OBSAH

1. ÚVOD …… 3
1.1 TRANSKRIPCE …….. 5
1.2 METODOLOGIE……. 6
1.3 LIMITY VÝZKUMU …….. 7
1.4 SEBEREFLEXE A POZICE V TERÉNU……. 8

2. TEORIE UMĚNÍ, AGENCY A KOMODIFIKACE …… 11
2.1 VYMEZENÍ POJMŮ ……. 13
2.2 KOMODIFIKACE ……. 16
2.3 BIOGRAFIE VĚCÍ ……. 17
2.4 METAFORA …… 18

3. ÚVOD DO PROBLEMATIKY: HIZBULLÁH A LIBANONŠTÍ ŠÍITÉ …….. 19
3.1 LIBANONŠTÍ ŠÍITÉ …….. 19
3.1.1 ŠÍITÉ A JIŽNÍ PŘEDMĚSTÍ BEJRÚTU…… 19
3.2 VZNIK HIZBULLÁHU …….. 21
3.3 PALESTINSKÁ OTÁZKA …… 26
3.4 NÁBOŽENSKÝ SYMBOLISMUS V KONTEXTU …… 28
3.5 ZELENÝ SAMOPAL ANEB OFICIÁLNÍ SYMBOLIKA ……. 29

4. DÁHIJA – JESKYNĚ DRAKA …….. 33
4.1 PLAKÁT – BILLBOARD – INDEX ……. 37
4.1.1 IKONY A IDOLY ……. 42
4.1.2 PLAKÁTY A BILLBOARDY – PŘÍKLADY …… 44
4.1.3 PÁR SLOV K ZHODNOCENÍ …… 51
4.2 MUČEDNÍCTVÍ ……. 52
4.2.1 ZABÍT/ZEMŘÍT…… 55
4.2.2 PŘÍKLADY…… 57
4.2.3 PÁR SLOV K ZHODNOCENÍ…… 65

5. URBÁNNÍ ZÁSTAVBA ……. 67
5.1 ANTROPOLOGIE ARCHITEKTURY 67

5.2 DOKTRÍNA DÁHIJA …… 69
5.3 DŽIHÁD AL BINÁ …… 69
5.4 BUDOVY A JEJICH AGENCY …….. 70
5.5 PLASTIKY……. 77
5.6 DOMY RODIN MUČEDNÍKŮ…… 77

6. OSTATNÍ MATERIÁLNÍ OBJEKTY ……..... 79
6.1 HIZBULLÁH JAKO TRADEMARK ……. 80
6.2 OBCHODY SE SUVENÝRY …… 81
6.3 SUVENÝRY …… 83
6.3.1 SAMOLEPKY ……. 87
6.4 POŽÁRNÍ STANICE …… 94

7. ZÁVĚR …… 99

8. LITERATURA …… 104

9. RESUMÉ ……. 107

10. PŘÍLOHY ……. 109

1 ÚVOD

Antropologickou studii vizuální sebe-prezentace libanonského Hizbulláhu jsem se rozhodl sepsat zejména jako určité doplnění mého předešlého výzkumu k obecnému tématu transformace teroristické organizace v politickou stranu, které se vztahovalo k mému dřívějšímu studiu. Jestliže jsem se skrze metodologickou komparaci věnoval nejen libanonskému Hizbulláhu, ale též palestinskému Hamásu, nyní již byl prezentovaný výzkum veden jako jednopřípadová antropologická studie, věnující se pouze Hizbulláhu. Blízkovýchodní téma náhledem antropologie jsem si vybral zcela záměrně, a to z několika důvodů. Jsem bakalářem blízkovýchodních studií, což mne jistým způsobem determinuje k takové vědecké práci, která mi bude vzhledem k mému předešlému studiu tématicky i zaměřením blízká. Za druhé, Hizbulláhu se věnuji v delším časovém horizontu a to nejen nově v antropologickém smyslu, ale paralelně čistě politologicky. Připouštím také, že mne velice láká doplnit, paradigmatem orientalismu[1] nezkreslený, externí pohled na Hizbulláh, vycházející z osobní zkušenosti nabyté při mém dvouměsíčním terénním výzkumu v Bejrútu v první polovině roku 2010.

S nástupem britské sociální antropologie se poněkud posunula hranice zkoumání jednotlivých kultur. Technika zúčastněného pozorování bezpochyby přinesla mnohem lepší prostředek k inter-kulturnímu porozumění, přesto studium materiální kultury zůstalo užitečné v jiných ohledech. Pro tento výzkum asi nejmarkantněji ve své schopnosti materializovat identitu a utvářet kolektivní povědomí (Buchli, 2002). Kolektivní paměť, ovlivňovaná okolní vizualitou, je navíc důležitým činitelem ve formování kolektivní identity. Sociální skupina (Hizbulláh), ve které se jedinec nachází, tak určuje, co je hodné zapamatování. Podobně i tento výzkum využívá materialitu jako ukazatel nabité identity, ztotožňující šíity s Hizbulláhem. Ostatně, dle Buchliho, materiální kultura byla již dříve pokládána za jakési zrcadlo: *„Jakožto materiální kultura, jsou nástroje finální objektivizací přirozených věr. Jako vštípené myšlení a vryté chování, se materiální kultura stává zrcadlem, ve kterém se člověk může vidět*“ (Richardson 1974 v Buchli 2002). Kulturní vlastnictví, jak je ustaveno v rámci materiální kultury, se tedy stává jakýmsi měřítkem národnostní či skupinové soudržnosti a identity. *Material culture* nikdy nebyla samostatná disciplína „sama pro sebe“, je schopna překládat z jedné oblasti do druhé, a to nejen mezi různými sociálními a fyzickými oblastmi, ale dokonce mezi různými

[1] koncepci *orientalismu* v roce 1977 přelomově postihl Edward Said a zapříčinil tak posun v sebereflexi nejen samotných orientalistů, ale též nás, antropologů

disciplínami. To vysvětluje současný příklon různých sociálních věd k materiální kultuře. „*Pole studia materiální kultury, skrze vývoj během posledních 10-15 let, stanovilo otázku implikace materiality, vzájemné propletení sociální a materiální sféry. Právě jeho náhled je užitečný při nasměrování našeho pohledu na důležitost fyzické či materiálně kulturní dimenze*“ (Macdonald 2006: 11).

I když je Hizbulláh vskutku pomyslnou studnicí studijního materiálu pro politology, kteří dnes poněkud tendenčně sledují zejména to, zda má co do činění s terorismem, skýtá také mnoho příležitostí pro sociologické, antropologické, genderové či transnacionální výzkumy. Zaměříme-li se na jevy kulturně-sociální, které *mohou* mnou dříve zkoumanou transformaci doprovázet, připouštím, že ideálním výzkumem by zřejmě bylo nenásilné navázání na výzkum tohoto fenoménu. Jsem si však vědom jeho spíše politologické podstaty a rizik z tohoto pro antropologa plynoucích. Právě proto se pokouším popsat partikulární část tranzitní spojnice, kterou Hizbulláh využívá ke komunikaci s šíitskou konfesí v rámci Libanonu. Ta mne v této práci zajímá zejména v úzkém výzkumném rámci početné šíitské komunity jižního Bejrútu, konkrétněji tedy její vizuální část. Můj výzkum si tedy klade za cíl přiblížit se odpovědi na otázku, **kterak šíitský Hizbulláh po vizuální stránce zasahuje ideologicky, kulturně a zejména nemilitantně do života libanonských šíitů, a zda je přímo či nepřímo ovlivňuje, ne-li formuje v rámci konkrétního příkladu jižních předměstí Bejrútu, souhrnně zvaných Dáhija**. Na pozadí aktuálních příkladů vizuální prezentace obrazů (indexů) v Dáhiji se pokusím najít jisté pravidelnosti. Ty se pokusím identifikovat za pomoci partikulárních otázek, na které se budu ptát:

1) Jaké jsou hodnoty, které Hizbulláh prezentuje na svých indexech?
2) Jak jsou indexy vyvedeny, aby obsahovaly tuto agendu?
3) Jak indexy dosahují cílů zamýšlených Hizbulláhem?

Na relativně početnou část libanonské společnosti je zaměřena podpůrná sociální síť, obsahující kupříkladu materiální a finanční podporu školství, zdravotnictví či distribuci sociálních dávek nejchudším vrstvám společnosti – což vnímám jako ostrý kontrast k jeho všeobecně přijímanému vykreslení, v rámci západního diskurzu. Antropologickým náhledem bych chtěl přispět k celkovému nastínění stavu, v jakém je Hizbulláh nyní, po prakticky dokončené transformaci v etablovanou politickou stranu.

Navíc, skrze výzkum *material culture* šíitské každodennosti v jižním Bejrútu bych chtěl nastínit i možné odpovědi na daleko závažnější otázky, než-li je samotná obsahová analýza vizuality Dáhije. Prezentuje se Hizbulláh v určitých oblastech skutečně především jako distributor beneficií, které nemůže Libanon jako stát mnohdy poskytnout, či jako politická platforma? Anebo je dle vlastní vizuální prezentace stále hlavní islámskou rezistentní silou (ne-li jedinou) na území Libanonu, oponující Izraeli. Jsou jeho role kompatibilní, a konečně, nakolik je vůbec reálné usuzovat v dogmatické závěry? **Shrnu-li tedy hlavní výzkumné otázky, kterým se tato práce věnuje, jsou to tyto:**

1) **Kterak zmíněná vizualice současný stav, v němž se Hizbulláh dnes nachází, reprodukuje, reprezentuje a zpětně spoluutváří, tedy konkrétněji, jak dochází k přenosu ideologie skrze *agency* nesoucí ideu rezistence či proklamující sociální a politickou tvář Hizbulláhu, transformovaného v ideologicko-sociální hnutí s politickou platformou k příjemci.**
2) **Nad celým výzkumem bude stát můj dlouhodobý záměr verifikace teze, že Hizbulláh je skutečně transformovaný v sociálně-ideologické hnutí s „vyřešenou" teroristickou minulostí a tento stav se pokusím dokázat právě skrze odpovědi na výše uvedené partikulární otázky a vizuální analýzu.**

1.0 TRANSKRIPCE

V otázce transkripce se pokusím postupovat přesněji (Hizbulláh namísto Hizballáh), přestože budu často vycházet ze zavedených zvyklostí v České republice, tedy zjednodušovat přepis dle fonetických dispozic, zejména u některých známých vlastních jmen. Některá vlastní jména jsou v přesné transkripci natolik vzdálená běžně používané praxi, že by čtenář bez znalosti základů arabštiny mohl mít s jejich čtením problém.

V otázce přepisu částí semi-strukturovaných interview používám přímo v textu anglický jazyk a teprve v poznámce pod čarou jeho překlad. Všechna zaznamenaná interview byla vedena v anglickém jazyce, tedy jsem volil do textu přesné vyjádření dotazovaných. Domnívám se totiž, že jeho užitím bude posílena autentičnost a přesnost výpovědí a toto užití nezpomalí celkové tempo čtení. Tam, kde jsem využil sdělení, které nebylo ihned zaznamenáno a které bylo sděleno pouze ústně, jsem jej do textu zařadil

rovnou přeložené. V zájmu zachování korektních vztahů s mými informátory navíc neuvádím jejich příjmení, pouze počáteční písmeno.

1.2 METODOLOGIE

Metodologicky se pokusím svou práci opřít zejména o práci Alfreda Gella a Roberta Laytona, kteří velice dobře zpracovali teoretický přístup k antropologickému výzkumu *material culture* a s tím spojený koncept *agency*. Dále se pokusím některé části mé práce propojit s teorií architektury v antropologii (jako partikulární části *material culture*) Victora Buchliho a teoretický koncept komodifikace věci Igora Kopytoffa. V neposlední řadě využiji poznatky z práce Judith Palmer Harik, která dle mého názoru provádí jeden z nejlepších dlouhodobých výzkumů věnovaných Hizbulláhu.

Hlavním prostředkem k propojení teorie a případové studie v prezentovaném výzkumu je využití vizuální analýzy, kterou jsem prováděl ve třech rovinách, tedy 1) fenomenologické 2) sémiotické 3) rovině performativního kontextu. Tyto roviny jsem se po seznámení s místním kontextem rozhodl zkoumat na pozadí tří vybraných oblastí *material culture*.

1) plakátová a billboardová sebeprezentace Hizbulláhu
2) urbánní zástavba jižních předměstí, z nichž je agency Hizbulláhu rovněž patrná.
3) upomínkové předměty a předměty denního užitku, nesoucí *agency* Hizbulláhu.

Jistě mi může být vytýkáno, že sleduji artefakty všech možných měřítek v příliš širokém rozpětí a v relativně nesouvisejících sekcích (1-3), avšak všichni se (vědomě či nevědomě) navzájem ovlivňujeme nekonečně rozmanitými předměty, které nás obklopují. Neustálá důvěrná znalost lidí s bezpočtem věcí – naše pohroužení do materiálního média – může totiž být dobře nejcharakterističtější a nejpodstatnější vlastností lidského života.

Během terénního výzkumu informátoři mluvili o indexech jak v přímé konfrontaci s níže uvedenou materiální kulturou (tedy když u ní stáli, či jí míjeli), tak v obecné rovině nad šálkem kávy. Přestože jsem se pokusil sledovat jejich gesta, výrazy a intonaci, až na pár výjimek (které jsou v této práci popsány) jsem se nesetkal s výraznou diskrepancí mezi obsahem výpovědi a formou jejího sdělení, naznačující obsah promluvy a skutečného názoru.

Přestože jsem použil některé přepisy mnou vedených rozhovorů, týkajících se zkoumané materiální kultury, již během výzkumu jsem shledal kontraproduktivním dodržovat doporučenou formu záznamu rozhovoru na diktafon a důsledné sbírání informovaných souhlasů od zúčastněných informátorů. Informovaný souhlas proběhl vždy v rovině ústní, ihned v úvodu jsem vysvětlil objekt mého zájmu a přislíbil anonymitu v případě možného užití citace. Vzhledem ke zkoumanému tématu neměl žádný z informátorů problém se záznamem svých výpovědí, respektive jejich částí. Čestně tedy prohlašuji, že veškeré citované postavy této práce jsou skutečné a dohledatelné, stejně jako jejich výpovědi. Přepisy některých úseků jsou pořízeny z terénního deníku, který jsem měl neustále v terénu s sebou. Pakliže bylo potřeba zaznamenat konkrétní výpověď, informátor byl požádán o zopakování sdělení, načež jsem toto zapsal a poté jsme v rozhovoru pokračovali. Vzhledem k faktu, že mým zájmem byla materiální kultura a výzkum nebyl veden coby klasická etnografická studie, troufám si tvrdit, že tato metodologie záznamu byla užitečnější a více ku prospěchu práce. Na svou obhajobu také dodávám, že rozhovory se nejčastěji udávaly doslova za pochodu skrz rušné ulice Dáhije za účelem konfrontace s hledanými indexy, tedy by zřejmě nebylo technicky možné jej v plné kvalitě zaznamenat.

1.3 LIMITY VÝZKUMU

Jako jednu z nejlimitujících částí předkládaného výzkumu vnímám jeho sémantickou část, ve které ponejvíce záleží na důsledné sebereflexi výzkumníka, na citlivé práci se sbíraným materiálem, podpořeného semi-strukturovanými interview. Kulturní rozdíly mezi střední Evropou a Blízkým Východem mi však skýtají nejen velkou osobní výzvu, avšak předpokládám též, že právě v této rozdílnosti některé sledované vizuální jevy krystalizují snáze, než-li v rámci výzkumu zatíženého *blízkostí* terénu, setkávající se s materiální vizualizací v každodenním životě výzkumníka.

Zde jsou pak některé další problematické části výzkumu:

1) problém mnohovrstevné symboliky a významů v rámci šíitského islámu
2) vztah ideologie s jejími sociálními nositeli, jenž by měl být „rozšifrován“ spíše etnografií

Připouštím také, že značným limitem byla i samotná doba, po kterou jsem měl možnost v Bejrútu provádět terénní výzkum. Naštěstí pro tuto práci jsem se velmi rychle dostal do komunity lidí, kteří byli různých náboženských vyznání a kteří byli navíc velice otevření a ochotní na tomto výzkumu spolupracovat či mi jinak (zejména technicky) pomoci. Snad právě volba vizuální analýzy mi skýtá jisté ospravedlnění na námitky, že by tento fakt mohl negativně zabarvit výsledná data, či spíše mé soudy. Rychlou adaptaci naopak vnímám jako velký přínos pro urychlení započetí terénního výzkumu, který nebyl jakkoliv podepřen grantem či dotací. Zároveň mi tento pozitivní stav kompenzoval jednoznačně problematický vstup do terénu rozhovory i mimo konfesní příslušnost k šíitskému vyznání.

Vzhledem k omezenému rozsahu práce a délky provedeného terénního výzkumu si nečiním nárok postihnout všechny materiální vlivy bezezbytku, což taktéž vyplývá zejména ze zmíněných omezených možností v Bejrútu, ale též relativním nedostatkem úzce specializované odborné literatury, která by mi byla nápomocná v těžkých sekvencích výzkumu, zejména pak u samotných analýz, kdy jsem se musel často držet spíše vlastní intuice, kterou jsem teprve posléze konfrontoval s názory druhých.

Vzhledem k užšímu a lokálnímu zaměření práce jsem se také rozhodl nepokrýt výzkumem televizi al-Manár, která je zcela v režii Hizbulláhu, přestože jsem měl možnost tuto televizi sledovat. Její široký záběr se mi totiž jevil příliš rozmělňující pro koncept této práce. Toto masové médium by sice poskytlo nepřeberné množství informací o sebepojetí Hizbulláhu, nicméně jsem se rozhodl spíše zaměřit na klasický výzkum materiální kultury.

1.4 SEBEREFLEXE A POZICE V TERÉNU

Jsem si dobře vědom, jak problematická může být interpretace symbolů a metafor dle našich vlastních (západních) zkušeností. Jak jsem již předeslal, zkoumané 3 okruhy jsou součástí určitého kontextu, ve kterém jsem nebyl internalizován. Sám jsem si sebou „nesl“ svou kulturu a ti, kteří byli mými informátory, byli závislí na své vlastní kulturní tradici a poskytovali mi své interpretace z této kultury vycházející.

Dáhija mi navíc zdaleka neposkytla takový obrázek, který jsem při své cestě podvědomě hledal a přirozeně předpokládal. Velice záhy po započetí výzkumu jsem byl

konfrontován s viditelnou absencí ozbrojenců Hizbulláhu se samopaly v ulicích, sešlostí agitačních plakátů které prezentovaly na první pohled pouze dlouhé řady plakátů s tvářemi mučedníků, dávno omšelými slunečním svitem, i absencí samotných vlajek Hizbulláhu. Přesto jsem se snažil důsledně pochopit *agency* materiálních věcí, se kterými jsem se v Dáhiji nakonec setkal. Gell dobře teoretizoval při výkladu umění skrze *agency*, ale k pochopení typů *agency* charakteristických pro umění musíme pochopit rozlišné způsoby, kterými umění ovlivňuje příjemce. Dovolím si vypůjčit Laytonův příměr: Jako plakáty nacistické propagandy či plakáty sovětského realismu ukazují paralelní kurz k sociální akci, obraz dělníka nás neovlivní tolik, jak 10 let otrocké práce v továrně. Shoda je podobná, jako v případě silného elektrického šoku a schématického upozornění vyobrazením postavičky, padající na záda po zasažení proudem, symbolizující blesk. Zatímco elektrický šok může zasáhnout kohokoliv, k vyvarování se zasažení proudem v druhém případě, je nutné nejdříve vyobrazení pochopit (Layton 2003). Umělecká díla mohou být vztahována k jejich primárním agentům (umělec, patron, prototyp), protože kompetentnímu divákovi poskytují patřičnou informaci. Po celou dobu výzkumu jsem se tedy snažil být kompetentním divákem a své domněnky konfrontoval s *insidery*.[2]

Semioticko-interpretativní teorie umění přikládají důležitost tvrzení, že to, co člověk (výzkumník) vidí na obraze nebo chápe z určitého projevu či textu, je schopnost jeho předešlé zkušenosti, jeho kultury a podobných faktorů vycházející z jeho domovské kultury (Layton 2003). Konstruuje tento přístup jako odmítnutí vnitřní *agency* uměleckých děl, naznačující postmoderní argument, že čtenář či divák může sám rozhodnout, kterému předmětu věnuje pozornost. Není však adekvátní opustit zcela sémiotický argument, neboť i když divák rekonstruuje umělcovu *agency* správně, stále musí spoléhat na své předchozí zkušenosti, duševní rozpoložení a na svou kulturu (Layton 2003: 461).

Na základě odmítání jazykových analogií Gellem a dalšími (Gell 1998, Layton 2003, Buchli 2002) jsem i já tyto analogie nehledal. To, co spojuje užívání jazyka a užívání věci dohromady je to, že obojí vzniká jakožto produkt ztělesněné lidské mysli, tj. mysli, která chápe a zasahuje do světa skrze smyslové a tělesné kapacity lidského těla. Naše smyslovost je spojujícím „tkanivem“ těla, jež nás váže ke světu, který je propojením

[2] *Insiderem* rozumím člověka stojícího uvnitř kulturního rámce, který je pro něj domovský či velice familierní a v němž se běžně pohybuje.

slov a věcí, při vytváření významů a performativní oblasti jednání. Když metaforicky propojíme věci, rozpoznáme podobnosti v rozdílech, dokážeme uvažovat o jedné věci v termínech, jež jsou připisované věci jiné. Tato pozice zdůrazňuje, že myšlení vyrůstá z naší ztělesněné zkušenosti. Z toho důvodu je mnoho metafor zakotveno v lidském těle a mentálních obrazech světa, které jsou založeny na tělesné zkušenosti. Tyto zkušenosti a obrazy jsou vždy zprostředkovány skrze sociální zkušenost a proto jsou kulturně odlišné.

2. TEORIE UMĚNÍ, AGENCY A KOMODIFIKACE

Sociální antropologové zabývající se antropologií umění často redukovali hmotné artefakty na významové vztahy, ve kterých jsou tyto zasazeny. Při jejich interpretování nezachází již s předměty jako s ilustracemi vnějších věcí. Žádná debata nakonec nezaznamenala takovou kontroverzi jako ta, která se točila kolem toho, co si počít s estetikou v antropologických studiích o předmětech. Následný estetický obrat v antropologii umění byl již motivován post-strukturalistickým výkladem kulturních forem (Kuchler v Buchli 2002). Ani já se tedy nehodlám v duchu tohoto zvratu zabývat estetickými kvalitami zkoumaného materiálu. Vynasnažím se však zde tuto líbivou vizuální realitu vytvářenou Hizbulláhem, fenomenologicky vyložit a sémioticky analyzovat. Do centra pozornosti tohoto výzkumu vnáším tu tvář Hizbulláhu, která stále přitahuje, či dokonce „fascinuje" valnou část šíitské populace Libanonu, tvář reprezentovanou mytizací, dekoracemi a inscenováním hnutí v bezpočtu kulturních a politických projevech politických a náboženských vůdců. Dnes ostatně v západním diskurzu stále převládá zjednodušený obraz Hizbulláhu jako násilného a démonického hnutí, podnikajícího teroristické útoky nejen na území Izraele. K pochopení dvojí tváře hnutí je třeba pochopit, či zprostředkovat jeho schopnost fascinovat. Na jednu stranu tím myslím propagandistickou estetizaci islámské ideologie odporu a na druhé jeho nové politické tváře s aurou pokroku a otevřenosti.

Howard Morphy vnímá **umění** jako cokoliv, co je hodnoceno jako umění členy institucionalizovaného uměleckého světa – kritiky, zprostředkovateli, sběrateli, či teoretiky. Podle této teorie většina domorodého „umění" je prostě jen „umění", protože si to myslíme, nikoli proto, že by předměty lidé vyráběli s tímto záměrem. Morphy se s tímto vyrovnává dualistickou definicí: umělecké předměty jsou ty, které mají sémantické anebo estetické vlastnosti a jsou užívány k reprezentačním účelům - tedy jak umělecké předměty, tak nositelé znaků, sdělující určitý význam. Nebo to jsou předměty vyrobené za účelem provokovat kulturně schvalovanou estetickou odpověď. Anebo obojí najednou (Morphy 1994 v Layton 2003). Osobně mi tento dualistický přístup vyhovuje, omezuji se však spíše na jejich vnímání, zejména coby zmíněné nositele znaků. Spíše nežli definovat umělecké předměty tím způsobem, jež by uspokojil estetiky, filosofy či historiky umění,

připusťme, že prakticky cokoliv může být z antropologického hlediska uměleckým předmětem (Gell 1998).

Teorie umění Alfreda Gella, kterou jsem si vybral jako klíčovou pro tento výzkum, je založena na britské škole sociální antropologie. Ta se zaměřuje spíše na sociální vztahy než na samotnou kulturu (Gell 1998: 7). Odlišnost nezápadních estetických systémů nemůže tvořit antropologickou teorii, protože antropologické teorie se ze své podstaty zakládají na sociálních vztazích. Gell je zastáncem ideje, že úkolem antropologie umění není definovat charakteristické rysy estetik jednotlivých kultur. Naopak poukazuje, že **antropologie umění není autentická, dokud nezkoumá působení umění v kontextu, ve kterém bylo stvořeno** (Gell 1998: 8). **Antropologie umění by se tedy měla zaměřit na sociální kontext produkce umění, jeho cirkulace a přijímání, ne však na hodnocení jednotlivých děl** (Layton 2003: 449). Gell ostatně sám uvádí dva argumenty pro odklon od interkulturní estetiky: 1) Množství děl umění není jistě zamýšleno, aby vyvolalo „estetické“ ocenění v běžném smyslu – spíše hraje roli v „hrozivých psychologických válkách“ (vlajka, náboj – jenž se stane materiálem pro něco jiného). 2) Kategoricky odmítá lingvistické analogie, tedy chápání umění coby vizuálního kódu, přičemž argumentuje, že „*nic kromě jazyka samotného nemá význam v zamýšleném smyslu*“ (Gell 1998: 6). Lingvistické analogie však mohou zrovna tak podstatu a význam věcí, jakožto materiálních forem zatemnit, stejně jako osvětlit (Tilley v Buchli 2002). Přes Gellovo odmítnutí analogie s jazykem v první řadě musíme o věcech psát a mluvit. Převést věci do promluvy a tak riskovat zdomácnění jejich odlišnosti od jazyka, který užíváme k jejich reprezentaci. Pouze skrze jazyk jsme schopni konstatovat, hájit, zkoumat a rozumět tomu, co věci znamenají a proč je jejich studium důležité, proč to má význam při snaze o porozumění lidem a jejich sociálnímu světu. Být člověkem, mluvit, znamená také vytvářet a užívat věci (Tilley tamtéž). Ani jazyku ani výrobě, recepci a užívání hmotných forem, nemůže být připsáno ontologické prvenství. Jakožto lišící se formy komunikace, hrají jazykové formy slov a materiální formy artefaktů doplňující se role v sociálním životě. Artefakty dovolují vypovídat o nich samých a o jejich sociálních vztazích takovým způsobem, který by byl ve verbální rovině nemožný (Gell 1998; Layton 2003). Umožňují, aby bylo nevyřčené vyřčeno, s ohledem na rodové a genderové vztahy.

Jazyk je tedy unikátní instituce, ale vizuální objekty nejsou jeho součástí. Nevytvářejí alternativní jazyk. Jsou to předměty, o kterých my mluvíme, ale nikoliv ony

samy. **Na místo symbolické komunikace Gell klade veškerý důraz na *agency* (činnost), záměr, příčinu, výsledek a transformaci.** Jeho výkladový posun vidíme směrem k *doing*, které je teoreticky ošetřeno pojmem „***agency***" (činnost), jako proces, zahrnující indexy (znaky, ukazatele) a efekty. Celkové Gellovo odmítnutí estetiky však není tak radikální, jako zmíněné odmítnutí vnímání umění coby vizuálního jazyka. Gell však připouští, že mohou být tyto objekty esteticky oceněny (Gell 1998: 66). Layton s Gellem se shodují, že estetické hodnoty se mohou lišit kulturu od kultury (Layton 2003: 449). Gell poukazuje na to, že antropologie umění se může zajímat třeba o to, kterak jsou estetická měřítka mobilizována v sociální interakci. **Pro výzkum materiální kultury Hizbulláhu tedy není klíčová estetika a její hodnoty, ale to co se skrývá za touto vizuální kulturou, kupříkladu potřeba sjednocení, udržení pocitu vítězství, a podobně**.

Každá kultura má odlišné kulturně-specifické estetické vnímání, a úkol antropologie umění je tedy definovat základní estetické charakteristiky každé kultury. Je tedy třeba jít dál a hodnotit autory v intencích jejich vlastních kulturních kontextů, tedy ve vztahu k jejich kulturně specifických estetickým záměrům (Gell, 1998). Estetické posuzování je pouze vnitřní mentální akt, a proto se mu snažím v rámci oproštění se od subjektivních soudů pokud možno vyhnout. Umělecké předměty jsou na druhou stranu vytvářeny a šířeny v externím fyzickém a sociálním světě. Antropologie má specifický předmět zájmu – a to sociální vztahy - vztahy mezi účastníky v sociálním systému různých typů. Mnoho badatelů pokládá za předmět antropologie kulturu, ale kultura neexistuje nezávisle na projevech v sociálních interakcích (Gell, 1998). Gell navrhuje pokládat **umění za zvláštní formu technologie**, obzvláště považovat **umělecké předměty za prostředky pro zajištění přijetí individuí v síti záměrů, ve kterých jsou "zapletení"** (tamtéž). Zcela v souladu s touto tezí se pak pokusím vést celou tuto práci.

2.1 VYMEZENÍ POJMŮ

Agency (jednání, působnost, síla): Gell definuje *agency* jako atributivní těm osobám a věcem, které iniciují kauzální sekvence – události způsobené jednáním mysli, vůlí či záměrem. Agent (Hizbulláh či autor v jeho službách) je zdroj, základ kauzální příčiny, nezávislý na stavu fyzického universa (Gell 1998: 16). Layton poznamenává, že ve světle této definice materiální objekty potom nemohou být samy o sobě agenty, pouze jednají jako rozšíření (indexy) tvůrce, či ***agency* jejich uživatele** (Layton 2003). Podle

Gella jsou zase umělecké předměty sekundárními agenty. Oproti tomu Giddens definuje *agency* jako *„proud aktuálních či zvažovaných kauzálních zásahů fyzických bytostí v ontologickém procesu událostí ve světě*“ (Giddens 1976: 75 v Fewster 2007: 92). Gell také identifikuje 4 typy agency, které může umělecký předmět nést. 1) psychologickou – pakliže je příjemce ovlivněn technickou virtuositou či smyslně rozrušen 2) fyzickou – například je-li příjemce uzdraven políbením ikony 3) estetickou – Gell připouští že některé předměty mohou být skutečně nositeli přijatých estetických hodnot, byť je velkým kritikem estetiky v antropologii 4) sémiotickou – nikoliv však vždy přítomnou (Gell 1998; Layton 2003: 452).

Agent: *„Lidé a věci jsou agenty, jedině když naleznou příjemce agency příjemce*[3]*, který ji nechá na sebe působit. Příjemce vstupuje do sociálního vztahu s indexem – objektem umění. Umělecký objekt postupně poukazuje na prototyp, ikonicky ho reprezentuje, či asociují*“ (Layton 2003: 452). David a Kamer (2001: 410) podobně nahlížejí lidské bytosti jako ztělesněné agenty jednající v reflexivním vztahu ke své materiální kultuře, tak ke strukturám, ve kterých jsou jejich životy kontextualizovány (Fewster 2007: 109).

Index: Umělecký objekt je indexem svého tvůrce či uživatele. Index v Peirceově sémiotice je „přírodní znak“ ze kterého pozorovatel může odvodit kauzální hypotézu, či závěr ohledně schopností a záměru jiného jedince (Gell 1998: 13). Index je součástí známého Peircova rozdělení znaku (znázornění uměleckým předmětem) na tři typy: a) index b) idol c) symbol, které jsou klasifikovány podle toho, kterak jsou vázány na objekt – Gellův prototyp[4] (Layton 2003: 452; Peirce 1955). Gell přitom využívá definici indexu tak, jak ji nastínil již Peirce. Index i idol mají silnou vazbu na objekty které značí, na rozdíl od symbolu, který závisí právě na kulturní konvenci. *„Symbol je znak který odkazuje k objektu, který značí silou zákona, obvykle asociací obecných myšlenek*“ (Peirce 1955: 102 v Layton 2003). Kromě symbolu, je pro Gella těžko použitelný také idol, protože není s objektem identický. Umělecké objekty jsou tedy indexy autorovy *agency*. Gell tedy spíše odmítá sémiotický přístup k umění. Vycházeje z výše popsaného

[3] Gell i Layton využívají k popsání příjemce *agency* anglické slovo *patient*. Někteří moji kolegové využívají překladu „pacient“ či „trpící“, mně se zde zdá příhodnější a přesnější využít zjednodušeného překladu „příjemce“, který dle mého názoru lépe vyhovuje celkovému významu a vyznění textu.

[4] Layton uvádí tyto příklady ad a) stín na hodinkách je index denního času; ad b) obraz koně, či záznam jeho řehtání nesou to, co zobrazují; ad c) vztah mezi objektem a symbolem je ustanoven konvencí

Peirceova konceptu indexu, ikony a symbolu, Gell tvrdí, že objekty umění mohou být jak indexy, tak ikony, nikdy však symboly (Layton 2003: 447).

Prototyp: Prototypy/modely jsou takové věci, které indexy mohou reprezentovat nebo zastupovat, jako např. osoba znázorňována na obraze; příjemci jsou ti, kdo reagují na tyto indexy. Index zároveň není produkt nebo konečný bod akce, ale spíše rozdělený rozšířený zástupce.

Abdukce: (odvození) je velice podobná hypotéze, nicméně je to spíše proces dedukce, který produkuje hypotéza jako svůj výsledek. Gell kritizuje stávající „antropologické" studium umění, protože je příliš zaujato estetickou hodnotou a dostatečně se nezajímá o ústřední antropologický zájem odkrytí sociálních vztahů, konkrétně sociálních kontextů, v nichž jsou díla vyráběna, v nichž obíhají a jsou získávána. Abdukci používá jako základ, z něhož se dostává od umění k *agency* ve smyslu teorie, jak umělecká díla mohou inspirovat *sensus communis*, nebo jak běžně přijímané názory na charakteristiku dané společnosti jsou každým v dané společnosti přijímány. Pro Gella je abdukce forma dedukce která nemá základ ve znalosti kulturních konvencí. Abdukce je forma dedukce „*v šedé zóně, kde ji sémiotická hypotéza spojuje s hypotetickým úsudkem ne-sémiotického druhu*" (Gell 1998: 14). Abdukce je charakteristická logickým procesem, který člověk může využít, pakliže se domnívá, že objevil pravidelnost v událostech a jednat na základě tohoto předpokladu (Eco 1990: 59 v Layton 2003: 454). Abdukce je tedy kognitivní proces. *Agency* uměleckého díla poté plyne ze způsobu, kterým ovlivňuje mysl příjemce.

Patient (příjemce): Umělecké předměty zprostředkovávají *agency*, aby docílily určitých cílů, zvláště k zachycení příjemců do vztahů a závěrů požadovaných nebo předepsaných agenty.

Layton připouští, že Gell správně odmítl lingvistický model vizuální komunikace, nepřikládal však váhu kulturní konvenci ve formování přijetí či „čtení" uměleckých děl. Umění je definováno distinktivní rolí, kterou hraje v sociálních vztazích konstruovaných skrze *agency*. Layton oproti Morphymu tvrdí, že ne všechny objekty mohou být objekty umění – často jsou však intuitivně rozpoznatelné - 1) obvykle jsou utvořeny tak, jak jsou viděny 2) umělecká díla **jsou** indexy sociální *agency* 3) obvykle jsou tato díla, vyžadující

ke stvoření jistou zručnost a s tím spojenou obtížnost výroby, náročnější na chápání a těžká k pojednání (*transact*) (Layton 2003: 448). Obvykle fascinují až lapají pozornost pozorovatele, stejně tak ho mohou těšit (Gell 1998: 23). Estetické vlastnosti objektu mohou být přeci jen zhodnoceny a to termíny zamýšleného efektu díla v jeho kontextu užívání (Gell v Layton 2003: 449).

Giddens vnímá těsnou vazbu mezi *agency* a mocí. *Agency* pro Giddense není záměr člověka, ale schopnost jednat - schopnost jednat různými způsoby (Giddens 1984 v Layton 2003: 451). Gell podobně zdůrazňuje rituální *agency* umění, tedy „*schopnost designu zachytit příjemce do kompetitivní směny – předmět může oslnit nepřátelského válečníka, či zahnat zlé duchy*“ (viz tamtéž). To pak nahrává celkovému pochopení, že *agency* je v podstatě moc. Pakliže však iniciátor a příjemce nepřijdou do fyzického kontaktu, iniciátorova *agency* musí být přenesena fyzickým objektem. „*Jejich agency pak detekujeme v poruchách, které zanechaly v materiálním světě*“ (Layton 2003: 452).

Rád bych také doplnil, že vztah mezi etnoarcheologií a teorií *agency* (na jejichž pomezí budu bilancovat) je zcela relevantní, protože obě se zajímají o stejný diskursivní proces v tom smyslu, že nepohlížejí na člověka jako na pouhého nositele zobrazujícího sociální struktury, stejně tak na něho nepohlížejí jako na loutku, jejíž chování je ovlivněno socio-kulturními normami, ale jako na aktivního agenta, ve společenském zřízení a jeho možné změně (David a Kamer 2001: 57-58).

2.2 KOMODIFIKACE

Ve druhé, empirické části práce, věnující se výzkumu upomínkových předmětů, využiji teoretický koncept komodifikace a singularizace, proto si jej nyní dovolím také krátce představit. Z kulturní perspektivy je produkce komodit kulturní a kognitivní proces. Komodity jsou totiž nejen vyrobené, ale také kulturně označené jako komodity. Navíc, ta stejná věc může být taktéž označena jako komodita, podruhé však nikoliv (Kopytoff 1986). Konečně také ta stejná věc může být jedním člověkem považována za komoditu, jiným již ne.[5] Kopytoff pokládá komodity za univerzální kulturní fenomén, jejichž existence je navázána na existenci transakcí, které zahrnují výměnu věcí (objektů). Výměna hraje hlavní roli v lidském sociálním životě a dle některých autorů je jeho

[5] Já jsem si zakoupil vlajku Hizbulláhu jako komoditu – suvenýr, bojovník Hizbulláhu by ji však takto nechápal (jako komoditní zboží).

samostatným jádrem.[6] Společnosti se však liší ve způsobech, jak je komodifikace jako specifický výraz směny strukturována a jak souvisí se sociálním systémem – jestli ji podporuje nebo nikoliv, zda v dlouhodobé perspektivě expanduje či stagnuje (v „našem případě“ zažívá boom), a v jakých kulturních a ideologických předpokladech, které plynou z jejího fungování.

Již v roce 1915 zmínil Dukrkheim, že společnost musí vyčlenit určitou část svého okolí a označit ho za posvátné (Kopytoff 1986). Singularizace je jedním prostředkem k tomuto. V každé společnosti jsou však také věci, které nejsou komodifikované či komodifikovatelné - jsou to kupříkladu symboly státu, národa či organizace, které se komodifikují prodejem vlajek tyto symboly nesoucí. Ne každá singularita je vzácná – jsou věci, které nejsou komoditami, protože nemají žádnou hodnotu a neobchoduje se s nimi. Dle Kopytoffa pak můžeme obecně vnímat citelnou touhu po singularizaci – zejména v privátní sféře. Protože singularita a komodita jsou v protikladném vztahu, žádná věc nikdy nedosáhne definitivního konce kontinua mezi nimi. Komodity i singularity jsou tedy nedokonalé. Na druhou stranu, **směnná funkce každé ekonomiky má jakousi vnitní integrální sílu, která vede směnný systém k co nejvyššímu stupni komodifikace, kterou mu směnná technologie dovoluje.** Za protikladnou silou Kopytoff vnímá kulturu a jednotlivce, jejichž síly směřují k rozlišování, klasifikaci, porovnávání a zposvátnění. Oproti tomu stojící komercionalizované, peněžní společnosti, kde existuje sofistikovaná technologie směny, jsou plně otevřené záplavě komodifikace.

2.3 BIOGRAFIE VĚCÍ

Přestože se ve výzkumu lehce dotknu i biografie věcí, není to stěžejní teoretický přístup k tomuto výzkumu, který jsem aplikoval a proto se o něm rozhovořím spíše okrajově. Kopytoff uvádí, že při sestavování biografe věcí můžeme klást otázky typu, jaké jsou možnosti dané věci a jak jsou realizovány. Ptáme se také, odkud věc pochází a kdo ji vytvořil, nebo jaký osud měla a jaká je její ideální „kariéra“. Náhled skrze studium *material culture* nám dovolí konstruovat jejich biografii, podstatnou pro zkoumání sociálního života předmětu ohodnocováním měnících se hodnot a postojů, které mu v průběhu času přisuzují různí lidé (srovnej Appadurai 1986). V situaci kulturního kontaktu se může skrze biografii věci ukázat, že nejpodstatnější není to, že byly věci

[6] Kopytoff uvádí Homanse, Ekeha a Kapferera

převzaty, ale způsob, jakým byly kulturně redefinovány a jsou užívány nyní. To, co můžeme skrze sociální biografii věcí a lidí pozorovat je to, jaký je sociální systém a kolektivní rozumění, ze kterých vyrůstají. Podobně jsem se i já zaměřil na zkoumání věcí, jejichž redefinovaný význam byl patrný – viz empirická část. Zajímalo mě, jaké jsou možnosti vizuální kultury a jakou má její *agency* na jednotlivce celkový vliv. Ptal jsem se na tu samou věc, která mohla být dosti dobře turistickým suvenýrem, či věcí singularizovaného charakteru v běžném životě člověka. Celkově jsem však při výzkumu metodu zkoumání biografie věcí s tím spojené otázky spíše potlačil, neb jsem byl limitován délkou výzkumu a provádění dlouhodobého etnografického výzkumu tak nebylo zcela možné. Podobně jsem se lehce, nikoliv však zásadně, vypořádal s metaforami.

2.4 METAFORA

Metafory jsou primárním způsobem, kterým lidé a kultury dávají smysl svému světu, ve kterém žijí. Metafory jsou nekonečně plodné a tvořivé tím způsobem, jak dovolují tvoření různých významů. Být člověkem znamená myslet skrze metafory a vyjadřovat tyto myšlenky skrze jazykové promluvy a zhmotňovat je v materiálních formách (Tilley v Buchli 2002). Podstatou metafor je pohybovat se od známého k neznámému, vytvářet spojení mezi věcmi tak, abychom jim porozuměli. Metaforické významy věcí jsou různorodé, umožňují jim kombinovat a přijímat protichůdné principy a tendence sociálního života. Síla obraznosti spočívá ve zhuštění odkazů, propojených se smyslovou a dotekovou kvalitou její materiální formy, a odkazu k lidskému tělu. Tvar artefaktu a metaforické atributy, které jsou s ní spojeny, dovolují vytváření živoucích odkazů, spojených se slavností, ceremonií a podobně. O artefaktech je dobré přemýšlet skrze jejich metaforické vztahy k ostatním. Mohou pak jednat jako agent reprodukce nebo inovace, dle toho, jak jsou přisvojené a přenášené, jakožto významy (Tilley tamtéž).

3. ÚVOD DO PROBLEMATIKY: HIZBULLÁH A LIBANONŠTÍ ŠÍITÉ

Domnívám se, že pro pochopení stávající situace na jižním předměstí Bejrútu je vhodné nejprve poskytnout krátký pohled do historie libanonské šíitské konfese a libanonské šíity jako komunitu historicky přiblížit, včetně prvotní politizace hnutí. Nevynechám ani počátek jejich symbolické prezentace. Lehce tím nastíním průběh, kterak a za jakým ideologickým účelem se Hizbulláh vůbec zformoval, jakož i na jakých základech stavěl. Jedině tak jsem schopen komplexně a adekvátně nahlédnout na toto hnutí dnes, v jisté konfrontaci s jeho vlastní minulostí. Stejně tak můžeme poté nahlédnout na jeho konfesní příslušnost a pochopit skrze jeho vizualitu kalkul, který se za vizuálními projevy skrývá. Ten se nám pak může zdát pochopitelnější zejména tehdy, nahlédneme-li ho na pozadí proměny samotného diskurzu, který Hizbulláh užívá dnes a s kterým přišel na počátku 80. let minulého století. Základní úvod také čtenáři poskytne lehký přehled o stěžejních ikonách v tomto hnutí a ideologický základ, který se pak odráží v jeho vizuální sebeprezentaci.

3.1 LIBANONŠTÍ ŠÍITÉ

Náboženské rozložení obyvatelstva činí Libanon bez diskuse zemí s velice křehkou náboženskou rovnováhou. Šíitská konfese je největší složkou obyvatelstva, jež se dnes na území Libanonu nachází, avšak ještě v polovině 20. století tomu tak nebylo.[7] Již roku 1943 bylo Národním paktem ustanoveno, že nejvyšší státní funkce se rozdělí mezi tři největší náboženské komunity rovnoměrně. Křesťanským maronitům připadl úřad prezidenta, muslimským sunnitům úřad předsedy vlády a muslimští šíité získali úřad předsedy parlamentu. I když se demografická situace v Libanonu značně změnila a dnes jsou šíité složkou obyvatelstva největší, princip rovného dělení politických funkcí stále platí. Přestože mezi šíitským obyvatelstvem docházelo k nejrychlejšímu nárůstu populace, nebyla tato situace nijak reflektována zvýšením jejich politického či ekonomického zastoupení na chodu země, což později sehrálo roli při formování samotného Hizbulláhu.

3.1.1 ŠÍITÉ A JIŽNÍ PŘEDMĚSTÍ BEIRÚTU

Šíité byli původem zejména zemědělci, koncentrovaní na venkově jižního Libanonu a v oblasti údolí Biqáa. Socioekonomické aspekty po druhé světové válce je donutily

[7] Počet šíitských komunit byl již za francouzské mandátní správy odhadován na sedmnáct (Kropáček, 1996: 160).

masově tyto oblasti opouštět a hledat obživu ve městech, zejména v Bejrútu (Harik 1996: 43). Ti, kteří zvolili k migraci hlavní město, se usídlili v jeho nejchudších jižních čtvrtích a vykonávali nekvalifikovanou, podřadnou práci (Khuri, 1975 v Harik, 1996: 44). Tento trend byl také přímým následkem narůstajícího násilí, způsobeného boji mezi Izraelem a palestinskými partyzány Organizace pro osvobození Palestiny (OOP), a to právě na jihu země. Šíitské komunity byly po druhé světové válce koncentrovány zejména v oblasti Džabal Ámil a v severovýchodní oblasti Baalbeku. V druhé polovině roku 2009 byl již poměr urbánně naturalizovaných šíitů v Bejrútu vyrovnaný. Zejména v hlavním městě byl trend posledních padesáti let očividný - 28 % obyvatel Bejrútu tvořili sunnitští muslimové, stejně tak 28 % procent šíité, 21,5 % pak maronité, 8% ortodoxní Řekové, 5% drúzové, a 4% řečtí katolíci.[8] Trend je očividný zejména v porovnání se stavem po druhé světové válce, kdy se zde šíitů nacházelo mezi 3-4 %. Masový příchod šíitů kulminoval až s působením charismatického imáma Músy al-Sadra na přelomu 60. a 70. let, kdy na jihu Libanonu migrace dosáhla šedesáti procent obyvatelstva (Nasr, James 1985: 11). Teprve však v únoru 1984 se šíité v hlavním městě oficiálně sebeprezentovali pod vedením al-Sadra jako nová, signifikantní politická síla. Al-Sadr však ještě v roce 1974 hlásal, že (šíitské) „*hnutí nebylo ustanoveno za účelem převzít moc, či vyhrát portfolia, nebo křesla v parlamentu. Účelem vzniku je reformovat politické klima, nikoliv volit politiky*“ (Nasr, James 1985: 13). Šíitské přistěhovalce stěhující se na jižní předměstí, motivovaly zejména lepší ekonomické a životní podmínky, jež hlavní město pro šíitské rolníky skýtalo. Vysoká porodnost a úroveň lékařské péče na venkově tento „exodus“ směrem do hlavního města ještě uspíšily. Nakonec, v roce 1974, již 60% všech šíitských obyvatel měst v Libanonu bylo koncentrováno právě na jižním předměstí Bejrútu (Nasr, James 1985:11).

Celkové pozvednutí šíitského hnutí bylo postaveno na náboženských i morálních hodnotách a na šíitské tradici. Músá al-Sadr využil úpadku venkova a krizí nově se objevujících u městských imigrantů pro stmelení celé šíitské komunity na základě morálního obrození. Al-Sadr tak přináší širokou sociální solidaritu v rámci konfese. Navíc se tou dobou začíná stupňovat animosita vůči sousednímu Izraeli, který je identifikován jako externí nepřítel, tolik potřebný pro zformování Hizbulláhu. Nasr s Jamesovou ve svém článku uvádí, že v muslimsko-ideologické rovině docházelo k identifikaci Izraele

[8] http://www.state.gov/g/drl/rls/irf/2009/127352.htm

s Jazídem, který je šíity vnímán jako vrah Husajna, nejsvatějšího šíitského imáma (Nasr, James 1985: 12). Jižní původ mnoha šíitů, neustálé zprávy o izraelských útocích v této oblasti země a nutkavá potřeba národní sebeobrany pak přispěly k celkové radikalizaci hnutí a k požadavku povinné a pravé lidové sebeobrany.

3.2 VZNIK HIZBULLÁHU

V úvodu ke vzniku Hizbulláhu nutno podotknout, že celý jeho koncept přichází do Libanonu v 80. letech minulého století z Íránu. Ovlivnění Íránem se projevuje ve všech směrech, tedy i v mnou zkoumané materiální kultuře s Hizbulláhem spojené. Není však záměrem jejich propojení blíže zkoumat, tedy nehodlám tomuto věnovat více následující stránky. Nedomnívám se totiž, že pro závěry mé práce je důležité, které prvky přejaté jsou a které již nikoliv. Přesto bych rád zdůraznil, že mnoho analogií s íránskám pojetím šíitského islámu, ozbrojeného odporu či dřívějšího náhledu na ustanovení teokratického státu může být nakonec víc než patrno.

Hizbulláh vznikl jako organizace, sdružující jednotlivé více či méně radikální islamistické skupiny, které spojovala nenávist vůči okupačním jednotkám, zejména Izraele a která se zpočátku přímo odrážela v jeho propagandistických materiálech (Laffin, 1985). Z jeho původního zaměření se tedy odvíjela konkrétní činnost, kterou Hizbulláh zastřešoval jako koordinátor, tedy **guerillové a záškodnické** akce různého typu a intenzity, namířené proti okupačním silám na jihu země (mezinárodním i izraelským), kde navíc bylo možné počítat s podporou místního šíitského obyvatelstva. Zpočátku vedl Hizbulláh dvojí politiku užití násilí ve smyslu docílení interní změny a vedení rezistence proti Izraeli. Hnutí oficiálně zavrhovalo jeho užití proti vnitřnímu oponentovi – přičemž vyzdvihovalo mnoho různých nenásilných taktik, kupříkladu masová shromáždění a demonstrace. Na druhou stranu hnutí povzbuzovalo a aktivně plánovalo ozbrojené útoky namířené vně, tedy na Izrael. Vzhledem k paralýze libanonské armády a nečinnosti centrální vlády, začal Hizbulláh volat po všeobecném lidovém odporu a začalo tvořit svou vlastní vojenskou organizaci a výcvikové tábory.

Své cíle Hizbulláh veřejně vymezil 16. února 1985 v bejrútském deníku *as-Safír*, který zveřejnil jeho programový text pod názvem „*Otevřený dopis*“ (Harik 2004). Ten byl adresován celému světu, nicméně s reálným dopadem zejména na libanonské šíity. Jasně je v tomto prohlášení definováno, že Hizbulláh se staví na stranu utlačovaných v

Libanonu, stejně jako na celém světě. Obsah dopisu jej tedy staví do pozice všeobecného ochránce bezbranných. Toto kladně přijímané předsevzetí je však v ostrém kontrastu se zbytkem „dopisu“, kde je jasně formulován cíl naprostého zničení Izraele. Ačkoliv jsou tyto závazky ještě dnes vizuální náplní mnoha propagandistických plakátů, samolepek, a billboardů, vlastní diskurz se pozvolna změnil. Ve stylu vedení rezistence se tedy záhy začal objevovat kromě klasického boje i sebevražedný atentát či únos. Tyto způsoby pak k Hizbulláhu přitáhly pozornost medií celého světa a zapříčinily následnou démonickou mytizaci hnutí.[9] Hizbulláh však tyto akce nechápal a nechápe jako teroristické, nýbrž jako legitimní boj proti okupačním silám, objevuje se zároveň ideologická argumentace bohulibým cílem sebevražedného útoku a následné mučednické smrti, zaručující okamžitý odchod do ráje. Dodnes jsou ostatně mučednické portréty asi nejmarkantnější výzdobou mnoha rušných komunikací Dáhije a jižního Libanonu.

Krátce po skončení libanonské občanské války na počátku 90. let, se Hizbulláh rozhodl v roce 1991 vstoupit do libanonské politické scény, kterou předtím sám nazval prohnilou (Høigilt 2007: 125). Zvolil si přitom kontroverzní cestu kompromisů a celkové deradikalizace (Shanahan 2005: 3). Samotné jeho vedení si také začalo uvědomovat, že široká veřejnost již nadále příliš nestojí o fundamentalistické postoje (Harik 2004: 66). Proces transformace však již touto dobou nemohl vést šajch Subhí at-Tufajlí, který byl od vzniku Hizbulláhu jeho generálním tajemníkem. Jeho pevné vazby na Írán a Sýrii začaly spíše překážet (tamtéž: 65). Hizbulláhu navíc začala být najednou vyčítána přílišná pro-íránská horlivost. Aby se hnutí opět přiblížilo Libanoncům, bylo třeba začít aktivně působit i na poli politickém – v nacionální rovině. Paradoxně, do této doby Hizbulláh spíše vyvracel svůj libanonský charakter. Ztotožňoval se s panislamismem a vyjadřoval podporu mnoha dalším islamistickým organizacím navzdory jejich diferencovanosti. Al-Tufajlí by zřejmě neupustil od záměru transformovat Libanon po vzoru Íránu v islámský stát, což bylo prakticky nereálné, vezmeme-li v potaz velkou skupinu libanonských křesťanů. Al-Tufajlí byl proto v lednu 1998 dokonce ze strany vyloučen za neutuchající kritiku svých nástupců a nahrazen umírněnějším Abbásem al-Músawím, který byl naopak zastáncem participace Hizbulláhu do politického systému. Celkovou reformu hnutí v politickou stranu však musel z pozice třetího generálního tajemníka dokončit až Hassan

[9] Touto dobou již můžeme cítit světovou fascinaci fanatismem, násilím a mučednictvím, které co aura Hizbulláh provází v podstatě dodnes. Jestliže západní svět je tou dobou ohromen násilím, příznivci Hizbulláhu jsou pak ohromení hrdinskostí mučedníku-mudžáhidů, kteří pod vlajkou Hizbulláhu položili život. Hizbulláh je v tomto podporoval důrazem na mučednickou smrt, bohulibý čin.

Nasrulláh po al-Músawího zavraždění 16. února 1992. Počínal si přitom velice obratně, hrozilo totiž, že s reformou neuspěje a zároveň přijde o radikální jádro hnutí. Proto se snažil velmi obratnou rétorikou (již vede dodnes) Hizbulláh dovést až k jeho prvním volbám. To se mu zdárně podařilo a dnes je Hizbulláh jedním z primárních hráčů libanonského politického pole. Od dob počátku politické participace můžeme vnímat stoupající trend v podpoře (nejen) šíitské společnosti Hizbulláhu (Picard 2002; Usher 1997; Flanigan 2007). Vzdor své antipatii k OOP Hizbulláh navíc stvrdil svůj závazek bojovat za osvobození Palestiny (podobně jako OOP) a stejně tak za zničení samotného Izraele.[10] Téma palestinské otázky (dále PA), je nyní pro Hizbulláh klíčová, však bude ještě pojednána později.

Rok 2000 znamenal pro Hizbulláh největší morální vítězství jak v regionálním, tak nacionálním měřítku, díky jednostrannému stažení izraelských vojsk. Vítězství však přineslo i dilema – Hizbulláh (znovu) přišel o svou dosavadní hlavní agendu, tedy docílit tohoto stažení. Pro vedení začalo být stále obtížnější obhájit, proč by neměl být v tento moment odzbrojen, podobně jako Amal. Velká část analytiků se skutečně domnívala, že jednostranné stažení Izraele z Libanonu předpovídá konec Hizbulláhu, jelikož tento plně inkorporoval ozbrojený odpor do své identity a do svých misí (Flanigan 2007; Ciezadlo 2006). Řešení nalezl celkem přirozeně ve změně rétoriky, tedy v posunu od libanonského odporu směrem k palestinské otázce. Posun se však neodehrál jen tudy, ale též v navýšení důrazu na národní jednotu, dialog a celkovou koexistenci uvnitř Libanonu – tato témata se pak objeví i ve vizuální sebe-prezentaci. I když si tedy Hizbulláh zachoval jasně tvrdou linii vůči nelibanonským záležitostem, diskurz uvnitř Libanonu se začal mírnit. Problém v podobě Sýrie, která upřednostňovala sekulárně laděný Amal, majíc v Libanonu stále velký vliv na veřejné mínění (Norton 2000: 34) Hizbulláh šalamounsky vyřešil. V létě 1992 se svým „sekulárním nepřítelem“ Amalem vstoupil do koalice. Zde si oproti Amalu dokázal udržet auru bezúhonnosti a ryzosti. Vyhýbal se korupčním skandálům, navíc se stále humanitárně i sociálně angažoval. Šíitská základna se mu za to odvděčila mobilizační schopností. V květnu 2004 Hizbulláh zmobilizoval do ulic jižního Bejrútu 250 000 přívrženců, proti tažení USA do Iráku (Shanahan 2005: 3-4).

[10] Tento cíl je již v jeho rétorice dávno překonán. Palestinská otázka sice dále hraje klíčovou úlohu při definování vlastních politických cílů. Politická angažovanost ozbrojený odpor sice nenahradila, ale podstatně jej zastínila – viz sekce věnující se plakátové sebeprezentaci Hizbulláhu.

Hizbulláh začal obecně podnikat kroky, které více korespondovaly s celkovou akceptací demokratických hodnot. Høigilt uvádí (2007: 126), že jeden ze členů politbyra Hizbulláhu na konci roku 2001 v libanonských novinách *al-Safir* (12. a 13. 11. 2001) ve svém sloupku uvedl, že *Hizbulláh vnímá demokracii jako nejvhodnější politické zřízení pro Libanon.* K tomu dodává, že (Hizbulláh) nadále věří ve svobodu víry, náboženských praktik a projevů, dále ve svobodu tisku, politického přesvědčení a práva na opozici. Hizbuláh nejen že deklaroval akceptaci a implementaci těchto principů, ale též je skutečně začal zastávat. Později se přesvědčíme, na kolik je tato teze vyjádřena přímo v ulicích jižního Bejrútu. Paralelně se navíc vyprofiloval jako zastřešující organizace řídící ty nejefektivnější a nejuznávanější zdravotnické a sociální služby v Libanonu (Flanigan 2007). Je bez diskuse, že Hizbulláh tyto paralelní organizace využívá k získání následné politické podpory. Dobře organizované a bohatě financované projekty Hizbulláhu navíc brzy ukázaly jeho pragmatický přístup k šíitské komunitě, nevídaný u konkurenčního a staršího Amalu (Harik 1996: 45). Přesto, častá absence informací o zdrojích atraktivity islámu v různých společnostech zdržuje širší pochopení a projekci tohoto trendu, a posiluje tendenci vnímat fundamentalistická hnutí jako monolitická (Harik 1996: 41).

Kvantitativní výzkum Judith Palmer Harikové z roku 1996 přinesl zajímavé poznatky, že příznivci Hizbulláhu nejsou v drtivé většině hluboce věřící (jak se předpokládalo), nemají pouze nízký socioekonomický status a nepociťují silnou averzi vůči oficiální libanonské politice.[11] Výsledky naopak ukázaly, že Hizbulláh není prostředek vyjádření nejradikálnějších šíitů, ale naopak posilujícím politickým mediem, transformující se v politickou stranu.[12] Studie navíc odhalila, že úspěch šíitských islamistů ve společnosti, stále hledajících svou identitu a adekvátní národní reprezentaci neznamená, že by ztratili podporu v souvislosti s kontinuálním procesem mírových vyjednávání, nebo že by tato vyjednávání snížila rezistentní roli samotného Hizbulláhu. „*Jeho lídrové poukazují, že se Hizbulláh etabloval jako masové lidové hnutí, jehož politický program mu do budoucna garantuje úspěch a rozvoj, nehledě na politickou situaci v Libanonu a v regionu*“ (Harik 1996: 42). Starší výzkumy podnítily celkový dojem, že přívrženci Hizbulláhu obecně pasují do stereotypně vnímaného širšího islámského fundamentalismu, který nacházíme prakticky v celém regionu Blízkého

[11] Hariková využila ve své studii z roku 1996 data z výzkumu, který proběhl v roce 1993 mezi šíitskými obyvateli Bejrútu.
[12] Dnes již je tento proces prakticky dotažen do konce.

východu. Stoupenci Hizbulláhu byli líčeni jako tvrdí odpůrci libanonského vládního systému (prozápadního) a nábožensky zanícení fanatici, příslušející k nejnižším ekonomickým třídám (Dekmejian 1985: 25-32; Wright 1991: 25-6; Hamzeh 1993: 321 vše v Harik 1996). Jakoby v protikladu byl pak vylíčen politický rival Hizbulláhu, liberální, Amal (Kassir 1985; Bortin 1987; Shapira 1988: 199 vše v Harik 1996). Tato líčení vzbuzovala na pozadí četných sporu mezi oběma rivaly dojem, že šíitská komunita v Libanonu je polarizovaná a nestabilní. Výzkum Harikové však poukázal na skutečnost, že šíité polarizovaní nejsou, což jsem měl možnost osobně pozorovat. Výzkum potvrdil, že příznivci Hizbulláhu jsou více pragmatičtí, než se obecně usuzovalo. Projevilo se také, že přívrženci přejímají smířlivé postoje a interaktivitu Hizbulláhu v politice. Fakt, že Hizbulláh nemá ve svých řadách příliš mnoho náboženských fanatiků a politicky vysoce nespokojených příznivců, je dle Harikové výhodou. Výhodou pro organizaci, která „nedokáže plně kapitalizovat na možnosti utvoření muslimské společnosti, nebo vycházející naproti syrském sentimentu“ (Harik, 1996: 42 a 60).

Obecně se předpokládalo (předpokládá), že nízký životní standart poskytuje široké uplatnění pro fundamentalismus a poskytuje podmínky pro rekrutování nových ideologických bojovníků. Tento obrázek pak ještě umocňuje fakt, že na mnohých manifestacích Hizbulláhu bylo (je) k vidění množství bosých mužů a precizně zahalených žen (Harik 1996: 46). Přesto dnes již neplatí tvrzení některých autorů, že na počátku 90. let se sociální základna Hizbulláhu, poskytující bojovníky, rekrutovala v nejchudších oblastech Libanonu a ve slumových předměstích jižního Bejrútu (Deeb 1992: 64; Harik 1996: 46). Později se pokusím poukázat na to, že ideologické poselství mladým šíitům, nebádající je ke vstupu do milic Hizbulláhu, plní spíše nenásilná, na první pohled poněkud přehlédnutelná, emotivní obrazová „výzdoba“ Dáhije, než socioekonomické aspekty života v této části Bejrútu. Nevylučuji však další aspekty, které bych rád nyní krátce postihl.

Hizbulláh se úspěšně zapsal do šíitského podvědomí také úsilím poskytnout neplacenou zdravotní péči a levnými léky, svou rozsáhlou solidaritou s chudými, jakož i podporou vysokoškolských studentů. Postavil tak sám sebe do role jakéhosi opatrovatele či zastánce nejchudších či potřebných. Oproti palestinskému Hamásu však nerekrutuje v nejnuznějších vrstvách obyvatelstva, naopak se výše popsanou snahou zasadil o zlepšení socio-ekonomické reality své konfesní základny. Od druhé poloviny 90. let tak vidíme

postupnou transformaci ideologické roviny ovlivňování obyvatel Dáhije. Neprivilegovaní jedinci jistě mohou reagovat na svou relativní deprivaci následnou nespokojeností s vládou a příklonem k fundamentálním ideologiím. V případě libanonských šíitů přesidlování, chudoba, destrukce, zranění i smrt, utrpěné za občanské války a následný konflikt s Izraelem v jižním Libanonu, podtržené impotencí vlády s dominancí křesťanů (Ramazani 1986: 181 v Harik 1996: 46) se jako nespokojenost skutečně jevila. Za těchto okolností mohl jedinec získat dojem, že ani vláda, ani levicově sekulární Amal, ani jakákoliv jiná libanonská politická alternativa není schopna nabídnout uspokojující řešení hlavních ekonomických a politických problémů, stejně jako nemůže poskytnout morální vedení v době krize. Teorie pokračuje v tom smyslu, že výše uvedenými zkušenostmi deprimovaný jedinec je náchylný ke slibům spásy, slibované libovolnou militantní muslimskou skupinou, která islám propaguje jako alternativu k aktuálnímu sekulárnímu systému vlády (Harik 1996: 46). Šíitská ideologie byla nakonec hlavní formou islámského sociálního protestu uvnitř Libanonu pro velkou část jeho populace (Nasr, James 1985: 14). Dnes je však situace oboustranné komunikace Hizbulláhu s lidmi na tomto konci, v politicky prakticky stabilizovaném Libanonu a bez přítomnosti izraelských jednotek, jiná.

Výše uvedená východiska (tedy rozsáhlá migrace libanonských šíitů v druhé polovině 20. století, celkový nárůst této konfesní příslušnosti, politická stabilizace země a zvýšení socioekonomického statusu šíitů) shledávám jako velmi užitečná při dalším zkoumání cílové složky obyvatelstva Dáhiji na kterou je vizuální prezentace Hizbulláhu směrována.

3.3 PALESTINSKÁ OTÁZKA

Přes zřejmý (opravdový) zájem Hizbulláhu o PO je zde ještě jeden skrytý činitel podporující jeho současný militantní diskurz, zejména v rámci obrazové sebe-prezentace. Tím míním politické agendy na pozadí některých manifestací, odrážející libanonskou dichotomii veřejného mínění vůči PO, na jedné straně velmi silnou antipatii vůči Izraeli a podpory abstraktní palestinské otázce, na druhé straně přítomnost Palestinců v Libanonu, viděná jako překážka bránící vnitrostátní rovnováze (Shukrallah, Kamal, Ziade, Dick, Çandar 2002: 56). Velké množství Libanonců vnímá eskalující konflikt mezi Izraelem a Palestinci jako ozvěnu vlastních zkušeností během dvaadvacetileté okupace libanonského jihu. V Libanoncích rezonuje pocit, že Palestinci jdou v jejích vlastních šlépějích odporu,

který se hlásí k vítězství nad izraelskou armádou v roce 2000. Shromáždění, televizní debaty, demonstrace ve jménu palestinské otázky se snaží navrhnout vládním představitelům vhodnou bázi k prosazení „práva na návrat“ – což je však pouze eufemismus, který má co do činění spíše s přáním Libanonců vidět Palestince (jako nevítané hosty) odejít, než s pocitem lítosti nad jejich stavem (tamtéž). Hizbulláh, Komunistická strana, Progresivní socialistická strana a Syrská národně-sociální strana vedou donační kampaně např. na univerzitních kampusech, v ulicích, směrem až ke křesťanským částem měst, kde se tradičně drží spíše antipalestinský sentiment. Podporu vyjadřuje svému bývalému nepříteli dokonce i Amal, který vedl proti palestinským (sunnitským) utečeneckým táborům ostré výpady na počátku 80. let. Není tedy abstraktní myšlenkou, že většina politických subjektů libanonské politické scény má v souvislosti s PO postranní úmysly, jakkoliv se může jejich diskurz na toto téma zdát PO vstřícné. Nejinak je tomu i u Hizbulláhu.

Jak jsem již zmínil, poté co Hizbulláh dle vlastních měřítek osvobodil jih země od izraelské okupace, čekalo se, že zaměří svou pozornost zejména na palčivá témata uvnitř Libanonu, kupříkladu na ekonomické a demografické problémy. Přesto se na jejich úkor do popředí prodrala palestinská otázka. Ta je dnes pro Hizbulláh klíčová. Høigilt (2001: 121) uvádí, že ovlivňuje ideologické zaměření Hizbulláhu v obou hlavních rovinách zájmu, tedy v rovině nacionální, ale též v regionálním měřítku. Přestože na masových shromážděních Hizbulláhu očividně Palestinci chybí (Høigilt 2001: 129), většina rétoriky je zaměřená právě na jejich podporu. Vedení Hizbulláhu navíc využívá takřka každou příležitost k vyzdvihnutí PO, stejně jako je vyzdvihována na jeho indexech. palestinská otázka se nám později ukáže i v rámci vizuální sebe-prezentace uvnitř Dáhije.

Můžeme identifikovat tři nejdůležitější důvody stále nekompromisního přístupu Hizbulláhu k Izraeli, kromě oficiálně deklarované solidarity, která se později objeví na části vizuálních příkladů, jenž budou prezentovány v druhé části práce:

1) Potřeba přiživit obrázek Hizbulláhu jako revoluční strany v zájmu zachování popularity napříč masami. Hizbulláh získal sympatie nových segmentů libanonské společnosti díky svému pozvolnému přístupu k politice. Šetrně utlumil svou výhradní islámskou rétoriku, aby mohl profitovat z diskurzu, který by mohl být sdílený ostatními aktéry libanonské politické scény.

2) Sebe-prezentace Hizbulláhu je momentálně podmíněna zachováním politické situace ze které může profitovat, tedy v zachování externího nepřítele.
3) rostoucí nervozita ze stále nevyřešené palestinské přítomnosti v Libanonu a statusu quo těchto uprchlíků/imigrantů
4) a samozřejmě oficiálně nejvíce prezentovaná příčina - ideologický konflikt - PO je nahlížená jako závazek a náboženská povinnost

Národní identita v podání Hizbulláhu zahrnuje pouze ty, kteří mají stejný náhled na Palestinu, přitom tato vize jednoty vylučuje podstatnou část libanonské populace (Høigilt 2001: 133). Konflikt mezi Izraelci a Palestinci blokuje další cestu pro další rozvoj Hizbulláhu směrem k pluralismu a toleranci. Podle Høigilta tedy PA reprezentuje limit Hizbulláhu akceptovat odlišný náhled než svůj vlastní. Má to co dočinění s náboženskými hodnotami, které Hizbulláh upřednostňuje před národní integrací (Høigilt 2001: 136).

Nahlédneme-li navíc danou problematiku externě, můžeme vypozorovat pro-íránské a pro-syrské tendence, které stály v pozadí podpory Hizbulláhu a jeho rezistence vůči Izraelské okupaci na nyní na opět nastolené podpoře palestinské otázce. Sám Hizbulláh na PA kapitalizuje tím, že znovu získává do svých vlastních řad entusiasmus, který se začal vytrácet po prvním přívalu liberalizační euforie po stažení Izraele z Libanonu. Mladí lidé se začali opět nechávat na pouličních shromážděních mobilizovat. Relativně vysoce politizovaná libanonská mládež shledala situaci příznivou pro opětovanou politickou angažovanost bez reálné hrozby konfliktu s bezpečnostními složkami, které se v mezičase staly poněkud přísnějšími (Shukrallah, Kamal, Ziade, Dick, Çandar 2002: 56).

3.4 NÁBOŽENSKÝ SYMBOLISMUS V KONTEXTU

Náboženský symbolismus poskytuje přímý překlad sociálního zápasu do náboženského kódu, dávající mu tak referenční rámec (Nasr, James 1985: 14). Šíitské hnutí zpočátku využilo symbolismus k vyvolání kolektivní paměti komunity – šíitské historie - opakovaných revolt proti umajjovcům, abbásovcům, mamlúkům, osmanským Turkům a koloniální Francii. Tato historie je symbolizována životem imáma Husajna, šíitskou ikonou, jehož tragické úmrtí je každoročně připomínáno během svátku Ášúrá.[13]

[13] Nejen v Dáhiji dochází k periodickým masovým shromážděním při oslavách důležitých historických postav šíitského islámu.

Právě al-Sadr poukazoval na paralely mezi historií a současností (Nasr, James 1985:14). V symbolické rovině tedy šíitské hnutí zápasilo s mnoha přežitky starých pořádků. Bylo proti znepřátelení šíitských komunit, proti tradičním představám o vztahu mezi rolníkem a jeho pánem. Problematický byl též vztah mezi šíitskou komunitou a centrální libanonskou vládou s jejím diskurzem, hraničícím s protišíitskou propagandou, či nelichotivém zobrazení šíitů v libanonské historii. Šíitské hnutí zápasilo s celkově negativním obrazem, který o ní vláda systematicky tvořila (Nasr, James 1985). O to více se tedy hnutí opřelo o náboženské dědictví s jeho symbolismem, jeho hrdiny a o jeho hodnoty, vše související s později tolik citelným smyslem pro sebeobětování. Al-Sadrovo hnutí se pokusilo oživit staré symboly a významy a těm pak připsat nové - aktuální , na těchto pak mohl vzniknout konečně Amal a o něco později Hizbulláh.

Užití náboženských symbolů může úzce souviset s kultem charismatického lídra, o kterém se rozepíši později. Již portréty al-Sadra pokrývaly mnohé zdi měst a vesnic, či byly rovnou neseny v průvodech (podobně jako jsou nosívány ikony křesťanské). Al-Sadr v podstatě usiloval o vytvoření podvědomé šíitské jednoty mezi jím a masou skrze důraz na historický kontext šíitského islámu a performativní prezentaci těchto symbolů při okázalých slavnostech a jiných příležitostech. Systematicky tedy budoval kolektivní povědomí šíitské komunity, na kterém pak mohl Amal a později Hizbulláh, co politická hnutí, stavět. Al-Sadr se ve všech svých projevech prezentoval jako ideální imám, spirituální vůdce, prostý muž, pravověrný muslim. Jeho témata, slogany, obrazy a styl byly snadno rozpoznatelné (Nasr, James 1985: 14). Dnes sice bezkonkurenčně na plakátech a billboardech dominuje Hasan Nasrulláh a další ideologičtí vůdci Hizbulláhu, nicméně odkaz užití ideologické prezentace al-Sadra je očividný. Dodnes tedy můžeme sledovat odkaz prvotního al-Sadrova úsilí, kterak za pomoci vizuální prezentace ideologicky formoval komunitu a její kolektivní povědomí.

3.5 ZELENÝ SAMOPAL ANEB OFICIÁLNÍ SYMBOLIKA

Obecně se vizuální stránka věci vydává k té lingvistické jako dialektický obal. Kde se může lingvistická výpověď zdát nespolehlivá, nejasně vypovídající, vizuální stránka nám přímo napovídá svou očividností (Fischer, Abedi 1990: 338). Vizuální prezentace Hizbulláhu ke svým cílům nejčastěji syntetizuje obě části, tedy jak lingvistickou, tak vizuální, do jednoho ideologického sdělení. Plakáty, billboardy či samolepky jsou doplněny slogany, kaligrafie jsou vyvedeny do různých obrazových motivů. Kaligrafie,

kdesi na pomezí textového sdělení a dekorace, regionálně hojně rozšířená a stále mocně reprezentující arabskou kulturu, do sebe v podání Hizbulláhu zřetelně inkorporuje prvky nové, které pak skrze symbiózu starého umění a moderních prvků spojí a harmonizuje do jasného ideologického poselství. Hizbulláh tak tímto spojením prezentuje své náboženské a regionální kořeny, stejně jako svou pokrokovost.

Nejlepší ukázkou tohoto tvrzení je zelené logo Hizbulláhu, na kterém se z arabského nápisu, znamenajícím „strana Alláhova“, vynořuje ruka třímající zbraň. Nápis *Strana Alláhova* navíc nevyjadřuje současnou politickou tvář Hizbulláhu, naopak je to symbolický odkaz k veršům z Koránu označující bojovníky *na straně Boží*. V logu je také skrze kaligrafii sloučen nepřesně schematizovaný obrys samopalu AK-47 (symbolizující prvotní podstatu hnutí v ozbrojené rezistenci) a odkaz k tradičnímu arabskému umění, které po staletí působilo jako zdroj respektu středověkého a dnes i novověkého zbytku světa (Fischer, Abedi 1990: 340). Vše je vyvedeno v zelené barvě, která jej spojuje s islámem, avšak sunnitským. Naopak černá je barvou islámu šíitského. Barvou Hizbulláhu je nakonec paradoxně žlutá, což je na standartě podkladová barva. Je tedy nejasné, jak lze symboliku barev na standartě jednoznačně vykládat.

oficiální standarta Hizbulláhu

„V Libanonu je snad každá barva spjatá s politikou. (...) no a žlutá je barva Hizbulláhu. Když si na sebe vezmeš v Dáhíji žluté triko nebo čepici, pravděpodobně budeš sympatizant Hizbulláhu.“ (Nadeen, 16. 6. 2010, Bejrút)

Podíváme-li se na oficiální vlajku Hizbulláhu (tzn. včetně černého rámování), jasně dominantním je ústřední motiv, tedy samotné zelené logo, kaligraficky vyvedený nápis Hizbulláh (حزب الله), dále menší nápis فإن حزب الله هم الغالبون[14] v horní části standarty a nápis المقاومة الإسلامية قي لبنان[15] v části dolní. Tato standarta se od klasické vlajky, tolik používané při různých příležitostech, liší právě orámováním centrálního zeleného loga černým obdélníkem, v němž jsou vepsány pasáže z Koránu.[16] Součástí celku jsou také poledníky a rovnoběžky, naznačující planetu Zemi a větvička olivovníku, jenž je v islámu požehnaným stromem[17], avšak též symbolem míru (což vnímám jako ostrý kontrast ke zmíněnému samopalu). Nejvýrazněji a nejmocněji působící je prakticky ve středu vlajky právě znázorněný samopal AK-47, který jednoznačně poukazuje na prvotní cíle Hizbulláhu. Právě tento samopal, vyráběný v SSSR, je celosvětově ikonou povstalců, teroristů, paramilitárních skupin, zejména těch, které bojují proti zřízení takové země, která byla (je) podporována USA. Toto tvrzení však také úzce souvisí s jeho snadnou dostupností a vysokou spolehlivostí v bojových podmínkách. Tento názor mi potvrdila většina respondentů na dotaz, proč je v logu Hizbulláhu samopal a proč právě tento.

Současná standarta se od té dřívější liší orámováním centrálního zeleného loga černým obdélníkem s vepsanými verši. V horní části je taktéž jako v samotném emblému napsáno „a věru strana boží , oni vítězí“ což je verš 56 ze súry Otevřeného stolu. V levé části obdelníku se nachází 14. verš súry Pokání – „bojujte s nimi a Bůh je bude mučiti skrze vaše ruce“, v pravé je vepsáno „vítězství je od Boha a dobytí jest blízko“ a nakonec ve spodní části „věnujte jim všechny vaše síly“. Tyto koránské citáty tak jen umocňují snahu Hizbulláhu na své vlajce poukázat na vlastní islámský charakter, přestože černé rámování s citáty z Koránu začal používat dávno poté, co se jeho diskurz islámské platformě již začal vzdalovat. Tento jev vnímám zejména jako velmi účelné mobilizační gesto směrem k příjemci.

[14] a věru strana boží , oni vítězí
[15] islámský odpor v Libanonu
[16] http://www.aawsat.com/english/news.asp?section=1&id=5950
[17] Korán - Súra 24, verš 35

> „*Yes, I guess that machinegun in logo of Hezbollah is closely connected to beginning of the movement. It was quite leftist orientated at the beginning. AK-47 is like symbol of a resistance, especially against USA, ally of Israel, the biggest evil ever, haha. You can see it around the world, not only here.*“[18]
> (Rabih F., 22. 6. 2010, Bejrút)

Skutečnost že v Hizbulláhu zpočátku působilo množství levicově smýšlejících šíitů, vystoupivších ze sekulárněji zaměřeného Amalu, jak se zmínil ve své výpovědi jeden z informátorů, pak mohlo sehrát určitou roli, avšak nedomnívám se, že zásadní vzhledem k výpovědím ostatních. Oficiální stanovisko se mi bohužel nepodařilo zjistit. AK-47 obecně odkazuje na nesouhlas s kapitalistickým zřízením, na nesouhlas s politikou USA a jejich spřátelených zemí. Tento odkaz z dob studené války však nyní působí archaicky, přestože tento velmi oblíbený model figuruje na předních postech v četnosti užívání Hizbulláhem - jeho para-militantních milic. Rád bych poukázal na interkulturní výpůjčku tohoto symbolu ozbrojeného odporu Hizbulláhem[19] a jeho inkorporování jako mezinárodně stejně chápaného symbolu. To, že dnes by již volba typu samopalu zvoleného v logu Hizbulláhu nemusela dopadnout stejně, dokládá mnoho tendenčních vyobrazení Hasana Nasrulláha, který drží nad hlavou americkou útočnou puškou M-16 a poskytuje tak jistou paralelu k samotnému emblému. Posun v diskurzu, který Hizbulláh užívá, by navíc mohl značit, že samopal by v logu vůbec nemusel být. Domnívám se však, že Hizbulláh pomyslně těží právě z jeho přítomnosti. Doslova na každé vlajce je totiž skrze něj výmluvné připomenutí prvotní ideje odporu. Je-li dnešní rétorika hnutí vedena spíše v politické rovině, právě vlajka vždy upamatuje k ideologickým kořenům. Jestli má samotný emblém jistou *agency*, která působí znepokojujícím dojmem na západní společnost pod vlivem protiteroristické rétoriky a antimuslimských nálad, pak naopak na radikální příznivce Hizbulláhu, nesouhlasící s jeho umírněným vývojem musí působit pozitivně, upomínaje na dosažené úspěchy. Přesuňme se však nyní k médiu, které je největším vizuálním nositelem ideologie Hizbulláhu, k plakátu a billboardu.

[18] „Ano, myslím že samopal v logu Hizbulláhu je silně spojený s počátkem hnutí, které bylo zpočátku hodně levicové. AK-47 je navíc symbolem odporu, hlavně vůči USA, spojenci Izraele, největšímu zlu vůbec, haha. Však to vidíš i jinde ve světě.“

[19] AK-47 se dostává i na další vlajky stejně jako je inkorporován do emblémů, kupříkladu je spodobněn na vlajce Mosambiku či v emblémech východního Timoru a Burkiny Faso.

4. DÁHIJA – JESKYNĚ DRAKA

Okrsek Dáhija, v arabštině znamenající pouze předměstí, je asi největší baštou Huzbulláhu, kromě území jižního Libanonu a tradičního údolí Biqáa. Není to jen jedna konkrétní čtvrť, ale v podstatě všechny jižní čtvrti Bejrútu. V rámci nich však můžeme nalézt i sunnitské i palestinské čtvrti, zejména Sabru a Šatílu, které prvotně vznikly jako dočasné utečenecké tábory pro Palestince. Ty jsou sice dnes již do Bejrútu integrované, avšak jako jeho nejchudší čtvrtě. Když jsem se na počátku výzkumu v Bejrútu zeptal své bytné Sally, která je původem šíitského vyznání, co znamená pro šíitskou komunitu Dáhija, potvrdila mi mé neoficiální informace z různých cestovatelských internetových diskusí, že Dáhija je pro místní obyvatele zdrojem hrdosti. Hrdosti, která pramení z faktu, že předměstí Bejrútu šíitům stále připomíná těžké roky občanské války, které konečně šíitskou komunitu semkly navzdory sunnitům a maronitům, dříve tradičně držícím státní moc pouze ve svých rukou.

Dnes urbánně chaotická Dáhija ještě v 60. letech 20. století podléhala celkem jasně strukturované vizi francouzského architekta Michela Ecocharda. Ecochard si představoval, že jeho „nové město“ odlehčí přehlcenému centru Bejrútu. Ale jak už to bývá, vize se často pod nátlakem událostí hroutí. Ty Ecochardovy se definitivně zhroutily během izraelské invaze roku 1982, během níž tisíce uprchlíků z jihu doslova zaplavily jižní Bejrút a ostatní části centrálního a severního Libanonu. Ecochardův plán tak vzal za své spolu s levnou ilegální výstavbou za účelem poskytnutí palestinským i libanonským uprchlíkům základní přístřeší. Z původně plánovaných, maximálně šestipatrových budov se rázem staly deseti i dvanáctipatrové, betonové věžáky, které naprosto nerespektovaly dřívější Ecochardův územní plán.[20]

Přestože šíitská Dáhija vznikla prakticky z ničeho, dnes v ní dle odhadů žije zhruba 500 000 obyvatel (Harik 1996: 55), z nichž je valná většina šíitská, dříve žijící mimo Bejrút, vyhnaná válkou a chudobou na sever. Vzhledem k neaktuálnosti údajů se však můžeme domnívat (i na základě neoficiálních zdrojů), že populace Dáhije vzrostla za posledních 15 let až o 200 000 - tedy na 700 000 obyvatel. Právě ohromná masa lidí činí

[20] http://www.iconeye.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2451:rebuilding-beirut--icon-041--november-2006, stav k 19. 4. 2010

z Dáhije velice významné a mocné politické publikum, vezmeme-li v úvahu, že celková populace Libanonu činí přibližně jen čtyři a čtvrt milionu obyvatel.[21]

Podpora šíitské Dáhije také vskutku stála za pozdějším úspěchem Hizbulláhu při jeho úspěšném průniku do Libanonské politiky. Hizbulláh se o Dáhiji pečlivě stará skrze své sociální a zejména stavební aktivity, patrné na první pohled při návštěvě této části města. Již při zevrubném náhledu do mapy Bejrútu jsem si povšiml, že Dáhija je pevně obemknuta systémem dálnic, či spíše prstencem komunikací s mnoha jízdními pruhy. Později se ve mně tento dojem ještě více umocnil při prvních hledání cesty do Dáhije, zvláště poté, co jsem postřehl z vyprávění některých obyvatel Bejrútu žijících mimo ni á(včetně šíitů), že tato část města je zdrojem jejich obav. Dáhija se mi tak před samotným započetím výzkumu začala rýsovat, jako eufemická jeskyně s drakem. Ještě před vstupem a započetím výzkumu jsem z různých vyprávění dovodil, že Hizbulláh je jako příznačný drak skrývající se zde. Proto prý není radno do Dáhije vstupovat, přestože jsou zde nejlepší ceny v Bejrútu a pro mě, kontextu neznalého, nejživější atmosféra města. Má zvědavost se však tímto jen prohloubila a tak jsem se po materiálních stopách „draka“ vypravil.

Skutečnost, že mé prvotní postřehy ohledně fungování a uzavřenosti Dáhije byly správné, jsem si ověřil i v jednom internetovém článku, kde se Mona Harb, akademicky působící na Americké univerzitě v Bejrútu, vyjadřuje co přesně Dáhija znamená. “*Dáhija je spíše politickou značkou, než* (pouhé) *označení místa”* (...) *“Stala se synonymem pro Hizbulláh, protože je jeho baštou. Je převážně šíitská, vysoce religiózní islamosféra. Mnoho Libanonců se tam bojí chodit. Dálnice to podtrhují tím, že ji zcela obklopují.*”[22] Já jsem se poprvé do Dáhije dostal krátce po svém příletu. Protože mě místní přátelé varovali, abych sem raději nejezdil či spíše nechodil sám (vzhledem k mé prozatím neskrývané příslušnosti k metalové subkultuře), vyčkal jsem dva dny na moment, kdy mě můj průvodce Walíd vzal na večerní okružní cestu automobilem po Dáhiji, zejména pak do blízkosti centrální části Hárat Hrajk a čtvrti Šatíla. Byl jsem doslova ohromen, když jsem byl konfrontován s realitou, kterak toto spíše chudinské předměstí vypadá ve skutečnosti a porovnal svá očekávání, konstruovaná na základě různých negativních

[21] http://www.clovekvtisni.cz/index2.php?id=619
[22] http://www.iconeye.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2451:rebuilding-beirut--icon-041--november-2006, stav k 19. 4. 2010

popisů a emocí, vyvolaných mými předešlými otázkami. Zejména rozpačitost mých přátel, důsledná varování a relativní neochota mne po Dáhiji napoprvé provést mne utvrdila v tom, že Dáhija musí být místem naprosto odlišujícím se od základu, zejména po vizuální stránce, v ostrém kontrastu od zbytku Bejrútu. Jaké však bylo mé překvapení, když jsem nepoznal, že už dávno touto částí města projíždíme, aniž bych jakkoliv zaznamenal, že se cokoliv navenek změnilo. Můj průvodce a zároveň řidič vozu Walíd si evidentně užil moment, kdy mi zmíněný fakt o dávno překročené hranici Dahíji prozradil:

> *„A lot of my friends are scared to go to Dahieh. But I'm not. It's a same part of Beirut as many others. I took here some of my Christians friends which were scared about Dahieh. They were surprised as now you are how Dahieh looks like. Here is nothing to remind you, that you are here, in the stronghold of Hezbollah. Ha ha..*"[23] (Walíd, S., 2.6.10)

Právě v tento moment jsem si uvědomil, jak obtížné bude hledat vizualitu Hizbulláhu tam, kde jedinou jeho připomínkou jsou staré, sluncem vybledlé plakáty, upamatovávající na mučednickou smrt bojovníků a následně tuto vizualistu, nesoucí ideologické sdělení popsat. I během pouhé cesty automobilem na mne zapůsobilo, jak málo se Dáhija liší od křesťanské části města. Míjeli jsme osvětlené výklady obchodů se západním zbožím (všiml jsem si i dříve českého obuvního řetězce Baťa), billboardy propagující různé nadnárodní výrobky či ošacení západního stylu, zkrátka nic, co bych jako Evropan Libanonu neznalý, přesto částečně znalý Hizbulláhu, v této čtvrti hledal. Předpokládal jsem, že na billboardech bude místo bot značky addidas Hasan Nasrulláh, že namísto vlajek levicově sekulárního Amalu najdu žlutozelené vlajky muslimského Hizbulláhu. Předpokládal jsem, že všechny ženy budou zahalené. Zahaleny však byly pouze některé. Zataženy byly však balkony. Dáhija je na první pohled spíše chudinskou čtvrtí, není tomu však tak zcela. Její vymezení lze hledat spíše v nábožensko-politických intencích, nežli v ekonomické kondici jejích obyvatel. Jednou z mála odlišností, které jsem si při svých „procházkách" po Dáhiji všiml bylo, že mnoho domů, respektive balkonů bylo zahaleno. Podobné praktiky jsem v Ašrafíji, Džumajzíji, Hamře či jiných čtvrtích Bejrútu prakticky nezpozoroval. Nepodařilo se mi sice zjistit, zda souvisí zatažení

[23] „Mnoho mých přátel se bojí do Dáhiji jezdit, ale já ne. Je to stejná část Bejrútu, jako zbytek. Jednou jsem sem vzal své kamarády, kteří jsou křesťané a kteří se Dáhije báli. Nakonec byli překvapení tak, jako jsi teď ty, jak Dáhija vypadá. Není tu nic, co by tě upozornilo, že jsi tu, v baště Hizbulláhu.

balkónových rolet více s konfesní příslušností k islámu, avšak dle vizuálního pozorování zatažených balkónů v a mimo Dáhiji lze usoudit, že ano. Podobně se k zataženým závěsům v Dáhiji vyjadřuje Harb: „*Stažené závěsy pokrývají celé balkóny, chrání soukromí žen. Při výstavbě na toto nebyl brán ohled. Prostě (*inženýři*) postavili obyčejné balkony s předpokladem, že lidé si balkóny zatáhnou.*"[24]

Také zde bylo mnoho západní těžké techniky, která i přes pokročilou večerní hodinu (krátce před půlnocí) stále pracovala na rozsáhlých staveništích. Projížděli jsme oblastmi, kde bezprostředně vybuchovaly izraelské bomby a kde je i čtyři roky po válce stále mnohé co opravit, či od základu znovu postavit. Walíd mě upozornil, že projíždíme místy, kde bylo krátce po náletech izraelských stíhacích letounů v roce 2006 cítit kouř, prach a tlející lidské ostatky. Dodnes prý cítí smrt ve vzduchu. Já ji sice necítil, nicméně pohnutá historie místa na mne dolehla. Četné domy dodnes hyzdí stopy od vybuchlých bomb či kulek, jako malé či naopak velké jizvy, některé zřejmě ještě z dob občanské války. Ze všeho nejvíc je však transparentně vidět snaha, se kterou se Hizbulláh za pomoci íránských peněz pokouší skrze organizaci *Džihád al-Biná*[25] Dáhiji zrekonstruovat a „postavit na nohy". Za celou naši noční cestu skrze Dáhiji jsem zahlédl pouze dva plakáty s vyobrazením ajatolláha Chomejního a jedno graffiti na zdi, které se právě tohoto bývalého nejvyššího vůdce Íránu dovolávalo. Byly to však jediné nepřímé stopy, že jsme v pro-Hizbulláhovské čtvrti.

Druhý den jsem měl možnost shlédnout fotografie Sally, která ještě během pokračujícího bombardování Dáhije izraelským letectvem působila jako dobrovolnice organizace World Vision, jež humanitárně pomáhala postiženým touto válkou, kdy byla Dáhija (zejména celé její obytné bloky) značně poničena (zničena). Izrael sice oficiálně bombardoval pouze ústředí a další významné budovy Hizbulláhu (sídlo televize al-Manár), nicméně značná část bomb dopadla i na obytné domy. Tato fotodokumentace, ukazující stejná místa, kde jsem se nacházel předešlého večera, byla plná lidí, třímajících vlajky Hizbulláhu, narychlo vyrobených transparentů, odsuzujících Izrael či USA a velebících Hizbulláh. Neuvěřitelná, avšak lidsky pochopitelná ohromná rozdílnost, plynoucí ze srovnání válečného roku 2006 a současného, relativně poklidného roku 2010

[24] http://www.iconeye.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2451:rebuilding-beirut--icon-041--november-2006, stav k 19. 4. 2010
[25] volně přeloženo z arabštiny - Džihád v oblasti (re)konstrukce.

mě přivedla k otázce, proč i dnes šíité hrdě nepoukazují na své sympatie k Hizbulláhu, tak jako tomu bylo dle mnohých fotografií v minulosti, pravda ve vyhrocené situaci. Nezbývalo mi, než se do Dáhije znovu a znovu vracet při hledání prozatím skryté vizuality a hledání odpovědí, poskytujících vysvětlení tohoto stavu.

V následujících kapitolách se pokusím zaměřit na jednotlivé typy materiální kultury, kterou jsem skutečně „našel“ a posléze zkoumal. Rozdělil jsem si je v rámci prvotního třídění a ulehčení do následujících částí, které hodlám respektovat i v rámci členění této práce:

1) V první části se věnuji oficiální symbolice hnutí, pokusím se tedy zaměřit na vlajky, loga a emblémy, které jsou současně v ulicích jižního předměstí Bejrútu k (ne)vidění. Na toto naváži pojednáním o plakátech a billboardech, které jsou nejmasovějšími médii tuto symboliku a ideologii nesoucí.
2) Lidový support – rozumím jím redistribuci předmětů, spjatých s Hizbulláhem. Zejména ty věci, které jsou jakkoliv užívány lidmi ve své žité každodennosti. Zároveň podrobím zkoumání různé upomínkové předměty, neboť značka „Hizbulláh“ se současně jeví jako kvalitní obchodní značka.
3) V poslední části se krátce zaměřím na architekturu a celkové urbánní vyznění jižních předměstí, nesoucích taktéž určitou (makro) *agency* svázanou s Hizbulláhem.

4.1 PLAKÁT – BILLBOARD - INDEX

V jedné z kapitol bakalářské práce jsem se zaměřil na téma dobře formulované předvolební kampaně, jakožto nástroje nutného k transformaci hnutí. Věřím, že právě rozpracování tohoto tématu mi pomůže překlenout politologické zaměření předešlého bádání směrem k antropologickému pojetí, a to zejména v předesílané vizuální analýze kontemporální vizuální kultury Hizbulláhu v Dáhiji, v první polovině roku 2010. V první řadě jsem podrobil analýze ty indexy, které Hizbulláh rámcově využívá již od první poloviny devadesátých let minulého století jako médium své politické platformy, a které jsou, jak se zdá, nezbytnou součástí jeho strategie v komunikaci s lidmi – tedy plakáty a billboardy.

Jak jsem již naznačil v historickém úvodu, rigidní náboženský fundamentalismus se z oficiálního diskurzu hnutí poněkud vytratil, jakožto směr bránící dalšímu všestrannému rozvoji Hizbulláhu, zejména během a po procesu zvaném *libanonizace* (nacionalizace) Hizbulláhu.[26] Bude mne tedy více zajímat, nakolik se tato transformace projevila v obsahu plakátové a billboardové materiální kultuře, což doplním krátkými postřehy z semi-strukturovaných rozhovorů, uskutečněných v Bejrútu během mého tamějšího pobytu. Podrobím také zkoumání přenos symbolů, ikon a socio-kulturních kódů náhledem do každodenní vizuální praxe. Konečně předložím předpokládanou hypotézu, tedy že Hizbulláh nemusí být tím, jak a čím se (sebe)prezentuje směrem k lidem.[27] Obecně, jsou-li islamistická hnutí zkoumána jako politický hráč, jsou ponejvíce souzena skrze své činny (Høigilt 2007: 121). Já se však zaměřím na Hizbulláh z jiné strany, zaměřím se na jeho image. Objektem studie je sice islamistický Hizbulláh, nicméně mozaiku jeho sebe-prezentujících aktivit budu skládat z pohledu cílové skupiny příjemců – šíitů i nešíitů.

Mounin (podobně jako Gell) rozlišuje mezi systematickými formami komunikace, jakými je kupříkladu jazyk a zápis nesystematickými formami, jakými je výtvarné umění či reklama. Právě druhý případ nevyžaduje stejný stupeň systematizace, jako jazyk. Reklama naopak může využít škálu barev pro „lapení“ pozornosti zákazníka, přitom série mnoha různých reklam může přesvědčit zákazníka, aby koupil stejný produkt (Mounin 1970: 38 v Layton 2003: 455). Reprezentativní styl média určuje, které aspekty světa zobrazí podle vybrané kulturní (muslimské) tradice a tyto vybrané aspekty jsou následně organizovány v konvenčních směrech (Layton 2003: 453). Plakáty a billboardy (indexy) jsou dnes asi nejrozšířenějším (tištěným) mediem jižního Bejrútu, které je vylepováno či vyvěšováno na frekventovaných místech. Jejich účelem je působit na co nejširší veřejnost, své zájemce si nijak ostatně nevybírá (není určen pro úzkou skupinu příjemců) - jeho *agency* musí primárně upoutat pozornost – lapit ji, takže jeho barevné provedení je často nápadné a výrazné, text pak stručný a výstižný (úderný). Životnost plakátu by měla být dostatečná, nejlépe po dobu trvání platnosti jeho (ideologického) obsahu, jeho technické provedení tomu tedy musí být upraveno, tzn. že musí být tištěn na kvalitní papír a to

[26] Pojem „libanonizace Hizbulláhu“ je využívána zejména politology, kteří se takto snaží popsat jeho odklon od rigidního islámského fundamentalismu k poněkud pragmatičtějšímu programu s citelným nacionalistickým přesahem.
[27] v souladu s přístupem k východním kulturám E. Saida v jeho Orientalismu. Nehodlám však soudit, čím Hizbulláh je a čím ve skutečnosti není, tolik, jako se vynasnažím poskytnout podklady k takovému soudu.

kvalitními barvami, odolnými proti přírodním vlivům. Právě životnost některých plakátů je v Dáhije značně ovlivněna účelem, pro který byla určena.

Gell (1998) popisuje dvě funkce formální kvality dekorativního umění:

1) Dekorace často nese esenciální aspekt „technologie okouzlení“. Umění nás dokáže okouzlit právě proto, že nejsme nikdy zcela schopni pochopit komplex vztahů, které jsou v díle ztělesněny. Přestože zde Gell hovoří o dekoraci či obecně o umění, domnívám se, že jeho východisko je platné i pro námi sledované indexy. „Plakátová kultura“ evokuje potřebu pochopení kulturního fenoménu, který padl mimo moderní jistoty umění, bránící se společnosti, jako akci vzdorující jazyku, nebo jako chování vzdorující idejím (Poster 1993: 133).
2) Vztahy mezi elementy dekorativního umění jsou analogické sociálním vztahům, konstruovaným skrze sociální směnu. Přijetí *agency* plakátu/billboardu můžeme zkoumat na pozadí vztahu tohoto média a každodenního života, vliv urbánní geografie na politiku, vazbu plakátového umění na komunikační média a otázku formování veřejné sféry. Já jsem se ponejvíce zaměřil na první dvě možnosti.

Již Habermas se spolu s dalšími členy Frankfurtské školy pokoušel spojit umění s každodenním životem, prolomit modernistickou mezeru mezi vysokou a nízkou kulturou. V tomto smyslu byli předchůdci postmoderních kulturních hnutích, kteří postrčili politický obsah směrem k umění, místo aby jej oddělili a kteří ironizovali dopad komerce na umění, místo aby předstírali jeho odcizení (Poster 1993: 133). Podobně jsem i já snažil pochopit každodenní vztah indexu a příjemců. Gell (1998) popisuje obecně kulturu, ve které je tento vztah realizován, jako charakteristický způsob, kterým komunita organizuje své sociální vztahy - způsob dělání věcí, které vyžadují *agency*. Styl umělecké tradice navíc mapuje (a může být využit k manipulaci) sociální vztahy (Layton 2003: 458).

Na následujících řádcích bych chtěl prezentovat sílu politického a propagandistického média, který Hizbulláh využívá k propagaci své ideologie. Na konkrétních příkladech bych rád demonstroval celkové vyznění plakátů, které skrze sílu slova a grafického designu (*agency*) dokážou manipulovat vědomím veřejnosti. Plakát je nejmasovější a nejúčinnější grafické médium s obrovským potenciálem manipulace vědomí člověka. To platí u politického plakátu dvojnásob. Účinek působení je u něj

umocněn sugestivními politickými hesly, které ve spojení s emotivním obrazem vytvářejí silnou ideologickou zbraň, která může být snadno zneužita jako nástroj politické moci a libovůle. Čím je plakát výstižnější a účinnější, tím ničivější se stává zbrání. Velmi přitom záleží, ve kterých rukou se tato zbraň ocitá. Plakát coby formální grafický prostředek totiž může stejně dobře sloužit cílům nespravedlivým jako spravedlivým, může nejen velebit, ale i usvědčovat a ukazovat pravou povahu. Toohey (2007: 615) uvádí, že pro-válečné obrazy jsou komplexem, protože pro-válečné ideje jsou směšovány s idejemi které nejsou s válkou primárně spojovány, kupříkladu s náboženstvím či záměrem pro dobro dětí. Hodnota pro-válečných obrazů zřejmě spočívá v rozdílu mezi životem a smrtí. Je-li přidáno náboženství, argumentace se začne hájit vyššími cíly či božím záměrem. Já se ostatně pokusím na médiích věnovaných mučednické tématice na toto poukázat.

Účinnost současných reklamních/propagačních kampaní vnímáme bez podpory kvantitativního výzkumu jen omezeně - jsme zatížení přílišnou blízkostí terénu. Reklamy/propaganda, zacílená na dnešního člověka je proto doslova „šitá na míru“ příjemci v konkrétním kulturním rámci. A tak sotva dokážeme vnímat manipulující *agency* uvnitř vlastního kulturního rámce, pakliže se nad ní pomyslně nepozastavíme. Podobně jako *agency* indexu zacílenou na příjemce v jiném historickém kontextu dokážeme vidět v její nahotě, můžeme posoudit plakátovou kampaň Hizbulláhu v její relativní odhalenosti vzhledem k odstupu k místnímu kulturnímu rámci. Rozhodně však nehodlám jakkoliv indexy a jejich *agency* soudit, tedy rozhodovat o síle jednotlivých prvků (či je dokonce exaktně měřit), jako spíš na tyto prvky poukázat. Na následující osnově bych demonstroval propojení teorie a empirie:

1) **ikonická podstata**, zjevně provázaná **s náboženstvím** (Nasrulláh, al-Sadr, Chomejní, mučedníci)

2) **rezistentní náboj** na plakátech, jeho pronikání do běžného života, přestože ozbrojená rezistence je v současné době realizována spíše politicky

3) **mučednictví**, tedy smrt ve jménu božím.

Když jsem se procházel po jižním předměstí, pochopil jsem, že kromě symbolického oddělení Dáhije rušnými komunikacemi od křesťanské či sunnitské části Bejrútu, je i ona sama dále rozdělena na dvě části, tedy na vnější prstenec a vnitřní jádro. Ve vnější části dominují vlajky koaličního Amalu a billboardy, plné vážných tváří jeho

politiků. Amal je dnes hlavně šíitskou sekulární politickou alternativou, vycházející ze stejných konfesních kořenů jako Hizbulláh. Na rozdíl od Hizbulláhu musel Amal po Táifské dohodě plně odzbrojit, což se projevuje i na jeho vizuální prezentaci, kde motiv zbraně v podstatě chybí. Jako by se navíc jeho slabší (neozbrojené) postavení vůči Hizbulláhu promítlo i do samotné Dáhije. Zatímco vlajek, billboardů a jiných vizuálních odkazů k Hizbulláhu bylo na ulici vidět poskrovnu, Amal jako by se pokoušel „drtit" „své" bloky předměstí masivní kampaní, tedy svými zelenými vlajkami, kulatými kaligrafickými logy nasprejovanými na zdech a tvářemi politiků na množství billboardů a plakátů - v ostrém kontrastu s Hizbulláhem. Hizbulláh jako by se držel se svou sebeprezentací nazpět. Netroufám si fundovaně posoudit, nakolik se situace liší od situace vizuální prezentace Hizbulláhu v údolí Biqáa, v Dáhiji však příliš billboardů s tématikou odporu, hrdě se hlásících k rezistenci, nenacházíme – alespoň ne na první pohled.

Jestliže mi můj informátor Timur sdělil, že příslušníci Amalu jsou dle jeho názoru méně organizovaní, často s velice nízkým vzděláním, opak je pravdou pro Hizbulláh. Procházel jsem *check-pointy*, kde by obvykle v líném horku měli stát (či sedět v pohodlných křesílkách) strážci pořádku Amalu, ty však zely prázdnotou, *check-pointy* Hizbulláhu byly naopak obsazené. Timur mě na tento fakt upozornil se zjevným pobavením a poukázal také na fakt, že celková organizační struktura Amalu není zdaleka tak silná. Amal se tak nakonec zdál proti Hizbulláhu jen jako pomyslný nárazník, při přechodu z přilehlých částí do Dáhije do těch, které Hizbulláh plně politicky ovládá. Hizbulláh kupříkladu řídí v centrální Dáhiji dopravu, v případě výpadku distribuuje pitnou vodu, podporuje studenty ve studiích různých oborů, či přímo provozuje školy, vlastní nemocnice a dokonce i svou milici.[28] Jak Timur trefně zhodnotil, Hizbulláh je malý „stát ve státě".[29] Pakliže se naň podíváme skrze takové paradigma, na jeho vizuální prezentaci v Dáhiji, rázem celková situace malé četnosti indexů nabývá smyslu. Hizbulláh již nepotřebuje okázalé kampaně, ovlivňující každodenní život zdejších obyvatel. Rovněž nepotřebuje prezentovat své dosavadní úspěchy, protože jeho úspěch je v očích místních (nejen) šíitů všeobecně znám. Domnívám se tedy, že relativní absence burcujících ideologicky masírujících plakátů v ulicích jižního Bejrútu je výsledkem všech minulých úspěchů, kterých zde již Hizbulláh docílil.

[28] Diskutabilní při jeho výzbroji (tanky, rakety, dělostřelectvo) je, zda-li se jedná skutečně pouze o milici vzhledem k jejímu charakteru.
[29] Přestože je Hizbulláh často popisován jako stát ve státě, sám nikdy nenaznačil, že by jeho ambice skutečně k utvoření státu autonomního na libanonské vládě k tomuto měly vést. (Flanigan 2007: 508)

4.1.1 IKONY A IDOLY

První významnou složkou vizuálně působící na obyvatele Dáhije v ulicích, je přítomnost ikonických spodobnění, ať již na billboardech, plakátech či skulpturách**.** Obrazů nesoucích tváře generálního tajemníka Hizbulláhu Hasana Nasrulláha, íránských ájatolláhů Chomejního a Chámeneího, popřípadě lokálních šíitských duchovních ikon, jakými jsou Músa al-Sadr či šejch Fadlulláh.[30] Zatímco je al-Sadr běžně zobrazován jako politicko-náboženská autorita Amalu, Chomejní a Chámeneí jsou spolu s Fadlulláhem vyobrazováni jako náboženské ikony na plakátech Hizbulláhu. Toto pravidlo však nevydávám za konečné, mně se však tento rozdíl jevil jako určitá pravidelnost. Jako jeden z nejočividnějších příkladů uvádím billboard s tváří imáma Chomejního v nadživotní velikosti (na následující straně). Chomejního portrét je jediný motiv billboardu spolu s jeho výrokem, který je umístěn pod jeho podobiznou اننا لا نظلم أحداً و لا نرضخ للظلم.[31] Podobně však můžeme pozorovat četnost užití tváře Hasana Nasrulláha, který je spodobněn prakticky všude, na všem a takřka vždy.

Obecně bychom idol (kultovní obraz) mohli definovat jako objekt stvořený člověkem, který má zvláštní moc (*agency*), propůjčenou svatostí či duchem, který je v něm ztělesněn či kterého reprezentuje. Idoly jsou však rozdílné od indexů. Idol totiž není produkt pravzoru či jeho část. Idol je pouze podobný svému vzoru, avšak nejsou identičtí. „*Sémantické pravidlo pro použití idolu je, že ukazují ty objekty, které mají charakteristiku, jakou oni sami také mají. – nebo častěji určitě specifikovaný soubor jejich charakteristik*“ (Morris 1938: 180 v Layton 2003). Oproti tomu ikona je dílo umění, nejčastěji malba, nesoucí náboženské konotace. V obecném měřítku je tento termín užíván v širokém spektru různých kontextů znázornění, či reprezentací; může to být znak či kvalitativní partikulární shoda, které stojí na pozadí takového objektu, značící či reprezentující v semiotickém smyslu přesně či analogicky. Ikona je navíc užívána v moderním smyslu též jako symbol, tzn. jméno, obličej, či člověk jako takový, jenž má všeobecně známou kvalitu či naopak reprezentuje něco jiného s velkou signifikancí. Ikony obvykle asociující náboženské, kulturní či ekonomické postoje. Layton dodává, že obraz musí často vypadat jako to, co reprezentuje, ale podle kulturní konvence (Layton 2003: 460).

[30] Fadlulláh zemřel pouhé tři dny před mým odjezdem z Bejrútu, tedy jsem měl možnost na vlastní oči spatřit v Dáhiji smuteční výzdobu jakož i nepřeberné množství Fadlulláhových fotografií a obrazů.
[31] *nikoho neutlačujeme a nepodřizujeme se útlaku*

ikonický obraz s ájatolláhem Chomejním v Dáhiji.

Freedberg se přitom ptá, zda jsou náboženská a další vyobrazení účinná, protože rituál posvěcení je obdařuje mocí (*agency*), nebo protože jsou nějakým způsobem spojena s tím, co zobrazují. Freedberg si vybírá druhou variantu (Freedberg 1998 v Layton 2003: 456). Gell uznává Freedbergovu přiléhavou námitku, že umění takto spojené s konkrétní osobou riskuje ztrátu specifičnosti umění, zato se tendenčně pouští do míst, ve kterých antropologové pracují s člověkem „hrajícího roli“, spíše než s portrétem či vyobrazením. Myslí tím případ, kdy je až zázračná podstata zobrazena v živé osobě, žijící ikoně. Posun od člověka k obrazu je neznatelný; místa která zaujímají v síti *agency* tak mohou být považována téměř jako identická (456). Hortonova teorie náboženství zase ukazuje, že lidé přiřazují *agency* skulpturám a vyobrazením (indexům), protože jejich výkladový

model, kterak svět funguje, je neodmyslitelně náboženský. Za těchto podmínek jsou pozice, které zaujímají člověk a obraz v sítí *agency*, vskutku podobné, ne-li ekvivalentní (457). Idoly tedy hrají důležitou roli - zastupují agenta nebo příjemce, osobu, nebo božství. Jsou ikony, které mohou být znázorněny mnoha způsoby na různých indexech, avšak jejich *agency* je stejná, zejména skrze abdukci příjemců, ovlivněných stejnou historickou zkušeností a sdílenou kolektivní identitou. Gell má pravdu, když praví, že idoly a indexy (ne jako vyřčená slova) nejsou zcela závislé na konvenčních, kulturních strukturách. Nejsou koneckonců přirozenými znaky (460). Podívejme se však, jak jsou ikony Hizbulláhem využívány v praxi.[32]

4.1.2 PLAKÁTY A BILLBOARDY - PŘÍKLADY

Asi nejzajímavější z vizuálního hlediska, jsou dobře graficky zpracované billboardy, které nesou známky četných softwarových úprav, zejména koláží a retuší. Porovnáme-li obsah plakátů a billboardů Hizbulláhu, na většině z nich je (ikonický) obličej povětšinou usmívajícího se Hasana Nasrulláha. Daleko méně často je generální tajemník zobrazen s obličejem tvrdým a nekompromisním. Plakáty tedy obvykle působí pozitivně a sebevědomě. I vzhledem k dalším podobnostem můžeme paralelu nalézt u předvolebních plakátů politických stran kdekoliv v Evropě. Jen se tím dále prohlubuje celkový obraz Hizbulláhu, který se sebeprezentuje spíše jako sebevědomá politická strana se značným sociálním a ideologicky vyhraněným přesahem.

Příklad 1.1) Na prvním billboardu o rozměrech cca 4x5 metrů vidíme klíčové tváře šíitského/libanonského politického dění. Do lehkého půlkruhu zde jsou zasazeny tři tváře nejvýznamnějších libanonských představitelů šíitské konfese spolu s tváří ájatolláha Chomejního. V půlkruhu zleva doprava to jsou Hasan Nasrulláh, Muhammad al-Sadr, Chomejní a Nabíh Barrí. Nápadné je, že se všichni spodobnění usmívají, přestože Chomejní pouze náznakem, pakliže vůbec. Půlkruh ohraničuje ideologické sdělení v centrální části plakátu: نهجكم انتصر يا أشرف البشر[33]. V jeho dolní části, přímo uprostřed, je pak vyobrazen zakuklený bojovník, nesoucí na ramenou mobilně odpalovanou raketu. O poznání menším písmem, v porovnání s hlavním sdělením, u nohou maskovaného bojovníka stojí: تقدمة أوفياء المقاومة[34]. V levém dolním rohu je také vidět náznak

[32] Klasické idoly jsem během terénního výzkumu nenašel.
[33] vaší cestou je vítězství, ó, nejšlechetnější z lidu
[34] oběť přinesená nejvěrnějšími z odboje

vyvedeného raketového odpalovacího zařízení. Barevným náznakem je navíc vyvedena křivka, která z levého horního rohu objímá půlkruh tvořený tvářemi a to z vybledle žluté kolem Nasrulláha směrem k Barrímu tmavě zelenou. Zda použité barvy podtrhují politickou příslušnost nevím, avšak nejspíš ano. Jestli ano, pak tuto křivku můžeme vnímat jako první náznak předcházejícího tvrzení, že se Hizbulláh sám prezentuje jako progresivní politická strana.

příklad 1.1

Příklad 1.2) Na obou koncích značně podlouhlého billboardu vidíme opět známé šíitské tváře, tedy al-Sadra, Nasrulláha a Barrího. Zatímco al-Sadr, jenž je vnímán jako „otec“ šíitské jednoty, je vyveden v levé části, oba současní političtí vůdci (dříve rivalové) libanonských šíitů Barrí s Nasrulláhem, na straně druhé. Jejich tváře jsou navíc umístěny natolik těsně k sobě, že vizuálně nezabírají o moc více místa než protilehlá tvář al-Sadra. Všichni tři se navíc přátelsky usmívají a navozují atmosféru, jako by mezi nimi panovalo nezlomné přítelství. Barrí je dokonce vyveden pouze v košili, který tento neformální a pohodový ráz billboardu podtrhuje. V centrální části je nakonec vyveden ústřední znak, jenž je složeninou znaků obou hnutí – klíčovým je znak Hizbulláhu se samopalem, po pravé straně se nachází menší kulatý znak Amalu a po pravé straně rovněž menší

libanonský cedr, upamatovávající k oficiální libanonské vlajce. Centrální, dominantní logo Hizbulláhu nám napovídá, kdo stojí za výrobou tohoto billboardu a troufám si říct, že jeho centrálním posláním je poukázat na jeho nacionální cítění a politickou flexibilitu, jež je oficiálně propagována. Hasan Nasrulláh prohlásil v deníku *al-Safir* 7. srpna 2000: „*Země potřebuje všechny politické strany a náboženské sekty* (v Libanonském kontextu však sekta nemá pejorativní zbarvení) … *potřebujeme spolupráci.*“ Høigilt (2007: 126) toto uvádí na podporu podobných závěrů ve své studii, věnující se měnícímu se diskurzu Hizbulláhu. Na billboardu můžeme vycítit paralelní snahu přimět obyvatele Dáhije smýšlet o Hizbulláhu také v rovině nacionální, než-li pouze v rovině náboženské. Zdá se, že pro současný Hizbulláh je alternativou spíše národní jednota, než muslimská agenda.

příklad 1.2

Billboard, jenž jsem označil jako příklad 2, vnímám jako klíčový pro poskytnutí argumentů, podporujících dvě vážná tvrzení: 1) Amal a Hizbulláh přes svou ideologickou různost, kterou jsem popsal výše, jsou nyní v koalici, tedy staré křivdy jsou dnes zapomenuty (alespoň oficiálně) a dochází k politické koalici obou hnutí. 2) Hizbulláh se skutečně prezentuje v nacionálních intencích více, než v době minulé. Proces libanonizace

Hizbulláhu se tedy odráží i na jeho vlastní obrazové prezentaci, kterou jsme mohli náhlednout skrze rozbor tohoto příkladu.

Perličkou zůstává, že při fotografování tohoto velmi liberálně a otevřeně působícího billboardu na mě a mé dva průvodce doslova vyběhl nedaleko sedící obuvník a velmi důrazně se domáhal vysvětlení, proč tento plakát fotografuji. Štěstím pro mě bylo, že jeden z mých průvodců byl člen Hizbulláhu a byl mi pro právě pro takový případ přidělen na základě oficiálního povolení.

příklad 1.3

Příklad 1.3) Pro třetí příklad v podobě billboardu připevněného na zeď značně zanedbaného domu, respektive jeho dvou pater, autor/grafik využil velice jednoduchou formu. Celá jeho plocha je tvořena velkým obrazem usmívajícího se Nasrulláha, navíc bez jakéhokoliv dodatečně přidaného (žlutého či rudého) pozadí. Pouze v dolní části je na modrém pozadí jeho úboru vyveden žlutě oslavný nápis: ما أعز من ولد الولد الا حامي البلد a pod ním صوتك الك ... البلد الك ... صوت لمين الك. Asi není úplně podstatné toto velmi metaforické sdělení opěvující generálního tajemníka, nýbrž spíše jeho ikonická prezentace. S tou se pak budeme setkávat prakticky neustále a to jak na plakátech se spíše klasickým politickým motivem/sloganem, tak plakátech mučednických.

příklad 1.4

Příklad 1.4) Dalším příkladem je plakátek vylepený za skleněnou výlohou jednoho obchodu v Dáhiji. Obrázek formátu A4 je zřejmě vytištěn v domácích podmínkách a zobrazuje Abú Mughníju. Ten je doplněn o velký bílý nápis vztahující se k odporu: جرحنا نبض السلاح [35]. Pod ním je (podobně jako na ostatních mučednických motivech) čestný Mughnijův titul a plné jméno, tedy al-hádž Imád Mughnija a také jeho přezdívka a titulem [*al-hádž Radwán*].V levém dolním rohu je pak malým písmem zmíněn vydavatel či lokální organizace zřejmě tisknoucí podobné plakátky. Pro úplnost však dodávám, že ta samá fotografie Abú Mughníji je později použita grafikem, jenž vytvořil koláž pro billboard označený 2.5 - tedy vyobrazení na billboardu oslavujícím mučedníka Husajna al-Miqdáda.

příklad 1.5

Příklad 1.5) Na pátém příkladu (tento je z centrální čtvrti Hárat Hrajk) vidíme klíčové tváře šíitské konfese. Směrem zprava doleva na jednotlivých částech (billboard je rozdělen rámy na tři části) jsou to Músá al-Sadr, uprostřed tajemník Hizbulláhu Abbás Músáwí a současný tajemník Hasan Nasrulláh. Pod nimi jsou tři slova – v každém rámu jedno –سادة - المقاومة - و الانتصار, znamenající „sajjidové odporu a vítězství“. Sajjid pak

[35] Opět těžce přeložitelný výrok znamená přibližně „naše válka si již šteluje/připravuje (své) zbraně.

může znamenat čestné titulování (ctihodný) „pán“, označovat obrazně vůdce (kmene), avšak v tomto případě spíše poukazuje na rodovou linii dotyčných, sahající k prorokovi Muhammadovi, soudě dle jejich černých turbanů. Pozoruhodné je, že není zobrazen historicky první tajemník Hizbulláhu al-Tufajlí, který byl z důvodu neutuchající kritiky svých nástupců z Hizbulláhu vyloučen. Al-Tufajlí kritizoval al-Músáwího i Nasrulláha kvůli přílišnému odklonu od muslimské agendy a opuštění od ideje přeměny Libanonu v teokratický stát po vzoru Íránu. Je tedy jeho absence dalším potvrzením nové tváře Hizbulláhu? Nahrazení al-Tufajlího al-Sadrem je poněkud nelogické, zejména uvážíme-li, že měl al-Tufajlí na rozdíl od al-Sadra se skutečným ozbrojeným odporem co do činění.

Příklad 1.6) Na posledním billboardu této sekce, jenž překrývá boční část obytného domu (taktéž ve čtvrti Hárat Hrajk), je obraz Hasana Nasrulláha vyvedený na žlutém pozadí, který pravou rukou mává směrem k divákovi pod billboardem. Jeho horní levý roh přechází do rudé barvy. Velice nejasný motiv nad hlavou generálního tajemníka zpodobňuje skupinku (zřejmě) Libanonců, v jejichž čele stojí postarší muž s pleší, v zeleném kompletu a velkými brýlemi. Jelikož se mi nepodařilo zjistit která konkrétní událost je tímto motivem připomenuta, nechávám jej stranou. Podobně nejasně je pak v nejspodnější části billboardu, pod heslovitým sdělením, naznačena jakási ulice či kus území dotčené válkou. V tomto případě autor vyobrazení dozajista neměl v úmyslu připomínat konkrétní událost či konkrétní místo, ale navodit atmosféru korespondující s heslem بالنصر – s vítězstvím. Soudím tak dle velmi nejasných obrysů a velmi malé části této „krajiny“. Nakonec, kolem vítězství se točí celkové poselství vyobrazení. Zrcadlově k mávající ruce jsou pod sebou umístěna žlutá slova věty: كما كنت أعدكم بالنصر دائماً[36] Druhá polovina sdělení (أعدكم بالنصر مجددا)[37] je však umístěna až pod Nasrulláhem samotným. Trochu nelogicky jsou všechna tři slova druhé poloviny věty vyvedena v jiných fontech a dokonce v jiných velikostech a barvách. Po konzultaci s grafikem v Čechách jsem byl upozorněn, že je takto upravený slogan neprofesionální, alespoň dle západních měřítek. Západní normy však nelze v tomto kontextu aplikovat. Pravděpodobné tedy je, že hlavním účelem tohoto vyobrazení je sdělení, nikoliv styl prezentace, která zřejmě není zvolen nejvhodněji – tedy porušení grafických norem a též nezřetelností (a tudíž nejasností) doplňujících výjevů. Celkově je tedy kromě Nasrulláhovi postavy na

[36] Tak, jak jsem vám vždy sliboval vítězství…
[37] … slibuji vám vítězství znovu.

billboardu dominantní slovo „bilnasr“ - بالنصر, jež je oproti zbylé větě nejméně o polovinu větší a červené.

příklad 1.6

4.1.3 PÁR SLOV K ZHODNOCENÍ

Prvním překvapujícím výstupem, který se mi v mém výzkumu promítl bylo zjištění, že téma odporu je stále jedním z klíčových témat indexů Hizbulláhu. Objevuje se nám na polovině předešlých příkladů a bude zcela dominovat na příkladech dalších. Přesto je i vlastní identifikace Hizbulláhu s šíity napříč politickým spektrem Dáhije na předešlých indexech znatelná. Materiál byl sesbírán v rámci těch čtvrtí, kde šíitská konfese

jednoznačně dominuje, tedy přirozeně i na prezentovaných indexech můžeme vnímat dominanci šíitské jednoty. Otázkou přesto zůstává, jestli a nakolik se svou intenzitou liší vizuální kampaň Hizbulláhu před volbami, kdy je třeba mobilizovat nejen základnu sympatizantů vlastní konfese, ale oslovit nejširší masy nacionální rétorikou. Na příkladu 1.2 bylo inkorporací libanonského cedru zřetelné, že diskurz Hizbulláhu se do nacionální roviny skutečně přesouvá, a to i v nevolební době a v místech, kde zdůraznění (nové) nacionální rétoriky hnutí pro získání podpory není třeba. Nutno podotknout, že tento trend je více zřetelný v promluvách jeho zástupců, nežli ve vlastní sebe-prezentaci, alespoň mohu-li soudit na základě vlastních zkušeností. Zhodnoťme tedy základní témata opakující se na jednotlivých indexech. Alespoň na dvou z nich zatím dominovala tato: 1) *odpor* (všeobecný - islámská rétorika není patrná) 2) *politická flexibilita* a *šíitská jednota* 3) *ikonická zobrazení* náboženských a politických vůdců Hizbulláhu. Na pěti z nich se navíc opakuje tvář Hasana Nasrulláha, která je obsažena na značné většině sesbíraného materiálu. Podívejme se však na další příklady, aby byla celková vypovídací hodnota práce větší.

4.2 MUČEDNICTVÍ

Mučednictví v islámském kontextu postrádá negativní konotace obsažené v západní kultuře. Je-li v západním kontextu mučedník chápán jako pasivní příjemce smrti, v islámském je pak mučedníkem ten, který aktivně pokládá život v rámci bohulibého (svatého) boje. Podobně negativně je chápán v rámci tzv. západního světa sebevražedný útok, jenž je často mučednické smrti součástí. V islámském kontextu však naprosto chybí pojetí sebeobětování jako způsob sebevraždy. Akt sebevraždy je pro muslimy zavržen, ne však smrt mučednická, která je naopak skutkem bohulibým a za něž je mučedník oceněn.

Na první pohled zůstávají jednou z mála ideologických výzdob ulic, kromě minima vyvěšených vlajek Hizbulláhu, fotky mučedníků, připevněných na sloupech veřejného osvětlení. Jejich dlouhé řady vedou mezi vozovkami několika proudných silnic (například ulicí Hádího Hasana Nasrallaha). Z větší části jsou tyto plakáty již značně vybledlé od slunce, nicméně sem tam se objeví i takový, který pochází z doby čistě nedávné. Na některých je malý emblém Hizbulláhu, na některých Amalu. Mučednictví v tomto směru převyšuje politickou (dřívější) rivalitu šíitů. Jestliže celé části čtvrtí byly buď pro Hizbulláh, nebo pro Amal, plakáty s fotografiemi martyrů obou organizací sdílely stejné řady veřejného osvětlení. Loga obou stran jsou navíc relativně malá, takže se mi stalo, že

při oficiálním pořizování snímků pro tuto práci s povolením Hizbulláhu, jsem nevědomě začal fotografovat mučedníky sekulárně laděného Amalu, což mého „strážce“ z Hizbulláhu lehce pobavilo vzhledem ke skutečnosti, že jsem předem oznámil záměr fotit pouze indexy Hizbulláhu.

Mučednické plakáty a billboardy, tedy fotografie mučedníků připomínají lidem jejich oběti, jsou v ostrém protikladu k neprezentaci obrany vedené libanonskou armádou.[38] Právě ukázka vlastního sebeobětování stále dodává zbledlým plakátům schopnost (*agency*) fascinovat, inspirovat či vyvolat emoce. U někoho pak může vzbudit obdiv a inspiraci k vlastnímu vstupu do milic. Skutečně se domnívám, že tyto plakáty mohou svou *agency* sloužit jako podpůrný zdroj při rekrutování nových bojovníku. Jestliže vezmeme v úvahu fakt, že se Hizbulláh o rodiny mučedníků po jejich smrti důsledně stará, přirozeně vznikají ideální podmínky pro utvoření ideologického podhoubí plného potencionálních bojovníků. Plakát je v tomto směru médium, které glorifikuje smrt v boji skrze připomenutí (abdukci) konkrétní tváře. Oficiální účel je sice upomenout na konkrétního mučedníka a jeho smrt, nicméně nepostrádají glorifikaci mučednické smrti v obecné rovině.

> *“Well, this is only way, how to express our gratitude for their deaths. They were so young; they didn’t see anything before they fell, so we are proud to them.”*[39] (Muhammad, 19.6.2010, Bejrút)

Zamýšlel jsem se tedy, zda-li se může skutečně jednat pouze o jednoduchý druh reciprocity, díkuvzdání, jak se mi Muhammad snažil sdělit. Jeho výpověď na mne však působila spíše jako snaha prezentovat svou vlastní hrdost neznalému cizinci, tedy že mučedníci šíitské komunity (i za něj) položili život. Po další diskusi s ním jsem navíc nabyl dojmu, že spíš vyjadřuje to, co si myslí že evropský badatel slyšet chce. Většina ostatních informátorů se však klonila k vyjádření, že mučednické plakáty nemají směrem k obyvatelům Dáhije tak silnou *agency*, kterou zpočátku pociťuje cizinec. Pravdou je, že na mě obrazy mučedníků působily, byť jsem posléze, podobně jako místní po neustálé konfrontaci s jejich přítomností, začal být k jejich přítomnosti apatický. Vysvětlení však

[38] Ta je ostatně diskutabilní jako taková.
[39] „Tohle je jediná cesta jak vyjádřit náš vděk za jejich smrt. Byli tak mladí, ještě nic nezažili než padli, jsme na ně hrdí.“

není nijak složité. Tato média se stala běžnou realitou života Dáhije a jejich *agency* je tedy značně tímto obroušena. Vezmeme-li také v potaz, že ikonický status mučedníků do jisté míry ztratil na své váze, zjednodušeně řečeno, je jich příliš mnoho, „posvátný *symbol jakoby ztratil něco na své síle*“ (Peteet 1997: 123). Je však stále možné, že mládí šíité, trpící akutní nejistotou současných i budoucích hmotných statků, navíc pod neustálým vlivem vlastní komunity zaštítěné idelogickým vysíláním al-Manáru, mohou projevovat podvědomé sklony se mučedníkům vyrovnat. Neměl jsem také možnost pozorovat, zda souvisí ethos militarismu s mužskou identitou či mu nějak předchází a tak podporuje celkové militantní vyznění zkoumané *material culture*. Avšak podobně jako palestinská maskulinita (Peteet 1997), i ta libanonská odkazuje ke schopnostem chránit, bránit a udržet domov a rodinu. A to přesto že tato ochrana vyžaduje militantnost a obsahuje značné riziko smrti. Svou roli sehrává i úcta, jež je mučedníkům po smrti projevována a jak je komunita oslavuje.

třída Hádího Nasrulláha, červen 2010

Můžeme tedy na základě těchto indexů tvrdit, že Hizbulláh heroizuje individuální bojovníky.Navíc navyšuje sociální status těch, již jsou součásti odporu (Flanigan 2007: 507). Obojí pak sehrává onu podstatnou roli při inkorporaci potencionálních bojovníků. Někteří teoretici (Levitt 2004; Flanigan 2007) naopak vnímají jako klíčové prostředky socializace a rekrutování nových členů neziskové organizace (pod vedením teroristických či povstaleckých skupin). Tuto otázku však přenechávám etnografům, neboť by si zasloužila samostatný výzkum. Pro účel této práce je podstatná myšlenka, že *agency* indexů s mučednickou tématikou *může* být jedním ze zdrojů ideologické indoktrinace, jež *může* mít za následek vstup do milic. Ačkoliv se na plakátech neobjevují přímé náborové výzvy, mohou tuto funkci přesto zastávat. Jejich *agency* spatřuji zejména:

1) v glorifikací konkrétního jedince, jenž položil život ve spravedlivé válce
2) ve zdůraznění příjemci skrze konkrétní tváře, že zde byli a stále jsou mudžáhidové, ochotní bojovat do posledního dechu (smrti, kapky krve) pod vlajkou Hizbulláhu (viz Muhammadova výpověď)
3) v prezentaci tváří bojovníků Hizbulláhu a v prezentaci odhodlání a cílevědomosti cizincům (mám na mysli plakáty umístěné na hlavní komunikaci spojující letiště Rafíqa Haríriho s centrem Bejrútu).

4.2.1 ZABÍT/ZEMŘÍT

V Libanonu, podobně jako na západním břehu Jordánu (oblastech dlouhotrvající palestinské rezistence), je tedy signifikantní spíše touha zemřít, než touha zabít (Peteet 1997:107). Diskurz, se kterým jsem se na místě setkal, jasně tuto tezi Peteet podporoval. Proto i na většině zkoumaných indexů s mučednickou tématikou objevíme spíše popsání vlastní oběti, než dosažených úspěchů v boji.

> **Walíd**: "*When Israelis invade Lebanon I'm definitely pro-Hezbollah. I don't support them until Israelis come. I'm definitely pro-Hezbollah than. (...) Their winning strategy is bad, because if warrior of Hezbollah dies, it's the victory for him. But it's a bad logic.*"
>
> (...)
>
> **Daniel**: "*So Israel is really bad neighbor for Lebanees isn't it?*"

Walíd: "*You can't imagine how it is, man...*"[40] (Walíd S. 8.6.2010, Bejrút)

Jakkoliv je položení života obecně odlidštěno v kontextu pravidelných armád, v případě milic Hizbulláhu se stává osobně přijatelnějším, heroickým a nábožensky ospravedlnitelným. Postoj Hizbulláhu, hlásajícího, že mučednická smrt přináší nejvyšší uspokojení, byla vždy uvnitř hnutí dávána do protikladu k izraelským vojákům, kteří bojovali za záchranu jich samých, maximálně za zachování života svých krajanů. Tímto pohrdavým sklonem k sebeobětování vždy Hizbulláh projevoval fanaticky a až démonicky mytizující tvář, kterou pak média celosvětově prezentovala (prezentují) a díky které se stal pro západní společnost jednou z ikon terorismu, a od této se dodnes víceméně neoprostil. O tom, že toto stanovisko neovlivňovalo pouze řadové vojáky Hizbulláhu svědčí i skutečnost, že v boji zemřel také syn Hasana Nasrulláha Muhammad Hádí, v září 1997. Otec se o synově mučednické smrti vyjádřil, že mu způsobila největší potěšení, pramenící z jeho mučednictví.[41] Přesto se nelze ubránit pocitu, že tento výrok je spíše dílem propagandy. Dnes je po tomto mučedníkovi pojmenována rušná komunikace, sloužící coby jedna z přístupových cest do Dáhíje. Třída Hádího Nasrulláha je navíc jednou z těch, které nesou stovky mučednických plakátů.

Kromě tristního stavu některých mučednických plakátů mne ovšem zarazila také nevyváženost významu jim přikládaného Hizbulláhem a místními obyvateli a značné lehkovážnosti přístupu k nim v neoficiální rovině. Podobně jako je žena, objevující se jako ikona národa v širokém spektru arabské literatury, umění a politické rétoriky kulturním konstruktem (Peteet 1997:104), stejným konstruktem se stává i mučedník v libanonském kontextu. Diskurz Hizbulláhu vyzdvihuje mučedníky takřka ke svatosti a vyzývá věřící skrze jejich masové připomínání (mučednické plakáty) k jejich uctění. Trochu mne tedy překvapilo, když mne Timur při naší první „procházce" po Dáhiji upozornil, že naproti přes náměstí, přibližně na desetipatrové budově, tou dobou překrytou obrovským billboardem zakrývající nejméně šest pater, byl ještě nedávno neméně obrovský billboard s Abú Mughníjou. Ten byl dlouholetým vedoucím ozbrojených složek Hizbulláhu a mnohými západními aktéry považován za jednoho z nejhledanějších teroristů, který byl nakonec zavražděn ve svém voze výbušninou. Tato

[40] **Walíd**: Když Izraelci napadnou Libanon, jsem určitě na straně Hizbulláhu. Nepodporuji je ale dokud nepřijdou. Pak jsem určitě pro-Hizbulláh. (...) Jejich vítězná strategie je špatná, protože když zemře bojovník Hizbulláhu, je to pro něj vítězství. Ale to je špatná logika.
Daniel: Takže, Izrael je dost špatný soused pro Libanonce, co?
Walíd: Nedovedeš si představit jak moc... (8.6.2010, Bejrút)

[41] *Speaking Out for Terror 1998*, **World Press Review**, s. 47

smrt Mughníjovi poskytla auru mučedníka. Překvapilo mne tedy, jak lehce se vystřídal silný ideologický námět nesoucí obraz mučedníka a současně jednu ze špiček Hizbulláhu s obrovským billboardem modelky propagující kosmetický výrobek.

V islámu je také signifikantní rozdíl mezi nemučednickou smrtí v mladém věku (např. při autonehodě) a smrtí mučednickou (Peteet 1997: 116). Nezpozoroval jsem však, že by v libanonském kontextu mučednictví souviselo s věkem mučedníků. Mučednictví již samo o sobě poskytuje posvátnou auru, kterou jsem pociťoval při rozhovorech o významu mučednictví, vyjednávaného v době rezistence. Nízký věk padlých martyrů však skutečně emočně zabarvuje význam jejich smrti. Peteet (1997: 125) tvrdí, že odtržením od reality utečeneckých táborů ztrácejí zmíněné vyšší třídy empatii sdílení ztráty „synů komunity." Zatímco v nejnuznějších poměrech palestinských utečeneckých táborů je smrt mučedníka vnímána kolektivně (*sons of camp*), o poznání méně (velmi málo) rodin střední a střední vyšší třídy, žijících ve městech, o své syny skutečně v boji přichází (v Palestině i Libanonu). Protože Hizbulláh kompaktně stmeluje společnost Dáhije napříč sociálními sférami, mučednické plakáty na rušných ulicích jsou na ni zaměřeny kompaktně. To co tedy Peteet uvádí zejména v souvislosti s Palestinou, nemusí být nutně pravdou pro Hizbulláh v rámci Dáhije. Opět však musím podotknout, že fundované závěry je možné činit až na základě klasické etnografie.

4.2.2 PŘÍKLADY

Příklad 2.1) Na prvním mučednickém billboardu již můžeme spatřit tento viditelný posun směrem k mučednické tématice. V levém horním rohu, asi na ploše ¼ plakátu je vyobrazen Hasan Nasrulláh, přičemž autor billboardu použil tu samou fotografii, jako na billboardu prvním.[42] Nasrulláh se tentokrát díky umístění v jiné části výjevu neusmívá na nosiče rakety, ale na smutně zadumanou tvář mučedníka, jehož tvář je dvakrát větší než samotná hlava generálního tajemníka – je tudíž hlavním motivem plakátu. Oba billboardy se shodují i ve využití motivu onoho ozbrojence, nesoucího na ramenou raketu, přičemž se jedná přesně o tutéž jeho fotografii. Rudým ozdobným písmem je na tmavém pozadí zelené uniformy bojovníka vyveden nápis označující jeho čestný titul القائد الشهيد [43] . Přímo pod ním je o trochu větším písmem, žlutě napsáno jeho jméno مصطفى علي حسون [44].

[42] příklad 1.1 minulé sekce
[43] padlý velitel / náčelník - mučedník
[44] Mustafá Alí Hassúna – tedy mučedníkovo jméno

V pravém dolním rohu je pak obecné heslo zarámované zeleným čtvercovým polem, objevující se na mnoha dalších materiálech, zejména z doby po náletech v roce 2006 - النصر من الله.[45] Každé slovo je napsáno samostatně na řádku, přičemž النصر je vyvedeno červeně, zbytek bíle. Podél počátečních písmen je také vyobrazena táž olivová větvička, jaká je vyvedena v logu Hizbulláhu. V opačném rohu (dolním) je relativně velké, avšak neúplné, netradičně krvavě červené logo Hizbulláhu. Z nápisů v logu je vidět pouze pravá horní část nápisu *Fa inna hizbulláh hum al-ghálibún,* končící slovem *hum.* Podstatné je spíše to, že zbraň znázorněná v logu tvoří paralelní „úsečku“ s raketou, nesenou bojovníkem v dolní prostřední části obrazu. Paralelní rovnoběžnost symbolického samopalu a reálné rakety tedy působí tak, že bojovník i nesená raketa jsou jasně rozpoznatelné prostředky Hizbulláhu. Tvář mučedníka pak dodává celkovému výjevu patos, vyjadřující ochotu položit život, tedy se pro vítězství naprosto obětovat. Konečně pozadí za oběmi tvářemi v horní polovině plakátu je modré, neagresivní. Zatímco pozadí za Hassúnou ostře přechází z modré do rudé, Nasrulláhova tvář je od rudé oddělena oblou žlutou linkou, jasně jej oddělující od symbolicky rudého pole. Symbolizuje snad tento fakt, že mučednictví spojené s agresí a krví je reálné pro řadové bojovníky, nikoliv však pro politické špičky?

Zmínil jsem, že se ve výjevu billboardu objevují dva výrazné motivy použité již jinde (příklad 1.1). Přesto mají oba billboardy odlišnou *agency*. Zatímco první je koncipován jako jasná prezentace šíitské politické jednoty pod záštitou šíitských autorit al-Sadra a Chomejního, druhý plakát je ideologicky vyloženě mučednický. První billboard je vyveden ve střízlivých žlutozelených barvách symbolizujících politické pozadí, zatímco druhému již symbolicky dominuje krvavě rudá, jasně odkazující k obětování (vlastní krve) a pravděpodobně konotující agresi vůči Izraeli. Za nejpodstatnější však v tomto směru pokládám závěr, že k prezentaci 2 různých agend mohou být použity ty samé prvky.

[45] vítězství je od Boha

příklad 2.1

Příklad 2.2) Další příklad mučednického billboardu je odlišný od většiny předchozích billboardů a to zejména svou velikostí a dvojdílným provedením. Při rozměrech jedné části 1x2 metry se plachta billboardu pohodlně vešla do kovové konstrukce, postavené vprostřed prostranství před domy na malé křižovatce ulic. Atypický je tento příklad také v tom, že ona konstrukce je dvojdílná, sestavená do tvaru písmena L. Na jejích vnitřních stranách jsou umístěny dva malé billboardy s na první pohled prakticky totožným výjevem – obsahem, přesto se tyto liší v detailech.

příklad 2.2

Centrálním motivem je mučedník Hizbulláhu Husajn Alí al-Miqdád, jenž drží v rukou samopal. Použitá jeho fotografie je na obou částech stejná, liší se jen drobně svou velikostí. Al-Miqdádova postava je na obou částech dominantní. Kromě standardních popisků, kterým se vzápětí budu věnovat, je v obou horních částech tvář Hasana Nasrulláha. Na levém billboardu se Nasrulláhova tvář nachází po levé straně al-Miqdádovi hlavy, na pravém po pravé. Zatímco na levém billboardu tvoří protipól Nasrulláhovi hlavy ideologické heslo نحن الوعد الصادق [46], jež je umístěno na pozadí lehce pootočeného znaku Hizbulláhu, na pravém billboardu toto sdělení chybí. Avšak al-Miqdádova hlava je pro změnu obklopena znatelnou svatozáří, čemuž odpovídá i jemně žlutobílé pozadí za jeho hlavou. V levém vyvedení je jeho hlava na pozadí barvy rudé - spolu se zmíněným logem Hizbulláhu, které je navíc přetištěno nápisem. Takto vyvedená horní část působí možná až příliš kumulovaně, zejména při bližším pohledu a zamyšlení. Opět je zde spíše citelná snaha obsáhnout všechna potřebná sdělení a symboly, než dodržet zavedené grafické normy. V dolní třetině obou je nad jménem mučedníka vepsán jeho čestný titul - zajímavé je, že na obou billboardech je tento titul rozdílný, nikoliv

[46] my jsme (ten) upřímný slib

však v principu. Na levém je červenou barvou al-Miqdád titulován jako الشهيد المجاهد [47] na pravém bílou jako شهيد الوعد الصادق [48]. Pod těmito tituly je již napsané jméno s označením (al-Hadždž) poskytující informaci, že mučedník vykonal pouť do Mekky a pod jeho jménem černě vyvedené sdělení تقدمة أهالي الحي [49]. Po levé straně nápisu se jménem je na obou billboardech malé, klasické zelené logo Hizbulláhu, jasně jej tak spojující s al-Miqdádem. Rozdílné jsou však nakonec i minoritní dekorace obou billboardů. Na levém vyvedení jsou v dolním levém rohu vyobrazeny dvě rudé růže. Za menším logem Hizbulláhu - vedle al-Miqdádova jména - je navíc slabě naznačena kniha, s největší pravděpodobností Korán, avšak nelze jej identifikovat ani z největší blízkosti. Na pravém z billboardů je po levé al-Miqdádově ruce (na pravé straně) znázorněn vršek minaretu a úryvek z Koránu, který opět není čitelný, zejména kvůli jeho neúplnosti. Na pozadí dolních nápisů je navíc znázorněna hladina jakési vodní plochy.

Příklad 2.3) Následující příklad je pro změnu klasickým plakátem. Konkrétně tento jsem našel vylepený na zdi jednoho domu, vylepeny byly dokonce najednou čtyři vedle sebe. Opět je indexu na znázorněn mučedník, tentokrát Dža´far Hasan Dža´far. Podobně, jako na předcházejících příkladech je k dominantnímu mučedníkovu tělu pootočena hlava generálního tajemníka Nasrulláha, který se na smějícího se Dža´fara usmívá. Stejně jako v případě al-Miqdáda je i za hlavou tohoto mučedníka vlající vlajka Hizbulláhu. V levé dolní části je umístěna odpalovací rampa mobilních raket. Celý plakát je vyveden v červeno-žluté barvě, přičemž dolní třetina je červená a horní zbytek žlutý. Vlivem klimatických podmínek se však z červené stala růžová, ze žluté pak bílá. U Dža´farových nohou je pak nápis s jeho jménem a nad ním menším písmem přidaný mučedníkův titul الشهيد المجاهد [50]. Vedle jména je navíc opět umístěno bílé logo Hizbulláhu.

[47] padlý v džihádu či mučedník džihádu
[48] smrtí stvrzující svůj upřímný slib
[49] oběť přinesená lidmi z této čtvrti
[50] padlý v džihádu

příklad 2.3

Příklad 2.4) V jedné ze zapadlých uliček Hárat Hrajku jsem nalezl také plachtu, která byla vyvěšena na sloupu elektrického vedení. Prvotní domněnka, že by jakkoliv mohla souviset s Hizbulláhem, vzhledem k jejímu motivu, se potvrdila. Celé pozadí je černé, hlavní barvou šíitského islámu. V centru je klasická kruhová kaligrafie, avšak je značně překryta hlavním sdělením, které je taktéž vyvedeno kaligraficky, červenou barvou - الحسين عبد الله يا رب عليه السلام [51]. V dolní části této plachty je pak patetický výjev dvou muslimských bojovníků, přičemž jeden je mrtev, probodán šípy, leže v náručí toho druhého pod dvěma bílými koňmi. Zdaleka nejpodstatnější pro tento výzkum je však

[51] Al-Husajn Abdulláh, Ó, Pane, Budiž s ním mír

skutečnost, že pod tímto výjevem je nápis ال المقداد - znamenající „rod Miqdádovců“. Je tedy možné, že rodina Husajna al-Miqadáda, který jako bojovník Hizbulláhu padl v boji, sponzorovala výrobu (i) této plachty. Může se nám zde tedy jevit klasický mučednický motiv odkazující k rodině mučedníka, bez přítomnosti explicitního jeho vyobrazení a loga Hizbulláhu. Pravděpodobnější ovšem je, že ztato plachta je pouze součástí výzdoby k jednomu z mnoha šíitských svátku a motiv mučednictví je na ní zobrazen bez přímé souvislosti k mučednictví v barvách Hizbulláhu. Na tomto deviantním příkladu tedy poukazuji, že mučednický diskurz v šíitském podání Dáhije je silný a to i bez explicitní účasti Hizbulláhu v motivu indexu.

příklad 2.4

příklad 2.5

Příklad 2.5) Na billboardu, stojícím nedaleko dvoj-billboardu který jsem již popsal, vidíme opět al-Miqdáda. Zde je použita grafikem větší část al-Miqdádova těla než v předchozím případě. Fotografie použitá na obou je však shodná. Al-Miqdád je opět ústředním motivem celého obrazu, tedy spolu s velkým rudým titulem pod ním, شهيد الوعد الصادق [52] a pod ním jeho jméno الحاج حسين المقداد . Zdaleka nejzajímavějšími na tomto vyobrazení jsou výjevy, kterými je mučedník obklopen. Přímo za jeho hlavou jasně vlaje standarta Hizbulláhu. Po levé straně al-Miqdádovi hlavy se naň již klasicky usmívá Hasan Nasrulláh a po pravé zadumaně hledí Abú Mughnija. Pod Abú Mughnijou je v pravé

[52] Smrtí ztvrdil upřímnost slibu - Hadždž Husajn al-Miqdád

centrální části bílo-žlutý pietní nápis سلام أيها القائد [53]. V dolní části, coby pozadí rudého nápisu, je ústřední koláž dvou militaristických výjevů. První, více nalevo, je obraz vojáka v přilbě, jenž v ruce třímá lehký kulomet, otočeného zády k příjemci. Krajina za ním je výškově níž, tedy lze usuzovat, že onen muž je vojákem Hizbulláhu, vyfotografovaný zřejmě na jihu Libanonu, neboť právě tam je Libanon doslova zvrásněn četnými horami a kopci, na jejichž vrcholcích měl Hizbulláh své opevněné pozice a ze kterých mohl ostřelovat v nížině se pohybující izraelskou armádu. O tomto stavu jsem se koneckonců při své cestě na jih Libanonu přesvědčil, jedno podobné opevněné ležení z dob občanské války je dokonce přeměněno na „muzeum odporu“. Skoro neznatelně je pak nad tímto výjevem další vlající žlutá vlajka Hizbulláhu, která je spíše dílem pozdějších grafických úprav, než že by reálně takto nad vojákem vlála. Pravá dolní část billboardu naopak patří vyobrazení vojáků, kteří jsou zachyceni buď při vojenské přehlídce, či jiném nevojenském, slavnostním pochodu. Usuzuji tak zejména z toho, že nemají na sobě výstroj, pouze maskovací uniformu a postrádají helmy – zato mají „nezbytné“ šátky kolem hlavy a v první řadě je nesena oficiální standarta Hizbulláhu. Jsou také zachycení v poklusu, což je klasický styl přehlídkového kroku milic Hizbulláhu. Celkově je tento billboard značně militaristicky zaměřený, poselství značí zejména al-Migdádův masivní samopal, jenž drží. Povšimněme si také stop od kulek na fasádě na domě za billboardem.

PÁR SLOV K ZHODNOCENÍ ZHODNOCENÍ

24. května 2002 Nasrulláh adresoval lidem v ulicích Dáhije sdělení vyjadřující zejména podporu palestinské intifádě a sebevražedným útokům. Mimo jiné zdůraznil, že zde není jiné cesty rezistence, než mučednické operace, které jsou takto legální a jedině efektivní v rámci rezistence za současných podmínek. (Høigilt 2001: 129). Obecně můžeme v diskurzu, jež Hizbulláh využívá, vnímat tendenci dehumanizovat Izrael a popisovat útoky proti němu a jeho civilistům jako heroické mise mučedníků. I na prezentovaných plakátech a billboardech se tato mrazivá heroizace martyrů objevuje. Nikoliv však již antiizraelská rétorika. Podobně jako Høigilt (2001) i já docházím k tvrzení, že není pochyb o povaze rezistence Hizbulláhu. Je islámská, což můžeme vypozorovat z četnosti islámské symboliky (minaret, pasáže z Koránu apod.). V podstatě je jedno, zda je spojena s šíitským konceptem mučednictví, anebo je označena jako „islámská“ z přítomnosti obecných symbolů islámských.

[53] mír s tebou, veliteli

Na některých se objevuje šíitský sklon k patetismu a vyzdvihávání nejvyšších obětí – tedy lidského života. Velká četnost užití rudé barvy jako by evokovala krvavou podstatu mučednictví a šíitského islámu. Dále je hojně užita černá barva opět evokující šíitskou konfesi ale též žlutá spojující index s Hizbulláhem. Postrádáme zde naopak černou, přestože ta je barvou šíitského islámu, kromě deviantního příkladu 2.4.

Na druhou stranu, na většině prezentovaných indexů je mučednictví, spíše než-li s náboženstvím, spojováno s rezistencí, respektive se samotným Hizbulláhem. Tedy přestože se explicitně objevují na indexech s mučednickou tématikou náboženské metafory a motivy, není to podmínkou. Na indexech dominují zejména vlajky Hizbulláhu, spodobnění Hasana Nasrulláha či Abú Mughníji a zobrazení zbraně konotující ozbrojený odpor. Lingvistický rozbor užité rétoriky přenechám lingvistům, avšak též v heslech, které se na mučednických indexech objevují, dominuje téma odporu a právě motivu mučednictví.

Na příkladu 2.2 je více než zajímavé, jak se pozůstalá rodina Miqdádova prezentuje a částečně na sebe přebírá tíhu mučednické oběti syna tím, že se prezentuje jako sama jeho oběť přinášející. Posléze se ještě rozepíši o přisvojování si lepšího statusu skrze mučednictví, nicméně spolu s příkladem 2.4 přinášejí již tyto fotografie svědectví, jak důležitý může mučednický status pro pozůstalou rodinu, celou komunitu a nakonec i Hizbulláh, být .

5. URBANNÍ ZÁSTAVBA

5.1 ANTROPOLOGIE ARCHITEKTURY

Jak podotýká Victor Buchli (2002), ze všech kategorií materiální kultury dominuje architektura jako artefakt velké komplexnosti, ale také jako kontext, ve kterém je většina ostatní materiální kultura používána, umístěna a chápána. Přenosné artefakty mohou být odloučeny od jejich sociálních a morálních kontextů, ale architektura nikoliv. Budovy a jiné formy materiálních pozůstatků nám mimo to poskytují výpověď doby. Naznačují nám, že podobně jako ony sami i společná kolektivní identita přetrvává v časovém kontinuu. Mohou nám poskytnout svědectví o době, ve které ještě nežil nikdo z doby současné, stejně jako zprostředkovat tehdejší kolektivitu. „*Dědictví a speciálně materiální kulturní dědictví je primární diskurz a soubor praktik týkajících se kontinuity, trvalosti a podstaty kolektivní* (často nacionální, ale též regionální) *identity*“ (Macdonald, 2006: 11). Materiální kultura minulosti nám může zprostředkovat, kterak jsou znovu utvrzovány kolektivní hodnoty lidí, kteří cítí, že jejich styl života může být v ohrožení změny, jako výsledek sil jenž sami nemají pod kontrolou (Fewster 2007).

Přestože zde není místo na hlubší náhled na původní Ecochardův urbánní záměr s dnešní Dáhijou a jeho následné hroucení, jakožto její vývoj v 80. a 90. letech, domnívám se zcela ve shodě s prezentovanými teoretickými tezemi, že krátké pojednání o celkovém působení současné architektury (která dle mého soudu rovněž nese *agency* Hizbulláhu) je na místě. Ostatně, etnografické úvahy se většinou zaměřovaly na architekturu jako na jednu z klíčových diagnostických kategorií materiální kultury(Buchli: 2002).

Jak jsem již naznačil skrze předešlé indexy, primární tvář Hizbulláhu stále odkazuje k rezistentnímu/guerillovému hnutí z druhé poloviny 80.a první poloviny 90. let, je to však spíše obalová forma, za kterou se skrývá progrese. Přesto, dokud budou v ulicích Bejrútu stále k vidění rozstřílené fasády domů co pozůstatek války, díry po kulkách jako hluboké jizvy připomínající konfesní stratifikaci společnosti občanské války, stejně jako staveniště připomínající bombardování Dáhije v roce 2006, Hizbulláh v jejím rámci neztratí zřejmě nic ze své primární identity. Domnívám se totiž, že zde stále existuje vztah mezi identitou a „odkazem minulosti“ a s tím souvisejícím historickým povědomím

společnosti. Idea, že historické dědictví zvýrazňuje a dráždí lidský smysl pro sebepojetí jako příslušníka skupiny či lidstva, je široce rozšířena (Macdonald 2006: 10). Povaha vztahu mezi identitou a materiální kulturou byla zkoumána již Appaduraiem, který argumentoval, že komodity (troufám si však usuzovat že podobně i urbánní zástavba), stejně jako lidé, mají sociální život a tyto věci reflexivně konstruují sociální svět neméně, než svět konstruuje věci (Fewster 2007: 90). Macdonald (2006) podotýká, že zejména při spojení materiální kultury a kulturního dědictví máme na mysli zejména architekturu. Podobně i já se tedy zaobírám některými aspekty, kterými architektura jižního předměstí ovlivňuje místní šíitské obyvatelstvo svou *agency* napojenou na Hizbulláh, to znamená jak ruiny, tak novou výstavbu.

Architektura byla antropology přinesena do popředí a chápána jako sociální nákres (plán), kterým se společnost sama organizuje: empirický a neměnný výraz svých abstraktnějších forem „sociální struktury“. Tedy, jak plány, tak metafory usnadňovaly architektuře stát se centrálním antropologickým porozuměním sociální organizaci a později fenomenologicky ovlivněnými přístupy. Bez díla Léviho-Strausse by architektura znovu pozici ve středu antropologie od doby Morgana nezískala (Buchli 2002). Jeden z důležitých náhledů jeho práce zdůrazňuje význam domu jako sjednocující entity, která umožňuje jinak nekompatibilním, antagonistickým entitám držet se pohromadě - souviset spolu (Carsten a Hugh-Jones 1995) a proto poskytovat exemplární kontext pro porozumění spletitosti sociálních dynamik strukturujících společnost. Postavené formy jsou prostředky existence. Nebo lze parafrázovat jiný Lévi-Straussův výraz: stavby jsou dobré k přemýšlení (Buchli 2002).

Podívejme se na však další teoretické přístupy. Architektura je dle Bourdieho doslovné (skutečné) ztělesnění habitu – nevědomý soubor dispozic, který strukturuje naše interakce mezi námi a naším postaveným prostředím (Bourdieu 1973, 1977). Tilley (1996) zase vnímá obydlí jako zhuštěnou vizuální metaforu, shrnující základní vlastnosti vesmíru, podobně hovoří kupříkladu Bahloul (1996). Fenomenologicky inspirované studie o architektuře obecně zdůrazňují příbuznost mezi tělem, obydlím a vesmírem, všechny vzájemně propojené a vyjadřující materiální a fyzické prostředky, kterými reprezentují a oživují svět.

5.2 DOKTRÍNA DÁHIJA

Izrael považuje místa civilní infrastruktury, ze kterých na něj byl podniknut útok, za vojenské základny a místa podporující teroristické akce. Vůči takovým je dle izraelské vojenské doktríny oprávněn udeřit vojenskou silou a zničit je. Název této doktríny je odvozen právě z Dáhije v Bejrútu, kterou izraelské letectvo během druhé libanonské války vybombardovalo jako základnu Hizballáhu.[54] Dodnes je následek těžkého bombardování zřetelně vidět přítomností rozsáhlých staveništ a poničených fasád domů, jež měly to štěstí, že nebyla porušena jejich statika a stále stojí. Rozsáhlé rekonstrukční práce jsou vedeny plně Hizbulláhem, který skrze íránskou materiální a zejména finanční pomoc tuto rekonstrukci realizuje.

5.3 DŽIHÁD AL-BINÁ

Hizbulláh má nesporně své motivace při zajištění silného neziskového systému pro komunity, ve kterých operuje, tedy včetně stavebnictví. Flaniganová ve své studii (2007: 503) uvádí, že rozhovory, které realizovala se členy Hizbulláhu, spolu s informacemi objevenými v jeho dokumentech, indikují, že nezisková angažovanost je motivována učením islámu a vírou, že boj s chudobou a nemocemi je podstatná forma odporu či *džihádu*. Podobně lze vnímat i organizaci jež je z podobných organizací zřejmě nejdůležitější – již dříve zmíněný *Džíhád al-Biná*, jenž se nyní věnuje rekonstrukci jižního předměstí Bejrútu (kde má tato organizace taktéž jako Hizbulláh i své ústředí).

Tím, že *Džihád al-Biná* tak ochotně dostavuje vybombardované bloky Dáhije, transformuje domům jejich původní *agency*, s kterou byly vystavěny. Nová výstavba, která během mého výzkumu byla stále ve fázi rozestavěných betonových skeletonů, ponese dozajista otisk *agency* Hizbulláhu, respektive jeho schopnosti fungovat jako „šlechetný ochránce“. Domy, které naopak leží ladem a nesou četné otisky občanské války mají naopak *agency*, připomínající prvotní léta, kdy se Dáhíja začala vymezovat jako šíitské předměstí a kdy se stala synonymem pro baštu Hizbulláhu. Obě tyto *agency* jsou naprosto reálné a byly cítit pokaždé, když jsem se u takových budov ocitl. Lze tedy připustit, že okolní architektura, dimenze budov a prostoru k lidem promlouvají nejen skrze kognitivní proces, ale také skrze vyvolávání emocí (Macdonald 2006: 16). Přestože se může nakonec zdát, že tyto *agency* mají za následek dusivou atmosféru, dobře

[54] http://www.ynet.co.il/english/articles/0,7340,L-3605863,00.html

vnímatelnou pro cizince, atmosféra jižního předměstí byla a je, až překvapivě, uvolněná a oproti severní části Bejrútu příjemně živá.

5.4 BUDOVY A JEJICH AGENCY

Dáhija sama o sobě je dnes symbolem, který Hizbulláh může kdykoliv využít, či již využívá na svých indexech (viz později prezentované zobrazení hořící Dáhiji vyvolávající silné emoce). Celé jižní předměstí jako celek je tedy neuvěřitelně silným symbolem, a to v rámci celého Libanonu. Pro některé je vyjádřením hrdosti, pro některé je obávaným místem, kam by nikdy a za žádnou cenu nechtěli vkročit. Někteří šíité naopak necítí hrdost být jejím obyvatelem (viz následující výpověď Sally), někteří naopak na svou čtvrť nedají dopustit. Ali mi sdělil, že velká část obětí bomb shozených na Dáhiji v roce 2006 byla na vrub patriotů, kteří nechtěli opustit své byty, přestože byli upozorněni, že Izrael bombardování plánuje.

> „I'm not pro-Hezbollah because they brainwash people. I'm from shia family, they actually live in Dahyeh, but I rather live here (Ashrefiah). I'm not telling to anybody here I'm from shia. I don't believe in anything. I like smart people, I like science and I don't like fanatics. Despite I was pro-Hezbollah in last war (2006), because Israelis were really bad"[55] (Sally S., 2.6.2010, Bejrút)

Když jsem v Dáhiji objevoval nová a nová zákoutí, všiml jsem si, že některá místa jsou přece jen vyzdobena trochu honosněji. Byly to zejména velké nezastavěné plochy a široké mnohaproudé, rovné a dlouhé komunikace (v kontrastu s ostatními křivolakými uličkami), kde Hizbulláh pořádá svá masová shromáždění a přehlídky. Ty se konají buď u příležitosti náboženských svátků, projevů generálního tajemníka či k přehlídce milic. V centrální oblasti Dáhije jsou to přilehlé komunikace a mítinkový komplex Hárat Hrajk v těsné blízkosti centra stejnojmenného okrsku.

Silné emoce vyvolané *agency* urbánní zástavby, jsem měl možnost pocítit i sám na sobě, naskytla se mi totiž jedinečná možnost vniknout do zabarikádovaného

[55] „Nejsem pro-Hizbulláh, protože vymývají lidem mozky. Jsem ze šíitské rodiny která tam v současnosti žije. Já ale raději žiji tady. (Ašrafíja) Nikomu tady neříkám, že jsem ze šíitské rodiny, já nevěřím v nic. Mám ráda chytré lidi, mám ráda vědu, ale nemám ráda fanatiky. Přesto jsem byla pro-Hizbulláh během poslední války (2006), protože Izraelci byli opravdu hrozní."

polorozpadlého domu v centru Dáhije, který stále nesl více než četné známky občanské války 80. a počátku 90. let. Působilo poněkud nezvykle nalézt mezi plně obývanými „věžáky“ čtyřpatrovou budovu, jejíž rozstřílený povrch připomínal spíše kráterovitou měsíční krajinu, než dřívější fasádu obytného domu. Celá budova se v tomto světle značně jevila jako němé memento občanské války, či jako striktní připomínka ozbrojené rezistence lidu.[56] Podobně jako vizuální obsah billboardů, plakátů, samolepek či jiných indexů obsahující poselství Hizbulláhu, je taková budova (rozhodně ne jediná v Dáhiji, jakožto v celém Bejrútu) také nositelem specifické *agency*. Jakkoliv se lidská mysl může pokoušet vzpomínky na pouliční boje minulosti vytěsnit, ve vizuální konfrontaci s doslova rozstřílenou budovou se nutně musejí opět nořit z hlubin podvědomí.

(rozstřílená fasáda domu v Dáhiji, Bejrút 2010)

[56] dle vlastního diskurzu Hizbulláhu lid=Hizbulláh a naopak

Traumatizující událost (obecně) zasahuje různé skupiny aktérů. Tito aktéři pak přisuzují svým zkušenostem různé významy a sehrávají nejvýznamnější úlohu v konstruování budoucího kolektivního traumatu. Stejná událost se může jevit odlišně s ohledem na způsob účasti, či na historickém, sociálním či politickém kontextu (Neal 1998). Představy minulosti mohou vycházet z traumatických zkušeností, ve chvíli, kdy se úspěšně stanou kolektivní pamětí, nemohou si však uchovat autentickou kvalitu. Trauma obsažené v kolektivní paměti se u Kansteinera (2002) stává neautentické díky své politické a sociální podstatě, která se při přechodu z individuální paměti jedinců do kolektivního podvědomí skupiny stává nástrojem sledujícím své politické cíle. Pro nás je důležité, že obyvatelé Dáhije na základě různých konfliktů, jež doslova učinili z jejich domovů bojiště – a to nikoliv pouze občanská válka, též však izraelské nálety na Bejrút v roce 2006 – konstruují svá současná traumata, která dále generují kolektivní povědomí, konkrétněji, ovlivňují jejich hodnoty a názory. Tato kulturní traumata lze nahlížet jako soubor sociálních praktik, jež jsou obsahem kolektivní paměti celé skupiny a které se váží k traumatizující události. Charakter těchto praktik pak záleží na kulturním a místním kontextu, jsou strukturovány dle místa a času. Ačkoliv v tomto směru pomíjím genderové hledisko, ve chvíli, kdy se domov stává frontou, ztrácí význam rozlišení na mužský a ženský prostor v konfliktu (Peteet 1997:108). Porušování domovní svobody – strach z opětovného bombardování, a nejistá budoucnost ve vztahu k Izraeli jej skutečně frontou činní. Kolektivní trauma můžeme obecně nahlížet jako diskurz, který obsahuje vzpomínky, ale též zapomnění, historické vědomí, symboly, významy a názory vztahující se k traumatizující události a jejím důsledkům (Aarelaid-Tart 2006). Budovy jsou spjaty s událostmi, které vedly k utvoření Hizbulláhu, jako reakce na tyto okolnosti. Pro obyvatele Dáhije, žijící v tomto kulturním kontextu, tedy připomenutí traumatizujících podmínek různých násilných událostí, skrze vizuální konfrontaci s důsledky (rozstřílenými domy), zároveň připomíná nutnost existence Hizbulláhu, který se zformoval, aby podobným událostem předešel a zabránil. Jestliže ostatní indexy zkoumané v této práci jsou dílem Hizbulláhu či jeho sympatizantů, budovy jakožto indexy války nesou podobnou *agency*, jenž skrz abdukci nese agendu Hizbulláhu. Možná však nezáleží na exaktním popisu, jaká přesně tato *agency* je, avšak záleží na míře a charakteru pocitů a emocí, které sebou přináší. Moji informátoři veskrze uváděli negativní pocity, negativní konotace k Izraeli, často zmiňovali smrt, zároveň však bylo citelně znát vědomí k odporu, podpoře Hizbulláhu (a to i u jeho nesympatizantů), a pocitů hrdosti. Toto generalizující shrnutí

není zamýšleno jako obecně platný závěr, spíše jako stav, se kterým jsem se setkal já. Troufám si však odhadovat, že širší etnografický výzkum by má zjištění potvrdil.

Přesvědčení, že jsou tyto budovy spjaty s Hizbulláhem jsem si ověřil, když se mi podařilo do jedné z nich proniknout. Po trochu krkolomném výstupu do prvního patra po venkovní zdi, díky hlubokým prohlubním od kulek a střepin granátů, jsme se s Alim ocitli uprostřed trosek a sutin jež tato munice napáchala také uvnitř domu. Stáli jsme v místech, kde byl dříve evidentně luxusní byt o mnoha místnostech.. Nyní se v prázdných zdech nacházely pouze trosky a hromady plesnivých knih a šatů. Jednou z prvních knih, identifikovaných na hromadě, nesla na přebalu fotku Hasana Nasrulláha. Bezprostředně vedle se nacházela špinavá a roztrhaná podprsenka.

(nepořádek v bytě opuštěného domu, Bejrút 2010)

O dvě patra výš, po takřka strženém schodišti, jsme vyšli na střechu budovy, která nebyla evidentně jakkoliv navštěvována dlouhá léta. V levém rohu, poblíž schodiště, byl zlomený starý mnohostěnný poutač s vymalovanými tvářemi íránských ájatolláhů a al-Sadrem. Ačkoliv jsem neměl možnost nahlédnout na ostatní strany, předpokládám, že zde

bych našel tvář Hasana Nasrulláha, popřípadě dřívějších tajemníků Hizbulláhu, vzhledem k evidentnímu stáří poutače.

(vyvrácený poutač, Bejrút 2010)

Naproti přes střechu v relativně malé servisní místnosti, jsme pak objevili pozůstatky zřejmě provizorní kanceláře Hizbulláhu, jež byla označena zručně vymalovaným logem v přibližné velikosti 1x1 metr. Jestli toto vyvedení loga Hizbulláhu bylo dílem sympatizantů, či přímo označovalo místo využívané Hizbulláhem, nevím. Alespoň na základě rozstřílené fasády domů se však přikláním k druhé variantě.

(ručně malované logo Hizbulláhu na střeše opuštěné budovy, Bejrút 2010)

Celková, silně znepokojující *agency* budovy byla úzce s Hizbulláhem provázána odkazy jeho dřívějších obyvatelů/uživatelů v artefaktech, které jsem na místě nalezl. Bylo by zhoubné generalizovat na základě jednoho terénního průzkumu konkrétního domu, tedy že většina těchto nedobrovolných monumentů válečných let minulosti nese totožnou *agency* a je tak stejným dílem spjata s Hizbulláhem. Troufám si však tvrdit, že jejich stav a otisky po kulkách (ať již vypálených kýmkoliv) nesou jeho prvotní odkaz i nadále, byť v různých variantách a mírách. Žel nepodařilo se mi zjistit, proč jsou konkrétní budovy stále na místě a proč nebyly stejně jako jejich okolí přestavěny, opraveny či zbourány. Avšak možná právě proto, že dodnes nesou onu rozšířenou *agency* občanské války –

dovolil jsem si použít Saundersův příměr – tedy destrukce, se jim jakoby náhodou vyhýbá developerský trh. Ve čtvrtích, kde Hizbulláh svou těžkou technikou rekonstruuje doslova z popela celé bloky domů zničených v roce 2006, je krajně neobvyklé, že tyto monumenty minulosti stojí stále stranou jakékoliv pozornosti. Byť se evidentně staly přirozenou kulisou běžné denní praxe mnoha obyvatel žijících v jejich okolí, domnívám se, že i tito lidé jejich *agency* musí pociťovat stejně jako jsem ji pociťoval já, byť konotující jiné pocity. Jestli tedy opravdu polorozbořené budovy s četnými stopami občanské války vyvolávají vzpomínky, pak trosky budov z náletů v roce 2006 tento odkaz prvotního odporu maximálně podtrhují. Kansteiner tvrdí, že pouze malá skupina těch, kteří na vlastní kůži zažili negativní zážitky - traumatické zkušenosti, má šanci utvářet národní paměť - v našem případě spíše skupinovou. Navíc jedině za předpokladu, že jejich představy budou kompatibilní se zájmy důležitých skupin, jakými jsou kupříkladu politické elity a strany (Kansteiner 2002).

(plastika Chomejního ve čtvrti Hárat Hrajk, Bejrút 2010)

5.5 PLASTIKY

K dalším nepřehlédnutelným urbánním doplňkům můžeme přiřadit zvláštní sochy, které jsou vztyčené na křižovatkách, či obyčejných prostranství. Na předcházející fotografii je jasně vidět dvourozměrná plastika Chomejního, který stojí chráněn ozdobnou branou, jejíž textura je ozdobená květinami. I přes spíše obrazné vypodobnění Chomejního je již zdálky rozpoznatelný. I nyní tedy můžeme pozorovat, jak velký je kladen důraz na ikonické ztvárnění šíitských idolů, podobně jako na plakátech, billboardech, samolepkách a dalších indexech. I zde je tedy patrné, jak moc je šíitský islám, praktikovaný Hizbulláhem, ovlivněn svým íránským vzorem a jakou mu přikládá sám váhu.

5.6 DOMY RODIN MUČEDNÍKŮ

Poslední částí, jež se dotýká celkové urbánní zástavby Dáhiji a její *agency*, jsou domy mučedníků. Ty se díky speciálním tabulkám stávají lehce identifikovatelné a domnívám se, že nesou svým dílem díky této tabulce na zdi, *agency* Hizbulláhu. Vezmeme-li rodinu mučedníka jako výchozí referenční jednotku namísto ekonomické vrstvy, jediné zvenku viditelné propojení *Hizbulláh – rodina* je možné nalézt právě na do zlata zbarvených tabulkách u vchodových dveří, které viditelně označují domov rodiny mučedníka. Taková tabulka má na sobě nezbytné logo Hizbulláhu, jméno mučedníka a datum jeho úmrtí.

Mrtvý mučedník je tedy znázorněn nejen ikonicky na velkém obraze v dlouhých řadách pouličního osvětlení či na samostatném billboardu, jak jsem naznačil v minulé části tomuto věnované, ale též je připomenut touto tabulkou na domově jeho pozůstalé rodiny. Jestliže ikonický obraz je zasvěcen pouze jemu, umístěním komemorativní tabulky Hizbulláh vzdává díky a hold též rodině. Relevantním zjištěním pro tento výzkum je, že rodiny jsou po mučednické smrti svých synů „označeny“ dobře rozpoznatelnou tabulkou s malým logem Hizbulláhu. Umístění jeho loga na tabulce značí, že Hizbulláh proniká i do ryze soukromého sektoru rodiny. Celkově je tímto způsobem a prezentací synovy tváře na mučednickém plakátu rodině symbolicky přisouzen nový status. Vizuálně označená rodina tabulkou se může těšit úctě komunity. Tedy se můžeme domnívat, že

přisvojení si statutu rodičů padlých mučedníků může mít za následek zlepšení jejich statusu celkového, navíc jim tento akt může pomoci se s tragickou situací lépe vyrovnat.[57]

Připočteme-li sociální systém Hizbulláhu zajišťující speciální výhody bojovníkům a jejich rodinám, tento stav pak může mít za následek větší počet dobrovolníků kteří se nechají rekrutovat, chtějíce pomoci vlastní rodině jak před vlastní smrtí, tak po ní. (Flanigan 2007: 507)

(označený dům, ve kterém přebývali mučedníci Hizbulláhu, Bejrút 2006, se svolením Sally S.)

[57] Je důležité zmínit, že na Blízkém Východě, kde je obecně špatný sociální systém, stárnoucí rodiče doslova závisejí na svých synech (částečně i na dcerách).

6 OSTATNÍ MATERIÁLNÍ OBJEKTY

Dekorativní artefakty jsou bezesporu aspekty osobnosti jejich vlastníka. Gell tak kupříkladu odmítá ideu, že artefakt je ceněn sám o sobě (Gell 1998). Miller zase argumentuje, že lidé prakticky nepoužívají věci k formování sociálních vztahů, ale tyto věci sami konstituují sociální vztahy, tedy vztah mezi dvěma lze (měl by být) nahlédnout dialekticky (Miller 2005:38 v Fewster 2007: 90). Plakáty, emblémy či jiné indexy vizuálního sdělení Hizbulláhu jsou produktem cílených snah prezentovat jej a jeho ideologii. Objekt, jakožto všudypřítomný užitkový artefakt, je propojením našich základních oblastí sociálního života a jakožto tradiční artefakt (kastom) propojuje také minulost a přítomnost. Jak bezprostřední vzpomínka na uplynulé konflikty pohasíná, pohled na tyto události je stále více determinován interpretacemi *material culture*, těmi, kdo jsou odcizení od její produkce a původního účelu (Saunders v Buchli 2002).

Layton (2003) rozvádí Gellovu koncepci tak, že poukazuje na tři zřetelné způsoby, kterými artefakt může rozšířit *agency* jeho výrobce, či uživatele:

1) kupříkladu nevybuchlá bomba či past mohou omezit *agency* oběti nezávisle na kulturně konstruovaných hodnotách a významech
2) peníze, cenné věci či osobní majetek může být rozšířen k utvoření či zachování statusu (ve smyslu Marxe či Polanyiho), kulturní konvence, jako je rozdíl mezi prestiží a majetkem, musí být pochopena a oceněna, jak směna toto ovlivňuje
3) možnost uměleckých předmětů být sekundárními agenty závisí na tom, jestli jsou čteny správně, což vyžaduje semiologický přístup (460). Layton věří, že je nutné pochopení statusu umění, jakožto kulturně konstruovaného média vizuální exprese. Jak jsem již předeslal, měli bychom rozpoznat, že speciálně lingvistický model má pouze limitovanou schopnost vyložit, jak umělecké předměty mohou rozšířit *agency* výrobce či uživatele (461)

Saunders obecně tvrdí, že je potřeba opětovného zhodnocení role materiální kultury jako mnohovýznamového ztělesnění války. Válka/ozbrojený konflikt je transformací věcí skrze *agency* destrukce, jež má v moderní době nebývalou schopnost přetvořit jedince, města, či celé národy a kontinenty. Signifikantním pro dobu války je nesmírná produkce materiální kultury během industrializovaného konfliktu a extrémy lidského chování, které

v sobě zahrnuje a vyvolává. Předměty ztělesňují zkušenosti a postoje jedince, stejně tak jako kulturní volby technologie produkce. Předměty války mohou být malé (např. kulka), střední (např. tank), nebo velké (např. celá krajina bojiště). Všechny sdílejí definující charakteristiku být produktem lidské činnosti spíše než přírodních procesů (Saunders v Buchli 2002). V eklektickém duchu studia *material culture* se ukazuje, že tyto předměty reprezentují *„…viditelné pouto, které svazuje dohromady neviditelné klubko vztahů, vlající v sociálním prostoru a čase*" (Gell 1998: 62). Judy Attfield zase ve své knize *Wild Things: The Material Culture of Ebveryday Life* konstatuje, že jak kontext identity, tak individuality utvářejí detaily, které formulují symboliku studovaného objektu. Tyto podrobnosti utvářejí kulturní kapitál založený na měřítku producenta i zákazníka. Dodává také, že zkoumané objekty mají četné významy a hodnoty, které mohou symbolizovat v rámci globální komodifikace (Rubio 2005).

Proměnné nutné k utvoření materiálního objektu (agent [zdroj či držitel] a Bourdieho habitus) jsou hlavní síly určující design produktu; hodnocení komodifikačního procesu by mělo také obsahovat jeho pohyb po utvoření (Palumbo Liu v Rubio 2005: 165). Vzhledem k tomu, že v praxi bylo mnoho materiálních věcí spojených s Hizbulláhem přineseno z bitevní krajiny či obstaráno z jiného distribučního zdroje do domácího sociálního prostoru domova, třetí část bude věnována takovým předmětům.

6.1 HIZBULLÁH JAKO TRADEMARK

Hizbulláh se stal značkou, která se stala světově známá svým symbolickým významem rezistence proti Izraeli v blízkovýchodním kontextu (*myth of resistence*), podobně jako se kupříkladu Che Guevara, respektive jeho vyobrazení, stal ikonou myšlenek levicových aktivistů, ne-li přímo levicovým symbolem. Na široké paletě materiálních objektů pak můžeme pozorovat značné překrytí lokální rezistence Hizbulláhu proti Izraeli s makro-rezistencí panarabskou (ale taktéž pan-islámskou) vůči sionismu, respektive obecně, utlačovaného vůči utlačujícímu. Rezistence je v těchto výrobcích různých velikostí a účelu užití nejen reprezentována symbolicky, ale je jimi přivlastňována, je spolu s nimi prodávána a v nich materializovaná (podobně jako na zmíněných plakátech). Dnes má logo/značka Hizbulláhu svou prodejní sílu, o čemž jsem se přesvědčil osobně v Bejrútu, avšak jev je to patrný i v (makro)oblasti internetového prodeje (vlajky, upomínkové předměty, knihy, textil s tématikou Hizbulláhu). Uvnitř kompozice všech prodávaných „suvenýrů" se značkou Hizbulláhu jsou patrné elementy,

odkazující k prvotní ideologii aktivní rezistence, politiky a estetiky, jež jsou inkorporovány zejména emblémem Hizbulláhu. Chci poukázat na fakt, že tyto objekty jsou nositeli domnělého mýtu rezistence a tím získávají svou schopnost (*agency*) „okouzlovat“, ve smyslu Gella. Design materiálních objektů s tímto mytizujícím fetišem koresponduje.

Přestože Hizbulláh dávno přešel od guerillového boje k boji politickému, na designu plakátů a upomínkových předmětů je stále dominantním sdělením ozbrojená rezistence a její marketingová estetika. Nutno podotknout, že celému procesu značně napomáhá všeobecné přesvědčení, že byl Hizbulláh jedinou rezistentní (arabskou) silou, která kdy dokázala porazit Izrael.[58] Agent (Hizbulláh) vychází jak z vlastní minulosti, tak komercionalizované poptávky. *Agency*, kterou předmětu vkládá, tak není úplně tou, která by reprezentovala současný politizující trend Hizbulláhu. Připouštím, že *agency* těchto materiálních objektů působí různě na místní šíity a na cizince. V tomto směru opět hraje jednu z hlavních rolí kulturní kapitál jedince, včetně náboženské příslušnosti rodiny.

6.2 OBCHODY SE SUVENÝRY

Zajímavým poznatkem při mých četných cestách po Dáhiji byla přítomnost „firemních“ obchodů Hizbulláhu, které jsem naprosto nečekal. Překvapením bylo, že se v těchto obchodech obchoduje jak s tou tváří Hizbulláhu, která je tolik démonizovaná (mytizovaná) západem, tak s tou, která nachází masovou oblibu u šíitských Libanonců, tedy tou nacionálně-rezistentní (opět mytizovanou, avšak v nacionálním smyslu). Vnitřní uspořádání těchto obchodů bylo navíc v kontrastu s očekáváním, se kterým jsem do nich vstupoval. Zejména jsem nečekal, že v nich najdu sortiment hodný klasického krámku se suvenýry, navíc s nepřebernou škálou různých upomínkových artefaktů. Kopytoff tvrdí, že směnná funkce každé ekonomiky má jakousi vestavěnou sílu, která vede směnný systém k co nejvyššímu stupni komodifikace, kterou mu směnná technologie dovoluje. Vysvětluje však tento trend přítomnost obchodů se suvenýry Hizbulláhu v ulicích Dáhije?

Dalším nečekaným faktem bylo zjištění, že Hizbulláh nechává tyto upomínkové předměty vyrábět a kompletovat v Číně, jak mě upozornil můj společník Alí, což jsem si

[58] Nechci v tomto výzkumu bilancovat, jestli je Hizbulláh skutečně vítěz nad Izraelem, či je to jen součást jeho sebemytizujícího diskurzu. Stažení Izraele z Libanonu podléhalo daleko složitější logice, než Hizbulláh připouští. Zejména mezi muslimským obyvatelstvem však panuje přesvědčení, že tomu tak skutečně bylo a Hizbulláh toho značně ve svých kampaních využívá.

kupříkladu ověřil na malých proužcích látky našitých na některé produkty. Z makro perspektivy tak nahlížíme známý trend, kdy jsou výrobky bytostně spjaté s konkrétním místem a místním kontextem komercionalizované skrze globalizační proudy, ty jsou prodávány na odlišných místech planety a jejich výrobu ovlivňují především požadavky kupujícího, které určují poptávku. Uvedený předpoklad nás pak nutně přivádí na myšlenku, zda „značkové“ obchody Hizbulláhu (které občas navštíví i cizinec), nejsou právě pro tento moment zásobeny věcmi, které by si chtěl návštěvník zvenčí odvést domů. Sám jsem byl ovlivněn silnou fetišizující silou, kterou předmětům s logem Hizbulláhu dodává západní antiteroristický diskurz, který sice nemusí vykazovat konvergenci s kontemporální realitou, nicméně zanechává podvědomé stopy v podvědomí. Když jsem si na památku mého terénního výzkumu kupoval velkou slavnostní standartu Hizbulláhu na zeď, peněžní ekvivalent byl v jinak drahém Libanonu k mé radosti více než příznivý. Přesto mi Alí řekl, že se mu zdá cena příliš vysoká, a hned dodal, že je to manufakturně vyráběné zboží z Číny. Nejenže se zde projevil drobný nesouhlas s komodifikací něčeho, co v konkrétní komunitě zaujímá spíše místo singularity, ale též nesouhlas s komercionalizovaným trendem vyrábět levně v zemích třetího světa. Alí (stejně jako později další informátoři) nechápali, kde se na věcech běžné denní spotřeby bere přidaná hodnota a co z ní činí věc hodnou prodávání za relativně velkou cenu.

Obchody na jižním předměstí mne také překvapily tím, jak moc se podobaly obchodům se suvenýry v kterémkoliv centru západní metropole v Evropě. Zboží bylo nablýskané, precizně vyrovnané, často ve skupince mnoha stejných kusů. Atmosféru v obchodech dolaďovala nadstandardní podlaha vyvedená ať již v mramoru či jeho napodobeninou, výkonná klimatizace, tiše hučící na pozadí až pobožného ticha. Prvotní dojem, vyvolávající v příchozím úctu jako ve svatostánku, mne navíc donutil ztlumit hlas v podvědomé snaze nenarušit ohromující dokonalost piety, preciznosti a luxusu. Vše výše popsané bylo v ostrém kontrastu s ostatními obchody v ulici, které naopak korespondovaly s nuzným prostředím jižních předměstí. Domnívám se, že zde jsou dvě vysvětlení dané dichotomie:

1) prostředí obchodu je utvořeno tak aby korespondovalo s profesionální *image* Hizbulláhu
2) nebo aby ohromilo příchozí, tedy jak místní šíity ochotné zakoupit upomínkový předmět nesoucí religiózní/rezistentní mýtus, tak západního turistu, který musí

být zákonitě ohromen pompézností tohoto „firemního“obchodu v západním stylu. První část je tou, kterou respondenti potvrdili avšak i druhá teze se mi zdá relevantní, neb jsem nebyl jediným, který podobné pocity pocítil. Tak či tak, obchody jsou záměrně uspořádané v naprosto profesionálním rázu, přičemž je patrná snaha tento efekt utvořit.

Pro Bourdieho je vkus ukazatel třídy, podobně tedy můžeme usuzovat, že ti, kteří si pořizují produkty spojené s Hizbulláhem (ve snobsky zařízeném obchodu s kýčovitým zbožím) a jeho signifikantními významy, mají pertinentní osobní kulturní kapitál, kloubící kapitál sociální, výchovný a ekonomický. Držitel šíitského kulturního kapitálu, člen Hizbulláhu, je závislý na svém ekonomickém a ideologickém „zasazení“ závislém na kultuře – kupříkladu na obrazech (ideologické plakáty), hudbě (populární písně), médiích (TV, noviny, rádio) atd. Podobně *zasazení* tvůrce předmětu (popřípadě tvůrčího záměru) je důležité při posuzování kulturního kapitálu objektu. Je dobré znát k tomuto účelu kulturní kapitál kupujícího či nákupního záměru (Rubio 2005: 165).

6.3 SUVENÝRY

O tom, že se dají některé věci spojené s Hizbulláhem pořídit za peníze podobně jako suvenýry (což jen potvrzuje tezi Kopitoffa, že zde dochází ke komodifikaci i takových věcí, které silně korespondují spíše s definicí singularity), jsem se přesvědčil za výlohou jednoho z podobných obchodů, které se zaměřují právě na religiózní suvenýry a předměty. Zejména pak na ty věci, které jsou nějakým způsobem spojeny se samotným Hizbulláhem. Na následující fotografii je zachycená vitrína jednoho z obchodů s těmito „suvenýry“ Hizbulláhu. Na první polici můžeme vidět okrasné skleněné rámečky, ve kterých jsou tváře představitelů Hizbulláhu (Nasrulláh, Abú Mughnija) či přímo zasklené ozdobné logo Hizbulláhu. Vše je vyvedené v dobré kvalitě a dřevěné stojánky jsou ozdobně vyřezány. V prostřední a nejnižší polici jsou pak věci s islámskou tématikou – tedy ozdobné truhličky s náboženskými motivy, skleněný meč s kaligrafií na čepeli či obrázky s islámskými kaligrafiemi.

(výloha jednoho z obchodů v centrální čtvrti Hárat Hrajk)

Na následující fotosérii pořízené s laskavým svolením personálu v jiném obchodě jsem zaznamenal, jak vypadá sortiment takového obchodu. Kromě samolepek a vlajek vidíme dále žlutá trika s motivem Hasana Nasrulláha a vojenské tématiky, různé přívěsky, šátky, klíčenky či magnety. Sortiment je tak široký, že nemá smysl vyjmenovávat všechny konkrétní produkty, proto vkládám sérii několika fotografií, které tuto rozmanitost reprezentují.

(standarta Hizbulláhu na prodej, Bejrút 2010)

(upomínkové předměty s logem Hizbulláhu, či tváří Hasana Nasrulláha, Bejrút 2010)

(samolepky s generálním tajemníkem, Bejrút 2010)

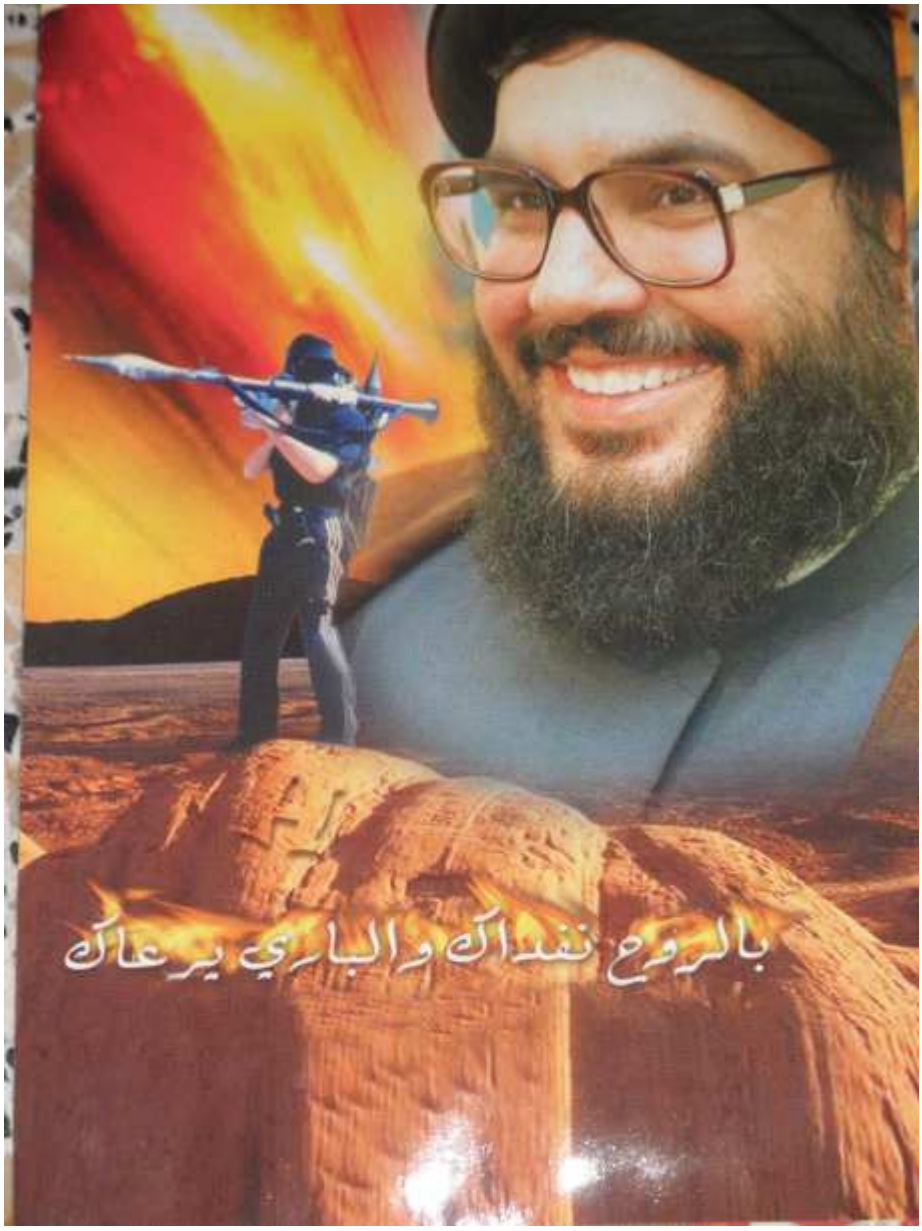
(textil s motivy Hizbulláhu, Bejrút 2010)

Některé předměty (přinejmenším jeden) byly navíc vyrobeny z klasicky válečných materiálů (nábojnic), které ve své původní formě byly výzbrojí a nyní nesou, přetransformované do jiných předmětů, symbolicky svou předešlou *agency*. Paměť těchto nejednoznačných událostí destrukce/tvoření může být zpětně vyvolána z těch částí předmětu, jehož původní záměr (např.zabíjení a mrzačení) je stále zřejmý. Velice mě například zaujal malý tank složený z nábojů a nábojnic do AK-47. O tom, že je to velice dostupný materiál jsem se ostatně přesvědčil i já, když jsem druhý den po utkání jehož se zúčastnila Brazílie v rámci mistrovství světa ve fotbale 2010 našel v Dahíji několik „čerstvých" nábojnic, které byly vypáleny v rámci oslavy jejího vítězství.

6.3.1 SAMOLEPKY

Příklad 3.1) Na první samolepce je možné vidět v pravé horní části zcela dominantní, usmívající se Nasrulláhovu tvář a v levé části, přibližně v centru, o poznání menší postavu maskovaného bojovníka v teplákách addidas, s RPG na ramenou, stojícího kdesi v poušti na kusu skály. V pozadí vychází červeno žlutá záře a v dolní části obrazu pak hoří nápis بالروح نفداك و الباري يرعاك[59]. Při bližším pohledu je patrné, že maskovaný střelec je dosazen na místo až rukou schopného grafika. Je tedy logické, že poušť hraje určitou roli, vezmeme-li v potaz, že grafik vybral toto konkrétní pozadí. Tvůrce se zřejmě nenásilně snaží navodit atmosféru reálné akce, zřejmě odehrávající se kdesi na pahorkatém jihu Libanonu, kdy neohrožený bojovník nebojácně stojí na vrcholku skály a chystá se odpálit raketu proti vetřelci. Otázku, zda by se takto stal dobrým terčem protivníkových odstřelovačů, tvůrce plakátu neřešil. Důležité je ideologické poselství, které je z plakátu cítit, tedy – Hizbulláh je tu, aby se postavil komukoliv, kdo přejde hranice a postaví se mu se zbraní v ruce. Hořící nápis pak může symbolizovat plamenné odhodlání uskutečnit obsah sdělení.

[59] Nápis tvoří těžce přeložitelné zvolání přibližně tohoto významu: s duchem položíme život a stvořitel tě přijme.

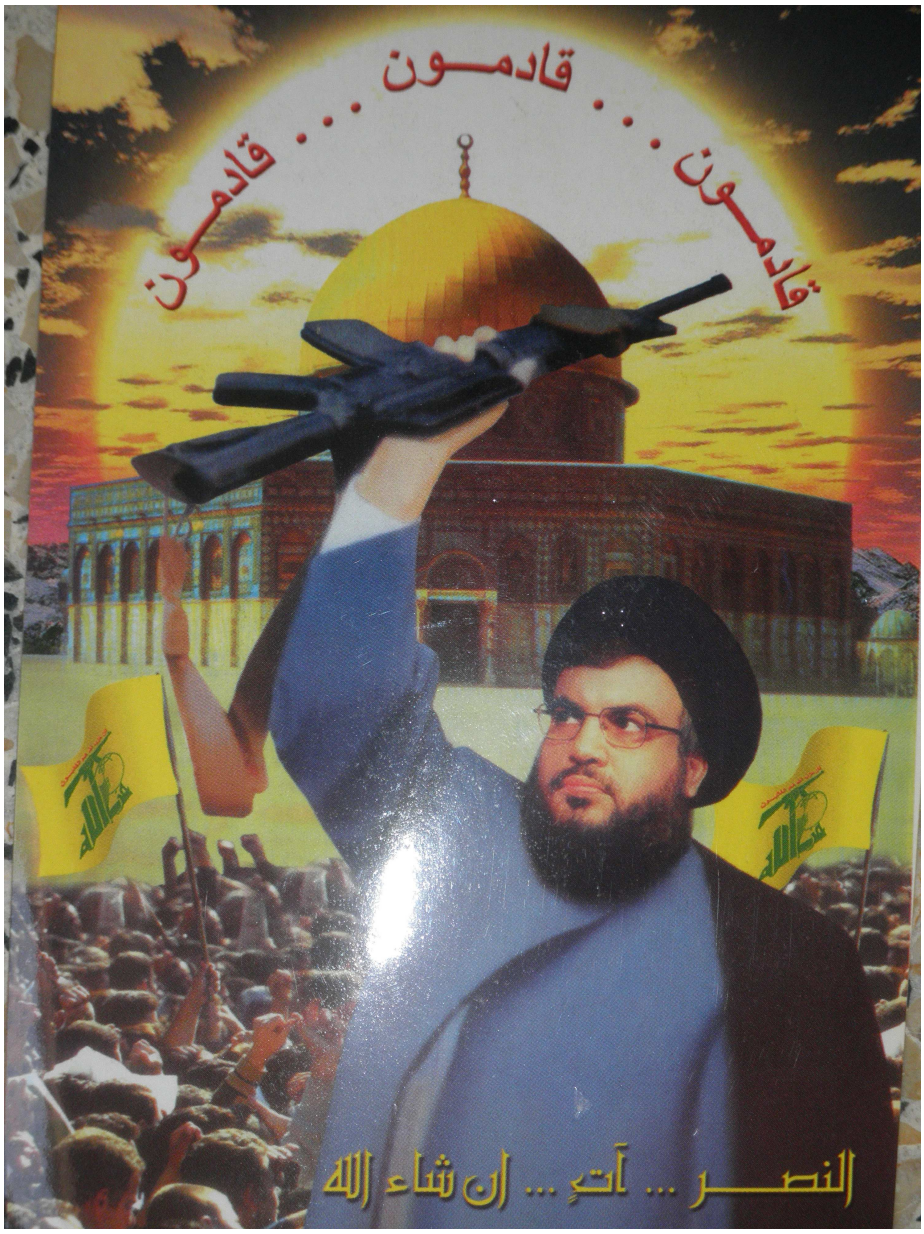


příklad 3.1

Příklad 3.2) Postava Hasana Nasrulláha stojí v popředí a dívá se zamyšleně a odhodlaně mimo index. Nad hlavou drží americkou pušku M-16. Za jeho zády se tísní mocný dav zjevně demonstrující, nad jehož hlavami vlají dvě vlajky Hizbulláhu. Za Nasrulláhovým samopalem je tendenčně dosazena jeruzalémská mešita al-Aksá, jejíž zlatá kopule je orámována vycházejícím sluncem a třikrát se opakujícím slovem قادمون ... قادمون ... قادمون[60], využívající tak palestinskou otázku ve vlastní prospěch. V dolní části plakátu je pak stylem písma, připomínající ozdobné písmo kúfí, napsáno النصر ... آت ... ان

[60] už přicházíme … už přicházíme … už přicházíme

شاء الله[61]. I na tomto plakátu jsou patrné stopy postprodukce. Nasrulláhova hlava je k tělu dodána dodatečně, roly zde hrál zřejmě požadavek na přísnější a odhodlanější výraz. Na originální fotografii se generální tajemník směje, což by se evidentně nehodilo do konceptu této samolepky, kde dominantami jsou opět puška a jednota lidí shromážděných za Nasrulláhem. Dokonce i vlajky Hizbulláhu jsou dokončeny tak, aby bylo jasně čitelné logo. Není tedy vůbec jisté, zda originální fotografie demonstrace byla skutečně proHizbulláhovská. Slunce a kreslená mešita pak dodávají celému výjevu notný punc patetičnosti a kýče.



příklad 3.2

[61] vítězství nastane, dá-li bůh

Příklad 3.3) Totožná fotka Hasana Nasrulláha třímajícího opět M-16, tentokrát s „autentickou hlavou“ je v pravém dolním rohu. Centrální části dominuje fotografie obrněného vozidla, lemovaného množstvím lidí. Na výjevu také plápolají libanonské vlajky i vlajky Hizbulláhu ve stejném poměru 3:3. V levé části, zrcadlově položené od Nassrulláha se zbraní, je pak v horní části obrys libanonského území, vyplněného stejně žlutou barvou, jako jsou barvy Hizbulláhu a v dolní části čtyři pod sebou vepsaná slova: جبروت اسرائيل تحت قدميك.[62] Pod tímto výjevem, orámovaným výše popsaným sdělením na jedné straně a generálním tajemníkem na straně druhé, jeho dolní část uzavírá červený pruh s tímto sdělením v těchto barvách:

السيد حسن نصر الله أم معاركنا كانت و لا زالت و ستبقى مع عدو لبنان و شعبه اسرائيل [63]

příklad 3.3

Celkové vyznění je jasné. Hizbulláh se prezentuje jako obránce a osvoboditel země. Pocit, že Hizbulláh je jedinou arabskou silou, jež přemohla Izrael, mu dává pocit neutuchající pýchy (Ciezadlo 2006: 14). Více než na muslimskou soudržnost sází na

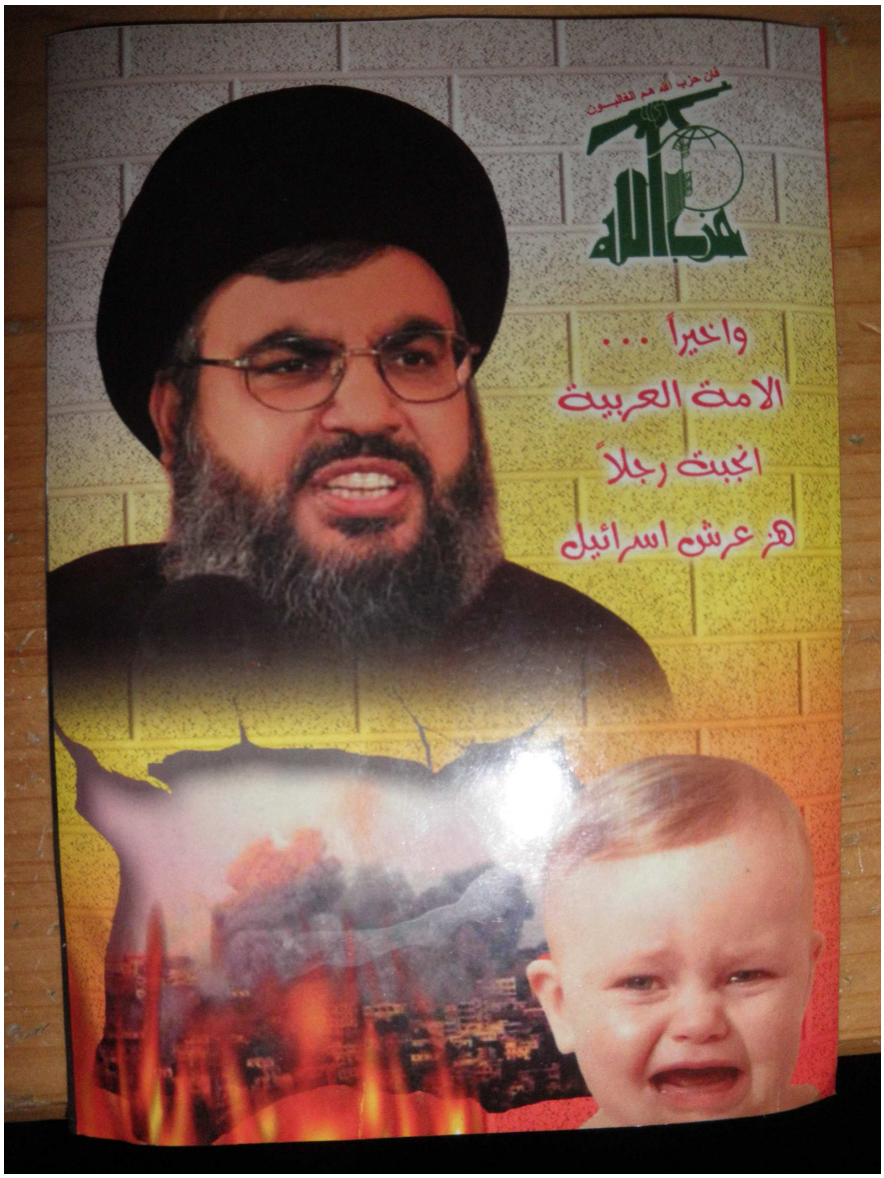
[62] moc Izraele je pod tvýma nohama
[63] matkou bitev byla, stále je a zůstane ta s nepřítelem Libanonu a jeho lidu – Izraelem. Sajjid Hasan Nasrulláh

tomto plakátu na nacionální cítění. Proto je Libanon vyveden žlutě, Hizbulláh vysílá signál, že prošel transformací k nacionálnímu, vlasteneckému sebe-pojetí. Hizbulláh se tak podvědomě ztotožňuje s Libanonem a prezentuje svou osvoboditelskou roli. Hizbulláh zde v podstatě stimuluje kolektivní paměť, která prochází procesem selekce a interpretace, dohromady pak vytváří jakousi skupinovou rekonstrukci minulosti (Burke, 2006: 51). Tento výjev zprostředkovává události viděné perspektivou konkrétní náboženské (sociální) skupiny. Obecně mohou být jednotlivé historické události vykládány různými způsoby, a to v závislosti na příslušnosti k sociální třídě, náboženskému či politickému přesvědčení a podobně. Kolektivní paměť, jakožto subjektivní paměť deformovaná zájmy a preferencemi sociální skupiny, se někdy staví do protikladu k historii, jakožto objektivně popisované minulosti, čehož jsme svědky v této situaci, jak se domnívám. Co je však nezbytné zdůraznit, Hizbulláh v tomto případě prezentuje rezistenci jako národní záležitost.

Islámská rezistence je koncept využívaný v libanonském kontextu pouze Hizbulláhem a nezáleží na tom, jak moc se snaží integrovat nacionální myšlenky, jako i zapojit celý libanonský stát pro tuto věc (kupříkladu vyvěšením/zobrazením libanonské vlajky společně s vlajkou Hizbulláhu na význačných komunálních místech či v našem případě na indexech). Ve světle tohoto se integrace směsi náboženství, nacionalismu a národní jednoty do vlastní vizuální prezentace jeví jako značně problematická vzhledem k jeho pluralitním snahám. Hizbulláh neskrývá, že „opravdová“ národní jednota může být dosažena pouze rezistencí. Tento postoj také obhajuje jeho neschopnost tolerovat odlišný názor na ni. Jak již bylo názorně ukázáno, Hizbulláh zapojuje politicko-náboženský rámec, ve kterém má odpor vůči okupaci metafyzický rozměr – zejména na mučednických plakátech a billboardech. Rozdíl, mezi vnitřním, libanonským diskurzem s potlačeným důrazem na islámskou rétoriku a prezentací rezistence jako vyloženě islámské součásti, je očividný (podobně Høigilt 2001) Výsledkem je, že národní identita, kterou se snaží Hizbulláh prosadit, je jiná při vnitřním dialogu a jiná v mučednickém diskurzu tolik viditelném v ulicích jižního předměstí.

Příklad 3.4) Na posledním příkladu této sekce vidíme odhodlanou tvář Hasana Nasrulláha tak, jak byla zřejmě zachycena při jednom z jeho projevů lidu. Pod ním je vyobrazeno město zahalené kouřem (zobrazené skrz naznačené protržení samolepky). Tímto městem je pravděpodobně Bejrút, respektive Dáhija, bezprostředně po leteckých

útocích v roce 2006. Tento výjev navíc překrývají grafikem dodělávané plameny. V pravém dolním rohu je přidána fotografie plačícího kojence. Napravo od Nasrulláha je znak Hizbulláhu a pod ním růžovým písmem napsáno و أخيراً الأمة العربية أنجبت رجلاً هز عرش اسرائيل [64] Celá koláž je umístěna na motiv cihlové zdi, jež je bílo-šedá a směrem dolů přecházející přes žlutou až do červené. Záměr tvůrce této samolepky je očividný. Tedy vyburcovat hněvivé emoce způsobené obrazem hořícího (vlastního) města a plačícího dítěte. Nutno podotknut, že tato samolepka je asi nejradikálnějším indexem, jenž jsem během terénního výzkumu našel. Zajímavé také je, že nápis hovoří o „arabském“ národě, nikoliv o muslimské konfesi.



příklad 3.4

[64] a nakonec arabský národ zrodil muže, jenž otřásl izraelským trůnem

Byl jsem velice překvapen, když mi Alí sdělil, že tyto samolepky pravděpodobně nejsou dílem Hizbulláhu.

> Ali: *I don't think these stickers were made by Hezbollah, because after 1996 they changed their presentation. They started to think about what people are thinking about them. They don't use slogans like „we will kill Jews" to „we will kill Zionists". They changed their speech like Hezbollah want to see Free State of Palestine where Muslims, Jews and Christians will be living in a peace. For example, they don't use propaganda pictures with crying babies anymore* (ukazuje na samolepku 3.4).[65] (Ali S., 11. 6. 2010, Bejrút)

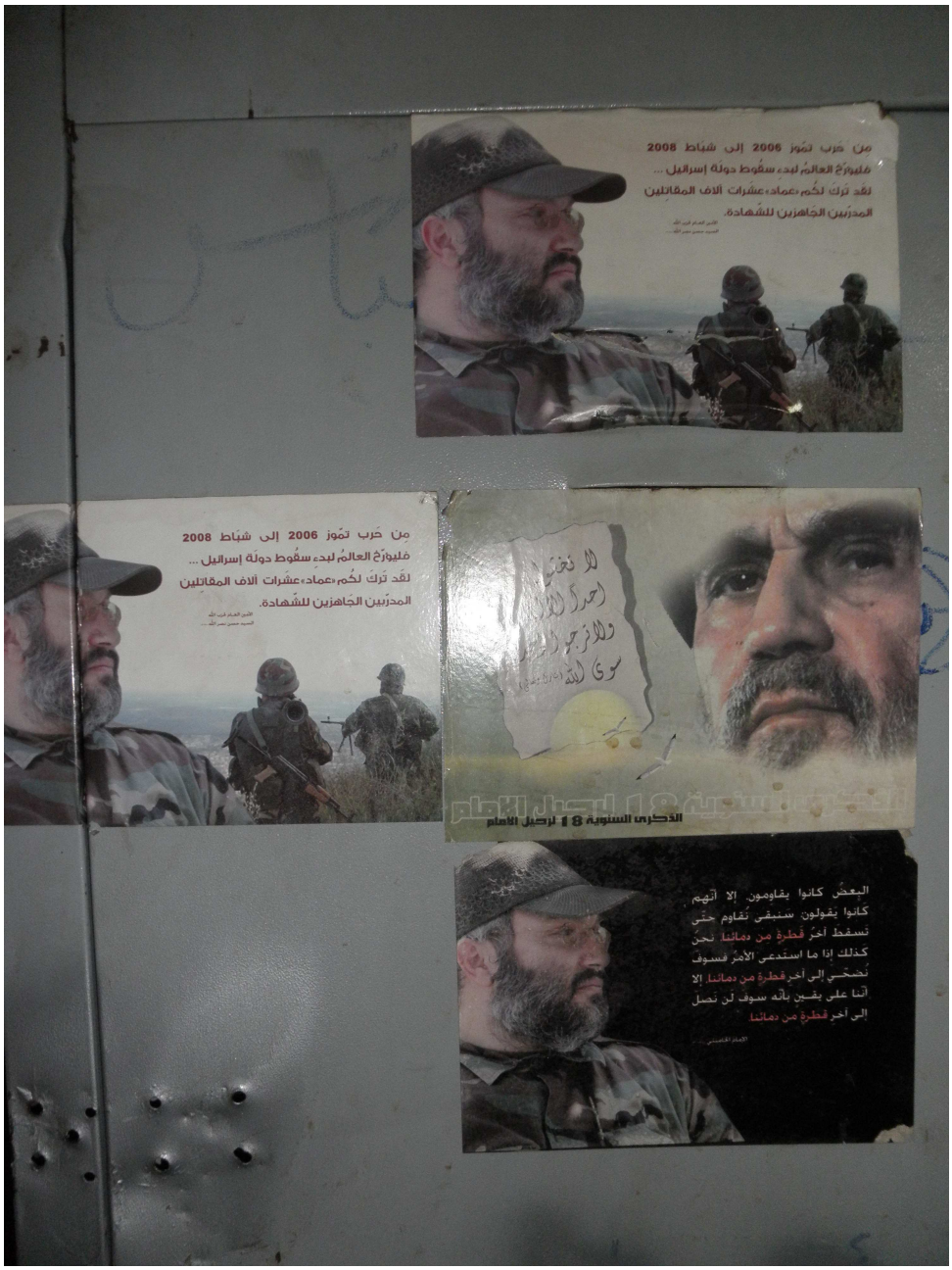
Alí však nebyl poslední, kdo zapochyboval, že nejen tyto samolepky, ale též některé plakáty a billboardy jsou dílem aktivních jednotlivců, rodin či skupin podporujících Hizbulláh, nežli jeho samotného. Opět jsem byl odkázán k příměru, že Hizbulláh = lidé (obyčejní lidé z ulice), kteří své zájmy, svá zaměstnání a celkově své životy vedou naprosto běžným způsobem. Spojení s Hizbulláhem se tedy koná na základě dobrovolné a hlavně zapálené participace.

6.4 POŽÁRNÍ STANICE

Při své návštěvě dobrovolných hasičů v centru Dáhije jsem se kromě milého přivítání od místních dobrovolníků, kteří bez nároku na mzdu drží protipožární hlídku, dočkal zajímavé směsi názorů na ovlivňování Hizbulláhem. Tito hasiči se shodli zejména na tom, že ideologická poselství se stále více přesouvají na obrazovky televize a ihned ochotně pustili sugestivní klipy televizního kanálu al-Manár. Většina pak připustila, že zejména oslavné písně plné záběrů nacionalistického ražení (prostřihy libanonského venkova, tisícihlavých davů s vlajkami Hizbulláhu, úryvky projevů Hasana Nasrulláha a záběrů z boje) jsou ideologicky zabarvené. Já sám jsem se kromě následného vyslechnutí vyprávění jejich osudů mohl posléze porozhlédnout po stanici a s jejich laskavým svolením zdokumentovat jakékoliv odkazy, jež se vztahovaly jakkoli k Hizbulláhu. Alí (jenž byl v podstatě jedním z těchto požárníků) mi sdělil, že jeho kolegové nejsou pouze příznivci Hizbulláhu, ale někteří jsou naopak přívrženci Amalu či se naopak hlásí spíše

[65] Alí: „Nemyslím si, že ty samolepky byly vyrobeny Hizbulláhem, protože po roce 1996 změnili svou prezentaci. Začali přemýšlet o tom, co si o nich lidé myslí. Nepoužívají slogany typu „zabijeme židy", nebo zabijeme sionisty. Změnili své výroky jako že Hizbulláh chce svobodný palestinský stát, kde budou muslimové, židé a křesťané žít v míru. Už třeba nepožívají propagandistické obrazy s plačícími dětmi."

k obecnému libanonskému patriotismu, než k jednomu z hnutí. Přesto byla stanice některými svými dekoracemi spjatá zejména s Hizbulláhem. Nakonec jsem se dozvěděl, že i samotný velitel stanice je jedním z činitelů Hizbulláhu, což mi později tento odměřený padesátník sdělil a mimoděk tak vysvětlil nejasný stav popsaný v předcházející větě. Poté co jsem hasičům slíbil, že zdokumentuji pouze výzdobu, nikoliv zařízení stanice, pořízení fotografií těchto dekorací mi povolili.



příklad 3.5

Příklad 3.5) Na plechových skříňkách, jež slouží místním hasičům k uschování osobních věcí po čas doby, kdy jsou v „pracovním“, jsem našel samolepky s vyobrazením Abú Mughníji. Opět jich bylo vylepeno několik stejných vedle sebe, zřejmě tedy byly k sehnání ve větším množství. Celá levá polovina samolepky s Abú Mughníjou je vyhrazená jeho obrazu. Abú Mughnija symbolicky „přehlíží“ vojáky odporu, již jsou vidět otočení zády k nám, v plné polní výbavě, tedy v helmách a se zbraněmi. Pravý z vojáků třímá v rukou lehký kulomet a právě výřez tohoto výjevu byl použit taktéž na billboardu, jenž jsem označil 2.5, tedy mučednickém vyobrazení al-Miqdáda. Tentokrát však celá originální fotografie z těchto vojáků tvoří pozadí pro celou samolepku, včetně pozadí Abú Mughníjovi hlavy. Světlé namodralé nebe v horní půlce pravé strany pak tvoří rozumné pozadí pro rudý nápis من حرب تموز 2006 الى شباط 2008 فليؤرخ العالم لبدء سقوط دولة اسرائيل ... لقد ترك لكم << عماد >> عشرات آلاف المقاتلين المدربين الجاهزين للشهادة[66], jenž byl zřejmě pronesen generálním tajemníkem Nasrulláhem, jak se dozvídáme z menšího nápisu pod tímto sdělením.

Bezprostředně pod touto samolepkou se nachází další, ve stejném obdélníkovém formátu, leč tváří této je Chomejní. Spíše než tato ideologicky neutrální ikonická samolepka je zajímavější samolepka dále pod ní, tedy ze shora třetí ve sloupci. Ta je totiž variací na samolepku výše popsanou, tedy samolepku s Abú Mugníjou. Kromě totožného formátu obou samolepek (stejně jako samolepky s Chomejným mezi nimi) je totožná i fotografie Abú Mughníji, včetně jejího zasazení a poměru vůči jejímu zbytku. Vojáky však vystřídalo černé pozadí bez motivu. Na něm je poněkud delší sdělení, jehož autorem je imám Chámeneí: البعض كانوا يقاومون الا انهم كانوا يقولون سنبقى نقاوم حتى تسقط آخر قطرة من دمائنا نحن كذلك اذا ما استدعى الامر فسوف نضحي على يقين بأنه سوف لن نصل الى آخر قطرة من دمائنا - الامام الخامنئي.[67] Zajímavé je, že slovní spojení قطرة من دمائنا jež je opakovaně vyvedeno červenou barvou tak, aby na černém pozadí utvořilo zajímavý kontrast oproti klasickému kontrastu bílá/černá. Podobně jak v případě Abú Mugníji a vojáka, na něž jako by Mugnija hledí, na této samolepce Abú-Mughnija hledí na toto sdělení.

Příklad 3.6) K další analýze jsem vybral ozdobný rámeček, jenž se nacházel na psacím stole zmíněné požární stanice. Čtvrtina rámečku, nejvíce nalevo, byla oddělena

[66] Od červnové války 2006 do února 2008, ať si svět zaznamená do historie začátek pádu státu Izrael „Imád“ vám zanechal desetitisíce bojovníků vycvičených a připravených se obětovat.
[67] Někteří byli v odboji, až říkali: Setrváme v odboji, dokud neukápne poslední kapka naší krve. Také my, zvolá-li nás Věc, obětujeme se za přesvědčení, až dokud nedojdeme poslední kapky naší krve.

dřevěnou přepážkou, která odděluje levý sloupec od hlavního sdělení. V malém sloupečku je vidět napsána číslice 25 a pod ní ve čtyřech řádcích pod sebou vyvedená slova: ايار عيد المقاومة و التحري[68] Pod nimi se vynořují ze ztracena letopočty 2002 až 2007, přičemž rok 2007 je natištěn nejtučněji. Je tedy zřejmé, že tato tabulka je nejméně tři roky stará. V pravé části rámečku je opět tvář Hasana Nasrulláha, jenž kyne do dálky. V horní části na žlutém pozadí je červený nápis سلام عليك حسيني مغوار أزهر ربوع أيار [69] a pod ním je dále naznačena skupinka čtyř dětí v „kšiltovkách“ které mají v rukou dlouhé tyče s vlajkami. Nelze identifikovat jednotlivé z nich, avšak jedna z nich je zelená a zbylé světlé (díky pozadí však není jasné, jaká je jejich barva). Jedna z vlajek má také na spodní části červený pruh, tedy se dá dovodit že se jedná o libanonskou státní vlajku. Pod výjevem s vlajkami jsou pak trochu nelogicky umístění bojovníci (zřejmě Hizbulláhu), již se plíží se samopaly v rukou směrem ke kynoucímu Nasrulláhovi, jeden na něho dokonce nechtěně míří. Těsně před pravým koncem rámečku je také umístěn vertikální pruh s průhledem na detail louky se žlutými květinami. Právě přes tento pruh přechází voják v červeném šátku a mířící na generálního tajemníka. Nakonec v poslední části napravo je ve žlutém pruhu napsáno ... و ستستمر القاومة [70].

příklad 3.6

[68] 25 května, svátek odboje a osvobození
[69] těžko přeložitelný nápis oslavující Husajna a spojující ho s plánovaným vítězstvím
[70] a odpor bude pokračovat…

V pochopitelném nepořádku drobných věcí a velmi uvolněné atmosféře mezi mladými hasiči, působil tento obrázek na stole trochu nepatřičně. Rozhodně jsem po prvé ani po druhé mé návštěvě neměl dojem, že by tento obrázek měl větší důležitost než někdejší připomenutí svátku odboje a osvobození. Při mých otázkách na význam tohoto obrázku mi hasiči naznačili, že „nemá v podstatě cenu“ tento vůbec fotografovat či se o něj zajímat. Tím mi mimoděk poskytli informaci, co si o této nepraktické dekoraci požární stanice myslí, respektive, jaký jí přikládají sami význam. Přesto jsem si dotyčný rámeček vyfotografoval.

Požární stanice mi každopádně alespoň částečně vynahradila ztížený vstup do soukromého prostoru domova obyvatel Dáhiji. Materiální kultura kterou jsem zde našel ukázala, že drobné artefakty, samolepky či malé obrázky, skutečně zdobí některá místa v sociálním životě Dáhiji a jejich obyvatel. Stále zapnutá televize al-Manár mi také připomněla, že velká část sebeprezentace Hizbulláhu se přesunula z ulic jižního Bejrútu na televizní vlny tohoto celoplošného libanonského média.

7 ZÁVĚR:

Do Libanonu jsem nepřiletěl provést převratný výzkum na poli humanitních věd. Mým cílem bylo doplnit mnohé akademické práce, věnující se Hizbulláhu čistě a pouze politologicky. Jestliže současný trend v politologických výzkumech konečně začíná objevovat Hizbulláh v nové perspektivě 21. století a už o poznání méně se věnuje jeho militantním aktivitám, i má studie se pokouší přinést nový, netradiční náhled na dnešní jeho stav. Přestože se věnuje pouze jedinému konkrétnímu místu v Libanonu – jižnímu předměstí Bejrútu, její závěry, troufám si říci, mohou být vztaženy na Hizbulláh jako celek. Docházím k závěru, že zkoumané věci obsažené v této případové studii se zdají být propojené v neočekávaných souvislostech: umění s politikou, komunikace s urbánním prostorem či technologie s kulturou. Dochází ke slučování umění a politiky, jež pojednanou obrazovou sebeprezentaci strhává směrem k propagandě, avšak za účelem kontroly kolektivního povědomí. Ostatně, Hizbulláh dodnes udržuje povědomí rezistence mezi lidmi, jako by snad ani nebylo možné Izrael porazit ničím jiným, než arabskou „pevností“ (jednotou) a ochotou zemřít (Ciezadlo 2006: 15).

Celkovým záměrem této práce bylo také zdůraznit na konkrétním příkladu, že materiální artefakty hrají aktivní metaforickou roli ve světě takovým způsobem, jakým to slova nedokážou. Mají svou vlastní formu sdělovací *agency*. Navíc, když připustíme že podobně jako sociální bytí jedince jsou i organizace, politická strana, či hnutí determinována svým vztahem k předmětům je reprezentující, že se předměty stávají metaforami pro lidské bytosti stejně jako pro celá hnutí a tím konstituují způsob poznávání sama sebe skrze věci (Hoskins 1998: 195), pak se můžeme rovněž domnívat dle známé hypotézy, že lidé tvoří předměty stejně tak jako předměty tvoří je samé. Hizbulláh tvoří materiální věci a sám je jimi tvořen – respektive jeho identita. Ve třetí části empirické poloviny práce jsem ostatně identifikoval velmi citelný trend komodifikace věcí, které nesou nějakým způsobem onu *agency*, kterou lidé očekávají či vyhledávají, nebo tu jeho tvář, ze které má Hizbulláh jejím zdůrazněním aktuálně největší prospěch – tedy **rezistence, politická flexibilita, muslimská pieta či boj za palestinskou otázku.**

Obecně můžeme v materiální kultuře spojené s Hizbulláhem sledovat tradiční muslimskou pietu paralelně s nově se vynořujícím nacionálním diskurzem, stejně tak

můžeme stále nalézt neskrývané odkazy k ozbrojené rezistenci a odpor k Izraeli. Změnou sebeprezentace v čase však přesto Hizbulláh prošel. Na svých indexech již tolik neupomíná k odkazu islámské revoluce, prezentovaný je již spíše obecný odpor utlačovaného vůči utlačujícímu, který je paradoxně v oficiálním diskurzu strany poněkud potlačen. Hizbulláh, jakožto agent, vyjednává rezistentní význam skrze prezentaci svých (mrtvých) bojovníků - mučedníků a ideologických hesel psaných pod podobizny svých čelních představitelů. Mučedník se tak stává symbolem konfesní či národní hrdosti, a obětování se pro komunitu a národ. Nelze však usuzovat v monochromatickém smyslu. Přestože není **pro sebeprezentaci** Hizbulláhu islámská platforma tolik důležitá, nezbytný náboženský rámec je stále zachováván. Náboženství hraje bez diskuze v životech jeho stoupenců a členů podstatnou roli, avšak zejména po skončení prvního desetiletí 21. století je diskutabilní, zda tutéž roli hraje v sociálním životě Hizbulláhu jakožto abstraktního celku. Některé indexy byly skutečně primárně náboženské, ale na základě terénního výzkumu usuzuji, že náboženství se stává spíše rámcem pro celkovou mučednickou agendu, spojenou se šíitským islámem. Přestože jsou slova jako muslim nebo islám ve volebním programu potlačena (Høigilt 2001), aura piety na indexech věnujících se mučednické tématice stále převládá. Převládá také ve chvílích válečného stavu, podobně jako v roce 2006, kdy se hlavním heslem na nejrůznějších plakátech a billboardech Hizbulláhu objevilo heslo hlásající "boží vítězství".[71] Nutno dodat, že v ozbrojeného konfliktu je médium konstituováno intenzivněji než v době míru a lidské interakce s ním (a vzájemně) tuto intenzitu reflektují (Saunders v Buchli 2002).

Zajímavé je pak srovnání výše konstatovaného s výpovědí člena Hizbulláhu: „*Jsme napojeni na politiku. Politika je (však) na třetím místě. Lidský faktor je na prvním, poté náboženství a pak politika. Je to hierarchie. Náboženství je nad politikou…Politika je ve službě náboženství a náboženství je ve službě humanity. Takto to funguje.*" (úryvek z interview se členem Hizbulláhu ve Flanigan 2007: 505).

Není pochyb, že se Hizbulláh v rámci Dáhije, respektive Libanonu, snaží pragmaticky komunikovat se všemi těmi, kteří vnímají libanonskou vládu jako legitimní. Proto na plakátech s politickým poselstvím islámská rétorika spíše chybí, nebo je potlačena. Na druhou stranu téma jednoty je téměř vždy zmíněno v kontextu rezistence

[71] http://www.iconeye.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2451:rebuilding-beirut--icon-041--november-2006, stav k 19. 4. 2010

proti Izraeli a jeho okupace Palestiny či zbytku libanonských území (Høigilt 2001: 129). Proto není neobvyklé, že vyobrazení mučedníků Amalu a Hizbulláhu jsou řazena za sebe do dlouhých řad bez zjevné politické rivality. Hizbulláh zkrátka spojuje témata národní jednoty, solidarity napříč náboženskými hranicemi a nacionalismus s tématem Palestiny. Hlavním diskurzivním nástrojem pro jejich spojení je slovo „rezistence". Bylo by tedy neúčelné odmítat fakt, že vizuální sebeprezentace Hizbulláhu byla změněna jeho účastí ve volbách, dialogem napříč náboženským spektrem a dalšími mírovými politickými procesy ve prospěch idejí, že pouze čeká na pravou příležitost implementovat svůj represivní režim, ať již ozbrojenou mocí či demografickou realitou (podobně Høigilt 2001: 128).

Dáhija je bezpochyby ovládaná Hizbulláhem a každý její obyvatel tento stav takto chápe. Je to natolik přirozený stav, že samotný Hizbulláh již nepotřebuje podnikat masivní prezentace svých politických a sociálních cílů či plánů rezistence. Doslova každý je zná a tak se zde z Hizbulláhu stává spíše instituce, která plní stejné funkce jako oficiální vláda. „*Lidé jsou přirozeně loajální. Opak není pravdou. Co můžeme vidět, je, že lidé jsou loajální a že si nás váží. Hizbulláh je rezistor, ale kdo poskytuje výživu, pomoc a podporu odporu? Jsou to lidé. Hlavním principem občanské společnosti a jejího vedení, jedno zda-li myslíme celou společnost či jednoho vůdce, je důvěra*" (úryvek z interview se členem Hizbulláhu ve Flanigan 2007: 505). V ostrém kontrastu s masivní prezentací slabšího, méně podporovaného Amalu, je jasné, že Hizbulláh se stal vládou „malého šíitského města" v rámci města velkého, multikulturního a multikonfesního. Svojí funkcí kopíruje vládu a struktury státu, se všemi resorty, včetně armády. A podobně jako vláda neprezentuje svou politiku a své cíle mimo předvolební kampaně, i Hizbulláh mimo volby a konkrétní náboženské svátky neukazuje okázalé „reklamy" na sebe sama.

Čekal jsem také lidovou odezvu obyvatel Dáhije, vyjadřujících samovolně podporu Hizbulláhu, například skrze graffity. Pouze jedinkrát jsem však na budově, na které se daly poměrně dobře vyčíst těžké časy občanské války, zahlédl nasprejovaný nápis Hizbulláh. Moje očekávání se v tomto směru nenaplnilo. Obrazová výzdoba Dáhije a zjevná lidová podpora tedy závisí spíše na konkrétní události, než by ta byla kontinuálním neměnným jevem.

Já: „*Do you think Hezbollah is someway still influencing people in a street presentation?"*

Timur: *"It's seasonal ... for example the story of Hussein. Anniversary of his death is mourned every year. Then, here are more pictures, more flags and people are interested to see them, because it's a new stuff. I don't care about older one, but I look at new ones because they are more and even better in design. (...) So, Hezbollah has the best designers in the country."*[72] (Timur, 22, Bejrút 15. 6.2010)

V úvodu jsem se zavázal, na pozadí aktuálních příkladů vizuální prezentace obrazů (indexů) v Dáhiji, nalézt jisté **pravidelnosti**. Následující **výstup kvalitativního výzkumu prezentuji na základě subjektivního poznání, determinovaného konkrétním časovým úsekem, tedy nepopírám, že jeho platnost je spíše omezená.**

1) Zmínil jsem již, že Hizbulláh využívá na svých indexech **hodnoty** zejména muslimské, paralelně však nadále prezentuje rezistenci i politickou spolupráci v rámci šíitské konfese. V oficiálním diskurzu zachází ještě dál, to však nebylo součástí mého výzkumného záměru.
2) Indexy Hizbulláhu obsahují různé typy *agency*, které jsou však vyvolány přítomností opakujících se motivů, sdělení a zejména aktuálních témat. Klíčovým je kupříkladu palestinská otázka a obecné téma mučednictví.
3) Čtyři typy zmíněné *agency* jsem postihl již v teoretické části. Alfred Gell je určil jako ty, které může předmět nést. Pokusím se porovnat v rámci následujících řádků toto členění s indexy které jsem v Dáhiji našel, abych poskytl odpověď též na otázku, jak indexy dosahují svých cílů, respektive cílů svého agenta.

Jako první a zřejmě nejpodstatnější Gell vnímá *agency* psychologickou. Zejména tuto lze identifikovat ve všech třech mnou zkoumaných skupinách indexů. Indexy **mohou** stále upamatovávat na mučednické oběti bojovníků Hizbulláhu, stále mohou jitřit vzpomínky lidí, kteří si nesou svá traumata z dob různých násilných potyček mezi Hizbulláhem a Izraelem, či prostě z dob občanské války. Kvalitou svého zpracování mohou také příjemce okouzlovat, mohou své příjemce lapat vytříbenou technikou

[72] Já: „*Myslíš si, že Hizbulláh nějak ovlivňuje lidi pouliční prezentací?*"
Timur: „*To je sezónní … kupříkladu příběh Husajna. Výročí jeho smrti je připomínáno každý rok. Je tu více obrazů, vlajek a lidé se o ně zajímají, protože jsou nové. Já se o staré nezajímám, ale dívám se na nové, protože mají víc a ještě lepší designe. Hizbulláh má nejlepší designéry v zemi.*"

designu. Stejně tak mohou lapat pozornost na fetišizovanou estetiku, která je součásti většiny indexů Hizbulláhu. První Gellův typ *agency* tedy přesně vystihuje tu *agency*, kterou mají indexy mnou výše zkoumané. Právě touto *agency* se Hizbulláh prezentuje, dostává se do podvědomí lidí a také jím manipuluje.

Jako druhý typ Gell označuje *agency* fyzickou, například je-li příjemce uzdraven políbením ikony. Tuto *agency* se mi během celého výzkumu nepodařilo objevit jinde, než v případě válečných trosek. Uvědomuji si, že řadit mezi materiální objekty a díla též rozstřílené domy, může být kontroverzní, avšak jak jsem již vysvětlil dříve, tyto domy *agency* spojenou s Hizbulláhem skutečně mají. Kromě *agency* psychické, při kterých nemusí nutně dojít k fyzickému kontaktu, **mohou** dále obsahovat i *agency* fyzickou. Nebyl jsem však svědkem účinku této *agency* na nikom jiném než na sobě, když jsem do podobné budovy fyzicky vkročil a nechal na sebe působit okolní její stav a historii skrze očividné stopy války a dřívější prezence Hizbulláhu.

Třetím typem je *agency* estetická, přestože Gell estetiku v antropologii odmítá. Připouští však, že některé předměty mohou být skutečně nositeli přijatých estetických hodnot. Z různých výpovědí informátorů jsem si zcela jist, že estetické hodnoty Hizbulláh do svých indexů skutečně inkorporuje, a ty jsou navíc skutečně lidmi v Dáhiji jako estetické vnímány. Třeba zdůraznit, že tento jev je úzce spjatý právě s šíitskou pietou. Vzhledem k jiným měřítkům západní civilizace v oblasti estetiky se však nehodlám uchýlit k hodnocení uměleckých kvalit indexů Hizbulláhu.

Posledním typem Gell identifikoval sémiotickou *agency*. Nutno podotknout, že Hizbulláh využívá různé typy komunikačních forem skrze své indexy. Ať již skrze sekulární či religiózní symboly, emocionálně zabarvené obrazy, citáty z Koránu, ikonické zobrazení ideologických vůdců, vždy je využívá k jasně „čitelnému“ sdělení.

Závěrem bych rád dodal, že provedený výzkum byl pro mě v mnoha směrech překvapivý. Jak jsem již zmínil, kvantita obrazů spojených s Hizbulláhem v Dáhiji nebyla zdaleka taková, jakou jsem očekával. Byl jsem také značně překvapen, jak moc byly materiální věci spjaté s Hizbulláhem komodifikovány, byť nelze jednoznačně posoudit, jestli za procesem komodifikace stojí přímo Hizbulláh či obecné globalizační síly.

8. LITERATURA:

MONOGRAFIE:

AARELAID-TART, Aili. (2006). *Cultural Trauma And Life Stories*. Helsinky: University of Helsinky.

APPADURAI, Arjun. (1986) *The Social Life of Things: Commodities in cultural perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

ATTFIELD, Judy. (2000). Wild Things: The Material Culture of Everyday Life. New York: Berg

BAHLOUL, Joelle. (1996). *The Architecture of Memory: A Jewish-Muslim Household in Colonial Algeria, 1937-1962*, Cambridge: Cambridge University Press.

BURKE, Petr. (2006). *Variety kulturních dějin*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.

BUCHLI, Victor. (2002). The Material Culture Reader. Oxford: Berg.

CARSTEN, J.; **HUGH-JONES**, S**.** (1995). *About the House: Lévi-Strauss and Beyond*. Cambridge: Cambridge University Press

DAVID, N.; **KRAMER**. C. (2001). *Ethnoarcheology in Action*. Cambridge: Cambridge University Press.

FISCHER, Michael; **ABEDI**, Mehdi. (1990). *Debating Muslims: Cultural Dialogues in Postmodernity and Tradition*. Wisconsin: University of Wisconsin Press

GELL, Alfred. (1998). *Art and Agency: An Anthropological Theory*. Oxford: Clarendon Press.

GELL, Alfred. (1999). *The Technology of Enchantment and The Enchantment of Technology*, s. 159-186 v: HIRSCH, Eric – *The Art of Anthropology: Essays and Diagrams*. LSE Monographs on Social Anthropology vol. 67. Londýn: Athole.

HARIK, Judith, Palmer. (2004). *Hezbollah : The Changing Face of Terrorism.* Londýn: I. B. Tauris.

HOSKINS, Janet. (1998). *Biographical objects: How things tell the stories of people's lives*. New York: Routledge

KOPYTOFF, Igor. (1986). *The Cultural Biography of Things: Commodification as Process*. v: APPADURAI, Arjun – *The Social Life of Things: Commodities in cultural perspective*, s. 64-91. Cambridge: Cambridge University Press.

LAFFIN, John. (1985). *The War of Desperation – Lebanon 1982-85*, Londýn: Osprey.

LAYTON, Robert. (1991). *The Anthropology of Art*, Cambridge: Cambridge University Press.

NEAL, Arthur G. (1998). *National trauma and collective memory*: *Major Events in the American Centrury*. New York: M. E. Sharpe.

PALUMBO-LIU, David. (1997). *Streams of Cultural Capital: Transnational Cultural Studies*. Stanford: Stanford UP

PEIRCE, Charles, Saunders. (1955). *The Philosophy of Peirce: Selected Writings* (ed. J. Buchler), Londýn: Kegan Paul

PICARD, E. (2002). *Lebanon: A Shattered Country*. New York: Holmes & Meier

REICHEL, Peter. (2004). *Svůdný klam Třetí říše: fascinující a násilná tvář fašismu.* Praha: Argo.

PERIODIKA:

ABU-LUGHOD, Lila. (1986). Islam and the Gendered Discourses of death. *International Journal of Middle East Studies*, Vol. 25, č. 2, s. 187-205

CIEZADLO, Annia. Beirut Dispatch: Entombed. *The New Republic*. 31. 8. 2006, on-line, s. 13-15

DEEB, Mary, Jane. (1992). Militant Islam and the Politics of Redemption. *Annals of the American Academy of political and Social Science*, 524, s. 52-65

FEWSTER, Kathryn J. (2007). The Role of Agency and Material Culture in Remembering and Forgetting: An Ethnoarchaeological Case Study from Central Spain. *Journal of Mediterranean Archaeology*, Vol 20, č. 1, s. 89-114

FLANIGAN, Shawn, Teresa. (2008). Nonprofit Service Provision by Insurgent Organizations – The Cases of Hizballah and the Tamil Tigers. *Studies in Conflict and Terrorism,* Vol 31, č. 6., s. 499-519

HARIK, Judith, Palmer. (1996). Between Islam and the System: Sources and Implications of Popular Support for Lebanon's Hizballah. *The Journal of Conflict Resolution*, Vol. 40, č. 1, s. 41-67

HØIGILT, Jacob. (2007). Islamism, Pluralism and the Palestine Question: The Case of Hizbullah. *British Journal of Middle Eastern Studies*, Vol. 34, č. 2, s. 123-136

KANSTEINER, Wulf. (2002). Finding Meaning in Memory: A Methodological Critique of Collective Memory Studies. *History and Theory*, Vol. 41, č. 2, s. 179–197

LAYTON, Robert. (2003). Art and Agency: Ressessment. *Journal of the Royal Anthropological Institute,* Vol. 9, č. 3, s. 447–464

LEVITT, Matthew. (2004). Hamas from Cradle to Grave. Middle East Quarterly, Vol. 11, s. 1-12

MACDONALD, Sharon. (2006). Undesirable Heritage: Fascist Material Culture and Historical Consciousness in Nuremberg. *International Journal of Heritage Studies*, Vol. 12, č. 1, s 9-28

NASR, Salim; **JAMES**, Diane. (1985). Roots of the Shi´i Movement. *MERIP Reports*, č. 133, č. 10-16

NORTON, Richard, Augustus. (2000). Hizballah and the Israeli Withdrawal from Southern Lebanon. *Journal of Palestine Studies*, Vol. 30, č. 1, s. 22-35

PETEET, Julie. (1997). Icons and Militants: Mothering in the Danger Zone. *Signs*, Vol. 23, č. 1., s. 103-129

POSTER, Mark. (1993). Culture and History: The Cases of Leisure, Art, and Technology. *French Historical Studies*, Vol. 18, č. 1, s. 131-135

RUBIO, Raúl. (2005). Materializing Havana and Revolution: Cuban Material Culture. *Latin American Popular Culture*, Vol. 24, s. 161-177

SHUKRALLAH, Hani; **KAMAL**, Sana; **ZIADE**, Mona; **DICK**, Marlin; **ÇANDAR**, Cenzig. (2002). The Street reacts to Operation Defensive Shield: Snapshots from the Middle East. *Journal of Palestine Studie*s, Vol. 31, č. 4. s. 44-65

SHANAHAN, Rodger. (2005). Hizballah Rising: The Political Battle for the Loyalty of the Shi´a of Lebanon., *Middle East Review of International Affairs*, Vol. 9, č. 1, s. 1-6

SCHLIETER, Jens. (2010). Aesthetics of Religion in Switzerland: A Review of the Research Field. *Material Religion*. Vol. 6, č. 2, s. 245-247

THORPE, James; **ANSELL**, Joseph. (1984). The Poster. *Art Journal*, Vol. 44, č. 1, s. 7-8

TOOHEY, David. (2007). Material Objects and Aura: Popular culture Images Against and for War. *Review of Policy Research*, Vol. 24, č. 6, s. 609–626.

INTERNETOVÉ ZDROJE:

http://www.state.gov/g/drl/rls/irf/2009/127352.htm, stav k 18. 11. 2010

http://www.aawsat.com/english/news.asp?section=1&id=5950, stav k 5. 1. 2011

http://www.iconeye.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2451:rebuilding-beirut--icon-041--november-2006, stav k 19. 4. 2010

http://www.clovekvtisni.cz/index2.php?id=619, stav k 11. 4. 2010

http://www.ynet.co.il/english/articles/0,7340,L-3605863,00.html, stav k 19.10. 2010

9. RESUMÉ

Magisterský výzkum na téma „Vizualita Hizbulláhu na jižním předměstí Bejrútu“ přistupuje k této organizaci netradičním náhledem socio-kulturní antropologie. Skrze aplikaci teorie umění Alfreda Gella a Roberta Laytona se snaží sumarizovat hodnoty, které Hizbulláh využívá v sebeprezentaci, v rámci rozličné materielní kultury. Skrze konkrétní příklady poskytuje autor paralely ve zpracování jednotlivých indexů Hizbulláhu a jaká agency je tedy těmito obrazy nesena. Pro celkové zjednodušení je práce rozdělena na teoretickou a empirickou část, přičemž je také krátce zmíněna historie šíitské konfese v Libanonu a jižních předměstí Bejrútu, stejně jako historie samotného Hizbulláhu. Empirická část je autorem členěna na sekci věnující se plakátové a billboardové sebeprezentaci Hizbulláhu, na sekci věnující se urbánní zástavbě jižních předměstí (ve které je agency Hizbulláhu rovněž patrná) a sekci věnující se drobným upomínkovým předmětům a předmětům denního užitku. Autor dochází k závěru, že zkoumané věci v rámci Dáhije se zdají být propojené v celkem logických, avšak nečekaných, souvislostech. Umění je propojené s politikou, komunikace s urbánním prostorem a technologie s kulturou. Autor se též pokusil postihnout citelný trend komodifikace věcí spojených s Hizbulláhem, jak jej sám v terénu pozoroval. Výsledná tvrzení obsažená v závěru práce jsou založená na dvou měsíčním terénním výzkumu v Bejrútu.

Autor práce také věří, že její závěry mohou obohatit celkový náhled na libanonský Hizbulláh a pokouší se tak poskytnout alternativní obraz této organizace, odlišný od toho nepřesně prezentovaného v západním diskurzu.

Klíčová slova: Hizbulláh, Dáhija, šíité, materiální kultura, agency, plakát, Bejrút

The author of the graduation research on the theme *Visual Matter of Hezbollah on Southern Suburb of Beirut* deals with the issue by unconventional approach of socio-cultural anthropology. Through the application of Alfred Gell's and Robert Layton's art theory he assess what are the values incorporated in material culture of Hezbollah using to its self presentation. The author provides a description of examples and subsequently finds parallels in the material objects and what kind of an agency these objects are carrying. The paper is divided into theoretical and empirical part. The opening of the work also briefly deals with the history of Lebanon's shia confession and as well as history of the movement itself. Further, the empirical part is divided into three sections. The first is devoted to poster's and billboard's expression of Hezbollah, the second is focused on the urban estate of southern suburbs of Beirut and in the last section the author focused on small souvenir items and things of daily use. Finally, he concludes that the material culture of Hezbollah in Dahieh seem to be connected in logical but unexpected contexts - the art with politics, communication with the urban space and technology with culture. Moreover, the author also describes a noticeable trend in the commoditization of goods bearing the agency. Allegations contained in the final conclusion are based on two-month field research in the Lebanon.

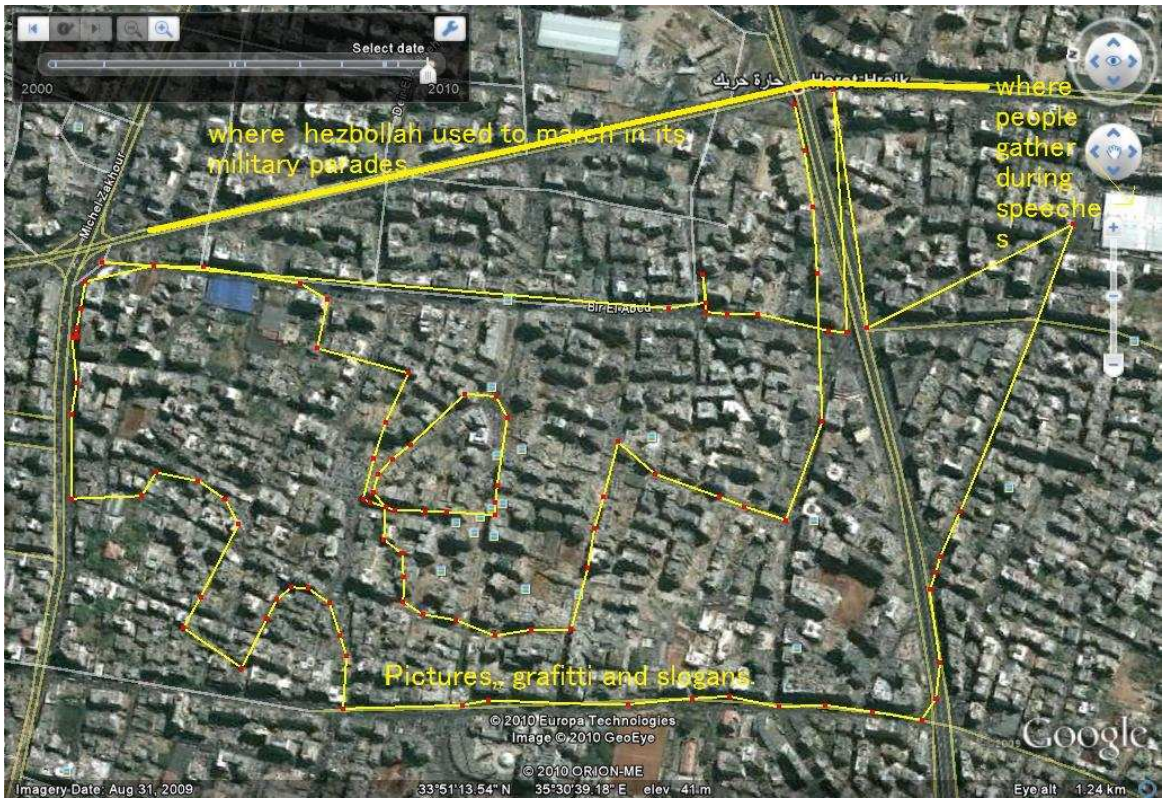
The author also believes that this work could enhance the overall view on Hezbollah, and thereby tries to provide an alternative image of the organization than it is often distortedly presented in Western discourse.

Key words: Hezbollah, Dahieh, Shia, material culture, agency, poster, Beirut

10. PŘÍLOHY

Příklady výběru cest skrze Dáhiji, při kterých byl sbírán materiál. Mapy vyhotovil Alí S., který byl jedním z informátorů.

příloha 1)



příloha 2)