

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ**

**Turismus jako metafora postmoderního životního stylu:
případová studie turistů v Indii**

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Autor práce: Bc. Lucie Šírová

Vedoucí práce: Mgr. Marek Halbich

2006

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracovala samostatně a veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využila a na něž odkazuji, uvádím v seznamu bibliografií.

.....
Lucie Šírová

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala vedoucímu své diplomové práce panu Mgr. Marku Halbichovi za jeho metodické vedení, konzultace a připomínky, které mi poskytl při zpracování práce.

Abstrakt

Předložená práce se zabývá otázkou fenoménu turismu jako metafory současného životního stylu. V první kapitole se zabývám dosavadním zájmem o turismus z pohledu sociokulturní antropologie a zasazuji obor antropologie turismu do širšího kontextu vědních disciplín. Ve druhé kapitole sleduji vývoj turismu v dějinách a postupně rozvádím myšlenku, že fenomén turismu je možné nahlížet jako metaforu postmoderního životního stylu. Ve třetí kapitole se zamýšlím nad pozicí antropologa jako turisty, jak na základě odborné literatury, tak na základě vlastních zkušeností. Hlavní část práce tvoří případová studie turistů v Indii. Usiluji zde o aplikaci dat z terénu na antropologické teoretické přístupy a předkládám vlastní závěry a typologii turistů v Indii.

Obsah

Úvod	1
1 Turismus jako objekt antropologického výzkumu	4
1.1 Konceptualizace a teoretické přístupy	5
1.2 Základní tématické okruhy antropologie (sociologie) turismu	9
1.2.1 <i>Turisté</i>	10
1.2.2 <i>Vztahy turisté-domácí obyvatelé</i>	13
1.2.3 <i>Rozvoj a struktura turistického průmyslu</i>	16
1.2.4 <i>Důsledky turismu</i>	18
2 Turismus jako metafora postmoderního životního stylu ..	23
2.1 Vývojové etapy turismu	24
2.1.1 <i>Předfáze – období do roku 1850</i>	24
2.1.2 <i>Počáteční fáze – do roku 1914</i>	28
2.1.3 <i>Rozvojová fáze – 1914-1945</i>	30
2.1.4 <i>Vrcholová fáze – období po roce 1945</i>	31
2.2 „Postmoderní“ společnost v pohybu	33
2.2.1 <i>Na cestě</i>	34
2.2.2 <i>Konzumní společnost, globalizace a mobilita</i>	36
2.2.3 <i>Postmoderní osobnostní vzorce</i>	39
2.2.3.1 Poutník jako metafora moderního života	39
2.2.3.2 Zevloun, tulák, turista a hráč	40
2.2.3.2.1 <i>Zevloun</i>	41
2.2.3.2.2 <i>Tulák</i>	42
2.2.3.2.3 <i>Turista</i>	43
2.2.3.2.4 <i>Hráč</i>	44
3 Antropolog jako turista	46
4 Případová studie turistů v Indii	52
4.1 Statistiky výzkumu	53
4.1.1 <i>Rozhovory</i>	53
4.1.2 <i>Motivace a typologie turistů</i>	57
4.1.3 <i>Fotografie a vizuální metoda</i>	62
4.1.4 <i>Symbolika oděvu</i>	71
Závěr	76
Bibliografie	79

Úvod

Cestovalo se odnepaměti. Již v dávných dobách se lidé vydávali do neznámých zemí, aby zde došli svého cíle. Tovaryši putovali za řemeslem, kupci za obchodem a poutníci za spásou své duše. Postava turisty je ale postavou novodobou. Turista se postupně stal metaforou postmoderního životního stylu. Tato teze je jádrem mé práce. V dnešní postmoderní době jsme všichni tak trochu turisté. Svět nám slouží ke sběru dojmů, hodnotíme ho podle toho, kolik dojmů poskytuje. Všemi místy, v nichž žijeme, vlastně jenom projíždíme. Našimi bydlíšti jsou hotelové pokoje, jejichž hlavní hodnota spočívá v tom, že jsou umístěny blízko zajímavých míst: míst vzrušujících, příjemných, ale především nevšedních.

Turismus je zejména sociální jev, objektem jeho zájmu je člověk a společnost. Je výrazem jednání člověka, jeho potřeb, zájmů, tužeb a jejich uspokojování. Je součástí dnešního životního stylu v ekonomicky vyspělých zemích. Je nezastupitelným segmentem spotřeby jak individuální, tak společenské. Pro antropology, jejichž úkolem je nahlížet do lidských situací, by měl tento šířící se moderní kulturní jev být předmětem zájmu.

Hlavní proud sociokulturní antropologie objevil teprve nedávno turismus jako pole systematického bádání, mnoho odborníků však bohužel stále na toto téma pohlíží s podezřením nebo dokonce pohrdáním. Toto částečně odráží pohled na turismus jako lehkovážnou, povrchní aktivitu, nehodnou seriózního bádání a zároveň to odráží skutečnost, že studium turismu nebylo ještě zcela integrováno do hlavního proudu sociologie či antropologie. Tato skutečnost byla pouze částečně napravena prací v tomto oboru v nedávné době. Zatímco se tento vědní obor rozrůstá o četné práce, mnoho z nich postrádá teoretickou základnu a tak jen málo přispívá k vytváření hlubší teorie. Doufám, že tato práce pomůže přiblížit teorii a empirický výzkum těsněji k sobě a sjednotit pole výzkumu a že může být dalším krůčkem na cestě k tomu, aby antropologie či sociologie turismu byla považována za legitimní a významnou sociologickou disciplínu.

Cílem mé práce není jenom přiblížení teoretického pozadí antropologie turismu, ale též vlastní formulace identity turistů a vytvoření typologie turistů na základě vlastního výzkumu v Indii. Celá práce je rozložena do čtyř hlavních kapitol. V první kapitole se zabývám dosavadním zájmem o turismus z pohledu antropologie a sociologie a zasazuji antropologii turismu do kontextu disciplín. V druhé kapitole se zaměřuji na turismus jako metaforu postmoderního života, teoretickým východiskem mi byly zejména práce Zygmunta Baumana. Ve třetí kapitole se zamýšlím nad pozicí antropologa jako turistů jak na základě literatury tak na základě vlastních zážitků a postřehů z výzkumu. Hlavní část celé práce tvoří případová studie turistů v Indii. Předkládám zde vlastní závěry z tříměsíčního výzkumu turistů v Indii, zaměřuji se na otázky motivace, symboliky oděvu a typologie turistů.

Jak již bylo naznačeno, je tato problematika ve světě poměrně novým oborem. V České republice je obor antropologie turismu dosud v naprostých začátcích. Proto jsem ve své práci čerpala zejména z literatury zahraniční. Jako hlavní zdroj mi sloužily teoretické články a případové studie z internetového vydání časopisu *Annals of tourism research* - www.sciencedirect.com a stránky www.jstor.org. Vedle toho jsem čerpala z již zmiňovaných prací Z. Baumana či C. Geertze.

Kromě této literatury jsem studovala také deníky, turistické průvodce, nabídky cestovních kanceláří a webové stránky. Hlavní metodou, kterou jsem při výzkumu použila, je metoda zúčastněného pozorování, při níž jsem dělala krátké neformální rozhovory, zejména na téma motivace turistů. Metoda zúčastněného pozorování je základní metodou kvalitativního výzkumu, je to styl výzkumu, kdy výzkumník participuje na každodenním životě lidí, které studuje. Podle toho, jak dalece se výzkumník ztotožní se studovaným prostředím, rozlišuje Disman (2005) čtyři kategorie zúčastněného pozorování. Já se identifikuji s jeho přístupem: „*Participant jako pozorovatel*“, kterým označuje skutečnost, kdy se výzkumník plně účastní života skupiny, kterou studuje, nezatajuje však zároveň skutečnost, že také dělá výzkum.

Podstata kvalitativního výzkumu spočívá v tom, že výzkumník vede respondenta k tomu, aby mu sdělil co nejvíce svých zkušeností, pocitů, postojů

(tedy subjektivní dimenze daného problému). Respondent není vtlačován do předem připravených schémat, výzkumníkovou úlohou je poté nalézt významné struktury v množině všech proměnných, které respondenti považují za relevantní. Výhodou zúčastněného pozorování je zejména skutečnost, že si mohu hned ověřit, zda lidé podle ideálu hodnot, o kterých v interview mluví, skutečně jednájí a žijí. Přestože konstrukce vzorku byla vytvářena až v průběhu pobytu v Indii (podle charakteru odpovědí jsem volila další respondenty), měla jsem před odjezdem do Indie určitou představu, jaké turisty zde potkám. Předpokládala jsem, že pro většinu lidí, cestujících do Indie, bude cesta vyplývat z dlouhodobého zájmu o toto prostředí a bude se opírat o dosavadní studium indické kultury, zvyků, umění, hudby apod. a nebo že bude souviset s náboženským přesvědčením. Čekala jsem zde tedy jednak komunitu zasvěcených „baťůžkářů“ a jednak oduševnělých jedinců, hledajících zde určitou spiritualitu, duchovno. Toto lze považovat za vstupní hypotézu. Při výzkumu jsem tedy postupovala takto: měla jsem určitou předběžnou vstupní hypotézu, se kterou jsem do Indie odjížděla. Zde jsem se snažila získat co nejvíce možných informací o turistech (využívala jsem především dlouhodobějšího pozorování těch turistů, se kterými jsme trávili více dní). Svoje poznámky jsem si již od počátku rozdělila na dvě části. Jednu tvořily výpovědi turistů, druhou částí byly potom moje vlastní poznámky a úvahy z pozorování, záznamy o oblečení, nákresy, fotografie. V takto sebraných datech jsem se jednak pokoušela najít určité pravidelnosti, jednak jsem získaná data z terénu aplikovala na teoretické antropologické přístupy, zejména Cohenovy a Baumanovy. Protože jsem vše pečlivě zaznamenávala a fotografovala, mohla jsem při svém návratu využít i vizuální analýzy, jejíž účelem je pochopit, co a jak obrazy sdělují.

1 Turismus jako objekt antropologického výzkumu

Antropologie či sociologie turismu je teprve nedávno vzniklý obor zabývající se studiem motivace turistů, jejich rolemi, vztahy, turistickými institucemi a jejich vlivem jak na zahraniční turisty, tak na domácí kulturu, obyvatele a životní prostředí. Přestože na tomto poli bylo v posledních letech vykonáno mnoho práce a vznikla řada studií na toto téma, je studium antropologie turismu stále ve svých začátcích. Proč se dlouhou dobu antropologové vyhýbali studiu turismu, vysvětluje Dennison Nash třemi důvody. Za prvé to může souviset s tendencí pohlížet na sebe jako na neohrožené výzkumníky, kteří nechtějí být za žádnou cenu identifikováni s turisty, za druhé slovo turismus vytváří v naší mysli představu lehkovážné oblasti kultury, které se raději chtějí vyhnout. Poslední důvod souvisí s nahlížením na turismus jako novodobý fenomén, moderní způsob života, který teprve nedávno získal antropologickou opodstatněnost (Nash 1981: 461). Crick zase píše, že sociální psychologové vysvětlují opomíjení turismu v sociálních vědách v souvislosti s hluboce zakotvenými hodnotami západní společnosti týkající se rozlišení kategorií práce a hry (Crick 1989: 311).

Vědecké studium turismu vzniklo v Evropě, která byla první oblastí vzniku masového turismu. První sociálně-vědecký článek na toto téma publikoval Ital L. Bodio v roce 1899. Avšak hlavní ranné příspěvky pocházejí z Německa. V roce 1905 píše J. Stradner první ucelené pojednání o turismu, v němž zmiňuje instinkt k cestování a vysvětluje ho jako dědictví po našich otcích, kdy žili jako nomádi (Attl, Neidl 2004: 9). První specificky sociologické články pocházejí také z Německa, G. Simmel píše o nutnosti vycházet z teorie o vzájemných vztazích návštěvníků a místního obyvatelstva, na něj navazuje L. von Wiese článkem: *Fremdendverkehr als zwischenmenschliche Beziehung* (1930). Benschmidt poprvé píše o instinktu člověka po zážitku. Autorem první kompletní sociologické studie na téma turismus: *Sociologische strukturwandlungen im modernen tourismus* (Stuttgart) je H. J. Knebel (1960).

Rozvinutí a překročení sociologického pojetí přináší H. Poser, který poprvé bere v úvahu i vliv turismu na životní prostředí. O první anglický příspěvek k tomuto problému se zasloužil svojí prací: *The tourist movement. An economic study (London)* Ogilvie (1933), následován Norvalovou studií o turistickém průmyslu (1936): *The tourist industry, A national and international survey* (London). Během období do konce druhé světové války se problematice turismu dostalo jen malé pozornosti, poté rapidní nárůst turismu inspiroval autory N. Mitforda (1959), D. J. Boorstina (1964) a vznikly první empirické studie: T. A. Nunez (1963): *Tourism, tradition and acculturation* a J. Forster (1964): *The sociological consequences of tourism*.

Studium turismu jako antropologického odvětví nastupuje v 70. letech v čele s Cohenovými typologickými studiemi (1972): *Toward a sociology of tourism* či *Who is a tourist? A conceptual clarification* (1974) a MacCannellovými prvními teoretickými syntézami: *Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings* (1973). V polovině 70. let zaznamenal obor sociologie či antropologie turismu rapidní rozvoj, doložený četnými publikacemi a řadou pojednání a recenzí (G.Young 1973, L.Turner a J.Ash (1975), MacCannell (1976), Noronha (1977), de Kadt (1979), V. L. Smith (1977), E. Cohen 1979, P. Lengyel 1980 a N. H. Graburn 1983 (Cohen 1984: 373-374).

1.1 Konceptualizace a teoretické přístupy

Má-li být předmět zkoumán antropologickým způsobem, musí splňovat základní podmínku odborného studia: musí mít jasnou definici. Formulovat adekvátní definici turismu není rozhodně snadné. Tato definice by měla splňovat některá základní kritéria: měla by být interkulturní či ještě lépe univerzální, dostatečně široká, aby zahrnula domácí i mezinárodní, socialistické i kapitalistické, industriální i předindustriální formy turismu. Navíc by neměla být v rozporu s očekáváním. Tento požadavek je zvláště obtížné splnit, protože existuje množství nejrůznějších koncepcí turismu, z pohledu různých

autorů. Teprve po stanovení uspokojivé definice turismu můžeme začít přemýšlet o jeho formách, důsledcích, motivacích apod (Nash 1981: 461).

Široce akceptovaná odborná definice turismu byla formulována Mezinárodní unií oficiálních cestovních organizací (IUOTO) v roce 1963 a schválena v roce 1968 světovou turistickou organizací (WTO). Tato definice říká, že *turisté jsou dočasní návštěvníci, setrvávající nejméně 24 hodin v oblasti, navštívené za účelem dvou následujících kategorií*. První je kategorie volného času, která zahrnuje rekreaci, prázdniny, zdraví, studium, náboženství a sport a druhou oblastí je obchod (business), zahrnující rodinné mise a setkání či shromáždění. Tato definice je použitelná zejména pro statistické, průmyslové a legislativní účely, pro většinu sociologických prací je však příliš široká a teoreticky prázdná a tedy neuspokojivá. Navíc je též zavádějící, neboť řada lidí, které můžeme jistě označit za turisty, nezůstává v oblasti ani 24 hodin. O navržení teoreticky úspěšné a plodné sociologické definice turisty se pokoušela řada autorů, z nichž zmíním jen některé.

Podle L. Boyera (1972) se poprvé v západním světě turista objevil v podobě anglického aristokrata cestujícího se svým učitelem. Hlavní důvod této cesty byl vzdělávací, doprovázen praktikami, které shrnuje pod název „*sightseeing*“ (okružní prohlídka). MacCannell (1976) přijal a rozpracoval tuto „*sightseeing*“ definici turismu v teoretickém pojednání. Ani jeho definice však není dostatečná, protože se jedná pouze o jednu z turistických praktik.

Mnozí autoři se zabývali definicí turisty jako **cestovatele**. I tato definice se ale setkává s podobnými problémy. Eric Cohen, aby tuto definici učinil platnou, považuje turismus za *dobrovolný, neopakovatelný, originalitu vyhledávající, přechodný pobyt nebo cestování* (Cohen 1984: 374). I tato koncepce byla však kritizována, zejména z důvodu nedostatku propojení s antropologickými či jinými teoriemi. Boorstin ve své knize *The Image* rozlišuje mezi aktivním dobrodružným cestováním a pasivním turismem, neautentickou, „vyrobenou“ a díky komercializaci bezpečnou formou cestování (Crick 1989: 308).

Další definice turisty vychází z teorií **práce a volného času**. Je zřejmé, že ne všichni lidé jsou ve svém volném čase turisty, přidáme-li k tomu navíc cestování, vzniká mnohem uspokojivější definice, která je téměř přijatelná.

Dumazedier (1967) navíc specifikuje volný čas jako *osvobození z primárních povinností*. Jestliže akceptujeme tuto teorii, podle níž je turista osoba, která ve svém volném čase cestuje, turismus je potom aktivita těchto lidí (Nash 1981: 462). Mezi další autory, zabývajícími se definicemi turisty, patří Knebel (1960), Cohen (1974), Leiper (1979) a P. L. Pearce (1982). Žádná z konceptualizací však nebyla široce akceptována, kromě Pearceova přístupu, který studoval role turistů a empiricky navázal na Cohenův výzkum (Cohen 1984: 374).

Existují značné rozdíly v psychologických a filosofických perspektivách a teoretických přístupech ke studiu turismu. Cohen (1984: 374-376) uvádí osm rozdílných **teoretických přístupů**:

1) Turismus jako komercializovaná pohostinnost.

Představitelem tohoto přístupu je Cohen (1974), von Wiese (1930) a Knebel (1960), kteří chápou turistické procesy jako komercializaci tradičních vztahů mezi návštěvníkem a hostitelem, skrze které je cizinci udělena dočasná role a status v navštívené oblasti. Turismus je tak považován za komercializovanou a eventuelně industrializovanou formu pohostinnosti. Dále též Taylor 1932, Hiller 1976, 1977 či Leiper 1979. Tento přístup dosáhl úspěchu ve studiu vývoje a dynamiky vztahů mezi turisty a místními a v analýze rozporů uvnitř rolí a institucí souvisejících s turisty.

2) Turismus jako demokratizované cestování

Tento přístup klade důraz na jednotlivé složky role turisty. Turista je zde nahlížen jako typ cestovatele, nesoucí jeho zřetelné rysy (Cohen 1974, P. L. Pearce 1982, Nash 1981). Autoři razící cestu tomuto přístupu vidí moderní masový turismus jako demokratizovanou expanzi aristokratického cestování dřívější doby (např. Boorstin 1964). Tento přístup představuje některé významné práce na téma historické přeměny turistických rolí (Knebel 1960, L. Turner a Ash 1975).

3) Turismus jako moderní volnočasová aktivita

Turismus je v tomto přístupu nahlížen jako druh volného času a turisté jako lidé, kteří ve svém volném čase cestují. Jeho hlavními představiteli jsou zejména Dumazdier (1967) , P. L. Pearce (1982) a Nash (1981). Jeho protagonisté vidí volný čas jako aktivitu oproštěnou od povinností, ale zdržují se obvykle zkoumání hlubšího kulturního významu volnočasových aktivit. Užívají funkcionalistický pohled, identifikující volný čas a tudíž i turismus s rekreací (Scheuch 1981, Cohen 1979 a Dumazdier 1967).

4) Turismus jako novodobý typ tradiční poutě

Tato perspektiva se soustřeďuje na hlubší strukturální význam moderního turismu a ztotožňuje ho s tradičním poutnictvím. Tento přístup byl propracován MacCannellem (1973). Podobně i Graburn (1977) přirovnává turismus k posvátné cestě. Podle něho umožňuje turismus nejen vystoupení z obyčejného života, ale také osvobozuje a pozdvihuje člověka do neobyčejné, posvátné sféry (Subha 1997: 322). Tento teoretický přístup k turismu rozpracovává ve své diplomové práci: *Antropologie turismu, Washington jako poutní místo*, studentka FHS, Univerzity Karlovy, Markéta Konvalinová (2003).

5) Turismus jako projev základního kulturního tématu

Podobně jako předchozí teoretický přístup, klade i tento směr důraz na hlubší porozumění kulturního významu turismu. Zavrhuje obecný, etický výzkum turismu (např. Nash 1981) a snaží se téma uchopit z emické perspektivy, tedy z pohledu rekreantů samotných (Gottlieb 1982, Graburn 1983). Tento přístup vede ke srovnávacím studiím různých, kulturně-specifických důvodů cestování.

6) Turismus jako proces akulturace

Zastánci tohoto úhlu pohledu se soustřeďují na dopad, který mají turisté na jejich hostitele a snaží se zapojit studium turismu do širší soustavy teorie akulturace (Nunez 1963). Podobně i Nash (1996) představuje turismus jako

nástroj kulturní změny a zabývá se dopadem turismu na kulturu původních obyvatel. Podrobněji se zaměřuje na dva opačné důsledky turismu rozbořením dvou studií, práce J. Arronese o rozvoji místního turismu v Mijasu a V. Adamse o rozvoji horolezeckého turismu mezi šerpy v Nepálu. Zatímco v prvním případě se zdá, že domácí ztrácí nad turismem kontrolu, v druhém případě byla domácí kultura v adaptaci na novou situaci úspěšná. Zmiňuje některé nedostatky těchto studií, sám ale přehlíží jednu důležitou skutečnost, kterou jsou rozdílné teoretické přístupy obou badatelů (Subba 1997: 322).

7) Turismus jako typ etnických vztahů

Představitelé tohoto přístupu se snaží zapojit analýzu vztahů turistů a domácích do širšího pole etnicity a etnických vztahů (např. Pi-Sunyer 1977, Gamper 1981). Hlavním zastáncem tohoto hlediska je van den Berghe (1980). Do tohoto přístupu zapadají i některé práce na téma dopadu tvorby etnického umění pro turisty na etnickou identitu (Graburn 1976).

8) Turismus jako forma neokolonialismu

Hlavním představitelem této perspektivy je Nash (1977). Zaměřuje se na roli turismu ve vytváření závislosti mezi metropolitními zeměmi, „turismus tvořícími“ a „turismus přijímajícími“ národy, které kopírují koloniální či imperialistické formy nadvlády a strukturální zaostalosti. Dalším protagonistou tohoto směru je Matthews (1978). Nejtižadostivější empirický pokus o analýzu turismu v termínech globálního měřítko představují Hoivik a Heiberg (1980) (Cohen 1984: 374- 376).

1.2 Základní tematické okruhy antropologie (sociologie) turismu

Sociologický výzkum turismu spadá do čtyř základních tematických oblastí:

- 1) turista
- 2) vztahy mezi turisty a místními obyvateli

3) struktura a fungování turistického systému

4) důsledky turismu

U každé oblasti bych se chtěla nyní trochu pozastavit a přiblížit stěžejní problémy, jimiž se zabývají jejich hlavní představitelé.

1.2.1 Turisté

Výzkum turistů je nesmírně rozmanitý, ale podstatná část práce v této oblasti sestává z čistě empirických dotazování a následných analýz orientovaných na spojení praktických potřeb státní správy a turistického průmyslu. Autoři se zabývají primárně demokratickými a socioekonomickými charakteristikami turistů (Burkart a Medlik 1974), dále frekvencí, důvodem, délkou a typem cesty, povahou turistického cíle či druhy aktivit, kterých se turisté ujímají. Tato data jsou posléze důležitými zdroji pro sekundární analýzy, umožňující badatelům odhalit hlavní trendy v moderním turismu (Scheuch 1981).

Mezinárodní turismus jako masový fenomén se stal hlavním zaměřením studia sociologie turismu po druhé světové válce, kdy zahrnoval prakticky všechny sociální třídy v industrializované západní společnosti. Tato expanze byla umožněna jednak vzrůstem životního standardu, jednak zkrácením pracovního roku, které bylo doprovázeno placenou dovolenou v západních zemích a rapidním zlepšením dopravních prostředků. K těmto faktorům může být navíc přidána zvýšená motivace cestovat, o které bude řeč později. Tempo expanze od druhé světové války je obrovské. V roce 1950 bylo zaznamenáno 25.3 milionů zahraničních turistů, o deset let později to bylo už 75.3 milionů, v roce 1970 169 milionů (Young 1973: 52) a v roce 1981 bylo napočítáno již 291 milionů zahraničních turistů. Podobně i vnitrostátní turismus zaznamenal prudké tempo rozvoje. V roce 1981 se jednalo podle World Tourism Trends (1982: 1) o 2.3 bilionů turistů. Hlavními turistickými cíli mezinárodního turismu byly severní Amerika a Evropa, ale i podíl ostatních světových regionů rapidně

vzrůstá. Všeobecně z výzkumů vyplývá, že muži cestují častěji než ženy, starší lidé potom cestují méně než mladí lidé a lidé ve středním věku, přičemž počet mladých turistů ještě vzrůstá (Young 1973). Obyvatelé měst cestují častěji a po celý rok, zatímco venkovští obyvatelé cestují méně často (Dumazdier 1967). Lidé s vyšším příjmem se vydávají na zotavovací cestu do zahraničí každý rok a ti z nejvyšších tříd dokonce několikrát za rok.

Navzdory demokratizaci cestování existují v industrializované západní společnosti velké rozdíly nejenom v tendenci cestovat, ale také v cíli cesty, typu cíle, organizaci, motivaci a stylu cestování a dalších hlubších kulturních motivech inspirujících turismus.

Teprve nedávno vznikly sociopsychologické studie turismu (P-L-Pearce 1982, Stringer 1984). Vznikly studie motivace turistů (Crompton 1979, Dann 1981), dopadu turismu na místní kulturu a životní prostředí (Cort a King 1979, P. L. Pearce 1981), několik studií o postojích (Stoffle 1979, Farrell 1979) či rozhodování (Myers a Moncrief 1978). Zatímco dříve byly motivace turistů chápány spíše jako krátkodobý proces určený mírou okamžitého uspokojení a příčinou cestovního chování (P. L. Pearce 1982), k tomuto přístupu inklinovali spíše badatelé zkoumající volný čas, motivace pro cestování je dnes stále více chápána v termínech týkajících se individuálních dlouhodobých potřeb a životních plánů a důležitými motivy se stávají vnitřní pocity jako sebenaplnění apod. (Dann 1977, MacCannell 1973, 1976 a Cohen 1979).

Jak již bylo zmíněno výše, MacCannell chápe turismus jako moderní ekvivalent náboženské poutě. Obě kategorie spolu souvisí tak, že turista i poutník, oba pátrají po autentických zážitcích. MacCannell se domnívá, že hledání autenticity moderního člověka je podobné zájmu o posvátno v primitivní společnosti. Realita a autentičnost jsou hledány někde „jinde“ – v jiné historické době a jiných kulturách, v čistším, jednodušším životním stylu (MacCannell 1976: 3). A právě hledání takové autentičnosti života činí z člověka turistu. Tuto původní myšlenku MacCannell doplňuje a říká, že vyhlídkový zájezd (sightseeing) má rituální funkci v rozlišení společnosti. Toto rozlišení je symbolizováno rozmanitostí zajímavostí, které jsou moderním ekvivalentem totemických symbolů v jednodušších společnostech. Ikdyž jsou zajímavosti

teoreticky vyjádřením autentičnosti, ne všechny jsou stejně autentické. Ve skutečnosti bývá jejich autentičnost zinscenována hostiteli, kteří tak tajně podrývají úsilí turistů. Cohen tak mluví o zachycení v hraném prostoru, ze kterého není úniku, který nám znemožňuje poznat skutečnou autentičnost dané kultury. MacCannelova myšlenka inspirovala mnoho badatelů v nedávné době, (mezi nimi např. Buck 1978, Schmidt 1979, Papson 1981 či Graburn 1983), zároveň byl jeho přístup také kritizován a reinterpretován (Cohen 1979, Nash 1981, Greenwood 1982 či Schudson 1979). MacCannell, podobně jako i ještě dříve Boorstin (1964), mluví o různých rolích turisty, neboť jak již bylo naznačeno, turisté se liší jeden od druhého svými motivacemi, stylem cestování a jinými aktivitami či chováním.

Byla použita různá kritéria k vytvoření klasifikace turistů a turismu. Typologie V. L. Smithové (1977) je založena na kombinaci počtu turistů a jejich adaptaci na lokální prostředí, zatímco Cohenova (1972) typologie turistických rolí je založena na míře odhalení turistovy neobvyklosti jako izolace uvnitř „bubliny“ jeho domácího prostředí, jenž je podporována turistickými organizacemi. Cohen rozlišuje čtyři typy turistů: organizovaný masový turista, individuální masový turista, cestovatel či průzkumník (explorer) a „flákač“ (drifter). Mnoho nedávných prací může být klasifikováno použitím těchto dvou typologií. Mnoho studií se zabývá masovým turistou jako reprezentantem všech turistů, ale pouze jen několik studií se zaměřuje na organizované masové turisty (Nieto Pineroba 1977, U. Wagner 1977). Třetím cohenovým typem turisty „explorer“ se zabývá i např. Evans (1978), poslední zmíněný typ „drifter“ rozpracovává Cohen 1973 nebo i Vogt (1976). Vzniklo jen několik studií, zabývajících se konkrétními typy turistů a jejich dopadem na hostující kulturu (Cohen 1982 či Evans 1978) (Cohen 1984: 376-379). Nash ignoruje Cohenovy přístupy a zabývá se pojetím turismu jako volného času, sociální organizace, fotografické reprezentace nebo z pohledu sociokulturní či akulturační teorie V. L. Smithové (Subha 1997: 322).

O chování turistů najdeme jen několik detailních prací. Nejběžnější jsou studie chování v přímořských rekreačních letoviscích, které odlišují toto chování na dovolené od „běžného života“. V prvním případě je normalnost pozastavena

a jedinec je na čas osvobozen od jeho běžných zájmů a starostí (Laurent 1973, Cohen 1982). Život na pláži je prožíván jako vytržený z času a prostoru (Cohen, 1984: 378), v tomto smyslu může být přirovnán k Turnerovu pojetí „Communitas“ a liminarity. Victor Turner uvádí ve své knize *Průběh rituálu* pojem „communitas“, jimž označuje společnost nebo skupinu jedinců, jež si jsou rovni a kdy jsou jejich běžné role a postavení na čas odsunuty. Tuto formu odlišuje od společenských vztahů z oblasti běžného života, tzv. struktury, kdy společnost je strukturovaným, diferencovaným a často hierarchickým systémem politicko – právně – hospodářských pozic, které mají různé druhy hodnocení a rozlišují lidi podle kritérií „více“ či „méně“. Turner rozpracovává trojčlennou van Gennepovu kategorii přechodových rituálů a zabývá se především liminární, tzn. přechodnou fází, kde jedinci prochází kulturní oblastí, která nemá žádné atributy minulého ani nadcházejícího stavu. Rysy osoby nacházející se v liminární fázi jsou nejasné, vymykají se nebo vypadávají ze sítě klasifikací, které za normálních okolností stavy a postavení umisťují v kulturním prostoru. Liminární bytosti nejsou ani tam ani tady, nacházejí se mezi postaveními určenými a uspořádanými zákony. Podobně jako turisté ležící celý den na pláži, liminární bytosti nemají žádný majetek, nenosí odznaky moci, mohou mít na sobě jen kus látky nebo jsou naprosto nazí. Krátce řečeno, nemají nic, co by je odlišovalo od ostatních turistů.

Po návratu do třetí fáze, znovuzачlenění nebo přijetí, se jedinec nebo skupina opět nachází v relativně stálém stavu a díky tomu má zase práva a povinnosti vůči ostatním lidem náležejícím k jasně definovaným a strukturálním typům (Turner 2004: 95-122).

1.2.2 Vztahy turisté-domácí obyvatelé

Druhou hlavní oblastí výzkumu sociologie turismu jsou vztahy mezi turisty a domácími obyvateli. Studie se zabývají tématem povahy a změn ve vztazích mezi hostiteli a turisty, které sestává ze tří hlavních dimenzí, jimiž jsou: vztahy,

vnímání (představy) a postoje. Sutton (1978) přichází jako první s analýzou odlišné povahy vzájemného působení domácích a turistů. Charakterizuje je jako setkání mezi návštěvníky, kteří jsou na cestě za potěšením, a domácími, kteří jsou relativně nehybní a jejichž hlavním úkolem je uspokojovat potřeby a přání návštěvníků. Toto setkání je především přechodné, neopakovatelné a asymetrické. Účastníci tohoto vztahu jsou orientováni na dosažení okamžitého uspokojení spíše než na udržení dlouhodobého vztahu.

Tyto základní rysy setkání byly později detailně rozpracovány v dalších výzkumech. Kvůli přechodnosti a neopakovatelnosti tohoto vztahu nemusí účastníci počítat s dopadem jejich současného chování do budoucnosti a proto zde není pocit potřeby pro vytváření vzájemné důvěry. Z tohoto důvodu jsou takové vztahy částečně otevřeny klamu, využívání a nedůvěry, protože oba účastníci vztahu, turisté i hostitelé, mohou snadno od následků nepřátelství a nečestnosti uniknout. Asymetrie tohoto vztahu a hledání okamžitého uspokojení tyto možnosti umocňují. Sutton upozorňuje zejména na asymetrii ve znalostech, kde mají hostitelé výhodu a počítají s údajnou důvěřivostí a naivitou turistů (Mitford 1959, Boorstin 1964). Ale existují zde i další asymetrie. Například smysl setkání je pro oba účastníky různý. Zatímco pro hostitele znamená turismus práci, pro návštěvníky znamená rekreaci, volný čas a tato situace může vytvářet další neporozumění a konflikty zájmu.

Vztahy mezi domácími a turisty jsou zakotveny a regulovány dvěma sociokulturními systémy: domorodým systémem, který je zaplaven turismem a samotným vznikajícím turistickým systémem. Základní vývojové změny sestávají z přechodu z prvního do druhého. Studie těchto změn se obvykle dotýkají problému komercializace pohostinnosti. Turisté jsou zpočátku považováni za součást tradičního vztahu domácí-turista, jakmile ale počet turistů rapidně vzroste, stávají se čím dál méně vítanými, píše Cohen (1982). Tlaky postupně způsobují transformaci tradičních vztahů do čistě komerčních, jenž jsou založeny pouze na zisku. Tato transformace se týká přesunu pohostinnosti, oblasti, kterou mnoho společností nahlíží v hodnotách, jenž jsou naprosto odlišné od ekonomických, do čistě ekonomické sféry.

Jak se turismus vymaňuje z oblasti domorodé pohostinnosti, prochází často etapou odcizení s postojem místních vůči turistům, který Sutton (1967) nazývá kořistnickým či bezohledným. Snaží se na každém návštěvníkovi vydělat co nejvíce, bez ohledu na dlouhodobé důsledky, které jejich chování může mít na příliv dalších turistů. Během této fáze, která se často vyznačuje předstíranou přehnanou pohostinností, se objevuje i nárůst diskriminace vůči turistům či drobné násilí. Tyto události jsou nejen škodlivé pro dlouhodobý rozvoj turismu, ale jsou také překážkou pro vytváření a institucionalizaci profesionalizovaného turistického systému.

Hlavním motivem profesionalizace, poskytnutí kompletního osobního servisu, je uchránit si a zlepšit pověst a tím zajistit dlouhodobý přínos a vzrůstající proud turistů. Profesionalizace tak sestává z úsilí překonat potenciální rozpory mezi ekonomickými a sociálními složkami služební role. Profesionalizované vztahy místních k turistům nenabývají podoby úplně odlidštěných vztahů, ale spíše se stávají profesionálně zinscenovanými, kdy místní „hrají domorodce“, jak píše Cohen (1984: 380). V některých situacích, zejména v pro turisty exotických oblastech, může docházet až ke ztrátě skutečné autenticity, když se domorodé obyvatelstvo snaží z ekonomických důvodů zalíbit turistům a kdy ve zdánlivě původním prostředí předvádí scény ze svého života (Attl, Neidl 2004: 49). MacCannell ve své knize *The tourist* přirovnává toto chování domorodců k „živému muzeu“ (MacCannell 1976: 99).

Postoje a oboustranné vnímání turistů a místních byly zkoumány zejména z perspektivy hostitelů. Máme pouze jen malé množství hodnověrných informací o dopadu turistiky na turisty samotné (např P. L. Pearce 1982.). Obhájci turismu dříve tvrdili, že zlepšuje mezinárodní porozumění, zatímco jejich kritici to popírali. P. L. Pearce (1982) předpokládá, že u turistů se vyvíjejí pozitivní postoje k jejich hostitelům jako důsledek jejich cesty, ale na druhou stranu se domnívá, že zkušenosti z dovolené mají sklon potvrzovat již dříve vštěpené negativní i pozitivní předsudky.

Když se vrátíme nyní k vztahům mezi turisty a místními z perspektivy místních, musíme nejprve konstatovat, že turisté prakticky nikdy nebyli prvními cizinci, kteří pronikli i do těch nejvzdálenějších oblastí světa. Byli vždy

předstižení obchodníky, dobyvateli, správci, misionáři, dobrodruhy či antropology. Tento předešlý kontakt formoval první představy a postoje vůči cizincům, kteří mohou být klasifikováni v tradičních termínech přítel či nepřítel nebo dokonce cizí voják (Leach 1973: 357). Nakolik jsou příchozí akceptováni jako hosté, chovají se k nim domorodci zpočátku jako k individuím v osobním vztahu. S rozšířením turismu nebyli však již místní obyvatelé schopni setkat se s každým návštěvníkem zvlášť a tak se začíná objevovat tendence vytvářet etnickou typologii. S dalším rozvojem turismu došlo ve vědomí domorodců k odlidštění masového turisty a zbavení ho individuality a lidských kvalit.

Doxey (1976) navrhuje základní vývojový model změny v postojích místních obyvatel k turistům, sestávající ze čtyř fází: euforie, netečnosti, zlosti a antagonismu či odporu. Pozitivní postoj může samozřejmě doprovázet první fáze toho vývoje, ale euforie se nemusí vždy projevit jako začátek fáze turismu, speciálně tam, kde jde o donucení zvenku (Fukanaga 1975, Blakeway 1980). V. L. Smithová souhlasí, že antagonismus lze najít ve všech turistických oblastech, a to zejména tam, kde hustota turistů rapidně vzrostla (1977) a tam, kde turismus prohloubil socioekonomické a kulturní rozdíly mezi domorodci a turisty a vzbudil soupeření o omezené místní zdroje (Jordan 1980, Knox 1978). Young zase upozorňuje na to, že turisté mohou sloužit jako terč všeobecné nenávisti vůči bílým cizincům, zejména v bývalých koloniích. Antagonismus ale samozřejmě není nutnou součástí výskytu masového turismu, existují určité faktory, jako například kulturní podobnosti anebo zapojení místních lidí do turismu, jenž mohou změnit či zlepšit postoje k turistům. Místní lidé se stále učí vypořádat se s turisty a tolerovat jejich zvláštní chování (Cohen 1984: 379-382).

1.2.3 Rozvoj a struktura turistického průmyslu

Dalším významným tématem ve studiu turismu je oblast rozvoje a struktury turistického systému. Systém turismu neexistuje osamoceně, nýbrž je součástí

globálního sociálně-ekonomického systému, který je tvořen množinou trvale se vyvíjejících dílčích systémů (Attl, Neidl 2004: 27). Moderní turismus je ekologický, ekonomický a politický systém, který je komplexní a globální. Tento systém se vyznačuje odstředivou tendencí, jak se neustále rozšiřuje do nových oblastí, ať už je to přirozený, organický pohyb jako důsledek vnitřních impulsů, anebo vyvolaný úsilím „zvenku“, národních či mezinárodních organizací (Cohen 1972). Jádrem tohoto globálního turistického systému leží v hlavních turistických zemích, je jakousi geografickou základnou, odkud se tento systém rozšiřuje do stále více odlehlých oblastí. V dnešní době pronikl turismus i do tak vzdálených a dříve nepřístupných zemí, jako jsou země Třetího světa nebo polární oblasti, dokonce se již objevily spekulace o výletech do vesmíru.

Turistický systém se skládá z národních a stále více mezinárodních spolupracujících aktérů a vládních a mezinárodních organizací, jako jsou aerolinie, cestovní společnosti a agentury, hotelové sítě, mezinárodní cestovní organizace jako např. IATA (International association of Travel Agents) či IUTO (International union of official travel organization) a dalších různých vládních či mezivládních organizací. Struktura turistického průmyslu na globální úrovni má významný dopad na strukturu na regionální úrovni. Tento dopad je základním předmětem zájmu těch badatelů, kteří studují turismus z perspektivy teorie závislosti (Pérez 1973, Wood 1979 či Britton 1982).

Sociologové a antropologové dosud studovali změny turistického systému především na regionální nebo místní úrovni. Tzv. „genetický přístup“ byl zaveden Forsterem, který upozornil na procesualní povahu turismu, jenž vytváří typ narůstající příčiny a nakonec s průnikem do nové oblasti novou ekonomickou základnu. Významnou prací na tomto poli je studie Greenwooda (1972). Na základě této Greenwoodovy studie rozvedl **Noronha** (1977) základní **model rozvoje turismu**, který sestává ze tří stupňů:

- 1) objevení
- 2) místní reakce a iniciativy
- 3) institucionalizace

Model je založen na předpokladu, že v nově objevených oblastech se turismus zpočátku vyvíjí spontánně a je založen na místních iniciativách.

Později, když se místní zdroje ukáží jako nedostatečné pro další rozvoj, zasáhnou širší politické a ekonomické organizace. V tomto procesu dochází k přeměně tradičního „řemeslného“ turismu v průmyslový, čímž je turismus povýšen na mezinárodní normu. Hlavním důsledkem tohoto modelu je skutečnost, že jak se průmysl nadále rozvíjí, místní ztrácejí kontrolu a jejich totální podíl na celkovém zisku rapidně klesá (Rodenburg 1980 a Jenkins 1982). Peck a Lepie (1977) argumentují, že neexistuje pouze jeden model změny rozvoje turismu, ale současně několik různých typů, lišících se podle toho, zda se turistický systém vyvíjí samovolně na základě vnitřních impulsů, anebo je jeho počáteční růst vyvolán zvenku. **Butler** (1980) zase rozlišuje mezi pěti vývojovými stupni:

- 1) vývoj
- 2) zapojení či angažovanost
- 3) rozvoj a upevnění
- 4) stagnace
- 5) pokles nebo revitalizace

Hovinen (1982) aplikoval upravenou verzi tohoto modelu na Hrabství Lancaster v Pensylvánii. Tento model se jeví jako dostačující pro změny v mnoha starších letoviscích, jako jsou např. Nice, Queenstown nebo střediska na Novém Zélandu, jež se vytvářely „organicky“, zatímco se jeví jako pravděpodobně neaplikovatelný na ty oblasti, kde byl rozvoj turismu navozen zvenku, například v zemích tzv. Třetího světa (Cohen 1984: 382-383).

1.2.4 Důsledky turismu

Téma dopadu turismu je doposud nejintenzivněji zkoumaným výzkumným polem v oblasti antropologie či sociologie turismu. Největší množství prací se zaměřuje na hostující společnost, dopad turismu na zemi původu turistů bývá zatím opomíjen.

Mnoho autorů rozlišuje mezi socioekonomickými a sociokulturními dopady turismu. Noronha 1977 a Cleverdon 1979 podávají vyčerpávající výzkum řady socioekonomických dopadů turismu v odlišných podmínkách. Socioekonomické studie zahrnují zejména osm hlavních témat:

- 1) zahraniční výměna
- 2) příjem
- 3) zaměstnanost
- 4) ceny
- 5) rozdělení přínosu
- 6) vlastnictví a kontrola
- 7) rozvoj
- 8) vládní výnos

Je dokázáno, že turismus vytváří podmínky pro zahraniční výměnu, touto oblastí se zabývali Gray 1982, Varley 1978 či Wall a Ali 1977, dále také jistě vytváří příjem pro hostující zemi (Cleverdon 1979) a zaměstnání pro domácí populaci (Noronha 1977, Cleverdon 1979, de Kadt 1979). Turismus se také stává důležitým zdrojem státního příjmu, což může být hlavním důvodem toho proč vláda dychtí po podpoře rychlého rozvoje (taktéž Cleverdon 1979).

Kromě toho turismus vytváří nebo posiluje inflační tendence vyvíjením tlaku na zdroje, jejichž zásoba je nestálá (Urbanowicz 1977). Je-li turismus přínosem pro ty, jenž jsou v něm přímo zapojeni, může naopak znamenat strádání pro zbytek populace.

Sociokulturní dopady turismu jsou četné a různé, ale většina z nich může být klasifikována jedním z deseti hlavních témat:

- 1) zapojení komunity do širšího systému
- 2) povaha mezilidských vztahů
- 3) základ sociální organizace
- 4) rytmus sociálního života
- 5) migrace
- 6) rozdělení práce
- 7) rozvrstvení společnosti
- 8) rozdělení sil

9) deviace

10) zvyky a umění (kultura)

Místní komunity jsou stále více zapojeny do širšího národního a mezinárodního systému, což bohužel přináší často ztrátu místní autonomie. Blaho společností závisí čím dál více na vnějších faktorech, jako změna módy, celosvětová prosperita nebo hospodářský pokles, atd., nad kterými nemá žádnou kontrolu.

Na úrovni místních mezilidských vztahů vykazuje turismus tendenci ztráty soudržnosti a naopak růstu individualismu a tak přispívá k vytváření stresu a konfliktů (Redclift 1973, Boissevain 1977, Andronicou 1979). Ale za některých okolností také produkuje opačné reakce jako posílení skupinové solidarity (Boisevain 1977, Reynoso y Valle a de Regt 1979).

Dopad turismu na základy sociální organizace, zejména v jednodušších a tradičních společnostech, spočívá v rozšíření ekonomické sféry: některé oblasti života, jenž nebyly dosud řízeny primárně ekonomickými kritérii se stávají komercializovanými (Greenwood 1977). Mimoto úvahy nad ekonomickými zisky zabírají přední místa v hodnotách místních lidí, nejenom v obchodování s turisty, ale i v jednání mezi sebou.

Mnoho badatelů se zajímalo o dopad turismu na rytmus sociálního života. Turismus je vysoce sezónní aktivitou, která drasticky ovlivňuje tradiční způsob života v zemědělských společnostech (Clarke 1981, Greenwood 1972, Jordan 1980). Také ovlivňuje rozvržení denního času mezi prací a volným časem, které může narušit i rodinný život.

Turismus vytváří nové pracovní příležitosti v turistických oblastech a proto ovlivňuje migrační vzory ve dvou hlavních směrech: pomáhá společnosti jednak udržet členy, kteří by jinak emigrovali, například nezaměstnanou nebo jen částečně zaměstnanou mládež v ekonomicky okrajových oblastech jako jsou hory nebo ostrovy, ale zároveň přitahuje lidi zvenku, kteří hledají práci nebo ekonomickou příležitost pro přivýdělek, často z jiných oblastí ekonomie, například zemědělství. A tak turismus přispívá k urbanizaci (Rambaud 1967 či McKean 1976).

Významným důsledkem turismu je jeho dopad na rozdělení práce, zejména mezi pohlavími. Vytváří nové druhy pracovních příležitostí a nabízí tak například mladým ženám práci v turistických službách, v hotelích, ve výrobě řemeslných výrobků nebo suvenýrů pro turistický trh nebo v turisticky orientované prostituci. Tato změna nejenže ovlivňuje rozdělení prací uvnitř domácnosti, ale má také vliv na postavení ženy v rodině (Noronha 1977).

Turismus musí při svém vývoji také přihlížet k dopadům na ekologické prostředí, musí se chovat ekologicky, aby si uchoval podstatnou část toho, co „prodává“, tj. zdravé životní prostředí. Na druhé straně i ekologické prostředí má v mnoha případech determinující vliv na turismus, ovlivňuje jeho předpoklady i samotnou existenci. Turismus iniciuje vznik národních parků a přírodních rezervací, podporuje vytváření turistických tras a vytváří pracovní příležitosti pro množství lidí, kteří pečují o ekologické prostředí. S rozvojem masového turismu však dochází k jeho negativnímu ovlivňování ekologického prostředí, přispívá k znečištění vodních ploch odpadními vodami, emise automobilů a autokarů s turisty způsobují značné problémy. Silným negativním faktorem je nadměrný hluk v okolí letišť, dálnic a v místech s velkou koncentrací návštěvníků (Attl, Nejd 2004: 57-61). První práce o dopadu turismu a globalizace na životní prostředí vznikají v 70. letech. Významnými autory, zabývajícími se touto problematikou, jsou zejména Cohen (1978), Farrell a Runyan (1991). O dopadu turismu na životní prostředí v Himalájích píše Shrestrová (1989) či Sharmová (1989).

Mnoho autorů se také zabývalo dopadem turismu na rozvrstvení společnosti. Turismus podporuje změny v kritériích pro stratifikaci, zvýšeným důrazem na ekonomickou sféru zvyšuje hodnotu peněz jako kritéria stratifikace oproti více tradičním kritériím, jako jsou původ nebo úcta k postavení. Má sklon přeměňovat existující stratifikační systém, třebaže důsledky nemusí být tak závažné, vytváří novou sociální vrstvu (de Kadt 1979 či Cohen 1983). Nejobecnější dopad, který má turismus na rozvrstvení společnosti, je to, že zvyšuje sociální nerovnost, a tak rozšiřuje rozsah stratifikačního systému. Tato změna odráží jak zvýšené rozdělení práce, tak nerovnoměrné rozdělení přínosu, které je obvykle doprovází (Cohen 1984: 387).

Vzhledem ke své podstatě je politické prostředí neopomenutelnou součástí předpokladů pro rozvoj turismu (Attl, Nejd 2004: 54). Doposud však vzniklo jen několik studií o specificky politických důsledcích turismu. Popisují, jak turismus umožňuje vznik nových druhů politických zájmů a vede k vytvoření nových politických úřadů a center a nových typů vůdců, kteří konkurují tradičnímu lokálnímu vedení. Důsledkem může být vytvoření konfliktů kolem nových problémů (Nunez 1963, Redclift 1973).

Nicholls (1976) přichází s myšlenkou, že turismus povzbuzuje různé druhy deviace, jako jsou například krádeže, žebrání, prostituce nebo podvody. Cohen upozorňuje spíše na zveličení těchto problémů, zejména v případě prostituce.

„*Turisté jsou opálení ničitelé kultury*“, píše ve své knize *The Golden Hordes* Turner a Ash. „*Každý člověk zabije věc, kterou má rád*“, píše zase Jafari, editor *Annals of tourism research* (Crick 1989: 309). Dopad turismu na zvyky a umění byl zkoumán velmi rozsáhle (například Graburn 1976). Umění a zvyky se staly ekonomickou doménou jako zdroje podpory turismu. Zatímco skutečnost, že se tak děje, je běžně akceptována, otázka jejich přeměny a znehodnocení je stále diskutována. Řemeslo a umění prodělaly tím, jak byly adresovány novému, „cizímu“ publiku, které nesdílelo jejich kulturní pozadí, jazyk ani hodnoty, dalekosáhlé změny. Tance a rituály byly zkráceny a nastrojeny a lidové umění a zvyky pozměněny, imitovány a příležitostně i vymyšleny pro zisk (Boorstin 1964, Graburn 1976). Turismus bývá často prezentován jako znehodnocovatel či ničitel zvyků a může vést až k masové produkci levného zboží a suvenýrů bez umělecké hodnoty, ušitých na míru potřebám turistů. Samozřejmě se jedná o velmi diskutované téma, na druhou stranu ale jsou zde i jiné skutečnosti, které kritika přehlíží. Jednak turismus podporuje jinak skomírající lidové umění a povzbuzuje rozvoj nového umění a stylu, někdy i vysoké umělecké kvality (Graburn 1976, Cohen 1983 či Andronicou 1979). Cohen upozorňuje, že mnohem užitečnější je přistupovat k tomuto umění jako k další, ikdyž poněkud urychlené, fázi v postupném procesu kulturní změny (Cohen 1984: 383-388).

2 Turismus jako metafora postmoderního životního stylu

V této kapitole bych chtěla rozvést myšlenku, že fenomén turismu je možné nahlížet jako metaforu postmoderního životního stylu. Turismus v jeho složitosti a mnohvrstevnosti je záležitostí zcela novodobou, resp. otázkou posledních padesáti let a v dnešním postmoderním světě, kde již vzdálenost nehraje téměř žádnou roli a kde přestal být prostor pro člověka překážkou, jsme všichni neustále v pohybu, všichni jsme na našich cestách životem tak trochu turisté.

Přestože je turismus záležitostí zcela novodobou, lze u něho sledovat poměrně zajímavý vývoj. Jeho vznik byl podmíněn celou řadou politických, ekonomických, společenských a zejména technologických souvislostí. Proto bych v této kapitole chtěla přiblížit i některé významné události a společenské jevy, které významným způsobem formovaly a ovlivňovaly rozvoj turismu až do dnešní podoby.

Rux (2004) uvádí, že slovo *tourism* se v angličtině objevuje až na počátku 19. století. Výraz je zřejmě odvozen od řeckého slova *tornos*, kterým byl označován nástroj kruhového tvaru. Odtud vzniklo latinské *tornare* – zakulatit, kroužit a dále francouzské *tour*, které přešlo dále do němčiny, kde se teprve po pruskofrancouzské válce prosazuje termín *Reise* (Attl, NejdI 2004: 74-77). Většina autorů se shoduje v tom, že vznik turismu jako společensko-ekonomického fenoménu spadá do období 17. a 18. století. Tehdy se ještě jednalo výhradně o individuální turismus. Turismus v širším měřítku se začal rozvíjet až v průběhu 19. století, teprve však po druhé světové válce se stává globálním hospodářským odvětvím.

Při popisu vývoje turismu jsem vyšla zejména z etapizace W. Freyera (1990), který za hlavní rozlišovací znaky pokládá druh dopravního prostředku, motivaci v účasti na turismu (zde jde především o změnu motivace z nutnosti cestovat k cestování jako využití volného času) a typologii účastníků, jenž odráží socioekonomické změny ve společnosti (Attl, NejdI 2004: 75). Jiný pohled na vývoj turismu nabízejí Burkart a Medlik ve své knize *Tourism. Past,*

Present and future (1974). Zatímco Freyer (1990: 20) uvažuje o čtyřech hlavních fázích turismu: Předfáze - do r. 1850

Počáteční fáze 1850-1914

Rozvojová fáze 1914-1945

Vrcholná fáze – po r. 1945

Burkart a Medlik popisují tři etapy vývoje turismu. První etapa souvisí s rozvojem železniční dopravy a trvá do poloviny 19. století. S rozvojem dopravy je spojena i druhá fáze, vedle železniční dopravy zde hraje také velkou roli rozvoj silniční a letecké dopravy. Za třetí etapu ve vývoji turismu považují období od počátku první světové války do současnosti (Burkart, Medlik : 1974: 3).

2.1 Vývojové etapy turismu

Proces objevování, poznávání a zpřístupňování jednotlivých míst Země byl jedním z primárních předpokladů pro vznik turismu. Zároveň se však zaměřím i na další jevy a události, jenž vedly ke vzniku prvních zárodků turismu v dnešním chápání.

2.1.1 Předfáze – období do roku 1850

Již ve starověku lidé zaznamenávali své poznatky o okolním světě a zhotovovali mapy, plány, atlasy, itineráře, psali eseje, cestopisy a jiná literární díla. Mykénská kultura, vzkvétající na březích Egejského moře již v polovině třetího tisíciletí př.n.l., vytvořila kromě proslulých staveb i první námořní říši v dějinách. Záhadní Minojci se významným způsobem podíleli na poznání oblasti Středomoří, tisíciletý rozvoj této vyspělé civilizace byl však násilně přerušen útoky Dóřů (Skřivan, Křivský 1980: 17). Současně přispívali

k rozšíření poznatků o tehdejší světě i staří Egyptané, kteří pronikli až do oblasti Núbie a taktéž k Rudému a Středomořnímu moři. Největšími starověkými mořeplavci byli ovšem Féničané, kteří při svých námořních cestách zakládali mnohé kolonie v oblasti Středomoří. Byli to první mořeplavci, kteří zřejmě pronikli na jižní polokouli. Nejvíce poznatků o antickém cestování nám poskytuje řecká a římská literatura. Oblast řeckých zájmů sahala od Černého moře až po oblast Španělska a dotýkala se i Persie, Egypta či Libye. Z geografického hlediska byly významnější myšlenky pýthagorejců, kteří již vnímali Zemi jako kouli. Ve 4. stol. př.n.l. podstatně změnilo představu o tehdejší světě vojenské a průzkumné výpravy Alexandra Velikého do oblasti dnešní střední Asie, Iránu, Afghánistánu či Indie. Velice důležitým historickým pramenem jsou dnes tzv. itineráře, časové harmonogramy cest, pořizované v římské době. Jsou zde uvedeny informace o silnicích, silničních stanicích a vzdálenostech mezi jednotlivými lokalitami (Attl, Nejd 2004: 77-79).

Ani ve středověku neustává úsilí lidí o zaznamenávání cestopisných a kartografických poznatků o tehdy známém světě. Významnými zdroji jsou například popisy křesťanských poutí. Poutí můžeme charakterizovat čtyřmi základními znaky:

- 1) předpokládá nějakou cestu, tedy fyzickou námahu v prostoru (fyzický charakter)
- 2) je to duchovní zkouška, neboť tato cesta činí z poutníka cizince všude, kudy prochází (duchovní charakter)
- 3) tato cesta má předem stanovený cíl, který jí dává vyšší smysl (transcendentální charakter)
- 4) je to období svátků a oslavování (sakrační charakter)

Spíše než na místo, kam chtěl poutník dospět, byl na počátku středověku kladen větší důraz na cestu jako vytržení z každodenní reality a na čas potřebný k uskutečnění pouti. Jít za „něčím jiným“, to je hlavní myšlenka pouti. V průběhu středověku se však význam cíle upřesňuje. Výsledkem cesty musel být jak prospěch duchovní tak tělesný, tedy odpuštění hříchů i uzdravení těla. (Goff, Schmitt 2002: 504) Podrobnější informace o významu náboženství pro

cestování a o tom, jak lidé pohlíželi na cizince a jak na ně reagovali, najdeme v knize Norberta Ohlera: *Cestování ve středověku* (2003).

Arabové podnikali ve svých výpravách za obchodem řadu cest výzkumného charakteru. Pronikli až do Číny nebo do oblasti Čadského jezera a do Timbaktu (dnešní Mali) či jižního Španělska. Za nejznámějšího arabského cestovatele byl považován Ibn Battútu, který procestoval celý tehdy známý svět od Indie po Nigérii.

Vyprávění benátského obchodníka a cestovatele Marco Pola o bohatství daleké tatarské říše vyvolala mezi řadami středověkého obyvatelstva pochyby a dokonce i posměšky. Polo se vydal se svým otcem a strýcem v roce 1271 po hedvábné cestě do Střední Asie a Číny. Na cestě v roce 1271 byl Marco Polo přijat do služeb u chána Kublaje v Kambaleku (mongolský název pro Peking) (Tichá 1986: 307) a stal se inspektorem a z vládcova pověření cestoval po Číně. Po návratu se stal Marco Polo váženým občanem Benátek, jeho zprávám z cest však nikdo moc tehdy nevěřil. Jeho spis *Popis světa* byl přejmenován na *Milión* a stal se významným spisem 14. století (Martínek, Martínek 2003: 407-410).

Období zámořských objevů spadá však zejména do období novověku. Mezi prvními významnými objeviteli tohoto období byli Portugalci, kteří dosáhli až území dnešního pobřeží Sierra Leone a Libérie a v roce 1462 objevili ústí řeky Kongo. Významným cestovatelem tohoto období byl Vasco da Gama, který v roce 1498 doplul do Indie. Dalším významným portugalským objevitelem byl Fernao de Magalhaes, sloužící ve španělských službách, jehož cílem bylo nalézt průliv jihoamerickou pevninou, kterou by bylo možné proplout z Atlantiku do Pacifiku. To se mu také v r. 1520 podařilo (Attl, Nejd 2004: 81). Neměla bych jistě vynechat ani významného mořeplavce Kryštofa Kolumba, objevitele Nového světa.

K dalším objevitelským národům se řadili i Francouzi, Angličané (F. Drake) a Holanďané (Abel Tasman, W. Janzsoon) a svoji zásluhu na rozvoji objevitelských cest mají i Rusové (Chabarov, Děžněv) (Attl, Nejd 2004: 82). Jedním z posledních velkých objevitelů byl anglický mořeplavec James Cook, který byl nejvýznamnějším badatelem v oblasti Tichého oceánu. Prozkoumal

Nový Zéland a Tahiti, objevil východní pobřeží Austrálie, Nové Kaledonie, Havajské ostrovy a Jižní Georgii. Prozkoumal i oblast jižního polárního kruhu či Beringgův průliv (Ottova všeobecná encyklopedie 2003: 211). Nesmíme však zapomenout ani na české cestovatele. Pozornost si zde zaslouží alespoň Oldřich Čech z Furlánska. Přestože to byl cestovatel stejně významný jako Marco Polo, u nás jej nezná téměř nikdo. Vzhledem k charakteru mé práce jej však považuji za významného, neboť proslul zejména svým prvenstvím v cestách do východních zemí. O jeho putování po východních krajích světa se dozvídáme z jeho spisu *Cesta do říše velkého chána* (1998). Významným českým cestovatelem byl také Kryštof Harant z Polžic a Bezdržic, který se po smrti ženy rozhodl nalézt klid ve svaté zemi. Podnikl tedy cestu do Palestiny a Jeruzaléma a poté ještě několik cest k Rudému moři. Po návratu napsal spis: „*Cesta z království českého do Benátek, odtud po moři do země Svaté*“ (vydáno r. 1608) (Tichá 1986: 310-311).

Proces poznávání Země, kterým prošla lidská společnost v průběhu několika staletí, byl jedním ze stěžejních předpokladů pro vznik turismu. Vedle toho vznik turismu ovlivnily další faktory z období do roku 1850.

Významným faktorem byl počátek cestování i v řadách obyčejných lidí, tedy neprofesionálů, ikdyž jen v úzké části společnosti – elita, šlechta, vzdělanci a obchodníci. Vznik kapitalismu přinesl významné politické, ekonomické a administrativní změny. Primární podmínkou pro rozvoj cestování bylo zrušení nevolnictví v Evropě (v českých zemích bylo nevolnictví zrušeno v roce 1781 císařem Josefem II.) a zrušení otroctví v USA v roce 1808. S růstem bohatství vznikají již zárodky cestování, které je spojeno s využitím volného času. Významným faktorem pro rozvoj cestování byl především pokrok v oblasti dopravy. Na konci tohoto období se objevuje další významný faktor, který rychle přispívá k rozvoji celého procesu turismu, první podnikatelské příležitosti, jež vedou až ke vzniku prvních cestovních kanceláří. Venkov zatím zůstává pro turismus neobjeven, stejně tak zatím není využíváno moře a mořské pobřeží (Attl, Nejd 2004: 83).

2.1.2 Počáteční fáze – do roku 1914

V letech 1850 – 1914 to byly zejména technologické a socio-ekonomické předpoklady, které významným způsobem ovlivnily rozvoj turismu. Po krátkém nastínění objevitelských cest druhé poloviny 19. století se budu věnovat zejména otázce rozvoje dopravních možností, jenž byly hlavním hnacím motorem rozvoje turismu v tomto období.

Ještě ve druhé polovině 19. století jsou na Zemi rozsáhlá, dosud neprozkoumaná, území. Mezi významné objevitele tohoto období patří i někteří čeští cestovatelé. Český lékař a cestovatel Emil Holub se zasloužil o prozkoumání některých dosud neznámých oblastí Afriky. Čerstvý absolvent medicíny, okouzlený postavou největšího cestovatele 19. století Davida Livingstonea, mj. objevitele Viktoriiniých vodopádů a Henry Mortona Stanleyho, který zmapoval jezero Tanganika a proplul celý tok řeky Kongo, se vydal v květnu roku 1872 do Jižní Afriky, kde začal s lékařskou praxí. Další výpravy vytvořily základ pro Holubovy rozsáhlé přírodovědecké a etnografické sbírky, které zaslal do Prahy a které Vojta Náprstek, další významný český cestovatel tehdejší doby, vystavil na Staroměstské radnici (Martínek 2003: 253-255).

Rozvoj turismu v dnešním chápání, tj. především jako společensko-ekonomický proces využívání volného času, spadá do období druhé poloviny 19. století. V této době vznikla celá řada turistických spolků, které přispívají k budování materiálně technické základny turismu (ubytovací zařízení, rozhledny apod.). Primárním momentem pro rozvoj turismu je rozvoj turistické infrastruktury, především rozvoj dopravy. Technickým předpokladem pro rozvoj železniční dopravy byl zejména vynález parního stroje, ikdyž první železniční trati byly koněspřežné. První koňka začala jezdit na trase České Budějovice – Linec (dnešní Rakousko) a první parní lokomotiva byla uvedena do provozu v roce 1825 v Anglii. Motorová silniční doprava se začala rozvíjet zhruba o sto let později. I zde byly předpokladem rozvoje technické vynálezy jako vynález spalovacího motoru (Benz a Daimler v roce 1885) a pneumatiky (Dunlop v roce

1888). S rozvojem pásové výroby začíná období prudkého rozvoje automobilismu, který trvá prakticky dodnes. Dnes je tomu také již více než 100 let, kdy lidé poprvé vzlétli do vzduchu v řízeném motorovém letadle, což se poprvé podařilo bratrům Orvillu a Wilburu Wrightovým. Technologický rozvoj se podílel i na rozvoji lodní dopravy. Vynález parního stroje J. Watterem v roce 1769 byl využit k pohonu parníku. O třicet let později již překonal první parník Atlantický oceán. Zapomenout ale nesmíme ani na cyklistickou dopravu, i zde mezi technické předpoklady rozvoje patří vynález ozubeného kola či dynamo (Attl, Nejd 2004: 84-88).

Rozvoj infrastruktury je spjat také s rozvojem ubytovacích a stravovacích služeb, první rodinný hotel otevřel v Londýnské Covent Garden David Low v roce 1774. Během dalších padesáti let se ubytovací služby rozvíjely velmi rychle a jejich masový rozvoj byl vázán zejména na rozvoj železniční dopravy. V tak vzdálených a svébytných kulturách jako je například právě Indie nebo Nepál je westernizace otázkou až posledních padesáti let. O rozvoji hotelových služeb a turismu v Nepálu píše například antropoložka Valene L. Smithová v článku: *Controlled vs . uncontrolled tourism* (1979).

S rozvojem infrastruktury souvisí také vznik prvních cestovních kanceláří. Počátky organizovaného turismu jsou spjaty s angličanem Thomasem Cookem a datem 1841, kdy Cook zorganizoval první železniční výlet z Leicesteru do Loughborough. V roce 1845 založil v Leicesteru první cestovní kancelář na světě. Na konci 19. století má již Cookova cestovní kancelář mezinárodní charakter a je vedoucí společností světového trhu cestovních kanceláří. Na přelomu let 1872 a 1873 uspořádala jeho kancelář první cestu kolem světa. Před sto lety byla založena Cookova kancelář v Indii, která přijala turismus jako součást rozvojového plánu země (Smith 1979: 4). Hlavní význam Thomase Cooka pro rozvoj turismu však nespočívá pouze v tom, že byl zakladatelem první cestovní kanceláře, ale zavedl také jisté pracovní postupy a techniky, které se používají dodnes. Zavedl předchůdce cestovních šeků či organizované cesty spojené s výkladem průvodců. Byl však také prvním, kdo zorganizoval první letecký zájezd na světě a kdo zpřístupnil cestování i pro ženy. Téměř současně vznikají i zárodky organizovaného cestování ve

Spojených státech, jednou z prvních kanceláří byla American Express, dnes největší cestovní kancelář na světě (Attl, Nejd 2004: 88-92).

Materiální základna turismu se rychle rozšířila do podoby masové záležitosti, přičemž podstatnou zásluhu na této skutečnosti měl především rozvoj železniční dopravy. Vznik motorové silniční a letecké dopravy nebyl pro rozvoj turismu v tomto období ještě určujícím. V této fázi rozvoje turismu se rozšiřují jeho formy a druhy, objevují se lázeňský a rekreační turismus, dnes nejmasovější druhy turismu. Tehdy byly však spíše jevem okrajovým, významnou roli zaujímal turismus spojený s prací a výkonem povolání. Politické, ekonomické a sociální změny ve společnosti otevřely možnosti cestování i pro další společenské vrstvy. K významným ekonomickým jevům patřilo například snižování významu zemědělství a počátek procesu stěhování obyvatelstva do měst. Počátek 19. století je také spjat se vznikem zárodků zábavního průmyslu (například fotbal, dostihy, kasina,..), který se zanedlouho stává významnou součástí turismu (Attl, Nejd 2004: 93).

2.1.3 Rozvojová fáze – 1914-1945

W. Freyer vymezuje tuto fázi rozvoje turismu dvěma významnými daty, na jedné straně je to počátek první světové a na druhé straně ukončení druhé světové války. Významným prvkem pro rozvoj turismu v tomto období byly hluboké sociální změny ve společnosti, které se týkaly zejména rozsahu volného času, velikosti příjmů a dalších podstatných faktorů, které umožňovaly zapojení stále většího množství lidí do turismu. Přestože je toto období spjato s velkou světovou hospodářskou krizí, účast lidí na turismu se zvětšovala, například v důsledku zavádění zvyšování placené dovolené. Dalším prvkem, umožňujícím účast stále většího počtu lidí například na lázeňsko-léčebném turismu, byl rozvoj sociálního a zdravotního pojištění. I nadále hraje v rozvoji cestování hlavní roli rozvoj dopravy. Dominantní postavení rychle přebírá, především díky hromadné produkci automobilů v USA, silniční motorová

doprava, přitom se začíná rozvíjet i doprava letecká. Její masové využití spadá však až do následující, vrcholné, fáze rozvoje turismu. Turismus proniká do stále více destinací, jsou zpřístupněny i pobřežní oblasti Středomoří, proniká i do Asie, Afriky a Jižní Ameriky. Zároveň se objevují zárodky dalších turistických forem, vzniká venkovský cestovní ruch, objevuje se i nábožensky orientovaný turismus. Internacionalizace turismu si postupně vyžaduje vznik některých mezinárodních organizací. Meziválečné období je také prvním, kdy se začíná turismus statisticky sledovat, což umožňuje jeho kvalifikovanější analyzování a vyhodnocování jeho efektů (Attl, Nejd 2004: 94-98). V této době také vznikají první sociologické články na téma turismus. V roce 1930 píše L.von Wiese své pojednání: *Fremdenverkehr als Zwischenmenschliche Beziehung* a na něho navazují anglické příspěvky *The tourist movement* (Ogilvie, 1933, London) a *The tourist industry, a national and international survey* (Norval, 1936, London).

2.1.4 Vrcholová fáze – období po roce 1945

Základní předpoklady rychlého rozvoje turismu po druhé světové válce byly zejména ukončení druhé světové války a následné rozdělení světa do dvou zneprátelených politických bloků, spolu s dalšími jevy geopolitického vývoje jako byly rozpad zbytku koloniální soustavy, vznik zemí tzv. třetího světa, apod., které předurčily nejen směr a tempo rozvoje turismu ve světě, ale i jeho geografické rozložení. Významné jsou změny v sociální struktuře společnosti ve druhé polovině dvacátého století. S tím úzce souvisí zlepšení příjmových podmínek účastníků turismu. S ekonomickým významem turismu se podstatně zvyšuje role státu, který opatřuje turismus zákonnými předpisy například v oblasti daní, devizového hospodářství, vízové, pasové a celní politiky, atd. Kromě toho v jednotlivých státech vznikají postupně orgány, které mají správu turismu přímo ve své kompetenci. I nadále primárním faktorem, umožňujícím vývoj turismu, zůstává rozvoj dopravy. Významnými faktory rozvoje dopravních služeb po druhé světové válce jsou elektrifikace železniční dopravy, zavedení

proudových a později i nadzvukových letadel do civilní letecké přepravy a vybudování silniční a dálniční sítě a rozšíření automobilismu do všech oblastí světa. Přeprava již není jen pouhým prostředkem pro překonání vzdálenosti mezi výchozím a cílovým místem turistů, ale stává se sama cílem, pro který účastníci cestu absolvují. Objevují se například turistické vláčky ve švýcarských Alpách či dalších horských oblastech po celém světě (Attl, Nejd 2004: 98-100).

Kromě rozvoje dopravy se rozvíjí také zcela nové formy budování ubytovacích kapacit, dochází k rozvoji komplexních turistických středisek s úplnou vybaveností ubytovacích, stravovacích, společensko-zábavních, přepravních či peněžních služeb. S dalším rozvojem turismu souvisí i jeho **institucionalizace**. Vzniká celá řada vládních i nevládních mezinárodních organizací. V roce 1974 je založena WTO (World tourism organization). Je to vládní organizace se statutem OSN, která sdružuje 115 členů a značný počet členů přidružených včetně podnikatelských organizací. Jejím předchůdcem byla IUTO (International union of official travel organizations), instituce mezivládního charakteru (Pásková, Zelenka 2002: 359). Z oborových organizací, vzniklých po druhé světové válce, je to například IATA (International Air Transport Association), která byla založena v Havaně v roce 1945 s cílem vytvořit jednotný světový systém letecké dopravy. Dnes má 230 členů a je sdružením většiny mezinárodních leteckých společností z více než 100 zemí, jejichž opatření směřují ke sjednocení cen a obchodních podmínek přepravců (Pásková, Zelenka 2002: 350).

Pronikavým rysem rozvoje turismu v posledních desetiletích je jeho **globalizace**. Turismus postupně proniká do všech oblastí světa, což s sebou nese výrazné ekonomické, sociální a ekologické dopady. Od 60. let se začíná sledovat vliv turismu na životní prostředí. Pojem „turistické znečištění“ se objevuje v 70. letech. O dopadu turismu na životní prostředí v Himalájích píše Shrestrová (1989) či Sharmová (1989). Zjevné jsou také nevhodné **dopady turismu** na kulturní, společenskou a národní identitu obyvatel cílových destinací. O socioekonomických dopadech na kulturu obyvatel Himalájí píše například antropoložka T. B. Subbová (1983) nebo již zmíněné autorky Shrestrová a Sharmová, které se zabývají nejen ekologickými důsledky turismu,

ale mluví také o kulturních dopadech jako jsou degenerace sociálních hodnot, narušení duševní rovnováhy nebo změny ve výživě obyvatel cílových destinací. Lidé jsou učeni „prodávat“ své úsměvy, tradice, historii, svaté obřady, hodnoty jakož i lidskou důstojnost (Subba 1997: 322). Obrovský vliv na rozvoj cestovního ruchu má v posledních 30-ti letech rapidní **rozvoj technologií**, především v oblasti komunikací. Zavedení systémů výpočetní a informační techniky umožnilo vznik systémů, které postupně získaly postavení celosvětových globálních distribučních systémů. Turismus nabývá stále více **masový charakter**. Hluboké sociálně ekonomické změny ve společnosti vedly k dynamickému rozšíření možnosti cestovat (Attl, Nejd 2004: 101-103) a cestování se tak stalo nedílnou součástí životního stylu obyvatel současné postmoderní společnosti.

2.2 „Postmoderní“ společnost v pohybu

*„Našim opravdovým osudem
je možná být věčbě na cestě,
neustále litovat a nostalgicky toužit,
stále dychtit po odpočinku a bez přestání bloudit.
Posvátná je ve skutečnosti jen ta cesta,
jejíž cíl neznáme,
ale po které přesto vytrvale jdeme,
kráčejíce temnotou vstříc nebezpečí,
aniž víme, co nás čeká“*

Stefan Zweig

V této kapitole bych chtěla rozvést některé myšlenky antropologů a sociologů, kteří nahlízejí na současnou společnost jako na „cestu“ a kteří chápou „pohyb“, resp. „setrvávání v neustálém pohybu“ jako hlavní charakteristiku současné, pozdně moderní či postmoderní společnosti.

Vycházela jsem zejména z úvah Zygmunta Baumana, který dnešní „postmoderní“ společnost nahlíží jako společnost konzumní, v níž konzumenti hrají hlavní roli sběračů prožitků, dojmů a zkušeností. Předkládám zde Baumanovu typologii čtyř osobnostních vzorců postmoderního životního stylu: Zevlouna, tuláka, turistu a hráče. Tuto typologii poté používám jako výchozí při popisu vlastní typologie turistů v Indii.

2.2.1 Na cestě

Ještě než se začnu zabývat úvahami nad úlohou pohybu v dnešní „postmoderní“ společnosti, musím nejprve krátce odbočit k diskuzi o postmodernitě. Postmodernita bývá často používána jako synonymum pro postindustriální společnost a znamená především přechod od institucí modernity k jinému typu sociálního řádu. Postmoderní teorie, reprezentovaná nejprve Jeanem Baudrillardem, Michelelem Maffesolim či Zygmuntem Baumanem, znamená v jejich pojetí zejména objev, že nic nemůžeme znát s určitostí, protože všechny doposud známé „základy“ epistemologie se ukázaly jako nespolehlivé. Antony Giddens či například Jürgen Habermas se zcela nezřekli konceptu modernity, navrhují, aby se o společnosti, jejíž změnu ale nepopírají, mluvilo jako o „pozdně moderní“. Giddens vytváří alternativní teorii „radikální“ či „reflexivní“ modernity, čímž popírá skutečnost, že potenciál modernity je již zcela završen. Významnou inovací Giddensovou je nepochybně zavedení pojmu posttradiční společnost. Dotýká se tím skutečnosti, že současná společnost nepřestala být společností s tradicí, ale nejde již o jednu tradici, nýbrž o společnost mnoha tradic (Giddens 2003: 192-194).

Dnešní společnost, kterou budu nadále nazývat postmoderní, kde přestala hrát vzdálenost důležitou roli a prostor není již pro člověka nepřekonatelnou překážkou, se vyznačuje neustálým setrváváním v pohybu, který ze všech jejích členů činí permanentní turisty.

Přínejmenším v duchovním slova smyslu. V pohybu jsme v jiném, hlubším smyslu, ať už jsme nebo nejsme fyzicky na cestách a nebo přeskakujeme z jednoho televizního kanálu na druhý. Maffesoli mluví o „*nepotlačitelné síle putování*“, která nás, někdy i jen pod nadvládou snění, „někam“ táhne (Maffesoli 2002: 115). Představa stavu klidu dává smysl jedině ve světě, který se nehýbe a nikoliv v této postmoderní době, jejíž „*orientační body jsou na kolečkách a která se vyznačuje znepokojující tendencí vytrácet se ještě dřív, než si stačíme přečíst a promyslet instrukce, které nabízejí, a než můžeme začít podle nich jednat*“ (Bauman 2000: 96). Hlavním rysem současné společnosti je totiž právě nespojitost, fragmentarizace a epizodičnost různých sfér lidských činností. Jako by plynutí času přestalo být kontinuálním procesem. Přímkou nahrazuje soubor epizod, jejichž chronologická následnost v sobě neobsahuje nutnost, neurčuje jejich obsahy ani nedeterminuje jejich průběh. Z. Bauman přirovnává postmoderní dobu k televiznímu seriálu, kde každý příběh v rámci jednoho dílu začíná a končí. Časové rámce jednání se tedy smršťují. Z této skutečnosti plynou závažné změny pro **identitu**. Podle Baumana postmoderní kontext preferuje absenci přesně vymezené identity. Nejlépe se vede těm jedincům, jejichž svobodu pohybu nesvazuje úzká specializace, kdo se nekoncentruje na jeden předmět zájmu nebo nadměrně neváže na věci, jimiž se v tu danou chvíli zabývá (Bauman 1995: 33-40). I Giddensova „reflexivita“ otevírá problém nové definice individuální a skupinové identity, která v jeho pojetí souvisí s problémem ontologického bezpečí a existenciální nejistoty a zděšení. Ty jsou nezamýšlenými důsledky toho, jak se člověk vyvázal z pout tradiční společnosti a reflektuje své bytí ve světě, v němž se cítí neustále „nejistý“ (Giddens 2003: 193).

James Clifford, autor světově proslulé knihy „Krise kultury“ (The Predicament of Culture) přirovnává současnou, pozdně moderní společnost k přestupní letištní hale. Tvrdí, že cesty a kontakty jsou rozhodující podstatou postmoderní společnosti. Nový svět je určován mobilitou. Ve své knize: *Routes. Travel and translation in the late twentieth century* (1997) předkládá Clifford pohyblivý obraz světa, který nezůstává na jednom místě, nýbrž „setrvává v neustálém pohybu“. Ve sbírce esejů, meditací, úvah a zpráv z cest

chápe cestování jako součást každodenního života, jako vhléd do komplexní postmodernity (Clifford 1997: 1-13).

Michel Maffesoli ve své knize *O nomádství* (2002) představuje fenomén bloudění, hledání, migrace a neustálé touhy unikat jako neodmyslitelný rys postmoderní společnosti.

MacCannell (1976) uvažuje o turistech jako o symbolu světa, ve kterém dnes žijeme, turista podle něho vystihuje povahu postindustriálního člověka. J.Carroll (1980) považuje turistu za manifestaci neklidného západního ducha. „*Fotoaparát a turismus jsou dva specificky moderní způsoby vymezení reality*“, píše D. Horne (1984: 121). Machlis G. E. a Burch W.R. (1983) zase považují turismus za vhodný případ toho, co se skutečně děje v každodenním životě současné společnosti (Crick 1989: 310).

2.2.2 Konzumní společnost, globalizace a mobilita

Naše současná společnost je společnost konzumní a to v tom hlubokém smyslu, v jakém byla moderní společnost ve své zakládající industriální fázi společností výrobní. Tento starší typ moderní společnosti utvářel své členy primárně jako výrobce a vojáky, vzor, který tato společnost stavěla před své členy, byl diktován povinnostmi hrát tyto dvě role. Dnešní postmoderní společnost potřebuje spíše své členy jako konzumenty. „*Způsob, jímž dnešní společnost utváří své členy, je diktován především povinnostmi hrát roli konzumenta. Norma, kterou naše společnost staví před své členy, je norma schopnosti a ochoty hrát právě tuto roli.*“ (Bauman 2000: 98).

Samozřejmě tím není myšleno, že lidé předchozí společnosti méně spotřebovávali, rozdíl mezi těmito dvěma stadii modernity tkví v rozdílném důrazu na priority. Dochází k převrácení vztahu mezi potřebami a jejich uspokojením, kdy příslib uspokojení předchází potřebě, naděje na uspokojení je tak hlubší než samotné existující potřeby. Jak říká Zygmunt Bauman, dobrý konzument je ten, který miluje zábavu. Příklad tak neláká díky

uspokojení nějaké potřeby, ale díky dosud neprožitě touze. Typ konzumenta, který zrodila konzumní společnost, nejlépe popsal John Carroll: „*Étos této společnosti vyhlašuje: Cítíš-li se špatně, jez!...Konzumentský reflex je melancholický a předpokládá, že sklíčenost se projevuje jako pocit prázdnoty, chladu, ochablosti – že je zde potřeba naplnit se teplými, vydatnými, vitálními věcmi. Samozřejmě to nemusí být jídlo, co způsobí, že se budeme uvnitř cítit šťastni...Hltavost je cesta ke spáse – konzumuj a měj se dobře!...Stejně tak je tu neklid, mánie neustálé změny pohybu, něčeho jiného – sedět na místě znamená zemřít... Konzumerismus je tak sociální analogií psychopatologie deprese s jejími dvěma protichůdnými symptomy vyčerpání a neschopnosti usnout.*“ (Bauman 2000: 100).

Současná doba se vyznačuje tendencí k obecné rozšířené blahobytu s jeho rozličnými projevy, současně o nic méně reálné nejsou ani životní nesnáze. Rubem narůstající zabezpečení se tak stává všudypřítomný pocit nejistoty (Mafessoli 2002: 23). Tento neustálý neklid, setrvávání v pohybu, však neznamena pro konzumenty důvod ke sklíčenosti. Právě naopak. Konzumentská hra je spíše vzrušením z nových a nebývalých dojmů, nežli hledáním „věcí“. „*Když se neumírá hladu, umírá se zkrátka z nudy*“ (Mafessoli 2002: 23). Nazvěme tedy konzumenty tím, čím primárně jsou, a to **sběrači prožitků a zkušeností**. Jejich vztah ke světu je v první řadě estetický, v tom smyslu, že svět vnímají jako potravu pro senzitivitu a mapují ho podle zážitků, které v nich vyvolal. Největší noční můrou se pro konzumenta stává představa světa, kde není naprosto nic, po čem by se dalo toužit. Cestování je v životě konzumenta ve skutečnosti příjemnější než samotný cíl cesty. Cesta sama o sobě se stává cílem, respektive touha po cestě, po něčem novém, autentickém, ještě nezažitém a možná co nejvíce „jiném“. Samozřejmě samotná touha nestačí. Aby byla tato touha skutečná, musí mít konzument naději, že se předmětu touhy přiblíží, musíme mít prostředky k tomu, abychom si mohli vybírat. Naše konzumní postmoderní společnost je stratifikovanou společností. Jednou z dimenzí, jíž se liší „ti nahoře“ a „ti dole“ může být stupeň mobility, tedy svoboda vybrat si, kde se budou nacházet. Hlavní rozdíl spočívá v tom, že ti výše postavení členové společnosti cestují životem podle toho, jaký cíl zvolí a

jaké radosti jim poskytne, naopak ti méně postavení jsou vyvrhováni z místa, na kterém by rádi zůstali. Pokud cestují, pak většinou za cílem, který jim vybral někdo jiný a potěšení z cesty také není jistě důvodem, pro který byla zvolena. Bauman předkládá myšlenku, že současný trend rušení vstupních víz a na druhou stranu posilování imigračních kontrolních mechanismů je možné nahlížet jako metaforu nově vznikající stratifikace. Uvažuje o tom, že dostupnost globální mobility se stala hlavním stratifikačním faktorem. Kritizuje označení „nomádi“, jímž bývají někdy označováni současníci postmoderní doby. Michel Maffesoli ve své knize: *O nomádství* píše o všudypřítomném „pudu bloudění“, který upomíná na nestálost všech věcí dnešní doby. Z každého z nás se tak nutně stává cestovatel, neustále hledající nějaké „jinde“. Maffesoli uvažuje o nomádství jako o charakteristickém rysu současného životního stylu, vhodně vystihující pluralitu dnešních osob a podvojnost existence. „*V duši každého z nás...hlodá ona honba za nekonečnem*“ píše Maffesoli (Maffesoli 2002: 17). Bauman považuje tento termín za nevhodný z toho důvodu, že ignoruje podstatné rozdíly spočívající ve stupnici svobody volby. Tyto dva světy, nahoře a dole, se liší také svým prožíváním času. Obyvatelé prvního světa žijí v trvalé přítomnosti, jsou neustále zaneprázdněni a věčně nemají čas, protože žádný okamžik jejich času nepřesahuje do dalšího. Můžeme mluvit o „času naplněném po okraj“. Tito lidé žijí v „čase“. Na prostoru jim nezáleží, protože každou vzdálenost lze dnes v několika okamžicích překonat. Naopak lidi protikladného světa sužuje právě neužitečnost času, který nemají čím naplnit. V jejich čase se nic neděje. Žijí v neuchopitelném prostoru, který svazuje čas. Tento prázdný čas nemá moc nad příliš reálným prostorem, do něhož jsou odkázáni. Pro obyvatele tohoto prvního světa, stále globálnějšího, dochází ke stírání hranic, naopak pro lidi z druhého světa se stále zvyšuje neprostupnost imigračních kontrol, zákonů o trvalém pobytu a politiky „nulové tolerance“. Ti první cestují podle své vůle a všude je vítají úsměvy a otevřené náruče, zatímco druzí cestují často ilegálně, v „podpalubí“ (Bauman 2000: 95-108).

2.2.3 Postmoderní osobnostní vzorce

2.2.3.1 Poutník jako metafora moderního života

Postava poutníka se všeobecně vžila jako metafora moderního způsobu života. Takový způsob života zachycoval jeho cílovost a zvyk hodnotit fragmenty života z hlediska toho, zda nás přibližují nebo naopak oddalují onomu cíli. Protestantští kazatelé hlásili, že všichni jsme poutníky životem. Stoupenci tohoto učení byli přesvědčeni, že to, co je na konci putování čeká, je předem božským stanovením určeno a nic a nikdo na tomto nemůže nic změnit. Poutnictví je osud, ne volba. Max Weber popsal model poutníka tak, jak ho viděli reformační kazatelé, tedy jako postavu zabudovanou v náboženském světovém názoru. V nové, sekularizované podobě může však dobře model poutníka sloužit jako model moderního životního stylu. Cílem tu tedy není spása duše, ale naplnění poslání, jinými slovy dokončená konstrukce identity. Život spočívá v pečlivém plánování trasy a střizlivých úvahách o prostředcích vedoucích k naplnění cíle. Chápat život jako pouť je však možné pouze ve světě s pevnou strukturou, ve společnosti „s pevným rozdělením pravděpodobnosti – v takovém časoprostorovém společenství, v němž k některým událostem dojde pravděpodobněji než k jiným“ (Bauman 1995: 31). Pouze v takové trvalé a průhledné struktuře je možné život plánovat s takovou mírou určitosti, s jakou poutník rýsuje trasu své pouti. Právě takto se jevil lidem moderní svět, ikdyž Bauman upozorňuje na to, že metafora poutníka zachycuje pouze situaci středních vrstev, neboť pro elitu společnosti, jejichž životní cesta byla předem dána a spodinu, která měla jen nepatrnou naději na ovlivnění vlastního osudu, se jevilo veškeré plánování jako zbytečné. Plánovat je ale možné pouze ve světě, kde předpokládáme, že výsledky získané v minulosti nám mohou posloužit jako základ pro výsledky získané v budoucnosti. V tomto útržkovitém postmoderním světě již není místo pro poutníka, jeho model jako prototyp smysluplné životní strategie ztrácí na atraktivitě, protože již neexistuje

konečný cíl životního putování, „cíl cílů“, který ostatní cíle proměňuje v prostředky k jeho dosažení. Život je i v tomto světě putováním, ale nyní se už jedná o putování bez určeného směru (Bauman 1995: 29-33).

2.2.3.2 Zevloun, tulák, turista a hráč

V této kapitole rozvedu Baumanovy modely postmoderní osobnosti: zevlouna, tuláka, turistu a hráče. Tyto postavy samozřejmě nejsou zcela novodobé, objevovaly se i v dobách minulých. Postmoderní charakter jim ale dodávají dvě základní skutečnosti:

- 1) zatímco v minulosti byl jejich výskyt spíše marginální, staly se dnes „normou“ chování
- 2) v dnešní společnosti nemají již vylučovací charakter, ale mohou se v životě jednoho člověka vyskytovat současně. Mnohoznačnost této situace dává pocit svobody

Předmoderní literatura se o osobnosti nezmiňuje či zmiňuje jen velmi málo. Není se čemu divit. S výjimkou mořeplavců, obchodníků, vojáků a poutníků se jen málokdo vydal za hranice místa svého narození. Většina lidí měla místo ve světě zakotveno tak pevně, že ani nepřemýšleli o tom, že by ho vlastní iniciativou mohli změnit. Toto se však podstatně změnilo v důsledku prudkého růstu mobility a anonymity života ve městech. Cizí se tu pohybovali mezi cizími. V davu je snazší se skrýt, ale je jistě také mnohem obtížnější nalézt v něm svoje místo. Všudypřítomnost cizích byla jakýmsi poučením o pomíjivosti vlastní osobnosti. Tázání po identitě vyrůstá z pocitu rozkolísanosti existence, z pocitu nedefinitivnosti a neurčitosti. Jak již bylo řečeno, souvisí postmodernita zejména se zánikem konečného cíle, proto začala být nevhodná metafora poutníka nahrazována metaforou kočovníka. I ta je ale vzhledem k tomu, že kočovníci si své cesty také předem vytyčují, nevybírají si je a nemění je ze dne na den, jako metafora postmoderního životního stylu naprosto nevhodná (Bauman 1995: 25-

40). Trasa kočovníků je velmi silně vázána na prostředí a je tedy teoreticky jen málo přenosná do jiného prostoru.

Osobnostním typem, který reprezentuje Giddensovu reflexivní modernitu, je „hazardní hráč“. Zde se Giddens ve svých úvahách setkává s Baumanem, neboť hráč je také jedním ze čtyř osobnostních vzorců, které předkládá Bauman ve svých *Úvahách o postmoderní době* (1995). Osobnostními typy současné společnosti se zabývali i jiní autoři, zmíním pouze Weberova „čínorodého podnikatele“ a Marxova „buřiče ve jménu sociální spravedlnosti a rovnosti“. V představách nových sociálních hnutí je to „aktivní nespokojenec se stavem přírody a okolního světa“ (Giddens 2003: 194).

2.2.3.2.1 Zevloun

O zevlounovi psal hodně Walter Benjamin, který jeho obraz převzal z díla Charlese Baudelaira: *Květy Zla*, kde básník označil hlavního hrdinu za „malíře moderního života“, čímž měl na mysli zejména způsob jeho vnímání světa. Lidé zachyceni na plátně jsou pouhým povrchem bez hloubky. Kdokoli tento obraz pozoruje, je odkázán na pouhé domněnky, na druhou stranu tak může popustit uzdu své fantazii a interpretaci. Zalidněné ulice jsou rájem pro zevlouna, jsou plné nezodpovězených historek a osudů, které zevlounovi skýtají možnost volné fantazie. Půvab této hry spočívá v tom, že zevloun od počátku ví, že se vše děje jen „jakoby“. Představuje tedy prožitek svobody nezávislé na vůli jiných lidí, té, která nezanechává na tvaru světa žádné stopy. Kulturní vzorec zevlouna vznikl v anonymní společnosti hustě zalidněného prostředí, kde každodenně koexistují cizí lidé, kteří nemají chuť proniknout jeden druhému pod povrch. V moderní době byli zevlouny jen „vybraní“ lidé, kteří k tomu měli dost času a prostředků. V postmoderní době si požitky zevlouna může dopřát téměř každý. Nejsou to potřeby, které zevlouna přitahují, ale estetické tužby (Bauman 1995: 40-44). Rozsah zevlounových toulek se nesmírně rozšířil, když funkci, kterou dříve plnil městský terén, přebrala televizní obrazovka. Ke svým toulkám tak už nepotřebujeme ani vyjít ani ze svého domu. Skáčeme do neznámých prostorů a

zase ven rychlostí přerušující možnosti nadzvukových letadel, můžeme se prohánět, proplouvat a prolétat webovými stránkami (Bauman 2000: 95). Od této chvíle změnilo i dobrodružství svůj charakter, nevykouzluje jej již divák svojí představivostí, ale podílí se na něm štáby specialistů. To, co se zrodilo jako reprezentace skutečnosti, se stalo jejím standardem. Nic není víc skutečné, než skutečnost zachycená na videozáznam (Bauman 1995: 45).

2.2.3.2.2 Tulák

Ani tulák není postavou zcela novodobou. Již v dávných dobách se lidé potulovali bez cíle a bez trvalého bydliště, takové jednání bylo ale považováno za porušení řádu a tito lidé bývali většinou pronásledováni a stíháni. V dnešní společnosti nejenže tuláctví nic neohrožuje, ale stává se pro sebereprodukci společenského řádu spíše výhodou a naopak usedlost, zdomácnělost a stejnoměrný životní rytmus jsou v dnešní postmoderní společnosti hodnoceny spíše jako nevýhoda (Bauman 2000: 111). Podle Maffesoliho je bloudění či tuláctví vyjádřením revolty proti ustavenému řádu. Upozorňuje na zenovou tradici, podle níž je „nepřináležitost k nějakému místu“ samotnou podmínkou realizace vlastního já. Naznačuje tím obecnou tendenci příchodu období, které se upíná na to, co „je“. Bloudění je z tohoto hlediska výrazem vztahu k druhému a ke světu, spočívající na nahlížení pomíjivosti věcí, bytostí i vztahů. Jde o tragický životní pocit, který hledá svůj smysl ve sledu okamžiků, cenných právě svou prchavostí (Maffesoli 2002: 17-33). Tulák tráví většinu svého života na cestě a každou situaci, v níž se nachází, bere jako přechodnou. Tulák neví, kam ho jeho cesty zavedou, jeho trasa vzniká za pochodu. Nikdy si nestanovuje cíl. Sama cesta se pro něho stává cílem, vábí ho nenaplněná touha, žene se neustále za změnou. Tuláka pudí síla svodu či popudu tak silného a tajemného, že není možné mu odolat, na cestu je tedy, řekněme, tlačěn „zezadu“ (Bauman 2000: 111). Žádná zastávka na cestě mu nenahradí příslib něčeho dosud nevyzkoušeného. Tulák žije ze dne na den. Nikdy neplánuje, užívá si teď a tady, nemyslí na zítřek, protože v dnešním světě je i zítřek nejistý, hlavně se na

nikoho a na nic nevázat a prožít každý okamžik naplno, je každodenním mottem tuláka (Bauman 1995: 46-49).

2.2.3.2.3 Turista

Turista opouští svůj domov, aby vyhledával dojmy, to je jediná touha, která ho vypuzuje z domu. Jinak na rozdíl od tuláka, kterého nutí pokora vůči jeho vrtošivým pravidlům a touha po změně osudu, cestovat nemusí. Turista cestuje proto, že svět v jeho globálním dosahu je pro něho neodolatelně atraktivní, naopak tulák se na cestu vydává z jiného důvodu, protože svět v jeho lokálním dosahu je k němu nesnesitelně nevlídný. Tuláci jsou cestovatelé, jimž bylo upřeno právo proměnit se v turisty, říká Bauman. *„Zeptejte se tuláků, jaký způsob života by se jim líbil, kdyby si mohli svobodně vybrat, a obdržíte velmi přesný popis „televizního“ turistického ráje* (Bauman 2000: 111). Oba typy spojuje skutečnost, že jsou sběratelé zkušeností a hledači prožitků, jejich vztah ke světu je především estetický. Turisté i tuláci, oba byli přeměněni v konzumenty, tulák je však konzument defektní, jejich potenciál ke spotřebě je stejně tak omezený jako jejich prostředky. Můžeme říci, že ve společnosti cestovatelů představují turisté i tuláci dvě strany téže mince. Turisté jsou vždy přesvědčeni, že jdou správným směrem, pouhá myšlenka, že by se jejich cesty mohly zvrhnout v tuláctví, je znepokojuje. Tak se tulák stává noční můrou turisty. *„Svět bez tuláků je utopie společnosti turistů“* (Bauman 2000: 116). Na druhou stranu je však život turisty paradoxně o to snesitelnější a příjemnější, že je pronásleduje tato vidina tuláků a stejně tak i čím horší je úděl tuláků, tím pěknější je pro ně toužit po tom, stát se turistou. Svět cestovatelů potřebuje obě tyto skupiny zároveň, turisty i tuláky, tolik propojené a svázané v jeden uzel, který neumí nikdo rozvázat (Bauman 2000: 117). Turista si trasu plánuje, určuje si podmínky a může se kdykoliv vrátit, pokud mu tyto podmínky nevyhovují. Od zvlouha se turista liší tím, že chce, aby herci hráli doopravdy. *„Turista je umělec a turistika tvorba“*, říká Bauman. Turista sbírá především zkušenosti, a

to zejména ty docela „jiné“, něco, co se liší od jeho každodennosti. Ze zkušeností se stávají dojmy, které je potřeba zachytit na fotografii nebo kameru. Turista je jako antropolog z minulého století mezi domorodci, pozoruje obyčeje, které dotváří ve své fantazii, klasifikuje, sám však touží po tom, být nepoznán. Od tuláka se turista liší především tím, že se má kam vrátit. Potřebujeme domov k tomu, abychom se do života mohli ponořit jen „jakoby“, abychom se měli zase kam vrátit. Vybírá si trasu bezpečnou, takovou, ze které byly předem odstraněny všechny nečekané náhody a které byly naopak naplněny slibnou exotikou. V dnešní postmoderní době se všichni cítíme tak trochu jako turisté. Svět hodnotíme podle dojmů, které nám poskytuje. Jak tedy odlišit, co je všední den a co dovolená? Příliš mnoho dní plyne v rytmu hotelového času a avantýr, takže je stále méně zřejmé, kde se nachází ten „pravý domov“ (Bauman 1995: 49-53).

2.2.3.2.4 Hráč

Na hře je půvabné vědomí toho, že vše se děje jen „jakoby“, liší se od tvrdé skutečnosti. Ve hře není nic předem dáno, přináší s sebou vždy kus štěstí, že se celá věc otočí úplně jiným směrem. Hráč se pohybuje ve světě, který není možné předvídat. Hráčův svět není řízen zákonitostmi, ale organizujícím principem jeho světa je riziko. Zde se Bauman shoduje s Giddensem, neboť riziko je i hlavním „herním prvkem“ v pojetí Giddensova hazardního hráče. Podle něho hra prohíhá v neustálém trojúhelníku: Riziko, důvěra, náhoda (Giddens 2003: 194). Riziko a důvěra se podle Giddense proplétají vzhledem k tomu, že důvěra obvykle slouží ke snížení a minimalizaci nebezpečí. To, co se jeví jako „přijatelné riziko“, se většinou v různých kontextech liší, ale je klíčovým pro udržení důvěry (Giddens 2003: 38). Náhoda hraje i v životě baumanova hráče podstatnou roli. Hráč nemůže ovlivnit, jaká mu padne karta, záleží však už jen a jen na něm, jak ji rozehraje. Hlavními vlastnostmi hráče jsou chytrost a důvtip. V životě hráče o něco jde. Jde především o výhru a proto

jsou všechny jeho činnosti orientovány směrem k dosažení této výhry, naopak ty činnosti, které k výhře nevedou, považuje hráč za nesmyslné. Ke hře ale patří to, že je jako hra chápána, proto se veškeré soupeření po jejím ukončení vytrácí. Hra tedy začíná a končí. Porážka ale není definitivní, vždycky je tu možnost, že příště budu mít o něco víc „štěstí“. Každá hra má také svoje pravidla a každý hráč, který jde „proti“, přestává být hráčem. *“Život je hra potud, pokud v postmoderním světě nenalzáme (a nehledáme) neměnné a trvalé zákonitosti, pokud se nám nedaří (a ani necítíme potřebu) oddělit náhodu od nutnosti, pokud počítáme s rizikem a ne s jistotou a s náhodou spíše než s determinací jako s pravidly smysluplného jednání“* (Bauman 1995: 56).

Všechny uvedené vzorce samozřejmě neexistují jako „čisté typy“, nýbrž, jak již bylo řečeno na začátku této kapitoly, v životě téhož jedince se vyskytují současně, život jednoho člověka zahrnuje prvky každého z popsaných vzorců. Tyto typy nejenže koexistují, ale vzájemně pronikají a rozpouštějí se v sobě navzájem. Podobnost vzorců je asi toho typu, který L. Wittgenstein popsal jako „rodové podobnosti“: každého z členů lze poznat jako příslušníka rodiny, protože každý nese v obličeji nějaké společné rysy s jinými členy rodiny, ale neexistuje žádný rys, který by měly všechny osoby v rodině. Nespojitosť a nekonsekventnosť jednání je hlavnou charakteristikou postmoderního životního stylu. Proto i kdyby postmoderní člověk toužil zůstat věrný jednomu z modelů, pak se nutně dostane do konfliktu s požadavky ostatních modelů. Vždycky zůstane pocit, že něco bylo zanedbáno a některé možnosti zůstaly nevyužity a že z daných podmínek bylo možné dostat víc. Žádná volba nepřinese úplné uspokojení, postmoderní člověk zůstává navždy rozerván, v přesvědčení, že něco mohl udělat jinak (Bauman 1995: 56-60).

3 Antropolog jako turista

Byl jsi letos někde na dovolené? Zeptala se antropoložka M.B.Swainová svého kolegy. „Ano, byli jsme v Kostarice. Měli jsem se skvěle, ale znáš to, antropolog nikdy nemůže být „jen turista“. Musel jsem „pracovat“ (Swain 1997: 162).

Antropologie, jejíž vznik je zjevně spojen s koloniální epochou, je definována nejprve jako výzkum přítomnosti vzdálených společností. Tradičním předmětem výzkumu byla kultura předliterárních společností. Rozdíl, který antropolog hledá a zkoumá, byl původně situován do prostoru, nikoli do času. Antropolog má tedy své svědky před očima, narozdíl od historie, která je definována jako zkoumání minulosti blízkých i vzdálených společností. Postupně se však práce historiků a antropologů přiblížila. Antropologové se dnes věnují empirickým předmětům výzkumu, které patří do téhož prostoru, jímž je prostor historiků moderní Evropy. S postupným zánikem předliterárních společností zaměřila antropologie svůj zájem i na, nejprve jednoduché rolnické a později i vyspělé moderní, společnosti. Tato změna pohledu antropologů je přirozená a vyvolaná specifickými problémy naší doby. Objektem antropologie se dnes stala především představa jiných lidí o vzájemných vztazích. Odlišnost začíná u samotného antropologa a nemusí být nutně etnická. Může být sociální, profesionální nebo vázaná na bydliště. Exotismus vznikl ve vědomí Západu v 18. a 19. století jednak z pocitu cizoty, vzdálenosti a zároveň i z pocitu jisté blízkosti (ti druzí, ač jsou jiní, jsou přesto také lidé). V dnešní době globalizace se rozpouští již mytický rozměr cizosti. Ti druzí už nejsou tak jiní. Přesněji řečeno, jinakost zůstává, ale prestiž exotismu zmizela. Ten druhý je cizinec, kterého se často nebojíme z toho důvodu, že je odlišný, ale právě proto, že je tak podobný.

Jedinec se v antropologickém pohledu objevil znovu od té doby, co se antropologie odvrátila od instituce a přestala vnímat kulturu jako celek, z něhož je třeba vyjít k pochopení jedinečnosti. Reintegraci jedince do pole společenských věd je třeba připsat Michelu Foucaultovi. Pro novou orientaci

jsou podstatné pojmy prostoru a individuality. Antropologové obrátili svoji pozornost na představy a jejich účinnost, jako by jedinec a individuální poznání zaujímali dnes značné místo uvnitř objektů prostorů, které chce antropolog či etnolog zkoumat (Augé 1999: 94-95).

Skutečný antropolog jezdí do míst, která studuje, vrací se s informacemi a následně tyto informace činí dostupnými pro odbornou veřejnost. Zde ale nastává největší problém: Jak to všechno zapsat?

Problém spočívá v tom, jak dostat svědectví autora do prezentace příběhu v podání informátora. Geertz se zamýšlí nad pozicí etnografa, pro něhož je podle něj stejně těžké „být tam na papíře“ jako proniknout do cizí kultury ve skutečnosti (Geertz 1988: 84).

V úvahách Johannese Fabiana (1983) nalézáme myšlenky o nerovnosti mezi badatelem a informátorem. Nejedná se o nerovnost pouze hmotné či společenské situace, ale i intelektuální perspektivy. Fabian považuje jejich vztah za duplicitní v tom smyslu, že během výzkumu samého a v době, kdy mluví o tomtéž, nemluví přesto o téže věci. Zatímco informátor vypráví o něčem se skutečným zájmem a domnívá se, že je tento zájem oboustranný, hledá badatel jen potvrzení jiné informace nebo nějakého ukazatele. Z tohoto hlediska zachází Marc Augé ještě dále a říká, že situace výzkumu vytváří mezi pozorovatelem a pozorovaným propast časového řádu. Zájmy badatele a informátora se značně liší. Jejich účely se stále více rozcházejí a informátor riskuje, že jeho informace nebudou badatele zajímat, protože se stanou z jeho hlediska neužitečnými a že je ostatně už „v duchu“ možná na odchodu. Badatel se od informací, které se ho nedotýkají osobně, vzdaluje už jen tím, že je představuje jako informace. Výzkumník tuto vzdálenost ještě prohlubuje tím, že nediskutuje o obsahu výpovědi, sleduje spíše její platnost ke vztahu k výpovědi. Gérard Althabe rozpracoval rozbor těchto důsledků ve své studii o *tromba* na Madagaskaru. Zdůrazňoval začlenění výzkumníka do předmětu výzkumu a tvrdil, že vzdálenost mezi badatelem a objektem výzkumu je určitým tlakem, se kterým je třeba se vyrovnat (Augé 1999: 45-58).

Geertz píše, že propast mezi informátorem, kde se nachází a jeho reprezentováním tam, kde není, se náhle stává mnohem viditelnější. To, co bylo

dříve pouze technicky složité, stalo se dnes morálně, politicky a epistemologicky choulostivé (Geertz 1988: 130).

Otázku emočního rozdílu mezi badatelem a informátorem nastoluje již Bronislaw Malinowski. Ve své práci *Argonauti západního pacifiku* se zabývá problémem etnografie, který podle něho spočívá v enormním rozdílu mezi životem lidí „tam“ a konečnou prezentací autora „tady“.

Geertz se také ve své knize: *Works and lives. The anthropologist as author* zabývá otázkou autorství. Píše o tom, že zatímco v ostatních oblastech diskurzu je autor v procesu umírání, v antropologii je ale autorství stále velmi živé. V této disciplíně stále velmi záleží na tom, kdo píše. Michel Foucault ve svém článku „*Who is an author?*“ rozlišuje mezi dvěma oblastmi diskurzu. Na jednu stranu řadí ty, které shrnuje pod název „fiction“ (patří sem historie, biografie, filozofie a poezie), v nichž funkce autora zůstává. Do druhé skupiny podle něho patří zejména vědecké práce (ale též právní smlouvy či politické soupeření,..), z nichž se z větší části již funkce autora vytrácí. Z tohoto pohledu leží antropologie na straně literárních diskurzů spíše než vědeckých. Osobní jména odkazují na články, nebo i na systém myšlenek (př. Lévi-Straussův strukturalismus,..)

Jestliže toto připustíme, vynořují se před námi dvě otázky:

- 1) Jak se funkce autora projevuje v textu?
- 2) Co je to za práci, kterou autor vytváří?

Geertz na první otázku odpovídá, že podpis je především záležitostí konstrukce identity. Druhá otázka se potom vztahuje ke způsobu formování myšlenek (v oblasti slovní zásoby, rétoriky,..), které je spojeno s identitou stejně jako postřeh s myslí (Geertz 1988: 9).

Geertz to dokládá rozborem rozdílných autorských stylů čtyř známých antropologů. C. Lévi-Strausse, E. E. Evans-Pritcharda, B. Malinowského a R. Benedictové (Geertz 1988: 20).

Dvě závěrečné kapitoly v knize *International tourism: identity and change* (1995) věnují Malcolm Crick a Edward Bruner otázce rozdílu mezi antropology a turisty. Crick píše, že identity turistů a antropologa se překrývají, neboť oba jsou především cestovatelé, sběrači prožitků a následně vyprávěči příběhů.

Bruner vidí hlavní rozdíl mezi turistou a antropologem v jejich postoji. Zatímco turisté zcela podléhají turismu, což označuje jako „hravý postoj k turismu“, a vzdávají se kontroly nad svojí cestou, antropologové naopak usilují o akceptování morální/politické odpovědnosti za jejich návštěvu (označuje jako „vážený postoj“).

Spíše než vyzdvihovat rozdíly mezi antropology a turisty, zdůrazňují Lanfant a Boissevain potřebu propojení mezi výzkumníkem a turistou, které je nutné pro porozumění turismu. Boissevain popisuje touhu proniknout a porozumět dané oblasti a v tom spatřuje podobnost turistů a antropologů (Swain 1997: 162-163).

Z tohoto pohledu bychom mohli považovat antropologický výzkum za specifický druh turismu. Antropolog se účastní cesty stejně jako „praví“ turisté, působí ve společnosti a kultuře, která je mu naprosto neznámá, také se musí vypořádat s jazykovou bariérou, stejně jako turista, který se ocitá v naprosto cizím prostředí. Oba dva, antropolog i turista, si s sebou přináší svůj kulturní, pojmový a myšlenkový svět, který konfrontují s novou zkušeností. Antropolog jej však nemůže použít při hodnocení zkoumané kultury, neboť by se dopustil největší chyby při terénním výzkumu, kterou je posuzování cizí kultury a země z pohledu vlastních kulturních vzorů, etnocentrismus.

Je jasné, že cestovatel, který přichází zdaleka do země, kterou nezná, se dnes může cítit nejméně cize právě v nejvíce odosobněných prostorech jako jsou letiště, dálnice, mezinárodní hotely,.. Není doma, ale není také u nikoho jiného.

Otázkou, za jakých podmínek je možné v dnešní společnosti provádět terénní výzkum, se zabývá Gérard Althabe. Upozorňuje na několik skutečností, kterých by se měl výzkumník při terénním výzkumu vyvarovat. Prvním úkolem antropologa či etnologa je vytvoření pojmového nástroje (způsobu komunikace). Výzkumník si musí předem definovat své vlastní postavení, vidí se jako člověk mimo situaci setkání. Vytyčuje si hranice, ve kterých se bude odvíjet výzkum, analýza a interpretace. Co se však stane, jestliže badatel zkoumá společnost, jako je ta naše? Když se pustí do zkoumání sociability v městských čtvrtích nebo právě třeba výzkumu takového moderního trendu jako turismus? Althabe píše, že tehdy se člověk stává zajatcem terénní situace. Výzkumník je uvězněn

v kontextu situace. Můžeme ale namítnout, že osoby shromážděné „tad“ a tady“ patří do různých sociálních situací. Z dané pozice získá výzkumník pouze představu toho, co se před ním odehrává, nemůže proniknout „zevnitř“ do dalších situací, kam zkoumané osoby patří, např. jejich rodinného soukromí, apod. Výzkumník se musí především vyvarovat toho, aby si hned zpočátku označil nějaký objekt poznání za rámeček, na němž založí svůj výzkum. Dochází k tomu tehdy, když badatel přistupuje k aktérům jako k cizímu sociálnímu světu a svádí je k pokušení, vybrat si ty objekty výzkumu, které jsou mu sociálně nejvzdálenější. Tím více se antropolog stává náchylným k tomu, aby svou otázku bez kritiky předem považoval za odpověď. Zvláště negativní důsledky může mít výzkumníkova nebezpečnost, pokud spolu s objekty výzkumu sdílí sociální svět. V tomto případě hrozí ztráta autonomie, kdy antropolog vnucuje jeho vlastní představy. Dochází k tomu, že výzkumník si nadále vybírá ty informace, které potvrzují jeho perspektivu. Výpovědi zkoumaných osob by ale měly být viděny z pohledu problematiky zvoleného komunikačního způsobu, na druhou stranu, jak píše Murphy, *naprostá „nestranná objektivita je mýtus a pronikání subjektivních prvků jak do výkladu, tak do pozorování, je vlastní každému výzkumu.“* (Murphy 2001: 223) Althabe také upozorňuje na skutečnost, že výzkumník nesmí zapomínat na to, že zůstává během výzkumu aktérem studované reality. Jestliže antropolog zdůrazňuje příliš svoji exterioritu, vylučuje se tak z komunikačního prostoru. Pokud uznáme tuto skutečnost, že je antropolog aktérem děje, můžeme nadále zkoumat například právě pozici antropologa jako aktéra, jakým podléhá změnám jeho postavení apod. Antropolog si musí svůj výzkum zorganizovat tak, aby mu dovozoval neustálou sebereflexi. Je to vhodný způsob analýzy, jak se v daném zkoumaném prostředí vytváří vztahy s vnějším světem (Althabe: 1995: 209-212).

Výzkum v terénu s sebou vždy nese určité etické problémy. Sdílet informantům svoji identitu výzkumníka nebo ji raději nechat skrytou? Jak naložit se získanými informacemi? To jsou otázky, které by měl mít každý badatel předem promyšleny.

Podle toho, do jaké míry se výzkumník ztotožní se studovaným prostředím, rozlišuje Disman čtyři kategorie zúčastněného pozorování, nesoucí s sebou

různé specifické problémy. První kategorií je „úplný pozorovatel“. Disman jím označuje výzkumníka, který je se zkoumanou skupinou spojen pouze prostorově. Všichni členové skupiny vědí o jeho pozici pozorovatele. Přijme –li výzkumník tuto roli, musí počítat s tím, že jeho přítomnost může hluboce ovlivnit skutečné chování zkoumaných osob. Dalším typem výzkumníka je podle Dismana „pozorovatel jako participant“. Jako vhodný příklad uvádí pozici antropologa v domorodé vesnici. Výzkumník je v sociální interakci s obyvateli vesnice, nepředstírá však, a ani dost dobře nemůže, že je jejím právoplatným členem. „Participant jako pozorovatel“ je třetím typem zúčastněného pozorování. V tomto případě se badatel plně účastní života lidí, které studuje, zároveň však také nezatajuje, že dělá výzkum. Tuto roli jsem na sebe brala při svém výzkumu turistů v Indii. Antropolog, který se rozhodne studovat chování turistů, nemůže výzkum realizovat jinak, než že se účastní skutečného života „turisty“. Míra identifikace a schopnost rozumět studované skupině se tak mnohoznačně zvyšuje. Zde se ale vynořuje jiný problém, související s tímto přístupem k výzkumu. Hrozí zde nebezpečí, které antropologové nazývají „go native“, kdy se výzkumník plně stává „domorodcem“, ztotožňuje se se studovanou skupinou, tehdy může dojít ke ztrátě nezbytného odstupu pozorovatele, o kterém již byla zmínka výše. Osobní zkušenosti, které takovým ztotožněním získáme, nám nesmí bránit v objektivní analýze. Ještě závažnější problémy jsou spojeny s rolí „úplného participanta“, kdy na sebe výzkumník bere úlohu člena skupiny, jeho role jako výzkumníka však není ve skupině známa nikomu. Jedná se především o problémy etické, výzkumník by měl respektovat pravidla skupiny, i když jsou například mimo hranice legality. Je třeba si ale uvědomit, že jeho úkolem je hlavně porozumět skupině, ne ji soudit (Disman 2005: 306-308).

Můžeme tedy říci, že antropolog je součástí výzkumu, je jedním z aktérů sociální situace. Antropolog, který se rozhodne studovat chování turistů, nemůže výzkum realizovat jinak, než že se účastní skutečného života „turisty“. Měl by však usilovat o co největší uchování svého pohledu „zvenčí“, řekněme určitého odstupu, aby si uchoval svoji autonomii.

4 Případová studie turistů v Indii

Indické prostředí a kultura mě lákaly již od počátku studia na střední škole, proto jsem se snažila dozvědět se o této zemi co nejvíce. Studovala jsem její historii, kulturu, umění a jazyk a soustavně jsem se seznamovala s tradičním myšlením lidí na celém indickém subkontinentu. Když jsem v roce 2005 Indii poprvé navštívila, nepřijela jsem tam jenom poznávat indickou krajinu, lidi a život této mnohamiliónové země. Přijela jsem tam především zjistit, jací lidé do Indie jezdí, co mají společného, jaká je jejich motivace pro návštěvu této specifické země.

Během tříměsíčního pobytu zde jsem projela téměř celý indický subkontinent (cestovala jsem se svým partnerem a dalšími dvěma spolucestovateli, proto budu nadále mluvit v první osobě plurálu), kromě jižní části, kterou jsme vynechali jednak vzhledem k časovému omezení, jednak i s přihlédnutím k nedávným záplavám způsobeným ničivými vlnami tsunami a rovněž s ohledem na můj dlouhodobý zájem spíše o východní část Indie, zejména Západní Bengálsko.

Během tří měsíců jsme navštívili mnoho turisticky známých míst, snažili jsem se ale vyhledat i místa ležící stranou běžných turistických tras. Cestovali jsme všemi dostupnými cestovními prostředky – letadlem, vlakem, různými kategoriemi autobusů, různými druhy rikši a často také pěšky. Mohli jsme tak nahlédnout i do nejzapadlejších uliček, chudých venkovských vesnic stejně tak jako do malých svatyní a oltářů. Současně jsem zjišťovala, jak se s ubývající nádhrou, dostupností dopravy a vytyčenými turistickými trasami a přibývajícím špínou liší typologie turistů.

Indie je země dvou tváří. Na jednu stranu jsou tu nádherné bohaté paláce a chrámy a z té druhé, žalostné stránky, je to země miliónů chudých obyvatel, žijících na hranici bída. Indie je zemí bohatých kulturních tradic a zároveň nesmírných společenských a kulturních kontrastů. Poznání této vzdálené země přivádí člověka až k základním otázkám o smyslu lidského života a lidské existence. Dochází k závěru, že cestovat a poznávat cizí země je velmi

prospěšné, neboť každá taková cesta vede i k pochopení vlastního osudu a vlastní země. Vždyť i cesty do nejvzdálenějších zemí dovedou nás nakonec k nejbližšímu - nám samým.

4.1 Statistiky výzkumu

Jak již bylo řečeno v první kapitole, spadá obor antropologie turismu do čtyř základních tematických oblastí:

- 1) turista
- 2) vztahy mezi turisty a místními obyvateli
- 3) struktura a fungování turistického systému
- 4) důsledky turismu

Pro výzkum turismu v Indii jsem si vybrala první oblast studia antropologie turismu a zaměřila jsem se na turisty z „emické“ perspektivy. Zajímala jsem se zejména o motivaci a inspiraci turistů při výběru turistického cíle a o samotnou povahu cestování. Na základě toho jsem se snažila o vytvoření jednak vlastní typologie turistů a také o aplikaci výsledků z terénu na teoretické přístupy antropologů a sociologů, kteří se otázkou typologie zabývali. Další oblastí mého zájmu je symbolika oděvu turistů a otázka fotografie jako metafory jazyka, sloužícího k popisu cesty.

Přehled autorů a dosavadních studií na toto téma podrobně zpracovávám v první kapitole a v následující analýze vlastního výzkumu turismu v Indii na ně občas odkazuji.

4.1.1 Rozhovory

Během tříměsíčního pobytu v Indii jsem učinila celkem 57 rozhovorů s 68 turisty. Jejich přehled předkládám v následující tabulce, v níž uvádím pohlaví (F, M), přibližný věk, národnost a místo setkání. Údaj uvedený v závorce za

pohlavím je jméno dotazovaného, pokud bylo známo, nebo pracovní popis nějakého charakteristického rysu osoby, umožňující orientaci v poznámkách. Pro lepší názornost jsem vytvořila dva grafy, znázorňující jednak pohlaví turistů - z dotazovaných bylo celkem 43 mužů a 25 žen – a zjištěnou národnost.

Pohlaví	místo setkání	věk	národnost
F, F	Jaisalmer, poušť	25, 25	Japonsko
M (Ben)	Jaisalmer, poušť	18	Velká Británie
M (Milan)	Dillí	28	Česká Republika
M (Nitaj)	Dillí	28	Česká Republika
F (Rosanna)	Dillí	25	Brazílie
M (dredař)	Udaipur	30	USA
F (sukýnka)	Udaipur	25	Velká Británie
M (Harry)	Udaipur	40	Velká Británie
F (Magda)	Udaipur	25	Česká Republika
M (Tomáš)	Udaipur	25	Česká Republika
M (Garry)	Udaipur	35	Kanada
M (civilkář)	Udaipur	19	Německo
M (blondák)	Udaipur	20	Německo
F (džíny)	Udaipur	35	Francie
M, M (džíny,košile)	Udaipur	22	Japonsko
M (světlé dredy)	Dillí	35	Francie
M (plešatý)	Dillí	30	Belgie
M (tmavovlasý)	Dillí	20	Rakousko
M (v turbanu)	Mumbay	45	Kašmír
M,M (černoši)	Kalkata	30	Francie
F, F (Laura a Isabell)	Kalkata	27	Francie
M, M (blondáci)	Kalkata	25	Německo
M (Geoffrey)	Nepál	18	Velká Británie
M (Johny)	Nepál	19	Velká Británie
F (Cambell)	Nepál	28	Nový Zéland
F, M, F (pár s dcerkou)	Nepál	40, 40, 4	Nový Zéland
F, F, M (parta)	Nepál	25-30	Dánsko
M (Martin)	Siligury	25	Německo
F (Jane)	Bodhgaya	30	USA
F (Petra)	Varanasí	25	ČR
M (Jirka)	Varanasí	22	ČR
M (sochař)	Varanasí	50	Velká Británie
F (Yvana)	Varanasí	25	Slovensko

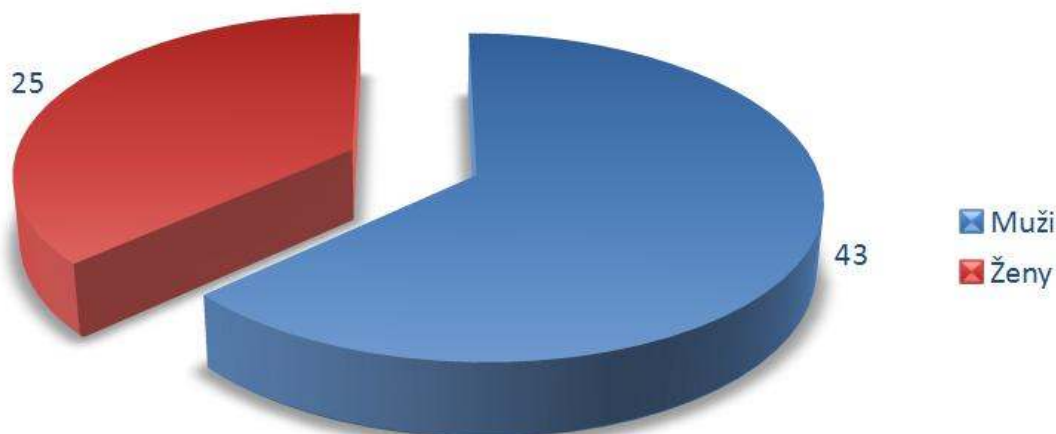
F (Virginie)	Varanasí	24	Francie
M, F (Louise a Nessa)	Varanasí	25-30	Irsko
M (hudebník)	Varanasí	30	Francie
M (pojišťovák)	Varanasí	30	Polsko
M (hudebník z vlaku)	Varanasí	30	Francie
M (Caesar)	Dillí	32	Španělsko
M (Masuko)	Dillí	22	Japonsko
M (huběňour)	Dillí	45	Belgie
M (zelený dvedař)	Dillí	30	Francie
F (kudrnatá)	Dillí	40-50	Francie
M (blondák s culíkem)	Dillí	30	Francie
M (John)	Dillí	30	Belgie
M, F, F (pár s holčičkou)	Dillí	30,30,5	Francie
M (potetovaný)	Dillí	30	Francie
M (šlachovitý)	Dillí	30	Švýcarsko
F (blondýnka)	Dillí	25	Francie
M (Samuel-černocho)	Dillí	35	Nizozemí
F, F, F (modelky)	Dillí	22 - 25	Řecko
M (Svalouš)	Dillí	40	Španělsko
M (Kluk s culíkem)	Dillí	35	Švýcarsko
F, M (pár)	Dillí	25-30	Slovensko

+ Moji spolucestovatelé: Jarda, 27, ČR
: Petr, 23, ČR
: Martin, 29, ČR

Národnost dotazovaných turistů



Pohlaví dotazovaných turistů



Šetření probíhalo v několika turistických střediscích a turisticky navštěvovaných místech v Indii (údaj uvedený v tabulce pod názvem: místo setkání). Dávala jsem přednost těm turistům, se kterými jsme měli možnost delšího kontaktu, např. při výpravě na velbloudech v poušti, při delším cestování dopravními prostředky nebo při společném ubytování v hotelu. Zde uvádím příklad otázek, které jsem při rozhovorech kladla:

- 1) Jaký byl váš důvod pro cestu do Indie? Proč jste zvolili právě Indii?
- 2) Co od cesty očekáváte?
- 3) Co zahrnovala vaše příprava na cestu? Studovali jste webové stránky, průvodce?
- 4) Jak jste vybírali trasu cesty a místa, které chcete navštívit? Inspirovali jste se doporučenými místy v průvodci, doporučili vám místa přátelé?
- 5) Máte s sebou průvodce „lonely planet“?
- 6) Měli jste trasu předem naplánovanou nebo si místa vybíráte až ze dne na den?
- 7) Pohybujete se spíše po turisticky vyznačených trasách a místech nebo nahlédnete i do zapadlejších uliček?
- 8) Píšete si deník?
- 9) Jaké dopravní prostředky používáte?
- 10) Co zahrnuje vaše vybavení? Co jste si přivezli s sebou?
- 11) Stravujete se podle indických zvyklostí nebo navštěvujete raději vybrané mezinárodní restaurace určené pouze pro turisty?

Terénní poznámky jsem si již od počátku rozdělila na dvě části. První část tvořily záznamy odpovědí a druhou částí byly oddělené moje vlastní záznamy z pozorování. Současně s kladenými otázkami jsem zaznamenávala oblečení a vybavení turistů, jejich jednání při setkání s památkami, jejich vlastní obrazovou dokumentaci (jak památky fotí, jestli jsou součástí objektu, apod.).

4.1.2 Motivace a typologie turistů

Sociopsychologické studie turismu vznikly teprve nedávno. První se objevují v osmdesátých letech a zaměřují se na otázku motivace turistů. Stěžejními pracemi na tomto poli jsou studie Danna (1977), Cohena (1979 a 1982) a MacCannella (1973 a 1976). Tito autoři pracují s otázkou motivace jako individuální dlouhodobé potřeby.

Z odpovědí turistů v Indii vyplynulo, že důležitými motivy, které jsou rozhodující pro volbu cíle a trasy cesty, jsou zejména vnitřní pocity jako sebenaplnění, sebepoznání a uvědomění si skutečných životních hodnot. Mnozí lidé přijíždí do Indie vyrovnávat se s určitými věcmi v životě, uvědomit si to, co je v něm opravdu důležité. Pro tyto účely představuje Indie svým typickým prostředím a jistou mystičností ideální zázemí. MacCannell (1973) mluví o hledání autenticity, která se nachází někde „mimo“ a přirovnává jej k zájmu o posvátno v primitivních společnostech. Kromě mystičnosti, kterou Indie pro turisty představuje, je tato země také vyhledávána kvůli obrovské rozmanitosti, kterou nabízí. Umožňuje zakusit několik typů dovolené v jednom provedení. Nabízí nám svou krásu nejvyšších vrcholků světa, rozlehlé pouště, pralesy na jihovýchodě země. Je to země posvátných chrámů, nádherných honosných paláců a historických památek. Najdeme zde přepychové hotely, které jistě uspokojí i ty nejnáročnější turisty, zároveň je Indie zemí hluboce náboženskou, vhodnou pro jedince, kteří touží vyzkoušet si život v ústraní a chtějí se věnovat studiu nějakého náboženství či uměleckému projevu. Najdeme zde ale také typ turistů, využívajících dostupnosti a nízkých cen nejrůznějších halucinogenních látek. Indie je také ideálním nákupním rájem. Setkáme se zde s mnoha obchodníky, pro které představuje tato země příležitost k nákupu levného indického zboží a po návratu jej prodávají za stonásobné ceny ve své zemi. Indie ale také doslova vábí spousty mladých dívek, které tráví většinu času v obchůdcích s pestrobarevným oblečením. Svě místo zde najdou i mladé páry, toužící po romantické dovolené, ale i někteří rodiče s dětmi.

Indie získala v nedávné době na oblibě zejména vzhledem ke skutečnosti, že splňuje dva základní požadavky turismu. Za prvé, svojí specifickou kulturou nabízí uspokojení touhy po „jinakosti“ a exotičnosti, zároveň představuje možnost plného „vyžití“ za dostupnou cenu. Navíc z vlastní zkušenosti mohou potvrdit, že je Indie jednou z nejbezpečnějších zemí světa.

Vzhledem k nesmírné rozmanitosti země, láká Indie téměř všechny typy turistů, kteří si zde najdou to „své“. Typologií turistů se zabývali mnozí autoři (viz. předchozí kapitoly), za výchozí pro moji práci však považuji dva z nich,

přístupy Cohenovy a Baumanovy. Cohen (1973) rozlišuje čtyři typy turistů. Prvním typem je podle něho *organizovaný masový turista*. Tento typ turistů jsem objevila i v Indii. Takovým charakteristickým rysem účastníků organizovaného turistického zájezdu byla například stejná pokrývka hlavy, tričko s nápisem turistické kanceláře či další podobný rozlišovací znak. Nejčastěji jsem zde potkala skupinky německých a japonských turistů, častěji věkově sourodé. Dalším rozlišovacím znakem tohoto typu turistů bylo také charakteristické oblečení, které by pro všechny ostatní typy turistů, vzhledem k charakteru cestování po Indii, nepřicházelo v úvahu. Tito turisté se po Indii pohybují nejčastěji luxusním autobusem, který je přiblíží až těsně k turistickému objektu, jehož návštěva je v tom okamžiku na denním harmonogramu a za chvíli již opět využívají pohodlí klimatizovaného hotelu s bazénem a kontinentální kuchyní, daleko vzdálených od „skutečné tváře“ Indie. Otázku symboliky oděvu podrobněji rozebírám v následující kapitole. Druhým typem turistů, které Cohen rozlišuje, je *individuální masový turista*. Tito návštěvníci vyhledávají stejná místa, jako předchozí typ turistů, ale podle vlastního plánu. Zřejmě přijeli také s cestovní kanceláří, bydlí v nejdražších hotelech, byla jim doporučena místa, která mají navštívit, ta ale vyhledávají sami, jejich setkání s Indií je tak o něco „autentičtější“. Tento typ turistů můžeme vidět na, v pořadí druhé, fotografii, kterou předkládám při rozboru oblečení a vybavení turistů dále. Dalšími dvěma typy, které mezi turisty Cohen rozlišuje, je „*explorer*“ neboli „průzkumník“ a „*drifter*“, pro něhož upřednostňuji překlad „poflakovač“. Stejnou kategorii rozlišuji i já, na rozdíl od Cohenova driftera, kterého charakterizuje zejména vyhýbání se turistům, hledání novinek a výjimečností a akceptace i určitého nepohodlí, užívám toto označení „poflakovač“ k označení těch turistů, které charakterizuje způsob života „ze dne na den“ a spíše než hledání nějakých zajímavostí nebo neobvyklých míst, hraje při rozhodování jejich destinace roli dostupnost levného „čarasu“, s kterým často obchodují a za vydělané peníze zde přežívají na hranici bída. Vyhledávají tak spíše místa, kde se schází více turistů, jen se tak potulují, nikam nesměřují, prostě jen tak „pobývají“ a nepřemýšlí o tom, co bude dál. Nikdy neplánují. Často se jedná o turisty, kteří nejsou v Indii poprvé a kteří zde zůstávají i několik let. Jejich domov

je, řečeno tak trochu baumanovsky, „neustále na kolečkách“. Vzezření těchto turistů, vyznačující se směsicí oblečení domácího a indického, vyplývá z povahy jejich dlouhodobého pobytu zde. Nikdy necestují s velkým zavazadlem, k životu jim stačí jen velmi málo, neulpívají na „vybavení“ z domova, neboť jejich domov si vozí neustále s sebou. Svým způsobem života „ze dne na den“ připomínají zčásti Baumanova „tuláka“. Podobnost spočívá v tom, že oba tráví většinu života na cestě a nevědí, kam je cesty druhý den zavedou. V určitém smyslu se ale také Baumanova verze podobá Cohenovu drifterovi, zejména v určité touze po „nevyzkoušeném“, „cizím“ a co nejvíce „odlišném“ od jeho známého prostředí. Posledním Cohenovým typem turisty je „*explorer*“ neboli průzkumník, který stojí někde na rozmezí dvou typů, jenž označuji „baťůžkář“ a „historický typ“. Cohen využívá tohoto označení pro popis turisty, který se pohybuje mimo vyznačené trasy, zároveň však někdy upřednostňuje pohodlí v plně vybaveném hotelu. Já rozlišuji mezi *historickými typy* turistů, které je možné označit i jako „*návštěvníky*“, pohybující se podle turistického průvodce a vyhledávající zejména významné historické památky a přírodní krásy, které jim byly průvodcem doporučeny. Trasu absolvují sami nebo v páru, jedná se častěji o starší partnery nebo rodiče s dětmi, kteří mají s sebou dostatečné finanční prostředky, umožňující jim v případě potřeby využít pohodlného hotelu a nadstandardních služeb, aby načerpali sílu pro další dobrodružství. Vedle toho rozlišuji skupinu baťůžkářů, nejčastěji jednotlivců nebo párů ve věku nejčastěji mezi 20-35-ti lety. Tito lidé touží zejména po dobrodružství. Jejich vybavení je praktické, uzpůsobené dobrodružnému charakteru cesty. Zkouší všechny dostupné dopravní prostředky, okusí indickou kuchyni a rádi cestují pěšky, aby mohli nakouknout i do nejzapadlejších uliček a vesnic. Jsou to především sběrači dojmů, touží po zážitku a obětují pro ně i část svého pohodlí. Bydlí nejčastěji v nejlevnějších hotýlcích, schází se s ostatními turisty. Tento typ leží někde na rozmezí Baumanova turisty a tuláka. O „baťůžkářích v jihovýchodní Asii píše Hamzah Muzaini (2006). Vedle již uvedených typů rozlišuji ještě tři samostatné kategorie. Prvním z nich je typ „obchodníků“, pro které představuje Indie příležitost k nákupu levného indického zboží. Tito lidé jezdí do Indie většinou pravidelně, obchod je pro ně buď

vyvrcholením nějaké delší cesty a nebo cílem samotným. V tom případě pro svoji návštěvu volí větší aglomerace s větší koncentrací obchodníků. Dále rozlišují kategorii mladých dívek, pro které představuje návštěva Indie mj. také příležitost k nákupu módních indických výstřelků, nejrůznějších tílek, sukní, kožených a látkových tašek či šperků jako náušnic, náhrdelníků apod. Tyto dívky cestují většinou ve skupinkách (nejčastěji 2-5) a zůstávají v Indii jen krátkou dobu. Jejich znalost indického prostředí je téměř nulová a jejich oblečení se vyznačuje navršením různých indických doplňků na sebe. Tento typ turistů se vyskytuje zejména ve státě Rajastán, který se svým typickým zbožím stal vyhlášeným turistickým rájem. Jejich hlavními preferencemi zde jsou vzhled a vizuální dojmy. V tomto směru nápadně připomínají Baumanova zevlouna, pro kterého je výlet po obchodech především pastvou pro oči. Tuto kategorii je ale třeba odlišit od kategorie baťůžkářů, mezi kterými se často také vyskytují dívky v indickém oblečení, volí jej ale spíše z důvodu praktičnosti a nebo jako součást touhy vcítit se lépe do indického prostředí a splynutím v davu zamezit nadměrnému okukování ze strany Indů. Posledním typem turistů, o kterém bych se chtěla zmínit, je typ „*oduševnělých*“ jedinců, jejichž cesta do Indie souvisí s náboženským přesvědčením a představuje pro ně určitou zkoušku. Věnují se meditacím, studiu náboženství či soustavné přípravě hry na nějaký typický indický hudební nástroj, např. tabla či sitár. Vzezření a oblečení těchto lidí vyplývá z charakteru jejich soužití s indickou komunitou a je zcela indické. Setrvávají obvykle na jednom místě a žijí s Indý, často v kláštorech, chrámech či misijních budovách.

Zde předkládám přehled vlastní typologie turistů:

1) **baťůžkáři** (jednotlivci a páry ve věku 20-35 let)

touha po dobrodružství, dojmech, individuální trasy, mimo turistické stezky, akceptace nepohodlí

2) **skupinky masových turistů** (věkově sourodé)

organizované trasy, doprava turistickým autobusem, preference pohodlí, luxusní hotely, charakteristické stejné prvky oblečení (pokrývka hlavy, triko s nápisem,..)

- 3) **individuální masoví turisté** (starší páry)
organizované trasy, vlastní doprava (většinou taxi, rikša), luxusní hotely, preference pohodlí, charakteristické znaky – kabelky, světlé luxusní oblečení
- 4) **skupinky mladých dívek** (nejčastěji 2-5)
charakteristické rysy - indické oblečení, krátká doba pobytu, preference vzhledu a vizuálních dojmů
- 5) „**historický**“ **typ** nebo také „**návštěvníci**“ (starší páry nebo manželé s dětmi)
vlastní trasy a doprava (inspirace – průvodce), pohodlné oblečení, finanční zázemí, preference památky a přírodní krásy
- 6) **náboženský typ** (většinou jednotlivci)
setrvávání na jednom místě, účast na životě indické skupiny, preference – dosažení jiného duchovního stavu
- 7) **obchodníci** (jednotlivci nebo páry)
preference – nákup zboží, větší aglomerace, jako vyvrcholení delší cesty nebo jako hlavní cíl – necestují
- 8) **poflakovači** (jednotlivci)
preference – nevázat se, tráví život na cestě, neplánují, dlouhodobý pobyt, většinou se nejedná o první návštěvu, obchod s halucinogenními látkami, oblečení indické nebo z části indické

Tak ale jako každá typologie, zůstává i tato „pouhou typologií“, kdy se jednotliví lidé buď více či méně přibližují jejím typům, mezi nimiž neexistují nijak ostré hranice.

4.1.3 Fotografie a vizuální metoda

Při výzkumu turistů jsem využila také tzv. vizuální analýzy. Nejprve jsem studovala webové stránky, kde lidé vystavují své fotografie a popisují své zážitky z cest. Fotografie tu slouží jako doporučení nějakého místa či jako

doklad nějaké pozitivní či naopak negativní zkušenosti z cest, v našem případě z Indie. Jednou z otázek, které jsem poté při rozhovorech v Indii kladla, bylo, zda lidé před cestou do této země sledují tato doporučení a zda se jimi řídí. Jinak řečeno, zda fotografie, vystavené zde, mohou ovlivnit jednání turistů při jejich rozhodování pro cílovou destinaci.

Z odpovědí vyplývá a i z vlastní zkušenosti musím potvrdit, že většina turistů vyhledává před svojí cestou nějaké informace o zemi, kterou hodlá navštívit, o to více v případě kultury tolik odlišné, jako je právě Indie. Informace zde uvedené jsou velmi užitečné, ikdyž někdy trochu „zkreslené“, ale s tím je potřeba předem počítat. Každá cesta je originál a jednání a zkušenosti lidí v předchozích situacích nemohou sloužit jako přesný návod k našemu jednání. Fotografie zde vystavené slouží jako určitá motivace, „naladění“, pro člověka, který se ale chystá na takto specifickou cestu, není jistě prvním setkáním s kulturou této země. Předpokládá to dlouhodobější přípravu, pro větší část lidí, se kterými jsem vedla rozhovor, představovala tato cesta vyvrcholení dlouhodobého zájmu o indické prostředí, kterému předcházelo studium indické kultury, historie, zvyků a v některých případech i jazyka. Většina lidí si tak místa vybírá na základě „něčeho hlubšího“, než jsou prezentované fotografie na internetu. Zájem o určité místo vyplývá z jeho podstaty, co se zde nachází a souvisí také s tím, co lidé od cesty očekávají. Mnoho turistů, se kterými jsme se setkali, nemělo předem přesně určenou trasu cesty. Ta vznikala až za pochodu a odvíjela se od mnoha skutečností, od toho, že se vám někde zalíbí, přes doporučení jiných turistů až po komplikace související s dlouhodobým onemocněním, apod.

Dále mě zajímalo, co a jak turisté fotí a jestli jsou například součástí fotografovaného objektu. Takové fotografie vypovídají o představách lidí o daném místě či jeho prestiži.

Vizuální metody lze také použít při rozboru pohlednic, jako prezentace místa. I zde můžeme mluvit o otázce prestiže. Vynořuje se zde ale též otázka funkce fotografie jako ideologie společnosti, o které mluví Urry a Crawshaw (viz. dále).

Velice podstatnou součástí turismu je návrat domů a následné referování o cestě. Fotografie zde plní funkci jednoho z organizátorů naší paměti. Co jsme vyfotili, to si lépe vybavujeme. Turista po návratu domů vypráví, ukazuje fotky, které mu zároveň slouží i jako „důkaz“. Říká tím vlastně: „*Tady vidíš, že to bylo krásné, tady vidíš, že to tak opravdu bylo, ..*“ Fotografie se tak stává řečí, kterou si zvykli fotograf a posluchač vzájemně používat.

Urry a Crawshaw mluví celkem o šesti funkcích fotografie:

- 1) fotografie poskytuje druh zrcadla společnosti
- 2) fotografie je sociálně organizovaným souborem rituálů
- 3) fotografie je jazykem, kterým popisujeme prostředí
- 4) fotografování může být viděno jako součást dominantní ideologie společnosti, reprodukuje a posiluje její oblíbené obrazy a prezentuje je v pozitivním světle.
- 5) fotografie mohou být také druhem měny jako součást ekonomie znaků
- 6) fotografie jsou materiální objekty. Autoři mluví o materialitě fotografie při konstrukci naší subjektivity (Rojek, Urry 1997: 176 – 195)

Co a jak si tedy fotíme? Většina turistů si fotí to, co je pro danou zemi nejtypičtější. To, co si většina z nich představí, když se řekne „Indie“. Takovým indickým symbolem číslo jedna je Taj-Mahal nebo například India Gate (Brána Indie), kterou vidíme na následující fotografii. „Brána Indie“ je 42 metrů vysoký kamenný monument, který nese jména 85 000 obětí z války a představuje jeden z hlavních symbolů země.



Taj Mahal, zachycený na následující fotografii, je mauzoleum, které nechal v letech 1630 – 1640 pro svoji manželku Mumtaz Mahal vybudovat mughalský císař Shan Jahan. Tato kupulovitá hrobka se stala nejen hlavním symbolem Indie, ale také globálním supersymbolem vedle Sochy svobody nebo egyptských pyramid (Sheller, Urry 2004: 103).



Je to bílá perla Indie, na kterou jsou, jistě právem, všichni Indové pyšní. Najdeme ho téměř ve všech stáncích s pohlednicemi, na předních stránkách všech turistických průvodců. Možná ale právě proto jej určitý typ turistů netouží vidět. Je „příliš dokonalý“. Tim Edensor píše ve své studii: *Reconstituting the Taj Mahal: tourist flows and glocalization*, že pro mladé „baťůžkáře“ nepatří Taj Mahal do seznamu oblíbených míst, neboť ti raději vyhledávají místa „požitkářství“ jako jsou Goa či Manali a nebo posvátná hinduistická místa jako Rišikeš. Navíc od roku 2000 došlo k rapidnímu zdražení vstupného, z 20-ti rupií na téměř tisíc rupií, což vedle další skutečnosti, jakou byl teroristický útok na New York, z velké části přispělo ke snížení počtu návštěvníků, zejména právě „baťůžkářů“ (Sheller, Urry 2004: 103-115).

Mnoho turistů usiluje spíše o zachycení nějaké kuriozity, něčeho, co je z jejich pohledu možná co nejvíce zvláštní, avšak pro Indii typické. Vilém Flusser přirovnává fotografa k lovcí. Číhá, loví nové, dosud nevidané situace, vše, co je nejvíce nepravděpodobné (Flusser 1994: 35). Turisté tak dávají přednost raději „momentkám“ z indických ulic, na kterých se rozvalují ony „nedotknutelné“ krávy, procházejí sloni či velbloudi nebo „číhají“ s fotoaparáty

namířeny proti koupajícím se Indům u svaté řeky Gangy a narušují tak jejich svatý klid.



Žena s nádobou na hlavě, zachycená na následující fotografii, patří rovněž mezi takové indické kuriozity, které se většina turistů snaží zachytit na fotografii.





Tuto fotografii jsem pořídila ve Varanasi, na řece Ganze. Jsou na ní zachyceni turisté, jak fotografují koupající se Indy. Indický průvodce se je snaží dovést co nejbližší ke břehu, aby byl jejich zážitek co nejsilnější, doufá přitom, že mu nadšení turisté přidají nějaký ten „bakšiš“ navíc.

Někteří turisté jdou ale ve své honbě za kořistí, kterou pro ně fotografie představuje, ještě dále, a snaží se zachytit alespoň kousek bezvládného těla na spalovišti u Gangy, nebo turban polonahého svatého muže v hinduistickém chrámu, ikdyž je fotografování na těchto místech přísně zakázané a v některých případech hlavně krajně neslušné.



Tuto fotografii jsem získala od svého kamaráda, který neodolal silnému pokušení a pořídil ji „tajně“ z loďky, přestože byl několikrát upozorněn, že spaloviště u svaté řeky Gangy se fotografovat nesmí. Souvisí to s přesvědčením, že mrtvému by tak mohla být ukradena jeho duše, jak jsme se dozvěděli od našeho indického přítele. Podle mého názoru je to však spíše krajně nevhodné. Majitel loďky nás zavezl do vzdálenosti asi tří metrů od hořícího ohně, zhruba na místo, kde se nachází turisté na fotografii. Zážitek to byl vsutku obrovský, nemohla jsem se ale ubránit pocitu, že tak velmi narušujeme jeden z nejintimnějších okamžiků v životě lidí. Indové si však již na zvědavé turisty zvykli a nezapomněli přidat i nějaké to mávnutí na pozdrav.

Ve většině případech upřednostňují turisté fotografie před pohlednicemi, neboť umožňují propojit sebe s fotografovaným objektem a stávají se tak hlavním svědectvím a dokladem toho, že jsem tam „skutečně byl“. Fotografie typu „já a nejvyšší hora Indie“ jsou tedy dalším nejčastějším typem fotografií, o které turisté usilují.



Tato fotografie pochází z nepálského pohraničí, kudy se turisté vydávají na několikadenní trek. Je pořízena v nepálské vesničce Tumling, odkud se otvírá první pohled na nejvyšší horu Indie, která je zároveň třetí nejvyšší horou světa. Trasa závisí na tom, kolik kilometrů chce člověk absolvovat. Zážitky z putování po Himalájích patří mezi nejsilnější z celého tříměsíčního pobytu na indickém subkontinentu. Život původních obyvatel tu není doposud nijak zasažen turistickým průmyslem. Přívětiví Nepálci vás nechají za symbolický poplatek přespat ve svém skrovném příbytku a navíc vám uvaří zdarma prostou polévku. Nic ostatního tu nekoupíte, děti se na vás smějí, ani je nenapadne, že by si mohli říci o peníze. Jsou tak šťastní a na vás to působí nesmírně „čistě“ a klidně. Před cestou je možné si najmout šerpu, který vás bude na trase doprovázet. Z vlastní zkušenosti mohu říci, že je to však pouhé vyhození peněz, neboť trasa je poměrně přehledná a ochotní Nepálci jsou navíc vždy připraveni, aby vám „vlastním tělem“ ukázali další cestu, neboť s angličtinou se tu neseťkáte.

Samozřejmě jiné fotografie pořídí člověk, který se účastní organizovaného turistického výletu s cestovní kancelář. Tito lidé cestují převážně vlastním turistickým autobusem a jsou vždy „vyklopeni“ před nějakou památkou, kterou si všichni fotí, často ze stejné strany, která jim byla doporučena jako „zajímavější“. Výběr toho, co si vyfotí, je zde značně omezený a je určován „zvenku“. Všichni si fotí totéž. Jedná se tedy o druh určitého „*kolektivního zírání*“, jak jej označuje Urry (1996). Vedle toho rozlišuje tzv. „*romantické zírání*“. Vyznavač tohoto typu nechce být při svém kochání se krajinou nikým rušen. Jakýkoliv další turista v jeho přítomnosti nebo blízkosti představuje znečištění autentického prostředí (Urry 1996: 46).

4.1.4 Symbolika oděvu

Vizuální metody je možné použít jednak při rozboru fotografií, pořízených lidmi, které studuji, kdy nám mohou poskytnout mnohé informace o představách a myšlení jejich autorů. Dále je možné vizuální metodu použít také jako doklad nějaké skutečnosti či teorie. Při jejich zpětném prohlížení, stejně tak jako z předchozího typu fotografií, z nich můžeme vyčíst mnohé informace a skutečnosti, kterých bychom si jinak zřejmě nevšimli. Já jsem pořízené fotografie použila k rozboru symboliky oděvu turistů.

To, že *šaty dělají člověka*, věděly již naše prababičky, když se oblékaly do korzetů. Nebudu se zde však tolik zabývat otázkou krásy, ale usiluji o pohled na oblečení jako symbol určitého životního stylu, ke kterému se jím řadíme. Problematiky tvorby životních stylů, pro který razí název „*neokmen*“, se ve své knize *Myslet sociologicky* dotýká Zygmunt Bauman. Píše, že pomocí pečlivě volených nákupů mohu ze sebe vytvořit cokoli, resp. kohokoli, kým si přeji být. Je to snadné. Vyberu si určitý model a koupím si k němu všechny dostupné doplňky, které jsou známkou příslušnosti k němu. Hranice mezi jednotlivými neokmeny jsou propustné, mezi životními styly můžeme volně přecházet. Zdá

se, že kromě finančních možností, neexistuje síla, která by nás v naší svobodě volby zastavila (Bauman 2000: s. 206 – 210).

Předkládám zde tři fotografie odlišných typů turistů, které jsou vhodným dokladem rozdílu v oblečení a vybavení turistů „baťůžkářů“ a masových turistů, svědčící o samotném charakteru a povaze jejich cesty.



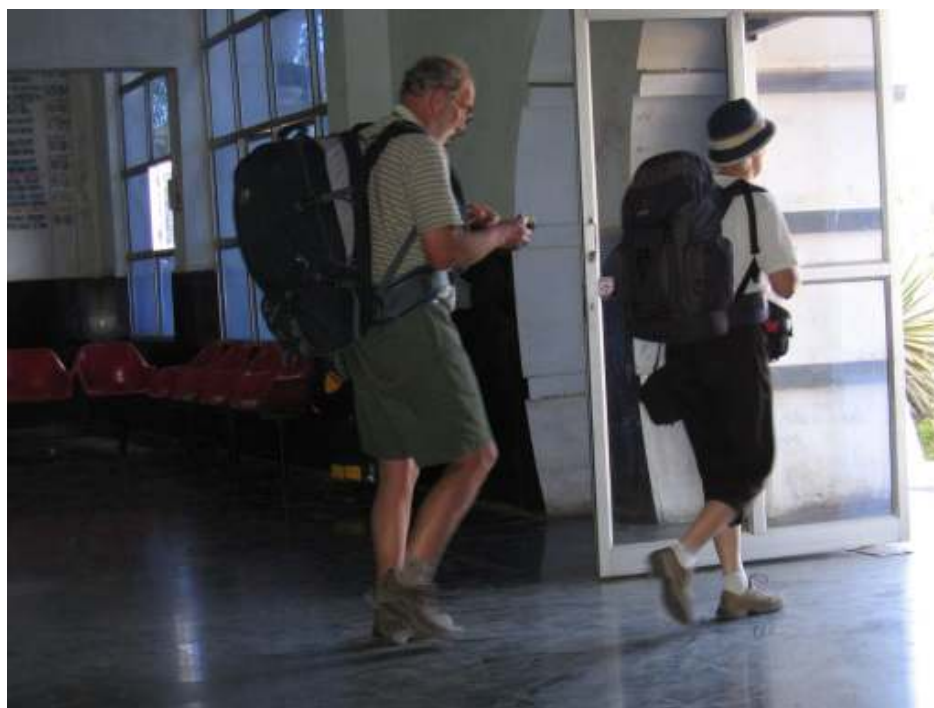
Tato fotografie pochází ze střechy hotýlku na Main Bazaru, hlavní turistické třídě v Dillí. Na fotografii jsem zachytila turistu z Belgie (vlevo), z Francie (2. zleva) a České Republiky. Střechy hotelů slouží téměř pravidelně ke scházení turistů a jsou tedy dobrou příležitostí pro navázání kontaktu a neformálního rozhovoru. Všimneme-li si oblečení těchto mladých lidí, uvědomíme si, že při jejich volbě hrála hlavní roli praktičnost a pohodlnost. Jedná se o součást vybavení, které si s sebou do Indie přivezli. Dále si na fotografii můžeme všimnout malého ohýnku, který si zde udělali, ve snaze vytvořit jistou atmosféru pohody, kterou pro ně Indie představuje. Hamzah Muzaini píše o

tom, že někteří „baťůžkáři přijali strategii „vypadat jako domácí“ ve víře usnadnit hlubší pochopení a spojení s místními obyvateli. Ve své studii využívá etno-autobiografického přístupu rozboru záznamů osobních deníků a doplňuje ji metodou interview a vlastní zkušeností s tímto druhem cestování po jihovýchodní Asii (Muzaini 2006: 144).



Tuto fotografii jsem pořídila v Jaisalmeru, který je jedním z obchodních uzlů v poušti na severozápadě země. Toto tiché, čisté a bohaté město, s nádhernou kamennou pevností a tisíci turistickými obchůdky typického Rajastánského zboží, je rájem pro všechny typy turistů. Najdeme zde opět skupinky „baťůžkářů“ i individuální turisty, pro které je Jaisalmer vstupní branou pro výpravy do pouště, skupinky mladých dívek i zástupce masového typu turistů, hledající zálibu spíše v honbě za suvenýry a levným indickým zbožím. Podotýkám, že kožené tašky a klobouky, vystavené před obchodem, jsou z pravé velbloudí kůže. Turisté zachycení na fotografii přijeli zřejmě autobusem v rámci organizovaného turistického zájezdu, čemuž odpovídá i jejich upravený vzhled a styl oblečení. Můžeme si všimnout bot, které nejsou jistě určeny pro delší pěší pochod a indického šátku, který má žena přehozený přes ramena,

plní zde funkci spíše estetickou, nežli praktickou. Stejně tak nepraktickými pro procházky indickými ulicemi jsou brašna přes rameno, světlé kalhoty a šaty, které svědčí o tom, že tito turisté se po Indii pohybují nejčastěji turistickým autobusem, bydlí v nejdražších hotelech, které jim zabezpečují pohodlí domova a nakupují v obchodech, které jim doporučí průvodkyně zájezdu. Zakoupené suvenýry jsou tak možná nejvíce „indické“ v jejich setkání s „upravenou“ Indií, ikdyž původ a hodnota těchto typických indických výrobků může být jistě také diskutována.



Poslední fotografie představuje kompromis mezi dvěma předchozími typy. Je pořízena na vlakovém nádraží v Bodhgaye, místě, kde došel Buddha osvícení. Tito lidé, starší pár ve věku kolem 50-ti až 60-ti let, nepřijeli luxusním turistickým autobusem, ale preferují vlastní vytyčení trasy a cestování před jízdou autobusem. Všimneme-li si jejich vybavení, uvědomíme si, že nejsou v Indii na dlouhou dobu. Mají poměrně malé batohy, umožňující jim cestovat i s celým vybavením. Při přiblížení fotografie vidíme, že mají s sebou i kameru. Jejich oblečení není také nijak indické, je rozhodně pohodlné a je součástí věcí, které si s sebou do Indie přivezli. Zároveň však tito lidé mají s sebou dostatečné finanční prostředky, které jim umožňují, aby si kdykoliv odpočinuli v prostředí

pohodlného hotelu, vyprali svoje věci a druhý den vyrazili po vydatné evropské snídani opět za indickým dobrodružstvím. Tento typ turistů se svojí povahou podobá spíše prvnímu, než druhému typu. Volba oblečení a vybavení souvisí spíše s praktičností a pohodlím, přesto nejsou tito turisté typickými „baťůžkáři“, jako mladí lidé na první fotografii. Zatímco „baťůžkáři“ vyhledávají spíše atmosféru místa, touží pocítit její spiritualitu a autenticitu, vyšplhají na nejvyšší horu, vyzkouší jídlo v té nejzapadlejší restauraci nebo přímo z kotlíku na ulici a žijí v „těsnějším spojení s indickými obyvateli“, nazvala bych tento typ „vybavených“ turistů spíše typem „historickým“, nebo také „návštěvníky“. Tito turisté, většinou starší páry nebo rodiče s dětmi, touží spatřit slavné indické památky a přírodní krásy, k čemuž mají značné finanční prostředky, aby se cítili jako „doma“.

Na předchozích fotografiích jsem chtěla dokázat skutečnost, že oděv a vybavení turistů vyplývá ze samotné povahy a charakteru jejich cesty. Svědčí také o tom, co lidé od cesty očekávají a jakou mají o ní představu, neboť vybavení si připravují na jejím samém počátku. Otázka, zda upřednostňuji to, jak se v oblečení cítím a jakou mi splní funkci nebo to, jak v něm vypadám, souvisí samozřejmě také s rozdílem v charakteru a povaze turistů a jejich žebříčkem hodnot.

Závěr

Ve své diplomové práci jsem se snažila přiblížit jednak teoretické pozadí antropologie turismu a zasadit tento obor do kontextu disciplín, jednak především pokusit se získaná data z terénu aplikovat na antropologické teoretické přístupy a vytvořit také vlastní typologii turistů na základě terénního výzkumu v Indii. Hypotéza, se kterou jsem k výzkumu přistoupila, se potvrdila pouze částečně. Předpokládala jsem, že pro většinu lidí, kteří se chystají do Indie, představuje tato cesta vyvrcholení dlouhodobějšího zájmu o toto prostředí, jako v mém případě, nebo že se vztahuje k náboženskému přesvědčení. Představovala jsem si tedy, že svůj výzkum zaměřím zejména na komunitu zasvěcených „baťůžkářů“ a oduševnělých jedinců, hledajících v Indii určitou spiritualitu s cílem dostat se do jiného duševního stavu. Tyto dvě skupiny turistů jsem zde skutečně objevila, při delším pobytu jsem si však postupně uvědomovala obrovskou rozmanitost této mnohamiliónové země, která tak otevírá možnost téměř všem typům turistů. Postupně jsem dospěla k osmi hlavním turistickým typům, přičemž jsem si vědoma skutečnosti, že výzkum je do jisté míry formován charakterem mé vlastní cesty a typy turistů, se kterými je možné se na této cestě setkat. Abych tuto skutečnost trochu zmírnila, snažila jsem se využít všechny druhy dopravních prostředků, navštívila jsem místa nejvíce turisty vyhledávaná, jako jsou Udaipur či Jaisalmer, respektive celý Rajastán může být považován za skutečný ráj všech typů turistů, navštívila jsem slavné indické metropole jako Dillí, Mumbai či Kalkata, které bych, zejména Mumbai, zřejmě v pozici „běžného turisty“ vynechala, dostala jsem se ale i do těch nejzapadlejších vesniček, kde je každý bílý návštěvník pro jejich obyvatele větší kuriozitou, než oni pro nás, vydala jsem se na trek po úpatí Himalájí, kde se spíše než jako turista, cítíte jako poutník, který je se vší úctou vítán a konečně jsem zjistila také místa, která jsou pro turismus naprosto nevhodná, mám na mysli zejména Ujjain, jedno z nejposvátnějších hinduistických míst, kde na vás již od prvního okamžiku dýchá skučeně nepřátelská atmosféra.

V této práci jsem se zaměřila na jednu ze čtyř hlavních oblastí výzkumu na poli antropologie turismu, kterou je téma motivace a typologie turistů. Nadále však usiluji o další srovnání. Během postgraduálního studia bych chtěla svůj zájem rozšířit a zaměřit se na další dvě významné oblasti studia turismu, jimiž jsou povaha a změny vztahů mezi hostiteli a turisty, která sestává ze tří dimenzí: vztahů, vnímání (představ) a postojů. Problém těchto změn se dotýká problému komercializace pohostinnosti. Tlaky postupně způsobují přeměnu tradičních vztahů do čistě komerčních, jež jsou založeny prakticky výhradně na zisku. Vedle toho bych chtěla sledovat i některé aspekty dopadu turismu na ekologické prostředí zkoumané lokality – turismus musí při svém vývoji také přihlížet k dopadům na ekologii, aby si uchoval podstatnou část toho, co „prodává“, musí se chovat ekologicky – a dopadu turismu na kulturu původních obyvatel. Pro tuto studii jsem si vybrala novozélandské Maory. Řemeslo a umění prodělaly tím, jak byly adresovány novému, „cizímu“ publiku, které nesdílelo jejich kulturní pozadí, jazyk ani hodnoty, dalekosáhlé změny. Turismus bývá často prezentován jako znehodnocovatel či ničitel zvyků a může vést až k masové produkci levného zboží bez umělecké hodnoty. Výzkum bude probíhat v několika turistických střediscích a místech na Novém Zélandu a bude se opírat o dosavadní výzkum a dlouhodobý zájem o zkoumanou problematiku antropologie turismu.

Bibliografie

- Althabe, G. 1999: *Etnologie současnosti a terénní výzkum*. Cargo, 3,4, s. 209-212.
- Andronicou, A. 1979: Tourism in Cyprus, in de Kadt 1979
- Attl, P., Nejd, K. 2004: *Turismus I.*, Praha
- Augé, M. 1999: *Antropologie současných světů*, Brno: Atlantis
- Bauman, Z. 2000: *Globalizace – důsledky pro člověka*, Praha: Mladá fronta
- Bauman, Z. 2000: *Myslet sociologicky. Netradiční uvedení do sociologie*, Praha: SLON.
- Bauman, Z. 1995: *Úvahy o postmoderní době*, Praha: Slon
- Benscheidt 1933: Der Ortswechsel als Voraussetzung des Fremdenverkehrs, Berlin: Archiv für Fremdenverkehr, nr. 3., in Knebel, H. J. 1960
- Blakeway, M. 1980: The dilemmas of paradise, *PHP Sept.*: 73-84
- Bodio, L. 1899: Sul movimento dei foresteri in Italia e sul dinero chi vi spendono. *G. Econ.* 15: 54 – 61
- Boisevain, J. 1977: Tourism and development in Malta, *Development and change*, 8(4): 528-38
- Boorstin, D.J. 1964: *The image. A guide to pseudo-events in America*, New York: Harper and Row
- Boyer, M. 1972: *Le tourisme*. Paris: Editions de Seuil

- Britton, S.G. 1982: The political economy of tourism in the third world, *Annals of tourism research*, 9(3): 331-58
- Buck, R.C. 1978: Boundary maintenance revisited – tourist experience in an old Amish community, *Rural sociology*, 43(2): 221-34
- Burkart, , A.J., Medlik, S. 1974: *Tourism. Past, present and future*, London: Heinemann
- Butler, R.W. 1980: The concept of tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources, *Ca. Geogr.* 24(1): 5-12
- Caroll, J. 1980: The tourist, in *Sceptical sociology*, London: Routledge and Kagan Paul
- Clarke, A. 1981: Coastal development in France: tourism as a tool for regional development, *Annals of tourism research*, 8(3): 447-61
- Cleverdon, R. 1979: The economic and social impact of international tourism in developing countries, *Spec.Rep.*, no. 6, London: Econ Intell. unit
- Clifford, J. 1997: *Routes. Travel and translation in the late twentieth century*, London: Harvard university press
- Clifford, J. 1988: *Predicament of culture. Twentieth century ethnography, Literature and art*, London
- Cohen, E. 1972: Toward a sociology of international tourism, *Sociological research*, 30(1): 164-82
- Cohen, E. 1973: Nomads from affluence: notes on the phenomenon of drifter-tourism, *Int. J. Comp. Sociol.*, 14(1/2):89-103

Cohen, E. 1974: Who is a tourist? A conceptual clarification. *Sociological Review* 22: 527-55

Cohen, E. 1978: Impact of tourism on the environment, *Annals of tourism research*, 5(2): 215-37

Cohen, E. 1979: The impact of tourism on the Hill tribes of northern Thailand, *Int. Asienforum*, 10(1/2): 5-38

Cohen, E. 1979: Phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, vol 13, no. 2.

Cohen, E. 1982: Marginal paradises: Bungalow tourism on the islands of southern Thailand, *Annals of tourism research* 9(2): 189-228

Cohen, E. 1983: The dynamics of commercialized arts: The Meo and Yao of northern Thailand, *J. Natl. Res. Counc. Thailand*, 15(1): 1-34

Cohen, E. 1984: The sociology of tourism: approaches, issues and findings. *Annual review of sociology*, vol 10

Cort, D.A., King, M. 1979: Some correlates of culture shock among American tourists in Africa, *International journal of intercultural relations*, 3(2): 211-25

Crick, M. 1989: Representation of international tourism in the social science: sun, sex, sights, saving and servility. *Annals review antropology*

Crompton, J. 1979: Motivations for pleasure vacation, *Annals of tourism research*, 6(4): 408-24

Čech, O. z Pordenone. 1998: *Cesta do říše velkého chána (1316-1330). Popis východních krajů světa*, Praha: Kvasnička a Hampel

Dann, G.M.S. 1977: Anomie, ego enhancement and tourism, *Annals of tourism research*, 8(2): 184-94

Dann, G.M.S. 1981: Tourism motivation: An appraisal, *Annals of tourism research*, 8(2): 187-219

de Kadt, E. 1979: *Tourism – passport to development?* New York: oxford university press

Disman, M. 2005: *Jak se vyrábí sociologická znalost*, Praha: Univerzita Karlova v Praze – nakladatelství Karolinum

Doxey, G.V. 1976: A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences, in: *The impact of tourism process*, 6th annuals conf. travel res. association, San Diego, California, 195-98

Dumazdier, J. 1967: *Toward a society of leisure*, New York: Free

Evans, N.H. 1978: Tourism and cross cultural communication, in Smith 1978: 41-53)

Fabian, J. 1983: *Time and the other, how anthropology makes its object*, New York: Columbia university press

Farrell, B. 1979: Tourism's human conflicts: cases from the pacific, *Annals of tourism research*, 6(2): 122-36

Farrell, B.H., Runyan, D. 1991: Ecology and tourism, *Annals of tourism research* 18(1): 26-40

Flusser, V.1994: *Za filosofii fotografie*, Praha: Hynek

Forster, J. 1964: The sociological consequences of tourism, *International Journal of comparative sociology*, 5(2): 217-27

Freyer, W. 1990: *Tourismus*, München: Oldenburg verlag

Gamper, J. A. 1981: Tourism in Austria: A case study of the influence of tourism on ethnic relations, *Annals of tourism research*, 8(3): 432-46

Geertz,C. 1988: *Works and lives. The anthropologist as author*, London: Stanford university press

Giddens, A. 2003: *Důsledky modernity*, Praha: Sociologické nakladatelství

Goff, Le, J., Schmitt, J. C. 2002: *Encyklopedie středověku*, Praha: Vyšehrad

Gottlieb, A. 1982: American's vacations, *Annals of tourism research*, 9: 165-87

Graburn, A.H.H. 1976: *Ethnic and tourist arts: cultural expressions from the fourth world*, Berkeley: University California Press

- Graburn, A.H.H 1977: Tourism: the sacred journey, in Smith 1977: 17-32
- Graburn, A.H.H. 1983: Anthropology of tourism, *Annals of tourism research*, 10(1): 1-189
- Gray, H.P. 1982: The economics of international tourism, *Annals of tourism research*, 9(1): 1-125
- Greenwood, D.J. 1972: Tourism as an agent of change: A spanish Basque case, *Ethnology*, 11(1): 80-91
- Greenwood, D.J. 1977: Culture by the pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commodization, in Smith 1977
- Greenwood, D.J. 1982: Cultural „authenticity“, *Cultural survival q.*, 6(3):27-28
- Hiller, H.L. 1976: Escapism, penetration and response: Industrial tourism in the Caribbean, *Caribbean studies*, 16(2)92-116
- Hiller, H.L. 1977: Industrialism, tourism, island nations and changing values, in Farrell 1977, 115-21
- Hoivik, T., Heiberg, T. 1980: Centreperiphery tourism and self-reliance. *International soial science*, 32(1)69-98
- Horne, D. 1984: *The great museum. The representation of history*, London: Pluto press
- Hovinen, G.R. 1982: Visitor cycles: outlook for tourism in Lancaster country, *Annals of tourism research*, 9: 565-83
- Jenkins, C.L. 1982: The effects of scale in tourism projects in developing countries, *Annals of tourism research*, 9(2):229-49
- Jordan, J.W. 1980: The summer people and the natives: Some effects of tourism in a Vermont vacation villlage, *Annals of tourism research*, 7(1): 34-35
- Knebel, H.J. 1960: *Sociologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus*. Stuttgart: Enke
- Knox, J.M. 1978: Resident-visitor interaction: A review of the literature and general policy alternatives, in Jones, D.R.W. 1978: *Prostitution and tourism*
- Konvalinová, M. 2003: *Antropologie turismu: Washington jako poutní místo*, diplomová práce, FHS, UK

Laurent, A. 1973: *Libérer les vacances?* Paris: Seuil

Leach, J.W. 1973: Making the best of tourism: The Trobriand case, in: *Priorities in melanesian development*, R.J.May (ed.)357-61, Canberra

Leiper, N. 1979: The framework of tourism: toward a definition of tourism, tourist and the tourist industry, *Annals of tourism research*, 6(4): 390-407

Lengyel, P. (ed.) 1980: The anatomy of tourism. *International. sociological Science Journal*, 32(1): 1-150

MacCannell, D. 1976: *The tourist. A new theory of the leisure class*, New York: Shoclek books

MacCannell, D. 1973: Staged authenticity: arrangements of social space in tourist settings, *American journal of sociology*, 79(3): 589 – 603

Machlis, G. E., Burch, W. R. 1983: Relations between strangers: cycles of structure and meaning in tourist systems, *Sociol. review.*, 31: 666-92

Martínek, J., Martínek, M. 2003: *Kdo byl kdo. Světoví cestovatelé a mořeplavci*, Praha: Libri

Matthews, H.G. 1978: *International tourism – a political and social analysis*, Cambridge, Mass: Schenkman

McKean, Ph. F. 1976: Interaction between tourists and Balinese: An anthropological analysis of partial equivalence structures, *Majalah Ilmu-Ilmu Social Indones.*, 3: 135-46

Mitford, N. 1959: The tourist. *Encounter*, 13 (4): 3-7

Murphy, R. F.2001: Úvod do kulturní a sociální antropologie, Praha: Sociologické nakladatelství

Muzaini, H. 2006: Backpacking southeast Asia. Strategies of looking local, *Annals of tourism research*, vol 33, no.1

Myers, P.B., Moncrief, L.W. 1978: Differential leisure travel decision-making between spouses, *Annals of tourism research*, 5(1): 157-65

Nash, D. 1977: Tourism as a form of imperialism, in Smith 1977: 33-47

Nash, D. 1981: Tourism as an anthropological subject. *Current anthropology*, vol 22, no 5

Nieto Pineroba, J.A. 1977: Turistas y nativos: el caso de Formentera, *Rev. Esp. Opin. Pública* 47: 147-67

Nicholls, L.L. 1976: Tourism and crime, *Annals of tourism research*, 3: 176-82

Noronha, R. 1977: *Social and cultural dimensions of tourism: A review of the literature in english*, Washington DC: World Bank

Nunez, T.A. 1963: Tourism, tradition and acculturation: Weekendismo in Mexican village. *Ethnology* 2: 347-52

Norval, A.J. 1936: *The tourist industry. A national and international survey*, London: Pitman

Ogilvie, F.W. 1933: *The tourist movement. An economic study*, London: Staples

Ohler, N. 2003: *Cestování ve středověku*, Jinočany: H a H

Ottova všeobecná encyklopedie ve dvou svazcích, 2003: Praha: Ottovo nakladatelství

Papson, S. 1981: Spuriousness and tourism: politics of two canadian provincial governments, *Annals of tourism research*, 8(2): 220-35

Pásková, M., Zelenka, J. 2002: *Výkladový slovník cestovního ruchu*, Ministerstvo pro místní rozvoj

Peck, J.G., Lepie, a.Sh. 1977: Tourism and development in three north Carolina towns, in Smith 1977

Pi-Sunyer, O. 1977: Through native eyes: Tourist and tourism in a Catalan maritime community, in Smith 1977: 149-55

Pearce, P.L. 1982: *The social psychology of tourist behaviour*, New York: Pergamon

Pérez, L.A. 1973: Aspects of underdevelopment: Tourism in the West Indies, *Science and Sociology*, 37(4): 473-80

Poser, H. 1939: Geographische Studien Über den Fremdenverkehr im Riesengebirge, in Malá, V. 1999: *Cestovní ruch*, Praha: VŠE

Rambaud, P. 1967: Tourisme et urbanisation des campagnes, *Sociol. Rur*, 7: 311-34

Redclift, M. 1973: The effect of socioeconomic changes in a spanish Pueblo on community cohesion, *Sociol. Rur.*, 13(1): 1-14

Reynoso y Valle, A., de Regt, J. P. 1979: Growing pains: Planned tourism development in Ixtapa-Zihuatanejo, in de Kadt 1979

Rodenburg, E.E. 1980: The effects of scale in economic development: Tourism in Bali, *Annals of tourism research*, 7(2): 177-96

Rojek, Ch., Urry, J. (1997) *Touring cultures*. Routledge, London

Rux, J. 2004: Cestovní ruch nebo turismus? in *C.O.T. businnes*, no. 9: 7

Sharma, L.P. 1989: Mountain tourism in nepal: How much compatible is it to the fragile Himalayan environment?, in Singh, S. C. (ed.) *Impact of tourism on mountain environment*, New Delhi: Vikas

Sheller, M., Urry, J. 2004: *Tourism mobilities. Places to play, places in play*, New York

Shrestha, , T.K.1989: Impact of tourism in the Himalayan ecosystem of Nepal, in Singh, S. C.

- Scheuch, E.K. 1981: tourismus, in. *Die Psychologie des 20 Jahrhunderts*, 13: 1089- 114, Munchen: Kindler
- Schmidt, C.J. 1979: The guided tour: insulated adventure, *Urban life*, 7(4): 441-67
- Schudson, M.S. 1979: On tourism and modern culture, *American journal of sociology*, 84(5): 1249 - 58
- Simmel, G. 1923: Soziologie, in Knebel, H.J. 1960
- Skřivan, A., Křivský, P. 1980: *Moře, objevy, staletí*, Praha: Mladá fronta
- Smith, V. L. 1979: *Controlled vs. uncontrolled tourism*. Bhutan and Nepal, *Rain* 32
- Smith, V. 1977: *Host and guests: The anthropology of tourism*: Philadelphia: University of Pennsylvania press
- Stoffle, R. W., Last, C.A, Evans, M.J. 1979: Reservation-based tourism: Implications of tourist attitudes for native american economic development, *Hum. Organ.*, 38(3):300-6
- Stradner, J. 1905: Der Fremdenverkehr, in Knebel, H. J. 1960
- Stringer, P. (ed.) 1984: Social psychology and tourism, *Annals of tourism research*, 11(1)
- Subba, T. B. 1982: Trekking in Sikkim Himalayas: socioeconim outcome, *Himalayan observer*, March 26.
- Subba, T. B. 1997: Touring anthropology, *Current antropology*, vol. 38, no. 2.
- Sutton, W.A. 1967: Travel and understanding: notes on the social structure of touring, *Int.J. Comp. Sociol.*, 8(2): 218-23
- Swain, M. B 1997: Coping with anthropology of tourism, *American anthropologist*, vol 99, no. 1
- Taylor, A.E. 1932: Tourism – the businnes of organized hospitality, *Commer. Rep.*, 35: 188-90

- Tichá, Z. (ed.) 1986: *Jak staří Čechové poznávali svět. Výbor ze starších českých cestopisů 14.- 17. století*, Praha: Vyšehrad
- Turner, I., Ash, J. 1975: *The golden hordes: international tourism and the pleasure periphery*, London: Constable
- Turner, V. 2004: *Průběh rituálu*, Brno: Computer Press
- Urbanowicz, Ch. F. 1977: Tourism in Tonga: Troubled times, in Smith 1977
- Urry, J. 1997: *Touring Cultures: Transformations of Travel & Theory*. University of California Press.
- Urry, J. 1996: *The tourist gaze. Leisure and travel in Contemporary societies*, London
- Van den Berghe, P. 1980. Tourism as ethnic relations: A case study of Cuzco, Peru. *Ethnic and racial studies* 3(4): 375-92
- Varley, R.C.G. 1978: Tourism in Fiji: Some economic and social problems, *Bangor Occas. Pap. Econ.*, no. 1, Bangor: Univ. Wales
- Vogt, J.W. 1976: Wandering: youth and travel behaviour, *Annals of tourism research*, 4(1): 25-41
- Von Wiese, L. 1930: Fremdenverkehr als zwischenmenschlichen Beziehung. *Arch. Fremdenverkehr* 1
- Wagner, U. 1977: Out of time and place: Mass tourism and charter trips, *Ethnos*, 42(1/2): 38-52
- Wall, G, Ali, I.M. 1977: The impact of tourism in Trinidad and Tobago, *Annals of tourism research*, 5: 43-49
- Wood, R.E. 1979: Tourism and underdevelopment in southeast Asia, *J. Contemp. Asia*, 8(4): 274-87
- Young, G. 1973: *Tourism – Blessing or blight?* Harmondsworth, England: Penguin

Internetové zdroje:

www.sciencedirect.com
research

Internetové vydání časopisu Annals of tourism

www.jstor.org

www.cestovatele.com

www.manipul.cz

www.cestovani.cz