodně turistů si stěžuje na jejich způsob získávání peněz. Výrobky prodávají i někteří chlapci, ale ti spíš pracují jako čističi bot nebo prodavači ovoce. Dospělí muži prodávají kožené výrobky, jako třeba pásky, peněženky a kabelky, většinou guatemalské výroby.

Když návštěvníci chtějí zažít indiány při jejich každodenních činnostech, navštěvují trh s potravinami, ovocem a zeleninou, který je pro mnohé cestovatele opravdovou „podívanou“. Právě na trhu v severní části města mohou turisté potkat největší koncentraci místních obyvatel. Turisté sem nechodí nakupovat zboží (někteří si koupí nanejvýš ovoce), ale spíše fotografovat pestrý trh, kde indiáni v rozmanitých oděvech prodávají a nakupují indiánské výrobky.

Myslím, že San Cristobal je ideálním místem pro pozorování turistických rituálů, proto bych se v dalších podkapitolách ráda věnovala poznatkům z mého zúčastněného pozorování v San Cristobalu. To probíhalo na několika místech, na náměstí před kostelem, na tržišti, v hotelech, restauracích a turistických centrech. (viz Příloha 1)

## 4.1.2 Ritualizace turismu v San Cristobalu

Podle autorů Jean a Johna Commaroffových se studium rituálů soustředilo na „mimoevropské“ národy, tedy na „tradiční“ společnosti, kde hlavní funkcí rituálu je „zajištění trvání a návaznosti sociálních systémů, zejména když je ohrožena jejich integrita.“<sup>33</sup> (Commaroff 1993: xvi)

Commaroff (1993) a Kane (1996) ukazují, že rituály nejsou jen události odehrávající se v „primitivních“ společnostech. I sekulární události jakými jsou povstání, demonstrace,

---

<sup>33</sup> „to secure the continuity of the social systems, especially when their integrity is threatened.“

společenská setkání nebo turismus mohou být rituální povahy. Rituál byl vždy etnocentricky definován jako chování připisované duchovním hodnotám a mystickým silám mimoevropských národů. Důsledkem toho by se mohlo zdát, že Evropané jsou lidmi bez rituálů. Tak to ale není. Mnozí autoři naznačují, že rituály existují mimo evropský svět i v něm, v historických společnostech i v prostředí modernity. Právě v podmínkách modernity je rituálů zapotřebí nejvíce, jelikož identita člověka se tu již nevytváří pomocí patriotických symbolů národa, sociální třídy, politické strany, pracovního sdružení nebo pocitu náležitosti nějakému teritoriu. Turismus se objevuje jako druh alternativního rituálu, skrze který si jednotlivec konstruuje a obnovuje svou identitu. Skrze turismus následuje jedinec určitý symbolický řád, ve kterém se sám umísťuje a definuje.

Můžeme tedy říci, že rituál je sociální proces formování identity v prostoru, kde si jednotlivci upevňují, kým jsou, a potvrzují své členství ve skupině, ke které se cítí připoutání. Pro Leache je doplňkem rituálu mýtus, tedy slovní vyjádření toho, co rituál provádí v praxi. „*Rituální chování a smýšlení mohou být pochopeny jako formy symbolického sdělení o sociálním řádu.*“<sup>34</sup> (Leach, 1967, s. 14) V rituálu turismu ale žádný mýtus není. Turismus je rituál modernity, který by mohl spadat do kategorie „rituálů bez mýtů“ (Canclini, 1995) či neritualistického chování (Kane, 1996). Tyto rituály bez mýtů jsou symbolickým tvrzením o novém sociálním řádu, který se zdá být „neuspořádaný“ a liší se od těch uváděných v klasických etnografiích o místně určených a pevně ukotvených společnostech. Mýtus je příběh sdílený všemi jednotlivci, co mu rozumí a identifikují se s ním. Provádějí-li turisté rituály, skrze které definují své identity, jak je možné, že různé národnosti s rozdílným kulturním kontextem mohou sdílet stejný rituál? Jde o to, že rituál turismu upevňuje každému jednotlivci identitu, přičemž se jedná o „narcistický proces.“ (Canclini, 1995, s. 25) Zde vyvstává několik otázek. Pokud turisté posilují své identity skrze rituál turismu, k jaké skupině se tím hlásí? Jak můžeme identifikovat komunitu, ke které turisté patří v momentě provádění rituálu turismu?

Podobné otázky si kladli antropologové Jameson (1997), Clifford (1997), Appadurai (1997) a další a došli k závěru, že je potřeba nového způsobu mapování sociálních skupin. Komunity nejsou prostorově spojeny, jak si antropologové dříve mysleli. Vědeckosti metod a průhlednosti reprezentací, ať už vizuálních či psaných, nelze dnes věřit. (Clifford, Marcus, 1986) Vesnice byla „zvládnutelná“ jednotka, ve které mohli učenci soustředit své výzkumné praktiky (Clifford, 1997). Sociální vztahy jsou ale v modernitě uspořádány podle jiných

---

<sup>34</sup> „Ritual action and belief are alike to be understood as forms of symbolic statement about the social order.“

pravidel. Tak vznikly různé teoretické přístupy k novému druhu sociálních vazeb v modernitě: Appadurai (1997) a jeho komunity sentimentu, Canclini (1995) a jeho komunity spotřebitelů či Giddens (1991) s národními životními styly. Tím se dostávám k určení mé zkoumané skupiny, turistů. V žádném případě je nelze považovat za jednolitou sociální jednotku. Rituálem turismu navazují domnělé a symbolické vztahy. Definují svou identitu skrze socializaci s ostatními cestovateli, místními či ve vztahu s lidmi ze svého místa původu. Takto si turisté narcisticky potvrzují svou identitu – skrze provádění turistických rituálů.

Turistické rituály v San Cristobalu jsou velmi rozmanité, že by se nám těžko podařilo je uvést všechny. Rituál turismu se odehrává v momentě, kdy si turisté v určitém sledu znovu potvrzují svou identitu pomocí narativů o tom, co dělají.

Studium turistických rituálů probíhá stejným způsobem jako v minulosti studium rituálů u mimoevropských společností. Antropologové analyzovali schopnost mimoevropských společností adaptovat se na prostředí modernity, aniž by byla jejich „tradiční“ kultura úplně nahrazena západními hodnotami. Tyto společnosti nazývají různí autoři různě – hybridní (Canclini, 1995), kreolské (Hannerz, 1987) či cestující kultury (Clifford, 1997). Ve své práci se nezaměřuji na mimoevropské kultury, nýbrž na západní svět. Ten také není celistvou homogenní kulturou, též v něm dochází k hybridizaci kultury. Identita jejích členů také není stálá, pevná či vázaná, je v permanentní transformaci k předefinování toho, kým jedinec je v podmínkách modernity.

Každý turista, který chce poznat mayskou kulturu, pak musí provádět světský turistický rituál. Pohodlně se ubytuje v hotelu, stravuje se na doporučených místech, okusí „typické“ jídlo, nakoupí místní výrobky zpravidla nabízené výhradně turistům a navštíví místa označená jako „nutná vidět“ (must see), kterými jsou muzea, trhy, indiánské vesnice, atd. Každý z mnoha turistických průvodců nabízí u každé kategorie několik ohodnocených položek se zasvěceným komentářem. A právě kvůli tomu, jak jsou tyto zážitky organizované, se někteří turisté (zejména mladí nezávislí cestovatelé) vyhýbají „turistickým místům“ a vyhledávají „autentická“ či nezkažená místa a snaží se uniknout rituálu turismu. Pojem „turista“ se stále více používá jako posměšné označení někoho, kdo se zdá být spokojený se zjevně neautentickými zážitky. (MacCannell, 1973, s. 592) I přesto, že nezávislí cestovatelé předstírají, že nejsou turisty a snaží se vyhnout jakémukoli zprostředkování zážitku „jiného“, stejně se nemohou vyhnout mnoha turistickým rituálům. Jako ostatní návštěvníci i oni potřebují hotelový pokoj na přespaní, stravovat se v restauraci, kupovat pohledy, ruční výrobky a ostatní potřebné věci. Mnoho aktivit je i pro ně vázáno na zprostředkování zážitku. (Giddens, 1991) K tomu ještě sami následují ritualistické chování tím, že fotografují,

vyměňují si informace s ostatními turisty, chodí po ulici se svými zavazadly, dostávají se do kontaktu s pouličními prodáváči, apod. Turisté prostě nemohou uniknout rituálům turismu.

Místní obyvatelé turistické rituály neprovozují. Mestici ani indiáni samozřejmě nebydlí v hotelech, ani nekupují ruční výrobky, o vzájemné fotografování nemají zájem a nenavštěvují turistické atrakce. K ritualizaci Mayů mají všechny tři skupiny, které můžeme v oblasti potkat, jiný vztah. Vezměme si příklad indiánského chlapce, který čistí na ulici boty. Jde kolem turista, který si chlapce fotí. Vidí to mestic, který chlapce vyhání z náměstí. Pro turistu je chlapec autentickým zážitkem, který si rád vyfotografuje. Pro mestice chlapec symbolizuje chudobu, stydí se za to a nechce, aby jeho město dostalo špatný turistický obraz. Pro chlapce je výsledkem ritualizace výdělek, za fotografii mnohdy dostane od turistů drobné pesos.

Rituál nelze opustit. I když někteří turisté nemusí mít zájem o poznání mayské kultury, stejně mu neuniknou. Nevyhnutelně musí využívat služby a zařízení ve městě a jsou vystaveni monumentalizaci Mayů v ulicích San Cristobalu (jedna z následujících podkapitol je věnovaná tomuto procesu). Zážitek poznávání Mayů má tedy určitý formát, ritualizovaný postup následující plán cesty a pravidla chování. Role tržní ekonomiky je klíčová a ať se nám to líbí nebo ne, funguje i v mexických horách – turistický průmysl vyzdvihuje či „vynalézá“ Maye jako předmět zájmu a propaguje „posvátná místa“, která turisté „musí vidět“ a určuje chování, které je nezbytné při provádění rituálu turismu.

### 4.1.3 Chamula jako antropologický terén

Chamula je venkovská převážně tzotzilsky mluvící municipalita<sup>35</sup> s vesničkami roztroušenými po okolí. Název Chamula znamená „voda hustá jako z hlíny“ či „z vyschlého jezera“ (agua espesa, como de adobe).

Co se historie týče, byla Chamula svébytnou a odlišnou kulturní entitou ještě před dobytím Ameriky Španěly (Gossen, 1974)<sup>36</sup>. Kroniky z té doby označují Chamulu jako jedno z hlavních center zalidnění v oblasti Altos de Chiapas. (Pozas, 1962, s. 17) Spolu s Huixtanem byla poslední, kdo přijal vůli dobyvatelů Luise Marína a Francisca de Medíny v roce 1524, kdy byla Chamula věnována jako územní dar (encomienda) Bernalu Díazovi del Castillo. Poté přežila následující staletí koloniálního útisku a vykořisťování. Řád dominikánů se snažil

---

<sup>35</sup> Jedna z největších municipalit, kterých je na území Chiapasu celkem 21.

<sup>36</sup> Stručný přehled historie Chamuly jsem čerpala z knihy G. Gossena (1974, s. 1-5)

soustředit obyvatele roztroušených vesnic do populačních center (reducciones), což se podařilo roku 1550 a pouze do rozsahu tří center. Jejich pozůstatky jsou dodnes patrné na rozdělení Chamuly do tří barrií. Dále se Chamulové okrajově zúčastnili Tzeltalského povstání v letech 1712 – 1715. Po získání nezávislosti na Španělsku v roce 1821 následovalo období Chiapasu jako nezávislého státu (1821 – 1823) a pozdější rozhodnutí v referendu o připojení se k Mexiku a nikoli ke Guatemale. Situace Chamuly se ale nezměnila, proto došlo v letech 1869 – 1870 k tzv. cuzcatskému povstání a vzniku revitalizačního hnutí bojujícího za práva a moc indiánů. Symbolický čin ukřižování malého chlapce na Velký pátek roku 1868 odrážel synkretickou povahu hnutí (ukřižování následovalo křesťanskou doktrínu i návrat k původnímu kultu slunce). Obrana kultu dala vzniknout ozbrojeným tisícům indiánů, kteří týrali a zabíjeli ladinos (španělsky mluvící mestice), kteří hromadně utíkali z oblasti. Toto období bylo završeno neúspěšným vpádem do San Cristobalu roku 1868 a potlačení hnutí v následujícím roce. Během diktatury prezidenta Porfiria Díaze (1867 – 1910) byl hlavním problémem Chiapasu, stejně jako celého Mexika, nedostatek zemědělské půdy k obživě. To dohnalo mnoho Chamulanů do dlužního otroctví velkým statkům (haciendas). Mexická revoluce v následujících 7 letech znamenala pro Chamulu strádání, ať už pod jednou či druhou mocenskou stranou. Redistribuce země do rukou Chamulů ustanovená v Ústavě z roku 1917 začala až za prezidenta Lázara Cárdenase. Území Chamuly se díky kolektivní územní podpoře (ejidos) zvýšilo do roku 1968 na 364,5 km<sup>2</sup>, i když hustota obyvatel zůstala stále vysoká (73,6 osob na km<sup>2</sup>). Od 30. let 20. století došlo ke třem zásadním změnám: administrativní – za prezidenta a starostu museli být voleni bilinguální vzdělaní muži a monolinguální stařešinové museli mít 8 španělsky mluvících zapisovatelů (escribanos), dále byla vybudována zpevněná silnice mezi Chamulou a jejím administrativním i rituálním centrem a za třetí bylo roku 1948 ustanoveno Koordinační centrum Tzotzilů a Tzeltalů (Centro Coordinador Tzotzil Tzeltal). Koncem 20. století cítili indiánští zemědělci, že byly jejich chudobné podmínky mexickou vládou dlouho přehlíženy. K tomu se přidala finanční krize roku 1982 a Mexiko bylo nuceno k restrukturalizaci ekonomiky a nové územní reformě. Vláda prezidenta Carlose Salinase de Gortari se snažila uvolnit mexickou ekonomiku, odvolala garanci komunálně vlastněných ejidos a když v roce 1994 nastoupila v platnost Severoamerická dohoda o volném obchodu (North American Free Trade Agreement), cítili se indigenní obyvatelé úplně opomenuti. Tato nespokojenost vedla ke vzniku EZLN (Ejército Zapatista de Liberación), běžně označovaná jako Zapatistické hnutí. Své jméno odvozuje od Emiliana Zapaty, generála mexické revoluce 1910, který bojoval za práva chudých farmářů. Vše začalo ozbrojeným povstáním proti federální vládě roku 1994, kdy byla obsazena 4 města

(nejvýznamnější San Cristobal), 600 statků a získána moc nad čtvrtinou státu. Zapatisty jsou především Tzotzilové a Tzeltalové a jejich mluvčí sub-comandante Marcos získal brzy pozornost celého světa. Po vytlačení Zapatistů ze San Cristobalu byli mexickou armádou ekonomicky a politicky odříznuti ve svých pevnostech v pralese. Roku 1996 podepsaly obě strany mírovou dohodu. Od té doby proběhlo několik masakrů, nejznámější actealský roku 1997, kdy bylo v kostele zabito 47 indiánských uprchlíků. Roku 2000 obnovila EZLN svůj odpor a roku 2003 vyhlásila na zapatistickém území nezávislou autonomní vládu. Nyní jde hnutí především o vybudování zdravotnických zařízení a škol v mayských komunitách, o uskutečnění „6. Deklarace lakandonského pralesa“ (Sexta Declaración de la Selva Lacandona) a odstartování „Jiné kampaně“ (La Otra Campaña Zapatista).

Populace Chamuly je rozložena nerovnoměrně podél svahů okolo náhorní plošiny Antiplano Central v nadmořské výšce 2260 m n.m. Rozloha Chamuly je 82 km<sup>2</sup> horského terénu, přičemž 80% je opravdu hornatých a pouze 20% alespoň částečně rovinatých.

Celková populace Chamuly čítala v roce 2003 59005 obyvatel<sup>37</sup> (podle ukazatele nad silnicí vedoucí do Chamuly je to nyní již 79000), což bylo 12,27% populace regionu a 1,50% populace státu. Rozvržení populace podle pohlaví bylo 47,58% mužů oproti 52,42% žen. Je pozoruhodné, že 72% populace je mladší 30 let a střední hodnota věku (medián) je 16 let.

Etnické složení Chamuly je dosti homogenní, 98,17% obyvatel je indigenního původu, z nichž 62,88% mluví pouze jedním jazykem (převážně pouze tzotzilem). Pro srovnání představuje indigenní populace 24,98% z celkové populace Chiapasu a zároveň 68,80% z populace regionu.

Zalidnění je soustředěno kolem kukuřičných polí (milpas). Jednou z tradičních zemědělských technik, která je společná většině horských etnik, je vypalování lesů za účelem získání půdy (slash-and-burn). Chamulané tak získávají půdu na pěstování kukuřice. Kvůli této metodě a dále vytěžování lesa vážně ubývá lesního porostu, který se těžko obnovuje. Mladá tráva rostoucí na vypálené půdě bývá spásána ovceci a přeměňuje se v erodovanou půdu, na které nic neroste. Hlavní subsistencí je trojice kukuřice – tykev – fazole doplněná brambory a zelím. Skoro každá domácnost vlastní stádo 6 – 15 ovcí na vlnu (na vlastní oděv,

---

<sup>37</sup> čerpáno z Enciclopedia de los Municipios de México (dostupná na <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/chiapas/municipios/07023a.htm>), nejnovější dostupné statistiky týkající se Chamuly.

ale přebytek na prodej), ale skopové maso se skoro nejí. Slepice a krocani představují malý výtěžek z prodeje vajec a bývají konzumováni a obětováni během slavností a rituálů. Někdy jsou chováni domácí králíci. Některé suroviny potřebné k rituálním praktikám (tabák, vosk, třtinový cukr, cukrová třtina, vonné esence z borovicové pryskyřice, tropické rostliny) musí být kupovány v San Cristobalu. Jen některé bohatší rodiny mají dost půdy, aby vyprodukovaly dostatek pro sebe a ještě jim zbylo na prodej. Dalším způsobem obživy je práce na kávových plantážích v údolí a samozřejmě obchod, tedy prodej vlastních výrobků (zejména turistům).

Jediným místem, které se stává více a více urbánním je cabecera municipal (správní centrum), a to díky zvyšující se hustotě osídlení, stavbě nových domů, zpevněných silnic a ulic. Cabecera municipal je politickým a náboženským centrem, kde sídlí místní náboženské i obecní autority, a kde se konají důležité veřejné události (mapa viz Příloha 2). Podle statistiky z roku 2000 žije 4,85% populace Chamuly v cabecera municipal a 95,15% obývá 109 venkovských lokalit, což reprezentuje 99,09% lokalit, ze kterých se skládá municipalita. (viz Příloha 12)

74,00% populace se hlásí ke katolictví, 3,89% k protestantsví, 2,31% k neevangelickým směrům a 18,00% je bez vyznání. V Chiapasu a v celém Mexiku je to následovně: katolíků 64,28% (63,83%), protestantů 17,97% (13,92%), neevangelických směrů 3,57% (7,96%) a bez vyznání 12,46% (13,07%).

Tyto fakta bych ráda později porovnála s výsledky mých rozhovorů. Jde mi především o pohled turistů na indiány, ne o vyhodnocování jejich odpovědí za správné či špatné. Přesto mi tato fakta a statistické údaje mohou pomoci odhalit, zda jsou turisté schopni odhadnout alespoň obecné charakteristiky a trendy vývoje v Chamule.

## **4.2 Vynalézání velkolepého mayského indiána**

V minulosti byli indiáni a jejich kultura v San Cristobalu odmítáni jako symbol „zpátečnictví“ a „primitivismu“. Nyní jsou Mayové záměrně považováni obyvateli San Cristobalu za kýženou součást města. Přítomnost Mayů je patrná po celém městě: v

architektuře, reklamách, názvech obchodů, dekoraci, plakátech, pohlednicích, muzeích, knihovnách, výzkumných centrech, turistických autobusech, atd. (viz Příloha 3)

Turistické zázemí se změnilo v „obřadní místa“ (ceremonial places či monuments), kde dochází k ritualizaci Mayů. García Canclini (2005, s. 133) říká, že náměstí nebo muzeum se mohou stát obřadními místy, pokud obsahují symboly identity, předměty a suvenýry vztahující se k místním hrdinům, bitvám či slavným událostem z minulosti, které jsou dodnes uchovávané jako odkazy ke kořenům. Takto je zachován autentický model identity. Těmito obřadními místy mohou být různá místa – hotely či restaurace, kde je mayská kultura vystavována a konzumována. Artefakty, umění, ruiny, obrazy indiánů a jejich sociokulturních praktik jsou zde přeměňovány na obřadní předměty.

Canclini (2005, s. 129) dále zavádí pojem „monumentalizace“ v souvislosti s Antropologickým Muzeem v Ciudad de Mexico. K procesu monumentalizace se připojuje komplementární proces miniaturizace. Historie za svou spojitost vděčí tomu, že vše, co skutečnost ukazuje jako neurčené či neurčitelné, je asimilováno pomyslným opravným mechanismem směřujícím k nepatrnosti nebo naopak nesmírnosti. To je podle autora patrné v lingvistických operacích zabývajících se „jiným“, jimiž jsou megalizace a miniaturizace jako rituální akty „metabolizací jiného“ (metabolization of the other). Jiný se tak stává stravitelným – jeho velkolepost je uznána, současně redukována a stává se důvěrnou. Stejně tak jsou Mayové v San Cristobalu monumentalizováni (předměty odkazující na velkolepou mayskou civilizaci) i miniaturizováni (tyto předměty činěny důvěrnými pomocí fotografie či jejich zakoupením).

Monumentalizace Mayů není projektována pouze vizuálním zobrazováním, ale je výsledkem komplexní kombinace projevů různých forem a rozmanitých sdělení, které se mezi sebou překrývají. Dohromady tvoří to, co Wernick (1992, s. 182) nazývá „propagační sdělení“: „*propagační sdělení je soubor označení, které dohromady reprezentují (zastupují), zastávají (jednají ve jménu) a anticipují (předjímají) opakující se entitu či entity, na které odkazují.*“<sup>38</sup> Tento komplexní soubor označení je „intertextuální“ (Wernick, 1992, O’Donohoe, 1997). Vizuální zobrazení neexistují o samotě, jejich významy souvisí

---

<sup>38</sup> „A promotional message is a complex of significations which at once represents (moves in the place of), advocates (moves on behalf of), and anticipates (moves ahead of) the circulating entity or entities to which it refers.“



s ostatními formami reprezentace, jež na ně odkazují, jakými jsou například hotelová výzdoba, architektura nebo turističtí průvodci.

Monumentalizace Mayů znamená proces systematického vynalézání subjektu skrze reprezentace. Vědomí velkoleposti Mayů není pouze předáváno shora dolů od turistického průmyslu na jednotlivce za účelem maximalizace zisku, který zaměstnanci tohoto průmyslu vydělávají na indiánech.

Reprezentace Mayů však samy o sobě nejsou jediným činitelem ve formování představ turistů, pouhé vystavování Mayů nemůže samo o sobě vyzářovat „posvátnost“. „Posvátnost“ rituálních předmětů není dána pouze turistickým průmyslem ani není přímo zakotvena ve vlastních reprezentacích. Monumentalizace Mayů je výsledkem sociokulturních interakcí mezi turisty a reprezentacemi. Posvátný charakter reprezentací je získán sociálními interakcemi turistů s jinými turisty, s mestici a s indiány. Teprve lidé jim dodávají podobu tím, že si kupují mayské předměty a symbolicky se vztahují k reprezentacím. Teprve až skrze rituál turismu je monumentalizace Mayů smysluplná pro její představitele čili turisty.

Tímto procesem monumentalizace je vynalézán velkolepý mayský indián. Záměrně jsem použila slovo „vynalézán“, čímž odkazuji na „vynalézání tradice“ E. Hobsbawma (1992). Podle něho jsou tradice vynalezené, konstruované, ať už ustavené dříve či nedávno. Tyto tradice jsou souborem praktik, řízeným pravidly a majícím rituální či symbolickou povahu, které se snaží vštěpovat hodnoty a normy chování pomocí opakování. Udržují tak kontinuitu s minulostí. Myslím, že jde o proces se stejným průběhem jako vynalézání a konstruování mayského indiána.

#### **4.2.1 Nepřímým formováním představ – předměty**

Monumentalizace Mayů probíhá nepřímým kontaktem turistů s reprezentacemi podávanými jim cestovním ruchem a průmyslem služeb. Tyto reprezentace Mayů jsou zprostředkovány romantickým zobrazením triumfální starodávné mayské civilizace. To probíhá především vizuálně: fotografiemi, obrazy, nástěnnými malbami, plakáty, pohlednicemi, kalendáři, letáky, apod. Tyto obrazy nacházíme v hotelových pokojích, restauracích, obchodech, butikách, autobusech a kancelářích turistických informací.

Monumentalizují pouze určité aspekty indiánského života; zobrazují indiány nosící pestré tradiční oděvy, bydlení v jednoduchých domech z hlíny či nepálených cihel, indiánské vesnice s romantickými horskými krajinami v mlze, indiány provozující „něco“, co může být jak náboženský rituál, tak „tradiční“ medicína. Ať už to má značit cokoliv, jde o zobrazení indiánů žijících v izolaci a provádění jejich kultury bez konfliktu, jakoby byl život v indiánských vesnicích stejně harmonický jako smějící se děti na pohlednicích. Tyto obrazy neukazují proces integrace indiánů v moderním světě. Prvky západní kultury jsou vyloučeny, aby byl zachycen její starodávný rozměr. Turisté nemohou být přítomni na pohledech sancristobalského trhu ani chamulské katedrály, přestože tvoří nedílnou součást každodenního života těchto míst. Stejně tak nesmí být na pohledech vidět betonová zídka za sedící mayskou ženou věnující se tkaní. (viz Příloha 4)

Vizuální reprezentace domů s doškovými střechami, bosých žen, dětí hrajících si v hlíně, starých mužů nosících na zádech dřevo, atd. vyvolávají ideu „tradičního“, „autentického“ mayského indiána. Autenticitu Chamule také dodává absence služeb a turistického zázemí. Chudobné podmínky, ve kterých většina chiapaských indiánů žije, se vyznačují nedostatkem tekoucí vody, elektřiny a zdravotních služeb, jak je zná západní civilizace. To jsou také hlavní příčiny vysoké míry podvýživy dětí, vysoké kojenecké úmrtnosti a jiných endemických problémů. Ty jsou odvrácenou stránkou věci, kterou vizuální obrazy Mayů neukazují. Místo toho jsou považovány za potvrzení toho, že indiáni ještě nebyli zkaženi modernizací. Chudoba se stává důkazem „původnosti“ mayské kultury, tichou součástí mayské „autenticity“ a „primitivismu“ indiánů. Proto je tedy v procesu monumentalizace Mayů a jejich kultury oslavována chudoba jako nedílná součást jejich identity. Upřednostňování zobrazení indiánů jako smějících se žen a dívek tkajících na kolenou na zemi, se nejen snaží ukázat, že je jejich chudoba cílená, ale také s sebou nesou myšlenku, že indiáni „odmítají“ jakýkoli západní vliv. Usměvavé obličejové naznačují, že štěstí indiánů pochází z jejich touhy být chudý odmítáním západního života, který se nikdy neobjevuje na jejich zobrazení. Obrazy dětí smějících se a hrajících si v blátě nebo dětí pracujících se svými matkami na tkaní s „tradičním“ telar de cintura (pásem přes záda) nám mají podávat stejnou zprávu. Tržní ekonomika turismu vytváří narativy, které mění nemoci, kojeneckou úmrtnost a bídu v „autentického“ a šťastně „nezkaženého“ Maye.

V komerčních turistických zařízeních jsou vystavovány textilie, keramika, repliky oltářů a jiné indiánské artefakty podávající různá sdělení. V kterémkoli hotelu najdeme huipiles (indiánské haleny), které jsou buď pověšeny na zeď nebo přehozeny přes nábytek jako ubrusy. Na zdích visí barevné huipiles, které jsou po straně rozpárané, roztažené a

zarámované. Velké hliněné nádoby, které se v indiánských vesnicích používají ke skladování vody nebo na přípravu atole (hustého nápoje z kukuřice pro stovky lidí během oslav), jsou v mnohých hotelích a restauracích využívány jako květináče v zahradách nebo jako pouhé odpadkové koše. Kadidelnice, nádoby na svíce a jiné indiánské náboženské pomůcky jsou buď užity jako dekorace nebo mají i praktický účel, třeba jako popelníky.

Stejně tak cestovní kanceláře jsou celé bohatě vyzdobené mayskými předměty. Na stěnách visí sytě růžová ponča indiánů ze Zinacantánu hned vedle plakátů pyramid v Palenque, vodopádů Agua Azul a jiných kulturních či přírodních atrakcí. Pomáhá to vzbuzovat dojem sdělované znalosti propagované oblasti a kompetentnosti vůbec. V hlavní turistické kanceláři poblíž Zócala najdeme podél jedné zdi starou dřevěnou skříň plnou různých propagačních materiálů a ostatní zdi jsou vyzdobeny mayskými soškami, ponči a plakáty. Takto se stávají předměty monumentalizovány a v turistických zařízeních jim je poskytnut nový kontext. García Canclini (1993, s. 79) hovoří v tomto kontextu o situaci předmětů v muzeu:

*„Muzeum vyjímá předměty z jejich původního kontextu a zdůrazňuje jejich estetickou hodnotu, ale nestanovuje jejich cenu; pouze je vystavuje k nahlédnutí. Když je předmět umístěn v neutrálních místnostech, zjevně mimo historii, je také oddělen od svého sémantického i pragmatického kontextu a jeho význam je odvozován od vztahů, které si předmět vytváří s jinými předměty ve vnitřním uspořádání muzea.“<sup>39</sup>*

Podle mého názoru lze tento postřeh vztáhnout i na jiná místa, jakými jsou například turistická zařízení jako hotely, restaurace nebo turistická centra. Tam všude jsou mayské artefakty dekontextualizovány, odebrány ze svého původního kontextu a jejich význam je ovlivněn vztahem k ostatním artefaktům či jiným reprezentacím a také druhem zařízení, kde jsou vystavovány. Signifikace je tedy dána vzájemným působením předmětů v rámci výstavy a nikoli jejich původním kontextem. Takto ztrácíme jakékoli odkazy k původní funkci předmětů. Zapomínáme tak, že nádoby byly původně určeny na vodu a ne na odpadky a že oblečení bylo vyráběno na nošení. Předměty ztrácí své původní použití a získávají nové, s rozdílnou signifikací. Nejsou tedy pouze dekontextualizovány, ale také rekontextualizovány.

---

<sup>39</sup> „A museum removes crafts from their native context and emphasizes their aesthetic value, but it does not price them; it simply puts them on display to be looked at. As it enters those neutral salons, seemingly outside history, each craft is detached from its semantic and pragmatic references, and its meaning is fashioned from the relations that its form establishes with those of other articles in the internal syntax of the museum.“

V novém aranžmá získávají nové významy a stávají se „obřadními monumenty“ (Canclini, 1993).

Podle Lévi-Straussovy (1966) teorie logiky soudržnosti jsou Mayové takto „uspořádávání“. Podle něho vyžaduje naše mysl pořádek, řád, a ten může být dosažen rozlišováním, všímáním si a umístováním všeho, čeho si je naše mysl vědoma, na bezpečné, znovu vymezitelné místo. Monumentalizace Mayů je dána rekontextualizací a resignifikací indiánských předmětů, zobrazení a jiných forem reprezentace. Odpovídá vytváření řádu, a proto jsou indiáni a jejich kultura rozloženi na části, organizováni, replikováni, opět sestaveni a tak vystavováni. Jsou uspořádáni v návaznosti na dekorativní, symbolické či estetické aspekty. Tento proces je dán řádem, ve kterém intertextualita sdělení reprodukuje komplexitu signifikací, které představují Maye jako klidné, čisté, nezkažené a starobylé.

V jakékoliv restauraci v San Cristobalu najdeme na zdích textilie, šípy, masky a keramiku pocházející od různých mayských etnik, ale také ubrusy z Guatemaly a barevné jídelní lístky z přírodního papíru vyráběného Nahuy ve středním Mexiku. Identita původních výrobců splynula v jednu kategorii – v obecně „mayské“. Všechny etnické odlišnosti se slévají do monolitického vyjádření „mayského indiána“. Dostáváme z toho pocit, že indián musí být homogenizován, aby mohl být reprezentován pro turistický konzum. Velkolepost mayské kultury tedy spočívá v odstranění rozdílů mezi jednotlivými etniky, přičemž společným jmenovatelem se stává označení „Maya“ a odkaz na kulturu s „exotickými“ sociálními i náboženskými praktikami.

Nezbytnou turistickou výbavou jsou průvodci, letáky, obrázky, pohledy a široké spektrum reprezentací Mayů zabudované do plánů cesty, které turisté musí absolvovat, aby poznali Maye a jejich kulturu. Na plánu najdeme určité vesnice, co musí turisté navštívit, muzea, kam se musí podívat, jídlo, které musí ochutnat, minimální informace, které by měli vědět, výrobky, které by si měli koupit, události, při kterých musí být a spoustu dalšího, aby se ujistili, že je jejich zážitek významný a dostatečný a mohou říci, že „tam byli“. Až se vrátí domů, budou moci říct svým přátelům a příbuzným, že „zažili“ Maye. Jako nevyvratitelný důkaz jim poslouží fotografie, odeslané pohledy a zakoupené místní výrobky, stejně jako razítko v pase. Tyto důkazy jsou „osvědčením sociální platnosti“ jejich zážitku Mayů. Předměty jsou vystavovány v domácnostech turistů, buď jako dekorace obývacích pokojů nebo v praktickém využití předmětů. Symbolický charakter předmětů je přemístěn domů. Monumentalizace těchto předmětů je zachována, ale je jí dodán nový symbolismus – předmět je vystavován vedle jiných předmětů z jiných cest, z úplně odlišných míst. K předmětům se

také vážou příběhy a vtipná vyprávění. Dostávají se tak do úplně jiného kontextu a pro každého reprezentují něco jiného. Celia Lury (1997) říká, že smysl některých předmětů (jako jsou autobusové jízdenky, lístky na památky, atd) není dán místem jejich původu, nýbrž místem jejich posledního odpočinku. Jejich význam tkví v tom, že jsou něčím „k odvezení domů,“ jde tedy o význam ryze osobní, citový, který není objektu vlastní ani veřejně ceněný. Některé turistické předměty jsou samy vědomě umístěny v pohybu. Smysl nemají ani jako výsledek svého místa vzniku ani jako svého posledního odpočinku, ale ve své povaze jako „bytí mezi“, přičemž ztělesňují sám pohyb cestování. Příkladem takovýchto předmětů jsou třeba trička s nápisem navštíveného místa. Pohyb předmětů a lidí není synonymní. Předměty ne vždy doprovázejí lidi a působí na ně jiné vlivy než na lidi. Mají vlastní život a mají vliv na sociální identitu, sociální a kulturní vztahy a spotřebu.

S potřebou „odvézt si něco domů“ souvisí i problematika fotografování. Turisté si pomocí fotografie odváží domů důkazy své přítomnosti v navštívené krajině a zejména miniaturizované osoby, památky či krajiny, které jsou tak pro ně uchopitelnější a jakoby „přenosné“. Zde nastává v Chamule konflikt mezi chápáním fotografie turisty a domorodci. Turisté se za každou cenu snaží fotit, jelikož „co není na fotografii, jakoby nebylo.“ Fotografie potřebují, aby si lépe zapamatovali své zážitky a obrazy, které vidí na okamžik ve skutečnosti a později by si je bez fotografie nebyli schopni do detailu vybavit, jak pro svou potřebu, tak pro vylíčení svých zážitků blízkým či přátelům. U některých turistů – fotografů se připojují estetické důvody, snaží se originálně zachytit pohledy, které už byly stokrát zachyceny před nimi.

Chamulané mají na fotografování jiný názor, proto zakazují fotografování některých objektů, lidí či situací. Jak průvodci rádi říkají, důvodem je víra indiánů v silnou zákeřnou moc fotografie „vzít jim duši“. Po hlubším pátrání po příčinách jsem zjistila, že jde spíše o obranu Chamulanů před turisty, o obavu z finančního zneužití jejich osob či kultury. Bojí se, že když si je turisté vyfotí, dostanou ve své zemi za fotografie peníze a Chamulané z toho nebudou mít nic. Proto někteří indiáni dovolují turistům, aby si je vyfotili, ale pouze s řádnou finanční kompenzací.

## **4.2.2 Nepřímým formováním představ – filmy, divadlem**

Na turisty se monumentalizace Mayů přenáší nejen materiálními předměty, ale také zážitky a vjemy. V době mého terénního výzkumu probíhala každý večer od středy do neděle

v sancristobalském divadle Teatro Daniel Zebadua představení muzikálu Palenque Rojo autora Hiram Mariny. (plakát viz Příloha 5) Turisty byla hojně navštěvována. Zaměstnanci divadla měli před vchodem malý pult, u kterého lákali každý den, kdy se hrálo představení, kolemjdoucí turisty. Byli to také cizinci a díky jejich pestrému národnostnímu zastoupení – dvě Angličanky, jedna německy mluvící Kanadanka, jeden Ital a Američan – oslovovali turisty pokaždé jiným jazykem, zaváděli s nimi řeč na společná témata a tak velice úspěšně prodávali lístky. Nejlepší lístky byly často vyprodány už během odpoledne. Večer před představením stál u vchodu hlavní hrdina v barevném kostýmu, se kterým se mohli kolemjdoucí fotit. Po vstupu do divadla byli diváci uváděni dlouhovlasými lakandonskými indiány do sálu. Samotné představení je o mytickém příběhu mayského vládce, slavného Kan Joy Chitama II, syna vládce Pakala II a bratra Kan Balama II z dynastie vládnoucí v Palenque. Během dvě hodiny trvajícího představení jsou diváci vystaveni monumentálním a výpravným scénám podbarveným dramatickou hudbou a propracovanými kostýmy. Veškeré mluvené slovo (jde o krátké dialogy a většinou jen pokřiky) je pronášeno tzotzilsky. Důraz je kladen spíše na dojem než na porozumění, protože jde především o taneční a hudební show. Z místního představení odcházejí všichni diváci (téměř cele zastoupeni turisty) se silným dojmem a zážitkem „mayského“.

Masový vliv na mnoho lidí měl podle mého názoru velkolepý projekt Apocalypto režiséra Mela Gibsona (USA, 2006; viz Příloha 5). Jde vůbec o první filmové zpracování tematiky starobylé mayské říše a jejího zániku, který je opředen mnoha otázkami. Hlavní hrdina Jaguáří tlapa se vydává na zběsilý útěk ze zajetí, aby zachránil nejen svůj život, ale i milovanou rodinu. Tato zápleтка však není na filmu nejzásadnější, nejpozoruhodnější je vizualizace mayské civilizace na velkém plátně. Jde o opravdu výpravný film, kde kamera mistrně zabírá akci na scéně, ať už jde o lov divokého tapíra nebo obětování zajatců na vrcholku pyramidy. Pro zvýšení autenticity se po celý film mluví původním mayským jazykem Yucateca, kterým dodnes mluví původní obyvatelé Yucatánu. To vše dává člověku dojem jakoby byl „při tom“, přímo na scéně s hlavním hrdinou. Nebudu na tomto místě hovořit o antropology diskutovaných historických nepřesnostech filmu, jelikož mi jde spíše o ukázání procesu formování představ lidí západního světa o mayských indiánech.

Dalším faktorem jsou naučné televizní programy typu National Geographic, které přináší televizním divákům nepřímé zážitky exotických míst a kultur až domů, aniž by museli opustit svůj obývací pokoj.

Na této úrovni probíhají první setkání budoucích turistů s Mayi. Málokdo unikne nějakému mediálnímu zobrazení indiánů. Vidíme tedy, že pohled turistů na Maye je silně ovlivněn i okolním diskurzem a vizuálními podněty přicházejícími z televize či kina.

### **4.2.3 Nepřímým formováním představ – texty a turistickými průvodci**

Také tisk (různé brožury, časopisy a letáky) přináší romantický portrét Mayů a hraje tak důležitou roli v monumentalizaci Mayů. V dnešní době se k tomu ještě připojuje moderní médium internetu, jehož rostoucí vliv na povědomí, představy a obraz světa je nesporný. Jde o médium, skrze které je možné být virtuálně na druhém konci světa a současně reálně neopustit svůj domov. Mnozí lidé dospěli k názoru, že nemusí nikam jezdit, aby poznávali svět a virtuálně cestují, aniž by se vzdali svého pohodlí a nastoupili nejisté dobrodružství cesty. Většina lidí ale stále prahne po autentickém zážitku „na vlastní kůži,“ a proto podstupují dlouhé a náročné cesty za poznáním světa a jeho kultur. I tito lidé navštěvují cestovatelské internetové stránky, na kterých se nechávají inspirovat nabídkou cestovních kanceláří a zážitky a doporučeními, popřípadě varováními lidí, kteří byli na místě, kam se chystají, už před nimi. Na jiných stránkách zjišťují možnosti ubytování, výletů a stravování v jimi vybraných destinacích. Kulturní střediska, instituce, popřípadě místní úřady propagují své regiony a stále nápaditěji představují své atrakce a místa k vidění, aby se jejich čtenáři stali jejich budoucími návštěvníky a vybrali si zrovna jejich město či oblast.

Turistický zážitek je tedy nejprve nepřímo zprostředkovan ještě před začátkem cesty. Po vzoru „cestujících kultur“ Jamese Clifforda (1992, 1997), můžeme říci, že Mayové cestují různými způsoby a moderní turista symbolicky potkává Maye skrze tok lidí, technologie, obrazů, informací, ideologie, atd. Kromě výše zmíněného internetu, televize či různých textů jsou to příběhy a fotografie přátel, cestovatelské besedy či kulturní akce (výstavy, medializované publikování výzkumů,...) zaměřené na daný region. Cestováním turisté vyhledávají setkání s Mayi, které už viděli a prožili různě zprostředkované. Moderní turismus tedy přímými zážitky potvrzuje něco, o čem se předpokládá, že to někde existuje. Různé světy se stávají viditelnými skrze druhy zprostředkování, kterými kultura cestuje a kterými jedinci tyto kultury zažívají.

Nyní se konkrétně vyjádřím k propagování a zprostředkovávání Chiapasu. Můžeme najít spoustu stránek lákajících k návštěvě „země Mayů“ s tradičním životem indiánů, historickými památkami a neposkvrněnou přírodou. Jako jeden příklad explicitně vyjádřené monumentalizace Mayů bych ráda uvedla citaci sloganů ze stránek projektu El Mundo Maya<sup>40</sup>.

*„Mayská kultura ... je stále tak živá; můžeme vidět přítomnost v minulosti a minulost v přítomnosti.“<sup>41</sup> (archeolog J. Eric Thompson)*

*„Poznejte tajemnou a starobylou civilizaci, která stále žije.“<sup>42</sup>*

*„Přijďte poznat minulost a přítomnost tohoto úžasného regionu pohledem na jeho obyvatele, divokou přírodu, koloniální města a neuvěřitelné archeologické památky.“<sup>43</sup>*

Všechny tyto upoutávky zdůrazňují minulost a přítomnost splývající v jedno. Jako reprezentace oslavují domnělou statickou kulturu Mayů stejně jako představu, že starobylí Mayové žijí nadále nezměněni v globalizovaném světě a jakoby byla jejich kultura strnulá a neměnná. Indiáni se tak stávají takovými „zásobníky“ jedné z největších civilizací planety. Tento pohled je patrný už z názvu knihy Waltera Morrise (2000): *Living Maya*. Ten implikuje, že i přesto, že slavná mayská civilizace padla již v 10. století, žije stále na území Yucatánu, Belize, Guatemaly, Hondurasu a El Salvadoru 3 miliony Mayů a další milion na území Chiapasu, kteří jsou jeho slovy „extrémně konzervativní“ a izolovaní od cizinců. Právě tyto „izolované“ Maye přijíždějí turisté navštěvovat, ale v procesu jejich setkání přestávají být Mayové tak izolovaní. Předpoklad, že současní Mayové stále žijí stejným způsobem jako jejich předkové s sebou nese dojem určité kontinuity minulosti. Minulost neskončila, žije s Mayi jako „pozůstatky“ minulosti dál. Turistický průmysl přivedl Maye do měst a z mayského života ukazuje pouze to, co se mu hodí.

Vynalézání Mayů pomocí všelijakých reprezentací pro turistický konzum probíhá v San Cristobalu rozmanitými způsoby a skrze různá média, o kterých jsem se již zmínila výše. Psané slovo je ikonou, skrze kterou západní společnosti reprodukují svou kulturu, ujišťují se o tom, kým jsou a brání uspořádání a soudržnost své skupiny (Anderson, 1991). Tyto ikony

---

<sup>40</sup> Dostupné na <http://www.mayadiscovery.com/> a <http://www.elmundomaya.com>

<sup>41</sup> „Maya culture is still very much alive; one sees the present in the past and the past in the present.“

<sup>42</sup> „Explore an enigmatic and ancient civilization that yet lives on.“

<sup>43</sup> „Come and explore the past and the present of this exciting region, as we look at its people, wildlife, colonial cities and incredible archaeological sites.“



jsou intertextuální a vytváří tematizované Maye jako výsledek komplexity signifikací, jakými jsou texty v časopise, reprezentace indiánského oltáře, výstavky indiánského oblečení či plakáty s náboženskými rituály. Intertextualita zachycuje kulturu, minulost a způsob života subjektu (Mayů), který je znovu vynalézán a ritualizován, a to jak turisty, tak pro ně.

Na tomto místě bych se ráda vyjádřila k výsledkům obsahové analýzy textů. Porovnávala jsem celkem 5 textů: *Průvodce do kapsy Berlitz: Mexiko* (2006), *Rough Guide Mexiko* (2008), *Merian live! Mexiko Yucatán* (2008), *Průvodce na cesty Mexiko* (2008) a *Lonely Planet Mexiko* (2009).

Průvodci *Průvodce do kapsy Berlitz: Mexiko* (2006), *Merian live! Mexiko Yucatán* (2008) a *Průvodce na cesty Mexiko* (2008) jsou méně obsáhlé, jedná se o kapesní vydání, proto je v nich o Chamule pouze jeden stručný odstavec. Naproti tomu v průvodcích *Rough Guide Mexiko* (2008) a *Lonely Planet Mexiko* (2009), jež jsou rozsáhlá díla o tisíci stran, je Chamule věnována celá strana. Co se týče kratších textů o Chamule, všechny obsahují následující: zmínku o historii (předhispánský původ), udání vzdálenosti od San Cristobalu (10 km), o etniku Tzotzilů, jejich ceremoniích a rituálech (tedy o směsi katolictví a mayských kultů), o kostele San Juan Bautisty, varování o zákazu fotografování, informaci, jak se mohou turisté do vesnice dostat, popřípadě jeden z průvodců (*Merian live! Mexiko Yucatán* (2008)) uvádí navíc podrobnosti k nedělnímu chamulskému trhu. Tyto okruhy se tedy zdají být tím „nejdůležitějším“, co musí turista o Chamule vědět. V obsáhlejších průvodcích jsou tyto okruhy také zmíněny, ale jsou ještě dále rozvedeny.

Všem průvodcům je společné uvedení blízkosti Chamuly od San Cristobalu. To je jistě pro turisty pozitivum, protože nemusí podnikat dlouhou cestu, aby se tam dostali. Dále také uvádí přídavná jména jako „nejčastěji navštěvovaná“, „nejbližší“, „nejzajímavější“ či slova jako „nebudete litovat ztráty času ani vynaložené energie“. To činí z vesnice San Juan Chamula jednoznačně místo, které turisté „musí“ navštívit. Na druhou stranu ale všichni průvodci uznávají sílu turismu proudícího do vesnice a připravují turisty na to, že je Chamula silně turisticky navštěvovaná, což s sebou nese její komercializaci.

Z oboru historie klade každý průvodce důraz na něco jiného. Některý uvádí „zmínku o Chamule v kronikářských záznamech dobyvatele Bernala Diaze del Castillo“, jiný zasvěcuje čtenáře do problematiky katolíků versus těch, kteří konvertovali a byli z Chamuly vyhnáni a jiný ukazuje historii Chamuly v jejím odporu proti změnám či proti Španělsku. Vzhledem k tomu, že nelze na malém prostoru popsat celou historii Chamuly, autoři píšící průvodce si vybírají něco málo, čím by buď co nejstručněji shrnuli historický kontext nebo něco, čím by čtenáře zaujali.

O tzotzilském etniku je v průvodcích pouze zmínka, jsou přiřazeni k Chamule a je o nich napsáno buď ve smyslu „tradice“ či ve spojení s jejich rituály. Pouze průvodce *Lonely Planet Mexiko* (2009) se o Chamulanech (potažmo Tzotzilech) vyjadřuje obsírněji („soběstačný kmen,“ „80000 lidí,“ typický chamulský oděv či vysvětlení některých mayských rituálů). Z tohoto vyplývá, že turisté se o Tzotzilech dozvídají více až v momentě výkladu průvodce organizovaného výletu. Z tištěných průvodců se ještě turisté dozvídají o praktikách prodeje místních obyvatel. Většina průvodců zmiňuje aktivní snahu žen a dívek prodat své výrobky nebo získat od turistů peníze. Někteří jim i radí postup, jak se dotěrných dětí slušně zbavit zakoupením si od nich pár výrobků a poté slovy „už mám dost, víc nepotřebuji“. Průvodci dále uvádějí, že ceny na trhu nejsou nijak výhodné a že trh je spíše silným zážitkem než možností levného nákupu.

Zaručeně každá zmínka o Chamule s sebou nese také heslo „směs křesťanství a starých mayských zvyků“ v různých slovních obměnách. Spolu s tím autoři nešetří slovy „tradiční“, „jedinečný“, „neobvyklý“. Snaží se barvitě popsat atmosféru v kostele, působit na všechny smysly (borovicové jehličí na podlaze, mihotající se svíčky vrhající stíny na zdi, oblaka dýmu z kadidelnic, atd.). V moderním světě člověku chybí určitý mysticismus, hledá zážitek něčeho jedinečného, tajemného a kouzelného. Takovéto zážitky ho nepotkávají často, v čemž právě tkví jedinečnost Chamuly.

Dalším společným rysem všech průvodců je varování před zákazem fotografování v kostele, místních rituálů nebo autorit. *Rough Guide Mexiko* (2008) k tomu zmiňuje i to, ať si turisté ani nedělají poznámky. Všichni zdůrazňují, že tento zákaz berou Chamulané vážně a pokud se jím budou turisté řídit, nic se jim nestane. *Průvodce do kapsy Berlitz: Mexiko* (2006) dokonce uvádí, že „několik turistů bylo místními muži napadeno už při pouhém vytažení fotoaparátu či kamery“.

Dále průvodci jmenují zásadní „pamětihodnosti“ Chamuly, které musí každý návštěvník vidět. Jsou to kromě kostela San Juan Bautisty rozvaliny starého kostela se hřbitovem, Museo Etnográfico a místní trh. Úkolem průvodce je také čtenáře informovat o otevíracích hodinách, ceně výletů, samostatné dopravy a vstupenek. Kromě toho se dnes v „uvědomělých“ průvodcích dočteme i rady, jak při našem poznávání co nejméně ovlivnit a poškodit místo, na které se vydáváme. V případě Chamuly většina průvodců doporučuje podnikat výlety organizovaně, nejezdit do vesnice sami, ale raději se nechat o všem informovat průvodcem cestovní kanceláře. Podrobnější texty ještě turistům doporučí, kdy je nejlepší návštěvu podniknout a jaké slavnosti je mohou během roku v Chamule potkat (karneval, fiesta San Juan Bautisty či střídání držitelů carga).

Na příkladu těchto pěti textů vidíme, jak literatura cestovních průvodců silně ovlivňuje pohled turistů na navštívené místo či komunitu. Na jednu stranu se snaží turisty nalákat, ale zároveň i varovat před možnými riziky. Celkově jsem našla v průvodcích velkou shodu (jak okruhů, o kterých ve spojitosti s Chamulou píše, tak i v konkrétních používaných slovech). Žádné zásadní odchylky mezi texty nebyly, jediné, v čem se lišily, bylo v délce příspěvků a tudíž vybrání pouze toho „nejdůležitějšího“.

### **4.3 Přímým formováním představ - turistické rituály v Chamule**

Jak jsem se již zmínila v předchozích kapitolách, turisté provádějí rituály na různých místech – v hotelu, restauraci, indiánské vesnici, muzeu, při nakupování výrobků na ulici, atd. Rituál je pomyslným místem, kde turisté nahlízejí a organizují svět určitým způsobem. Světem, kterému se turisté snaží porozumět, je zde svět Mayů myšlený jako kulturní celek. Ve snaze o pochopení jiného světa si současně definují svou identitu a pozici ve světě.

Ráda bych se zaměřila na místo, kde dochází k přímému setkání turistů se dříve „zprostředkovanými“ a „monumentalizovanými“ indiány. Jde o turisticky rituální událost návštěvy indiánské vesnice. Zde se totiž před zraky turistů protínají reprezentace Mayů s místem, kde Mayové skutečně žijí. Tento způsob prožívání mayského je rozdílný od jiného zprostředkování, protože turisté potkávají Maye na jejich domácím indiánském území. S monumentalizací Mayů je tvořeno vědomí „čistých“ indiánů žijících za hranicí města. Když turisté navštěvují vesnice, je monumentalizovaný Maya zanechán za nimi, ve městě, v San Cristobalu. Turisté ve vesnici tedy prochází zážitkem indiánů, kteří nejsou úplně jako ti monumentalizovaní (ke kterým je ve městě vzhlíženo jako ke ztělesnění tradiční mayské kultury), ale kteří jsou skuteční.

Turistické rituály v Chamule (viz Příloha 8) bych rozvrhla do několika oblastí podle míst, kde jsou prováděny. Prvním okruhem je doprava do vesnice, poté následuje první zastávka na jejich cestě (do tohoto okruhu zahrnuji i další zastávky, kdy buď naslouchají průvodci nebo se sami domlouvají mezi sebou), třetím okruhem je náměstí před kostelem, čtvrtým návštěva kostela a pátým odjezd z vesnice. Vzhledem k tomu, že ve vesnici naprosto chybí některé turistické zázemí, jako například hotely či restaurace, jsou turistické rituály omezeny na výše vyjmenované okruhy.

Na začátek si řekněme, jak se vlastně turisté do Chamuly mohou dostat. Snad všechny pomyslné cesty vedou přes San Cristobal. Jednou z možností je individuální doprava minibusy zvanými colectivos. Ty jsou provozovány výhradně místními obyvateli a rovněž používány zejména jimi. Někteří Chamulané každý den nasedají do colectiva a směřují do San Cristobalu či okolí za prací. Colectiva odjíždějí z jedné z hlavních ulic San Cristobalu, odkud odjíždějí i ostatní colectiva jedoucí jinými směry. Řidič vždy čeká, až se jeho vůz plně obsadí, a pak teprve vyjede. Někdy uzná za vhodné vyjet dříve a přibírá další „stopaře“ cestou. Po hlavní třídě směřuje přímo do Chamuly, jež je asi 20 minut jízdy daleko (zhruba 10 km). Zastavuje na nezpevněné parcele v jedné z bočních ulic asi 600 metrů před náměstím. Dále už musí jít turisté pěšky, hlavní třídou vedoucí z kopce dolů se dostanou na hlavní náměstí. Takto většinou cestují nezávislí turisté, kteří chtějí objevovat sami a nebýt organizováni či nechtějí se stát členy zájezdu. Mnozí ale docházejí k závěru, že aby Chamulu mohli lépe poznat, potřebují výklad průvodce. A proto i když chtějí být v přímém kontaktu s místními, raději se spolehnou na zprostředkování místním průvodcem, protože nechtějí být dalším zdrojem „pozápádňování“ indiánů či prohlubovat kulturní konflikt, ve kterém si myslí, že Mayové žijí. Průvodce se stává jakýmsi expertem, který zná mayskou kulturu a uvede turisty do kontaktu s Mayi důkladněji než by to dokázali sami a s minimálním narušením indiánské kultury. Polovina z mého vzorku 50ti nezávislých turistů jela do Chamuly jako účastníci výletu organizovaného ze San Cristobalu (a z toho dokonce bylo 7 mexických turistů). Někteří z turistů (4 lidi) byli v Chamule už jednou samostatně, ale aby se dozvěděli více, jeli znovu s průvodcem. I přesto (či právě proto), že se nezávislí turisté snaží navštěvované místo co nejméně ovlivňovat a chtějí být co nejnenápadnější a splynout s okolím, jsou místními obyvateli vítáni nejméně ze všech. Za prvé, málo kupují. Místními obyvateli bývají tito nezávislí turisté nazýváni „mochileros“ s trochu hanlivým nádechem. Věkové zastoupení bývá převážně mezi 16ti a 35 lety. Většinou se jedná o studenty snažící se vyjít s určitým obnosem peněz delší dobu, tudíž jsou ostražití, aby moc neutratili. Dají se poznat tak, že mají z průvodce přesně zjištěno, kolik má co stát a pokud se jim něco zdá drahé, smlouvají o lepší cenu. Často také chodí oblečení v levně vypadajícím oblečení stylu hippie a vypadají tak chudší než místní. Tím se také snaží mezi místní lépe zapadnout, stravují se na neturistických místech s domácími a jezdí s nimi veřejnou dopravou. Odmítají označení turista a odmítají konzum. Chtějí „zažít“ místní kulturu, často mění plány cesty, jsou dobrodružní a vyhledávají autentické zážitky. S tím je často spojen delší pobyt (4 – 12 týdnů,

ale může trvat i 6 měsíců) na jednom místě, dostatek času a snaha naučit se španělsky (navštěvují školy nebo jazykové kurzy).

Další možností, jak jet do Chamuly, je s organizovaným výletem. Na ty vyjíždějí buď malé klimatizované turistické minibusy americké provenience nebo velké autokary turistických kanceláří. Minibusy zahajují prohlídku Chamuly jakoby z druhé strany, autobus zaveze turisty na vyvýšenou planinu na místní hřbitov, ze kterého mají výhled z kopce do údolí na město. Hřbitov je malebné místo s dostatkem klidu k prvnímu kontaktu s Chamulou. Odlišnost od křesťanského hřbitova je tak zřejmá, že pro průvodce je snadné začít představovat Chamulu jako unikátní cíl lačných turistů. Pokud je turistů dostatek, jsou rozděleni do dvou skupin (podle velikosti celkové skupiny, většinou 10 až 20 lidí v jedné jazykové skupince): jedné se dostane výkladu ve španělštině a druhé v angličtině. Zhruba po 15ti až 20ti minutovém úvodu a povídání o Chamule přijde čas na otázky turistů. Zajímavějšími a překvapivějšími se mi zdály otázky a reakce mezinárodních turistů, které odrážely jejich povědomí (či nevědomost) o Mayích vůbec. Všichni Mexičané podstupující tento výlet mají za sebou alespoň minimální znalost a povědomí o historii mayské civilizace, jež získali ve škole a životem ve stejné zemi s Mayi (častý diskurz o mayské problematice v médiích). Od hřbitova, kde se mezitím shromáždí chamulské děti a za pár pesos pózují před fotoaparáty turistů, se obě skupiny pěšky přemístí jednou z bočních ulic na náměstí. Skupiny se od sebe oddělí a potkají se až na odjezd z vesnice. Cestou průvodci dále vypráví o Chamule a výprava se zastaví na návštěvu v domě místní autority. Ten přivítá turisty v Chamule a krátce povypráví o správním uspořádání chamulské municipality, její subsistenci a ekonomice. Každá sancristobalská cestovní kancelář je domluvena s několika místními autoritami, u kterých se střídavě každý den zastavují. Z domu místní autority se skupina odebrá na náměstí, kde jí je dán rozchod a mohou si samostatně nakupovat a zajít na prohlídku kostela. Před kostelem proběhne další výklad, turisté jsou upozorněni na to, že si musí zakoupit lístek do kostela, na zákaz fotografování, na to, aby byli v kostele opatrní a neshodili všudypřítomné svíce stojící na stolech i na zemi, aby respektovali indiánské rituály, příliš upřeně na ně nehleděli a nechovali se neuctivě. Myslím, že to je největší přínos takto organizovaných výprav – turisté se tak dozvědí, co je vhodné a co nikoli. Tištěné knihy průvodců a jakákoli zmínka o Chamule vždy uvádí varování ohledně fotografování, nicméně jiná doporučení už ne. A turisty to mnohdy buď nenapadne nebo se ani slušně chovat neumí či nechťejí. Průvodce César do svého výkladu zahrnuje vždy několik historek a špatných příkladů chování v kostele – ať už o dvou neuctivých německých turistech, kteří jednou

shodili na zem hořící svíce, jež zapálily okolní jehličí nebo různé varianty příběhu o porušení zákazu fotografování v kostele. Vždy ale uvede, že pokud se turisté budou chovat uctivě, nehrozí jim žádné nebezpečí, ani na ně nebudou Chamulové nepříjemní. Po hodině až dvou strávených na náměstí a v kostele se turisté sejdou před radnicí naproti kostelu a společně odchází boční ulicí ven z vesnice a poté čekajícím minibusem odjíždí do vedlejší vesnice, Zinacantanu. Ten bývá nabízen spolu s Chamulou jako další „autentická“ indiánská vesnice. Cestou do Zinacantanu a ještě po příjezdu na hlavní náměstí vykládá průvodce o rozdílech mezi oběma vesnicemi a jejich obyvateli. Turisté podotýkají, že Zinacantán se jim zdá „civilizovanější,“ čistší a přátelštější. Ve vesnici připomínající spíše malé město s asfaltovými silnicemi a dlážděnými chodníky vidí turisté také Maye, ale výrazně odlišné od Chamulanů. Mají pestré tkané oděvy modrofialové barvy, které působí čistě, nikde nevidí povalující se muže na ulici (jako mohou vidět v Chamule) a Zinacantanci vůbec budí dojem pracovitosti a píše. V Chamule jsou turisté mnohdy svědky toho, jak místní autority vynášejí opilé muže z kostela, což je pro ně nepřehlédnutelným zážitkem. Vzhledem k tomu, že takovéto zásahy jsou v Chamule na denním pořádku, mají místní autority se zásahem praxi, takže kolikrát vyvedou opilce tak rychle, že si této akce ani nemusí nikdo všimnout. Otázky týkající se problému alkoholismu v Chamule jsou jedněmi z nejčastějších. Průvodce trpělivě zasněcuje turisty do historie pití rituálního alkoholického nápoje poxe a zmiňuje, že pro Chamulany je tradičním nápojem, který byl dříve dáván i malým dětem, ale dnes jeho konzumace ustupuje. Turisty vždy šokuje podávání poxe kojným novorozencům – matka údajně navlhčí prst nápojem a vetře jej do úst dítěte.

Velké turistické autobusy cestovních kanceláří turisty dovezou také rovnou do Chamuly, ale na jiné místo. Musí zaparkovat hned za vjezdem do Chamuly, na kopci, odkud turisté sejdou po hlavní třídě na náměstí. Tyto výpravy jsou organizované podobně jako výlety malých sancristobalských cestovních kanceláří, ale liší se v několika aspektech. Za prvé, mají masový charakter, skupiny turistů jsou početnější (kolem 30ti lidí), za druhé, průvodci jsou spíše cizinci hovořící plynne jazykem turistů a za třetí, volného času v Chamule mají o hodně méně, jsou vázaní na skupinu a itinerář cesty. San Cristobal je pro ně často také jen zastávkou na cestě, kde nezůstávají ani přes noc. Za čtvrté, složení těchto zájezdů bývá také jiné, jde o skupiny turistů cestujících společně po delší čas (okruhy Mexikem či Světem Mayů trvají od dvou týdnů až po měsíc a půl) a vzhledem k finanční náročnosti takovýchto cest, se většinou jedná o bohatší lidi vyššího věku. Nejsou tak dobrodružní jako nezávislí cestovatelé a jejich cestování nesměruje tištěný průvodce, ale vše mají již zařízeno a domluveno předem, protože

nemají rádi improvizaci a chtějí jistotu. Vyhýbají se tak strachu z nástrah cestování a z interakce s domorodci. Často neumí jazyk, tak mají pocit, že by si nedokázali objednat pokoj v hotelu či večeři. Průvodce jim zajišťuje jakousi ochranu před tím vším. Vše jim zajišťuje, dokonce za ně smlouvá. Tito turisté také chtějí objevovat, ale stačí jim povrchnější zážitek místní kultury.

Další možností, jak jet do Chamuly, je vypravit se na výlet na koních. Tyto výlety vyhledávají akční turisté, kteří chtějí originální zážitek odlišný od jiných výletů. Koňské výpravy jedou oklikou horskými cestami a turisté tak vidí krajinu i život mimo vesnici a mohou tak detailněji poznat život v Chamule. Celý výlet většinou trvá 4-5 hodin, tudíž turisté nemají v Chamule mnoho času. Průvodce *Lonely Planet Mexiko* (2009) turisty upozorňuje, aby si s člověkem vedoucím výlet domluvili, kolik času v Chamule stráví, jelikož oni si prý představují, že turisté sesednou z koně, udělají pár fotografií a pojedou dál.

Kromě jízdy na koni se mohou turisté rozhodnout pro návštěvu Chamuly na motorce a vydat se na organizovaný výlet se společností Croozy Scooters nebo jet na kole. Půldenní túry (4-6ti hodinové) na horských kolech, kde se ujede trasa 20-25 km, pořádají Los Pingüinos nebo Marco Antonio Morales. Všechny tyto výlety jsou vedeny průvodci, kteří turistům kromě cesty zprostředkují i různě obsáhlý výklad o Chamule. (viz Příloha 6)

Všichni turisté nevědomě provádí turistické rituály, dalším okruhem těchto rituálů je zastavení se na cestě a následné pokračování. Turisté organizovaní cestovní kanceláří při těchto zastávkách poslouchají průvodce, který jim podává výklad a kterého se mohou ptát na to, co je zajímavé. U menších skupin turistů, kteří se dříve neznali a potkali se až na výletě, zajistí průvodce krátké vzájemné seznámení. To spočívá v tom, že každý řekne své jméno a zemi, odkud pochází. Průvodci toho často využívají k nastolení přátelské atmosféry. Občas k tomu dodají něco, co se o Mexiku říká, např. „Mexičana si všichni představují jako muže v sombréru popíjejícího tequilu a opírajícího se o kaktus“. Poté jsou turisté vyzváni, aby svou zemi představili podobně, aby ostatním řekli nějakou stereotypní představu cizinců o jejich zemi. Během těchto zastávek, které průvodci volí na místech, jež jsou buď klidná nebo s hezkým výhledem, turisté také simultánně fotografují. Vzhledem k tomu, jak je fotografování v Chamule hlídáno a všichni jsou si vědomi jisté problematičnosti, následují doporučení průvodce, kdy si mohou kostel, hřbitov či vesnici vyfotografovat.

Na náměstí před kostelem mívají všechny organizované skupiny zastávku. Průvodce jim po svolení místní autority dovolí vyfotografovat kostel a upozorní je na zákaz fotografování uvnitř kostela a navrhne jim, ať si fotoaparáty a kamery raději uklidí do batohů. Ti, kdo mají zájem kostel navštívit, si pak jdou zakoupit lístky a do kostela vcházejí sami. U velkých organizovaných cest jim průvodce lístky zakoupí a po malých skupinkách je pouští do kostela.

V kostele turisté pozorují dění kolem sebe a i když byli na vstup do kostela připraveni, bylo jim buď řečeno, co tam uvidí, nebo si to sami přečetli, stejně dochází k úžasu a překvapení. Mezi svícemi a ruchem místních praktik vypadají turisté neohrabaně a nejistě. Mísí se v nich vzrušení z jedinečnosti okamžiku a zážitku něčeho „opravdového“ a tradičního s pocitem „co tu vlastně dělám?“. Často se zamýšlí nad tím, do jaké míry místním věřícím překážejí a jestli je jejich přítomnost ruší. To je také jednou z nejčastějších otázek turistů po návštěvě kostela. „Vadí indiánům naše přítomnost?“ Této obavě se snaží některé cestovní kanceláře předcházet a na svých letácích inzerují výlety „citlivé“ k místním obyvatelům a jejich kultuře. (viz Příloha 7)

Po návštěvě kostela mají turisté volno na nákup suvenýrů či vlastní průzkum terénu. Vzdálení se z náměstí není moc dobře možné, protože turisté neví, kam by vlastně šli a ani nemají moc času jít bloudit úzkými uličkami. Navíc jsou vytrvale pronásledováni dětmi a ženami prodávajícími své výrobky. Většina tedy buď ze zájmu nebo aby se na chvíli zbavili nátlaku prodejců, nakupuje. Kupování předmětů jako suvenýrů je úzce spjato s rituálem turismu. Není jen projevem konzumního způsobu života, ale důvodem pro koupi předmětů je jejich symbolický význam pro každého jednotlivce. Mexičtí turisté se při kupování výrobků baví mezi sebou a stejně tak mezinárodní turisté konzultují svůj výběr a cenu s ostatními.

Když nastane čas odjezdu, sejdou se skupiny turistů opět pohromadě a odchází k čekajícím autobusům. Turisté velkých zájezdů musí vyjít po hlavní třídě nahoru do kopce, kde už mají přistavený klimatizovaný autobus. Malé sancristobalské cestovní kanceláře parkují svými minibusy na okraji Chamuly, tudíž turisté po odchodu z náměstí už Chamulu nevidí. Oproti tomu z parkoviště velkých autobusů mají turisté ještě poslední možnost pohledu a fotografie Chamuly. Většina skupin nadále směřuje do sousedního Zinacantánu. Turisté, kteří přijeli sami colectivem často začínají svůj výlet do Chamuly později a zdržují se na místě déle. V klidu se procházejí po hlavní třídě, vybírají si pohledy, kupují ovoce a více si užívají místní rušné atmosféry. Mnohdy přijíždějí až odpoledne, když je chladněji a na



procházku příjemněji. Také odjely velké autobusy a největší nápor turistů polevil. Colectiva do San Cristobalu jezdí až do večera, tak nemusí moc spěchat. Také vzhledem k tomu, že cesta z Chamuly do San Cristobalu vede převážně z kopce, dá se 10ti kilometrová vzdálenost zpátky i příjemně ujit.

Nyní ještě k absenci hotelů a restaurací v Chamule. Myslím si, že je pozoruhodné, vidět v dnešní době takto hojně turisticky navštěvované místo a nenajít tam možnost ubytování. Nejen u mne, ale i u některých mnou sledovaných turistů, to vzbuzovalo otázky na průvodce Chamulou. Ti zvědavým turistům většinou odpovídali, že hotely nejsou v Chamule vůbec potřeba, protože všichni turisté stejně jen projíždějí a v blízkém San Cristobalu mají možnosti na ubytování nespočetně. Jako další důvod uváděli, že Chamulané jsou dost nedůvěřiví k cizincům a nechtějí si je pouštět tak blízko k sobě. Turisté jsou pro ně „nutné zlo,“ které jim sice občas narušuje klidný život, ale především jim přináší peníze. Paradoxně nejméně jim tedy vadí organizované výlety, skupiny turistů čítající 10 až 15 lidí. Mně k tomu ještě dodali, že hlavním důvodem je silná obrana mocné elity zastávající politické či náboženské funkce. Stejně tak je ve vesnici jen malé množství možností stravování. Pokud dostane turista hlad či žízeň, musí zajít do některého z místních stravovacích zařízení (comedores), kde to často vypadá jakoby byl člověk na návštěvě v místní rodině. Možnosti výběru jídla jsou buď napsány křídou na tabuli (u „větších“ podniků) nebo nejsou napsány nikde, takže host si musí sám říct, na co by měl chuť a kuchařka mu odpoví, zda je to možné či nikoli. Moc turistů ale možnost stravování v Chamule nevyužívá, během mého výzkumu jsem viděla pouze pár turistů v Chamule obědvat. Zato mnoho turistů si kupovalo čerstvé ovoce (melouny, ananasy, manga, pomeranče) od prodavačů na ulici, popřípadě kousky grilovaného masa u jednoho ze dvou grilů stojících na ulici. Prodavači jsou také už zvyklí na rozdílné chutě cizinců a přestože podle nich patří na mango chilli, cizinců se ptají, zda jim mají mango posypat, popřípadě se neptají vůbec a podají jim ovoce jen tak. Vzhledem k tomu, že na první pohled poznají domácího turistu, pocházejícího z Mexika, obstojně rozlišují, co komu nabídnout.

V dalších podkapitolách se snažím zjistit, jak turisté vnímají Maye před a po vlastním kontaktu s nimi a jejich způsobem života ve vesnici. To mi snad umožní nahlédnout do procesu, jak si turisté „vynalézají“ kulturu toho druhého, a pomocí té potom kulturu vlastní.

### 4.3.1 Analýza rozhovorů s turisty před návštěvou Chamuly

Z rozhovorů je nejpatrnější rozdíl odpovědí mexických a mezinárodních turistů, proto se budu nejčastěji soustředit na rozlišení názorů těchto větších skupin. Co se týče statistiky, získala jsem aktuální počet mexických a mezinárodních turistů v Chamule od roku 2007 do dubna 2009. (viz Příloha 9) Ze statistiky vyplývá, že za letošní rok (od ledna do dubna) navštívilo Chamulu celkem 52196 turistů, z čehož bylo 27257, tedy 52,2% Mexičanů.

V mém vzorku 80ti respondentů jsou zastoupeny obě kategorie 50%. V Příloze 10 uvádím a graficky znázorňuji rozložení věku, dosaženého vzdělání, pohlaví, národnosti a způsobu cestování respondentů mých dotazníků. V následující analýze rozhovorů zpracovávám výsledky písemně, vždy u každé otázky. Přesné procentuální vyjádření není u odpovědí na všechny otázky možné vzhledem k tomu, že se jedná o otevřené odpovědi, které budu spojovat do větších celků s podobným smyslem. Proto již dalšího grafického znázornění nebude potřeba a případné procentuální zastoupení uvedu v textu. Pro porovnání odpovědí se skutečností uvádím v Příloze 12 statistiku municipality Chamuly tematicky se vztahující k mým otázkám.

Před návštěvou i po návštěvě Chamuly jsem turistům kladla tyto shodné otázky: (viz Příloha 10)

**1) Jací si myslíte, že indiáni budou?** Popřípadě pro ty, co už v Chamule byli, byla otázka formulována následovně: **Jací byli indiáni v Chamule?**

Před návštěvou Chamuly byla nejčastější odpověď „tradiční“ (32), „uzavření“ (5), „nepřátelští“ (14, z čehož pouze 4krát řečeno mexickým turistou), ale i „přátelští“ (9, z čehož 6krát mexickým turistou). Po návštěvě zůstalo v odpovědích „tradiční“ (30), „uzavření“ (7) a počet odpovědí „nepřátelští“ se mírně zvýšil (17, a opět od Mexičanů pouze 5krát), stejně jako se zvýšil počet „přátelští“ (12, z toho 6krát mexickým turistou).

Podle mne si mexičtí turisté myslí, že budou indiáni přátelští kvůli společné historii a symbolickému propojení, které k indiánům jako základu svého národa cítí. Myslí si, že by indiáni měli ukázat návštěvníkům kulturu, kterou si myslí, že mají jako součást své podstaty. To je také důvodem, proč jezdí mexičtí turisté málokdy s průvodcem – návštěvu indiánské

vesnice považují za místo uctívání společných kořenů (podobně jako návštěvu muzea či archeologické památky). Přesto na návštěvu Chamuly jelo s průvodcem 7 mexických turistů z mého vzorku.

Mezinárodní turisté jsou podle mne silně ovlivněni průvodci a texty o Chamule, které uvádějí přísný zákaz fotografování a jeho vymáhání místními autoritami. Proto si častěji myslí, že budou indiáni nepřátelští.

## **2) Co si myslíte o indiánském životě ve vesnicích?**

Podle mexických turistů žijí indiáni v chudobných podmínkách, na okraji společnosti, kde jim chybí nejzákladnější infrastruktura (elektřina, voda, vzdělávání, zdravotnictví). Indiáni podle nich žijí zpátečnický a nemají možnost opustit „primitivní“ životní podmínky. Mexická vláda je podle nich zodpovědná za neposkytování podpory jejich vývoje. Mexičtí turisté vidí situaci v Chamule pesimističtěji než mezinárodní turisté.

Naopak podle mezinárodních turistů žijí indiáni v konfrontaci, aby si zachovali svou kulturu a způsob života, brání se vlivu „moderního světa“. Indiánský život je prostý, ale těžký. Mezinárodní turisté mají romantický pohled na nesobecké Maye žijící ve společné solidaritě a sociální rovnosti. Kvůli těžkým životním podmínkám si pomáhají navzájem, pracují v klanech a v rodinách, „blízko přírodě“, ze které získávají, co potřebují. Jejich život je tedy prostý, zemědělský, tradiční a v rozporu s industrializací a moderním způsobem života ve městech a zbytku země. Mezinárodní turisté zde vnímají jako nejvážnější problém kulturní konflikt modernizace versus tradice. Odpovědi na tuto otázku před a po návštěvě Chamuly se nijak významně nelišily a tendence popsané výše platily stejně.

## **3) Vyrábí indiáni dostatek potravin k uspokojení svých potřeb?**

Ve stejném duchu se nesou i odpovědi na tuto otázku. Podle 35ti mexických turistů indiáni soběstační nejsou. Odchylka v jejich názoru před a po návštěvě Chamuly byla také malá. Z 20ti turistů dotazovaných před návštěvou mělo tento názor 18 turistů, zatímco po návštěvě to bylo 17 turistů.

Naopak většina mezinárodních turistů viděla indiány jako soběstačné - celkem 25 kladných odpovědí, z čehož 14 před návštěvou a 11 po návštěvě. Myslím si, že tento rozdíl je daný konfrontací představ turistů o idylickém způsobu života Mayů se skutečným zážitkem mayské vesnice. Turisté ve vesnici vidí prach, špínu a dotěrné prodejce. Přesto v nich jsou ale

stále zakořeněné romantické představy o indiánech, kteří si pomáhají a díky spolupráci mají dostatek potravin.

#### **4) V jakých domech si myslíte, že indiáni žijí?**

Podle 38 mexických turistů žijí indiáni v hliněných domech s doškovými střechami a podle 2 žijí kromě v hliněných i v betonových domech.

Naopak pouze 27 mezinárodních turistů uvedlo hliněné domy a 13 uvedlo betonové (někteří je specifikovali jako „jednopokojové domy s betonovými zdmi“). Zde byl markantní rozdíl mezi turisty před návštěvou vesnice a po ní. Před návštěvou si to mysleli tři lidé a po návštěvě se jejich počet zvýšil na 10. Toto je jistě způsobené tím, že jediným místem, které turisté vidí, je cabecera municipal, dosti urbanizované centrum, na jehož náměstí jsou k vidění i luxusní vícepatrové domy bohatých Chamulanů. Mnoho turistů si neuvědomí, že vidí pouze část vesnice, a že v odlehlých vesničkách patřících také k Chamule, může vypadat zástavba úplně jinak.

#### **5) Jaké je procento negramotnosti v indiánské populaci?**

Podle většiny mexických turistů (35) je procento negramotnosti u indiánů vyšší než 50%, z čehož 10 turistů si dokonce myslí, že je toto procento vyšší než 70%. Pouze zbylých 5 turistů uvedlo hodnotu menší než 50%, konkrétně 20 až 30%.

Mezinárodní turisté uváděli negramotnost vyšší než 50% méně, pouze 19 turistů, z čehož 8 dosáhlo k výši negramotnosti 70%. 15 turistů uvedlo negramotnost 25 až 40% a 6 turistů pouhých 10 až 20%.

Návštěva Chamuly na tyto hodnoty neměla ani v jednom případě zásadnější vliv, rozložení odpovědí bylo přiměřené celkovému počtu odpovědí.

#### **6) Za kým myslíte, že indiáni chodí, když jsou nemocní?**

Skoro všichni mexičtí turisté (36) si myslí, že indiáni půjdou za tradičním léčitelem, protože nemají dostatek jiné zdravotnické péče a protože o to ani nestojí. Podle nich je jejich kultura překážkou rozvoje. Pouze 4 odpověděli, že indiáni jistě ve vážných případech půjdou i za lékařem, avšak nikdo nevyhloučil, že nejdříve půjdou za tradičním léčitelem či šamanem.

Z mezinárodních turistů si také většina turistů myslí, že půjdou indiáni nejdříve za tradičním lékařem (29), dále 7 si myslí, že půjdou buď k lékaři nebo léčiteli či šamanovi (dle vážnosti onemocnění) a podle 4 půjdou rovnou k lékaři.

Ve skutečnosti opravdu záleží na onemocnění, ani ne na vážnosti, ale na předpokládaném důvodu onemocnění. Pokud se jedná o jasně tělesné zranění, navštíví lékaře, ale pokud jde o nemoci způsobené „ztrátou duše“ (mal del espanto), jdou za tradičním léčitelem. Ten jediný ví, jak vyléčit duši. Pokud nezabere léčba lékaře nebo léčitele, jdou potom za tím druhým.

### **7) Čím se indiáni živí? Na čem je založena jejich ekonomika?**

Odpovědi na tuto otázku byly rovnoměrně rozloženy mezi zemědělství, chov dobytka, obchod a turismus. Před návštěvou Chamuly uvedlo 18 dotázaných jako hlavní způsob obživy indiánů zemědělství, chov dobytka či obchod (nejčastěji jejich kombinaci) a pouze 2 turisté zahrnuli do své odpovědi kromě těchto faktorů i turismus. Po návštěvě Chamuly jich bylo více, celkem 10 turistů, kteří rozpoznali turismus jako součást ekonomiky Chamulanů (kromě ostatních způsobů obživy). Co se týče mezinárodních turistů, můžeme pozorovat podobný trend zvýšení počtu odpovědí „turismus“ po návštěvě Chamuly (předtím – 8 turistů, potom 15). Ostatní uváděli opět kombinaci zemědělství, chovu dobytka a obchodu.

Ve skutečnosti jsou výdělky založeny na „chození za prací“, Chamulané se stávají migrujícími dělníky na farmách, na stavbách, pouličními prodavači či trhovníky. Byla jsem překvapena, když mi jeden Chamulan vyprávěl o tom, jak byl jednou na půl roku v Miami, kde pracoval na stavbě.

### **8) Žijí indiáni v chudobě?**

Podle 35 Mexičanů ano, jen 5 uvedlo, že „ne všichni“. Z mezinárodních turistů odpovědělo ano pouze 8 turistů, zbytek si to přímo nemyslel.

Po návštěvě Chamuly již mexičtí turisté neříkají, že mají indiáni nedostatek veřejných služeb (na náměstí viděli zastoupeny všechny potřebné služby), ale spíše, že nemají dostatek jídla. Mnozí dodávají, že nekonečně pracují, aby se užívali, a že nemají dostatek pracovních míst. U Mexičanů je v jejich odpovědích znát, že říkají, „co se říká“, jsou silně ovlivněni současným diskurzem o problematice indiánských etnik. Během 2 – 3 hodinové návštěvy

nemohli spoustu těchto aspektů vidět. Chudobu indiánů berou jako fakt, ikdyž vidí pouze urbanizované centrum.

Mým pozorováním jsem také zjistila, že mexičtí turisté málokdy smlouvají při nákupu výrobků. Podle nich indiáni „neznají pravou hodnotu své práce“ a své výrobky prodávají příliš levně, což je také jednou z příčin jejich chudoby. Proto si myslí, že když si od indiánů něco koupí (a často jim nechají i spropitné), pomohou jim z chudoby.

Mezinárodní turisté uváděli ve svých odpovědích „rozdílný způsob života“ indiánů, který se nedá srovnávat s jejich standardy. Jde podle nich jednoduše o rozdílnou volbu, jak žít. To bych ilustrovala citací jedné odpovědi: „Podle měřítek západu jsou chudí, ale mají, co potřebují a jsou šťastní.“

Rozdílný pohled na chudobu indiánů není způsoben tím, že by byli mezinárodní turisté méně informovaní, ale spíš tím, že vidí chudobu jako součást indiánské kultury. Podle Mexičanů i mezinárodních turistů je chudoba indiánům vlastní, ale pro Mexičany symbolizuje primitivismus a pro mezinárodní turisty se váže ke kulturnímu boji indiánů se západem.

## **9) Praktikují indiáni stále tradiční rituály a obřady?**

Na tuto otázku odpověděli všichni turisté pozitivně, pouze se lišili v tom, co ke své odpovědi dodávali. Mexičtí turisté většinou dodávali, že je v nich indiánská kultura zakořeněna a že si ji snaží udržet dodnes. Mezinárodní turisté spíš podotýkali, jak je pro indiány těžké si své tradice udržet.

Chamula je jedinečným místem, kde mohou turisté přímo zažít některé tradiční kulturní praktiky, a to buď v kostele nebo v rámci zájezdů a výletů mohou navštívit dům šamana, který pro ně předvede některé rituály a průvodce jim je vysvětlí.

## **10) Co víte o Tzotzilech?**

Odpovědi na tuto otázku se velmi lišily. Z mezinárodních turistů, kteří se do Chamuly teprve chystali, mi většina odpověděla velice stručně. 9 respondentů odpovědělo, že jsou to Mayové nebo indiáni (a poté někteří dodali něco o velkolepé civilizaci a kultuře Mayů), 4 si je spojili s Chamulou a 5 o nich nevědělo nic. Pouze 2 turisté mi odpověděli obsírněji a uvedli, že si o Tzotzilech přečetli ve svém průvodci. Po návštěvě Chamuly odpovědělo na tuto otázku více respondentů, nic o Tzotzilech nevěděli pouze 3, ostatní odpovídali buď zařazením etnika do skupiny Mayů nebo uvedením „obyvatelé Chamuly“, apod. V odpovědích turistů, kteří jeli

do Chamuly organizovaně, byl patrný vliv výkladu průvodce. Někteří turisté se viditelně zastyděli, že mi nemohou říct více a uvedli, že si plánují přečíst něco k tématu.

Odpovědi mexických turistů se před a po návštěvě Chamuly tak dramaticky nelišily. Většina odpověděla, že se o Tzotzilech učili ve škole, ale moc si toho už nepamatují. Přesto byli schopní o Tzotzilech něco málo říci. Z celého vzorku mexických turistů mi odpověděli, že neví, pouze 4 respondenti.

Zde je patrný silný rozdíl mezi mexickými a mezinárodními turisty. Vzhledem k tomu, že se Mexičané o indiánech ve škole učí, mnozí o nich mají povědomí, ikdyž si třeba nevybavují podrobnosti. Zato mezinárodní turisté o Tzotzilech třeba ani neslyšeli, velmi záleží na tom, jestli si o nich sami přečetli nebo zda si pamatují něco z výkladu průvodce.

### **4.3.2 Analýza rozhovorů s turisty po návštěvě Chamuly**

Po návštěvě Chamuly jsem turistům kladla stejné otázky jako těm, kteří se na výlet teprve chystali. Pouze jsem rozhovory doplnila ještě třemi otázkami zjišťujícími jejich pocit z návštěvy Chamuly. (Viz Příloha 10)

#### **11) Proč jste se rozhodl/a k návštěvě Chamuly?**

Jako hlavní důvody návštěvy Chamuly uvádějí mexičtí i mezinárodní turisté, že chtějí vidět kostel s mísíciemi se prvky křesťanství a mayských rituálů, dále chtějí poznat původní kulturu a vidět domorodý život. Dost turistů také uvádí, že se o Chamule dozvěděli až v San Cristobalu v nabídce cestovních kanceláří, takže „když už tu jsou, chtějí vidět vše, co je v oblasti.“ Turisté ve velkých zájezdech na výběr nemají, Chamula je v itineráři jejich zaplaceného zájezdu, tak se nemusí rozhodovat, zda ji navštíví či nikoli. Malý rozdíl je u mexických turistů, kteří sice také většinou uváděli, že se k výletu do Chamuly rozhodli v některé ze sancristobalských cestovních kanceláří, ale někteří jeli do Chamuly cíleně. Jedná se o turisty, kteří už někdy v Chamule byli a dále o turisty, kteří vědí o Chamule více.

#### **12) Jak byste popsal/a Chamulu třemi slovy?**

K této otázce uvedu početní zastoupení slov v odpovědích turistů a tato slova zařadím do širších tematických kategorií.

V mexické skupině turistů to byla následující slova a mnou definované celky:  
KULTURA, TRADICE (14): kultura 5x, oblečení, tradiční, tradice 3x, trh 2x, lidé 2x  
NÁBOŽENSTVÍ, MYSTIČNO (18): rituály 2x, obřady 2x, mystická, magická, magie, synkretismus, náboženská 2x, náboženství, kostel 5x, mix, směs  
HISTORIE (7): historická, historie 2x, minulost 2x, mexická minulost, mexické dědictví  
TURISMUS (4): turisté 2x, turismus, modernita  
NEGATIVNÍ (9): špinavá 2x, smutná, chudá, horká 2x, suchá, přeplněná lidmi 2x  
POZITIVNÍ (8): zajímavá 2x, zvláštní, pestrá 3x, šťastná, život

A ve skupině mezinárodních turistů následující:

KULTURA, TRADICE (11): kultura, indiáni, tradiční 3x, tradice, domorodá (či původní) 3x, místní kultura, oblečení  
NÁBOŽENSTVÍ, MYSTIČNO (12): rituály 4x, obřady, prolínání křesťanství a „mayského“, mix, směs 2x, synkretismus, náboženská 2x  
HISTORIE (2): historie, architektura  
TURISMUS (9): turistická 5x, turisté, masivní, mix tradice a amerikanizace, atrakce  
NEGATIVNÍ (8): špinavá 4x, horká 2x, nepřátelská 2x  
POZITIVNÍ (18): příroda, autonomie, pestrá 4x, živá, krásná, různorodá, fantastická, neuvěřitelná, zajímavá 3x, úžasná, autentická, poklidná, přátelská

Pro názornější představu uvádím v Příloze 13 grafické znázornění.

Z toho vyplývá, že mexičtí turisté kladou větší důraz na kulturní, náboženský a historický význam jejich zážitku Chamuly, turismus uvádí jen malé procento respondentů. Pro mezinárodní turisty má Chamula spíše význam obecného zážitku, který hodnotí jako pozitivní. Tento zážitek jen zřídka považují za historický či vázající se k minulosti. Myslím si, že tento výsledek je plně v souladu s mými poznatky popsány výše. Mexičtí turisté pocítují návštěvu domorodé vesnice jako uctění společného původu s indiány, proto je jejich zážitek silně spojen s historií. Mezinárodním turistům jde spíše o to, „užít si“ jedinečný zážitek.

### **13) Jaký byl Váš zážitek kostela? Rozuměl/a jste tomu, co se dělo kolem Vás?**

Na tuto otázku odpovídali mexičtí a mezinárodní turisté velmi podobně, z odpovědí nejsou patrné větší odchylky. Téměř všichni dotázaní projevili pocit silného zážitku, kostel na ně udělal velký dojem. Většina zdůrazňovala sílu atmosféry a sílu okamžiku „být při tom.“ Někteří turisté se obávali rušivosti své přítomnosti v kostele. Měli pocit, že jsou na posvátném místě indiánů, kteří tam stále provozují své rituály a oni jako turisté jim tam překáží a vnáš



rozruch. Co se týče chápání rituálů a dění v kostele, odpověděly zhruba dvě třetiny (27 respondentů), že neví, co obřady a rituály znamenají, někteří dodávali, že jim je to líto a rádi by se dozvěděli význam a podrobnosti rituálů. Někteří se také po návštěvě kostela ptají svých průvodců na to, co znamenají jimi viděné činnosti a předměty v kostele. Třetina dotazovaných odpovídala, že v kostele viděli typické mayské rituály očisty duše, popřípadě zařikávání, vyhánění zlého ducha či uctívání svatých.

K nejčastějším otázkám turistů k rituálům patřily dotazy ohledně pití alkoholického nápoje poxe, významu borovicového jehličí na podlaze, pití Coca Coly (a vůbec přítomnosti lahví od Coca Coly v kostele) a různé dotazy k výzdobě kostela, k oltáři a vitrínám se sochami svatých.

Společnými znaky, kterých si všímají mexičtí i mezinárodní turisté jsou za první chudobné podmínky, ve kterých indiáni žijí; za druhé, že mají indiáni tradiční kulturu, kterou stále provozují a za třetí mají určitý vztah se západní kulturou.

Z výsledků mých strukturovaných rozhovorů vyplývá, že mexičtí a mezinárodní turisté vnímají zážitek Chamuly rozdílně, mají různé představy o mayských indiánech i o životě v indiánských vesnicích. V závěru práce se pokusím vysvětlit, proč tomu tak je a jakým způsobem je obraz mayského indiána turisty konstruován.

## 5 ZÁVĚR

Město San Cristobal a vesnice Chamula jsou dnes jedněmi z nejvíce navštěvovaných míst v Chiapasu. San Cristobal prošel za posledních 60 let ekonomickou proměnou a nyní všichni jeho obyvatelé přímo či nepřímo závisí na turistickém ruchu. Přijíždějí sem různé typy turistů všech věkových kategorií a rozmanitých národností hledající různé turistické zážitky. Všechny typy turistů s rozdílnými představami o ubytování, stravování, apod. najde v San Cristobalu zázemí, které je přímo pro ně. Co se týče organizace své cesty, cestují individuálně nebo se zájezdem. Chamula se od San Cristobalu liší tím, že v ní nenajdeme žádné turistické zázemí, a turisté jsou tak omezeni na maximálně jednodenní návštěvu této vesnice. Chamula si tím udržuje od turismu jistý odstup – s ohledem na desetitisíce turistů navštěvujících Chamulu každý měsíc, je míra tohoto odstupu sporná.

García Canclini (2005, s. 129) zavádí pojem monumentalizace. Jde o proces systematického vynalézání subjektu skrze reprezentace. Monumentalizace Mayů probíhá upevněním jejich reprezentací turisty, k čemuž dochází sociokulturní interakcí mezi turisty a reprezentacemi. Posvátný charakter těchto reprezentací je dán vzájemným působením a kontaktem turistů s turisty, zprostředkovateli zážitků a samotnými indiány. V San Cristobalu není o reprezentace (většinou romantické zobrazení triumfální mayské civilizace) nouze – jsou patrné v architektuře, reklamách, názvech obchodů, dekoraci, plakátech, pohlednicích, muzeích, knihovnách, výzkumných centrech či na turistických autobusech. Turistické zázemí se změnilo v „obřadní místa“ (ceremonial places či monuments), která obsahují symboly identity, předměty a suvenýry vztahující se ke slavné mayské civilizaci a na kterých dochází k ritualizaci Mayů. Dalšími materiálními reprezentacemi jsou suvenýry a fotografie, které jsou při tvorbě turistického zážitku stěžejní. Představy turistů jsou dále formovány kulturními médii jako je kino, divadlo a televize. První zážitek Mayů tedy předchází reálnému osobnímu kontaktu a turisté mu jsou vystaveni ještě před svým odjezdem. Třetí proud vlivu na formování turistických představ představují turističtí průvodci. Z obsahové analýzy statí o Chamule z cestovních průvodců vyplývá, že je Chamula ve všech představována ve stejném duchu, pomocí podobných jazykových prostředků. Všechny texty zdůrazňují několik aspektů: minulost a přítomnost splývající v jedno, směs křesťanství a mayských tradic, blízkost Chamuly k San Cristobalu, zmínku o historii, o Tzotzilech a upozorňují na zákaz fotografování v kostele.

S monumentalizací Mayů souvisí i jejich ritualizace. Většina turistů přijíždí do této oblasti za exotickým zážitkem, chtějí zde potkat „ty druhé“ (slovy Van den Bergha). Ať chtějí nebo ne, je toto setkávání silně ritualizované. Rituální povaze turismu nelze uniknout. V San Cristobalu a Chamule můžeme pozorovat provádění turistických rituálů na každém kroku. Já jsem se zaměřila přímo na Chamulu a snažila se popsat, jak a kde turistické rituály probíhají, jací turisté se jich zúčastňují a jaké mají vůbec turisté možnosti ovlivnit průběh své návštěvy Chamuly. Zjistila jsem, že turistické představy o indiánech se vlastní zkušeností Chamuly ani osobním setkáním s indiány nijak dramaticky nemění a turisté si uchovávají obraz Maye, se kterým do vesnice přijeli. Skuteční indiáni pouze tyto představy turistům potvrzují, stávají se živým vtělením „mayského indiána“ zobrazovaného všude kolem.

Rituály turismu upevňují každému jednotlivci identitu, proto každý prožívá turistický zážitek rozdílně, po svém. V prostředí modernity je turismus nezbytným prostředkem k tvorbě identity člověka. Z mých strukturovaných rozhovorů vyplývá, že tato konstrukce identity a vnímání indiánů se zásadně liší u dvou pomyslných skupin turistů – mexických a mezinárodních.

Mezinárodní turisté očekávají, že v destinacích svých cest „objeví“ lidi, místa, kultury a prostředí odlišná od těch, které zažívají doma. Hledají alternativy k rysům západní společnosti jako je degradace morálních hodnot, disintegrace rodin, nejistota budoucnosti,... V tomto místě vzniká romantické vědomí Maye jako nostalgická protihodnota k tomu, co si západní společnosti myslí, že nemají nebo ztratily. Proto mezinárodní turisté vkládají do Mayů sociální a mravní hodnoty, ekologický způsob života a altruismus – vše v protikladu k identitě turistů. Podle mezinárodních turistů žijí indiáni v kulturním konfliktu, ale to znamená, že mají kulturu. Lidé západních společností sami žádný konflikt nepocítují, protože se nemají proti čemu bránit, ale cítí, že jejich kultura je zlověstná vůči kulturám ostatním.

Pro mexické turisty symbolizují indiáni rétoriku velké mayské civilizace a společné historie, kterou sdílí. Zde tkví síla monumentalizace Mayů – sbírka hrdinů, dějišť a předmětů odkazujících na společný původ a podstatu. Obřadní místa obsahují symboly identity, které Mexičané považují za ztracené, ale indiáni si je stále uchovávají. Rituály turismu obnovují solidaritu mezi národními turisty. Mexičtí turisté se cítí zklamaní, když mají pocit, že se indiáni za svůj původ stydí nebo nenosí tradiční oděv a nepraktikují rituály. Mayové jsou považováni za národní dědictví Mexika.

Pro všechny turisty jsou Mayové odkazujícím bodem, zdrojem sebereflexe, skrze kterou si turisté uvědomují kulturu vlastní, kterou předtím pokládali za samozřejmou. Mexičtí turisté vynalézají svou kulturu v protikladu k mayské. Sebe vidí jako moderní, nemající kulturu a

Maye vidí jako chudé a primitivní. Na druhou stranu se ztotožňují i ve spojitosti s nimi – společným původem a historií (což bylo po mexické revoluci 1910 upevňováno i oficiální ideologií). Tento konflikt se projevuje v odpovědích mexických turistů, na jednu stranu se obávají ztráty mayské kultury a na druhou stranu ji vidí jako překážku zlepšení životních podmínek indiánů. Odpovědi mezinárodních turistů odráží starost o homogenizaci nezápadních kultur v době modernity. Cestují a hledají Maye s představou, že tato kultura bude dříve či později vytlačena stejnou kulturou, která je nutí cestovat. Mají pocit, že musí zažít Maye (kteří jsou pro ně živoucími zbytky archaické civilizace) než se stanou jako oni.

Turisté si s sebou do vesnice berou představu Maye, která se nemá možnost po krátkém čase stráveném v Chamule nijak radikálně změnit. Turisté nechtějí popřít zakoušenou realitu a vidět Maye, které vidět chtějí, ale pouze vidí to, co jim jejich kulturní systémy vidět dovolí. Turistova kultura funguje jako filtr, skrze který vnímají svět – jejich kultura je nutí zaměřit se na některé „znaky“ a nevídat si jiných.

Celá má práce je přiblížením vnímání podnětů, které jsou turistům předloženy (či často i podsouvány) a odhadnutím vlivu přímého setkání s „živým“ indiánem v jeho domácím prostředí na formování tohoto obrazu indiána.

## Seznam literatury

ANDERSON, Benedict. *Imagined Communities*. London, New York: Verso, 1991. s. 224 ISBN 0860915468

APPADURAI, Arjun. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis, London: University of Minnesota Press, 1997. s. 229 ISBN 0816627932

BARTHES, Roland. *Camera Lucida. Reflections on Photography*. New York: Hill and Wang, 1981. s. 119 ISBN 0809033402

BATALLA, Guillermo Bonfil. *México Profundo: Reclaiming a Civilization*. Austin: University of Texas Press, 1996. s. 198 ISBN 0 292708432

BOLDIŠ, Petr. *Bibliografické citace dokumentu podle ČSN ISO 690 a ČSN ISO 690-2: Část 2 – Modely a příklady citací u jednotlivých typů dokumentu*. Verze 3.0 (2004). c 1999–2004, poslední aktualizace 11. 11. 2004. URL: <<http://www.boldis.cz/citace/citace2.ps>>.

BOSK, Charles L. *Forgive and Remember: Managing Medical Failure*. Chicago: University of Chicago Press, 1979. s. 276 ISBN 0226066789

BRENDON, P. *Thomas Cook: 150 Years of Popular Tourism*. London: Secker and Warburg, 1991. s. 372 ISBN 0436201224

CANCIAN, Frank. *Economics and Prestige in a Mayan Community*. Stanford: Stanford University Press, 1965. s. 238 ISBN 0 804702594

CANCLINI, Nestor García. *Hybrid Cultures. Strategies for entering and leaving modernity*. Minnesota: University of Minnesota Press, 2005. s. 293 ISBN 0816646686

CANCLINI, Nestor García. *Transforming Modernity. Popular culture in Mexico*. Austin: University of Texas Press, 1993. s. 128 ISBN 0292727593

CARLEY, K. *Content Analysis* In R. E. ASHER (ed.) *The Encyclopedia of Language and Linguistics*, Edinburgh: Pergamon Press, 1990. ISBN 0080359434

CLIFFORD, James, MARCUS, George. *Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography*. Berkeley: University of California Press, 1986. s. 305 ISBN 0520057295

CLIFFORD, James. *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Cambridge, London: Harvard University Press, 1997. s. 408 ISBN 0674779606

CLIFFORD, James. *Traveling Cultures*. In *Cultural Studies*, ed. Lawrence Grossberg, Cary Nelson, and Paula Treicher. New York: Routledge, 1992. s. 96 -116 ISBN 0203990420

COHEN, Erik. *Traditions in the Qualitative Sociology of Tourism*. In *Annals of Tourism Research*. Special Issue, 1988, 15: 29-46.

COHEN, Erik. *A Phenomenology of Tourist Experiences*. *Sociology*. 1979, Vol. 13, No. 2, s. 179-201.

COHEN, Erik. *The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings*. In *Annual Review of Sociology*, 1984, No. 10, s. 373 – 392

COLBY, Benjamin. *Ethnic Relations in the Chiapas Highlands of México*. Santa Fé: Museum of New México Press, 1966. s. 76

COMMAROFF, Jean, COMMAROFF, John. *Modernity and its Malcontents: Ritual and Power in Postcolonial Africa*. Chicago, London: The University of Chicago Press, 1993. s. 233 ISBN 0226114406

COOK, T.D., CAMPBELL, D.T. *Quasi-Experimentation: Design and Analysis for Field Settings*. Chicago, Illinois: Rand McNally, 1979. s. 405

CRANG, M. *Knowing, Tourism and Practices of Vision*. In CROUCH, D. (ed.) *Leisure/Tourism Geographies*. London: Routledge, 1999. s. 238-56 ISBN 0415181097

CRESWELL, J.W.: *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications, 1998. s. 403 ISBN 0761901434

DE VOS, Jan. *San Cristobal: Ciudad Colonial*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia, 1986.

DENZIN, N.K., LINCOLN, Y.S. *Introduction: Entering the field of qualitative research* In: N.K. DENZIN, Y.S. LINCOLN (Eds.). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage, 1994. s. 1-19 ISBN 0761927573

EADE, J., SALLNOW, M. (eds.) *Contesting the Sacred. The Anthropology of Christian Pilgrimage*. London: Routledge, 1991. s. 158 ISBN 0415043611

FETTERMAN, David. *Ethnography: Step-by-Step: Step by Step (Applied Social Research Methods)*. 2nd ed. Thousand Oaks, California: Sage Publications, 1998 s.165 ISBN 0761913858

FRANKLIN, S., LURY, C., STACEY, J. *Global Nature, Global Culture*. London: Sage Publications, 2000. s. 246 ISBN 0761965998

GEERTZ, Clifford. *Interpretace kultur*. Přeložili Václav Hubinger, Hana Červinková, Hedvika Humlíčková. Praha: Slon, 2000. s. 565 ISBN 8085850893

GENNEP, Arnold van. *Přechodové rituály*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1997. s. 201 ISBN 80-7106-178-6

GIDDENS, Anthony. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modernity Age*. Stanford California: Stanford University Press, 1991. s. 256 ISBN 0804719446

GOSSEN, Garry H. *Chamulas in the world of the sun: Time and space in a Maya oral tradition*. Prospect Heights, Illinois: Waveland Press, Inc. 1974. s. 382 ISBN 0-88133-091-4

GOSSEN, Garry H. *Four Creations. An Epic Story of the Chiapas Mayas*. Ed. and translated by GOSSEN, Garry H. Norman: University of Oklahoma Press, 2002. s. 1134 ISBN 0-8061-3331-7

GOSSEN, Garry H. *Telling Maya Tales: Tzotzil Identities in Modern Mexico*. New York, London: Routledge, 1999. s. 309 ISBN 0-415-91466-3

GRABURN, Nelson. *Tourism: The Sacred Journey*. In Valene L. SMITH, ed. *Hosts and Guests*, s. 21 - 36. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989. ISBN 8-8122-1280-0

GRABURN, Nelson H. *The Anthropology of Tourism*. In *Annals of Tourism Research*. 1983. 10(1): 9-33

HAMMERSLEY, Martyn, ATKINSON, Paul. *Ethnography: Principles in Practice*. 3rd ed. London, New York: Routledge, 2007. 266 s. ISBN 0415396050

HANNERZ, Ulf. *The World in Creolisation*. 1987. *Africa* 54(4): 546-59.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. s. 408 ISBN 80-7367-040-2

HLAVSA, Zdeněk. *Pravidla českého pravopisu*. Ústav pro jazyk český AV ČR. Praha: Academia, 1993. s. 388 ISBN 8020004750

HLÚŠEK, Radoslav. *Mexičtí Indiáni na pomezí tradície a modernity na príklade Santa Clary Huitziltepec* In *Český lid*, 2005, roč. 92, č. 3, s. 259-272. ISSN 0009-0794.

HOBBSAWM, Eric, RANGER, Terence. *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press, 1992. s. 320 ISBN 0521437733

HORNE, D. *The Great Museum*. London: Pluto, 1984. s. 265 ISBN 0861047885

CHAMBERS, Erve. *Native Tours: The Anthropology of Travel and Tourism*. Long Grove, Illinois: Waveland Press, Inc., 2000. s. 137 ISBN 1-57766-089-7



JAFARI, Jafar (ed). *The Encyclopedia of Tourism*, London, New York: Taylor & Francis, 2000. s. 683 ISBN 0415154057

JAMESON, Fredric. *Postmodernism, Or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. Duke University Press, 1997. s. 438 ISBN 0822310902

KANE, Anne E. *The Centrality of Culture in Social Theory*. In *Social Theory and Sociology: The Classics and Beyond*, ed. Stephen P. TURNER. Massachusetts: Blackwell Publishers, 1996. s. 161-180

KÁŠPAR, Oldřich. *Počátky organizovaného studia etnografie a antropologie v Mexiku* In *Český lid*, 2005, roč. 92, č. 3, s. 243-258. ISSN 0009-0794

LEACH, Edmund. *The Structural study of myth and totemism*. London: Tavistock Publications, 1967. s. 185 ISBN 0415330726 (vydání z r. 2004, Routledge)

LÉVI-STRAUSS, Claude. *Smutné tropy*. Z fr. originálu *Tristes Tropiques* vydaného v Paříži: Librairie Plon, 1955. Přeložil Jiří Pechar. Praha: Odeon, 1966. 296 s. ISBN 01-026-67.

LURY, Celia. *Prosthetic Culture: Photography, Memory and Identity*. London: Routledge, 1997. s. 256 ISBN 0415102944

MacCANNELL, Dean. *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourism Setting*. In *American Journal of Sociology*. 1973. s. 586-604

MacCANNELL, Dean. *The Tourist: A New Theory of The Leisure Class*. New York: Schocken, 1989, s. 215 ISBN 0-8052-0895-X

MÁCHA, Přemysl. *Modernizace, demokratizace a nacionalismus v indiánských obcích Mexika*. In *Český lid*, 2003, 90: 313-334.

MÁCHA, Přemysl. *Indiáni a volební demokracie. Politické proměny indiánských obcí Mexika*, Ostrava: Filozofická fakulta, Ostravská univerzita, 2004

MÁCHA, Přemysl. *O psaní slova „Indián“, neexistenci lidských ras a záludnosti rasového myšlení* In *Český lid*, 2005, roč. 92, č. 3, s. 231-241. ISSN 0009-0794

MAXWELL, Joseph Alex. *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*, 2nd edition, Thousand Oaks, California: Sage, 1996. 153 s. ISBN 0-7619-2607-0

MORRIS, Walter. *Living Maya*. New York: Harry N. Abrams, 2000. s. 224 ISBN 0810927454

NASH, Dennison. *Tourism as a Form of Imperialism*. In Valene L. SMITH, ed. *Hosts and Guests*, s. 37-52. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989. ISBN 8-8122-1280-0

NIETZSCHE, Friedrich. *Radostná věda*. Z něm. originálu *Die fröhliche Wissenschaft* přeložila Věra Koubová, vydala Praha: Aurora, 2001. 260 stran, ISBN 80-7299-043-8)

NUÑEZ, José Oscar Barrera. *El turismo étnico. El caso de los Tzotziles de Chamula. Interacción étnica y el sistema turístico en los procesos y manifestaciones del cambio socio-cultural*. México, 1995. Diploma tesis. Instituto Politecnico Nacional.

O'DONOHUE, Stephanie. *Leaky Boundaries: Intertextuality and Young Adult Experiences of Advertising*. In *By this Book*, ed. Mica NAVA et. At. London: Routledge, 1997. s. 257-275

PALMQUIST, Mike and students (Carol Busch, Paul S. De Maret, Teresa Flynn, Rachel Kellum, Sheri Le, Brad Meyers, Matt Saunders, Robert White). *Content Analysis. Writing@CSU*. Colorado State University Department of English, 2005. Dostupný na <http://writing.colostate.edu/guides/research/content/>.

PIMENTEL, Francisco. *Cuadro comparativo de las lenguas indígenas de México*. México, 1864, s. 217 – 218

POZAS, Ricardo A. *Juan the Chamula. An Ethnological Re-Creation of the Life of a Mexican Indian*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, 1962. s. 115 ISBN 0-520-01027-2

RAPPAPORT, R. A. *Ritual and religion in the making of humanity*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. s. 562 ISBN 0521296900

REDLOVÁ, Pavla. *Fragmenty setkávání turistů, indiánů a antropologů v San Cristobalu de las Casas v Mexiku*. Praha, 2008. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova v Praze, Filosofická fakulta, Katedra etnologie.

SALZMANN, Zdeněk. *O psaní slova INDIÁN*. In *Naše řeč* 74/1991, s. 106-107

SHIELDS, R. *Places on the Margin*. London: Routledge, 1990. s. 334 ISBN 0415080223

SILVERSTEIN, Michael. *Treasure hunt: inside the mind of the new global consumer*. Portfolio, 2006. s. 267 ISBN 1591841232

SMITH, Valene L. *Pilgrimage and Tourism: The Quest in Guest*. 1992. Special Issue of *Annals of Tourism Research* 19 (1): 1-121

SMITH, Valene L. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989. s. 341 ISBN 8-8122-1280-0

TURNER, V. *The Center Out There: Pilgrim's Goal*. In *History of Religions*, 1973, 12: 191-230

TURNER, V. *The Ritual Process*. Harmondsworth: Penguin, 1974. s. 213 ISBN 0202011909

URRY, John. *The Tourist Gaze*. 2nd edition. London: SAGE Publications, 2002. s. 183 ISBN 76197348X

VAN DEN BERGHE, Pierre, COLBY, Benjamin N. *Ladino-Indian Relations in the Highlands of Chiapas, México*. In *Social Forces*. 1961. 40 (1) 63-71.

VAN DEN BERGHE, Pierre, KEYES, Charles F. *Introduction. Tourism and Re-created Ethnicity*. In *Annales of Tourism Research*, 1984, vol. 11, s. 343-352

VAN DEN BERGHE, Pierre. *The Quest for the Other: Ethnic Tourism in San Cristóbal, Mexico*. Seattle&London: University of Washington Press, 1994. s. 169 ISBN 0-295-97317-X

VARGAS-CETINA, Gabriela. *Postcolonial Sites and Markets: Indigenous Organizations in Chiapas, Mexico*. In *Tamara: Journal of Critical Postmodern Organization Science*, 2001. Dostupný z www: [http://findarticles.com/p/articles/mi\\_qa4007/is\\_200101/ai\\_n8930920/](http://findarticles.com/p/articles/mi_qa4007/is_200101/ai_n8930920/)

VOGT, Evon Z. *Zinacantán. A Maya Community in the Highlands of Chiapas*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1969. s. 733 ISBN 674-96825-5

WERNICK, Andrew. *Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression*. London: Sage, 1992. s. 208 ISBN 0803983905

WEST, N. *Kodak and the Lens of Nostalgia*. Charlottesville: University of Virginia Press, 2000. s. 242 ISBN 0813919592

Průvodci cestovatele:

ALLAN, Don, LUFT, Wendy. *Průvodce do kapsy Berlitz: Mexiko*. Přel. Jaroslava Novotná, Jiří Ulbrich. Bučovice: Ro-To-M a.s., 2006. s. 255 ISBN 80-86704-53X

FISHER, John, JACOBS, Daniel, O'NEILLOVÁ, Zora, WHITFIELD, Paul. *Rough Guide Mexiko*. Přel. Lucie a Jiří Potůčkovi a kol. Brno: Jota, 2008. s. 947 ISBN 978-80-7217-551-2

MÜLLER-WÖBCKE, Birgit. *Merian live! Mexiko Yucatán*. Přel. Alice Kavinová. Havlíčkův Brod: Jan Vašut s.r.o., 2008. s. 128 ISBN 978-80-7236-640-8

SUCHA, Marian S. *Průvodce na cesty Mexiko*. Praha: Freytag & Berndt, 2008. s. 223 ISBN 978-80-7316-024-1

SVOJTKA&CO. *Lonely Planet Mexiko*. Přel. Tereza Hornátová, Jaroslava a Petr Křivský, Daniela Orlando, Jan Styblík, Pavel Wurm. Praha: Svojtka, 2009. s. 1112 ISBN 978-80-256-0114-3

Internetové zdroje:

- <http://www.aaanet.org/committees/ethics/ethcode.htm>
- <http://www.iubik.com/aventuras/indigenous-chiapas-san-juan-chamula-and-zinacantan/>
- <http://www.mayadiscovery.com/> a <http://www.elmundomaya.com>
- <http://en.proverbia.net/citastema.asp>
- <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/chiapas/municipios/07023a.htm>  
(Enciclopedia de los Municipios de México)