

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut sociologických studií

Karolína Schröderová

Čajovnictví po česku aneb fenomén čajoven

Bakalářská práce

Praha 2015

Autor práce: **Karolína Schröderová**

Vedoucí práce: **Mgr. Barbora Spalová, PhD.**

Rok obhajoby: 2015

Bibliografický záznam

SCHRÖDEROVÁ, Karolína. *Čajovnictví po česku aneb fenomén čajoven..* Praha, 2015. 55 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií. Katedra sociologie. Vedoucí diplomové práce Mgr. Barbora Spalová PhD.

Abstrakt

V této bakalářské práci se věnuji české čajové kultuře a čajovnické profesi napříč čajovnami. Zabývám se zde vlivy, pod kterými se čajovny vyvinuly do své momentální podoby. Mimoto se zabývám způsoby, kterými se čajová kultura po České republice šíří a co vede zakládání čajoven. Užívám pojem subkultury v souvislosti s čajovou kulturou, jejím významem a umístěním v české kultuře. Hlavním zdrojem dat byly polostrukturované rozhovory s majiteli čajoven, doplněné o zúčastněné pozorování.

Abstract

In this bachelor thesis I have focused on the Czech tea culture and tea profession across tea rooms. I have dealt with influences that led to the present tea rooms' appearances. Furthermore I am dealing with ways of tea culture spreading, and what conduces to the tea room establishing. I am using the term of subculture in the connection with the tea culture, its meaning and position in the Czech culture. The main data source were semi-structured interviews with the tea rooms owners, all complemented by a participated observation.

Klíčová slova

Čajová kultura, čajovna, čajovnictví, subkultura, čajovník, eklekticismus

Keywords

Tea culture, tea room, tea profession, subculture, tea staff, eclecticism

Rozsah práce: 96 500 znaků

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne

Karolína Schröderová

Poděkování

Ráda bych tímto poděkovala všem, díky nimž tato práce mohla vzniknout. Děkuji majitelům čajoven, kteří byli ochotní podělit se se mnou o své znalosti, a díky kterým jsem mohla lépe proniknout do tajů čajové kultury.

Velký díky patří mojí vedoucí práce, Mgr. Barboře Spálové, Ph. D., za její cenné rady a připomínky a trpělivost. Děkuji také své rodině a přátelům za jejich psychickou podporu.

Institut sociologických studií

Projekt bakalářské práce

1. Vymezení předmětu zkoumání a strukturace výzkumného tématu

Čajovny existovaly u nás už za první republiky, kdy se podobaly obdobným podnikům po celé Evropě a zejména v Anglii. Ale válka a následný komunistický režim měly za následek jejich zavření, protože příliš zaváněly svobodným duchem a pocházely z kapitalistické Anglie, což bylo nutné potlačit (Pössl, 2010: 30). Před rokem 1989 se čaj dovážel ze Sovětského svazu a Indie, velmi zřídka z Cejlonu, Vietnamu a Číny. Dovezený černý čaj se míchal nebo se balil do nálevkových sáčků. Málokdy se ale jednalo o kvalitní čaj. Velký boom nastal až po sametové revoluci. Začalo se houfně cestovat i do orientálních zemí a lidé začali objevovat speciální obchody s širokým sortimentem čaje. Významnou událostí a impulzem byla roku 1991 návštěva Sóšicu Sena XV, guru japonských čajových obřadů. Ukázal, že čaj není jen nápoj, ale může mít i duchovní náboj a později na to se odstartoval rozvoj českého čajovnictví. První z kroků učinil Luboš Rychlavský. Roku 1991 otevřel první kamennou čajovnu v Praze a nedlouho potom založil spolu s Alešem Juřinou a Jiřím Šimsou firmu Spolek milců čaje. Ti pak v roce 1993 otevřeli na Václavském náměstí nyní již dobře známou Dobrou čajovnu. Toto je začátkem největší sítě čajoven a obchodů v České republice. Ani ne za čtrnáct dní na to byla otevřena Růžová čajovna v růžové ulici a následovaly i další (Thoma 2002: 278 – 279). Každá čajovna je svým způsobem originální.

S čajovnami je často spojována mimo jiné i spiritualita. Humanistická psychologie chápe spiritualitu jako „komponentu funkční struktury osobnosti.“ Lze předpokládat, že u některých jedinců je centrem motivů, postojů a citů. „Pojem spirituality pochází z teologie, kde znamená *to, co v člověku působí duch svatý.*“ Oproti tomu v psychologickém hledisku se bavíme o duchu lidském, o neurčitém, ale obecně chápaném pozitivním pojmu. Rozumíme tím něco ušlechtilého, co člověka povznáší. Zahrnuje to kulturu, umění, etiku, jde o orientaci na to, co je v našem životě nejdůležitější. Často se do spirituality zahrnují hodnoty nebo ideály a „prožitkové mody obsažené v duchovní tradici Západu, obohacené o prvky orientální a prvky „přírodních“ náboženství. V posledních desetiletích se stal tento pojem v psychologickém hledisku velmi populární (Říčan 2007: 147). Čajovny jsou prodchnuty duchem jiných kultur, jsou místem, kde se kromě konzumace nápoje mohou návštěvníci věnovat relaxaci i filosofickým myšlenkám, kde k tomu atmosféra podle mého čistě osobního názoru nabádá. Mimo jiné jsou prostorem, kde mnozí s oblibou pořádají různé semináře

s duchovní tematikou (spiritualita se rovná česky duchovnost). Toto je důvodem, proč mnohdy hovoříme o spiritualitě čajoven.

2. Teoretická východiska

Neexistuje jednotná teorie, proč jsou v současné době čajovny v České republice tak populární. Bohužel neexistují ani žádná podrobnější data mapující tento fenomén. Avšak o oblíbenosti čajoven mezi Čechy dle mého svědčí fakt, že se v České republice nachází přes 300 čajoven, což je například při porovnání se sousedním Slovenskem, kde jich je do 30, opravdu velký počet.

Již byl ale proveden výzkum mezi mladými lidmi v jižních Čechách, s ústřední tezí, že mladí Češi navštěvují čajovny z důvodu alternativního trávení času a setkávání s přáteli. Tato teze byla následně potvrzena (Vyternerová 2010). Aleš Juřina, jeden ze zakladatelů sítě Dobrých čajoven, se zase domnívá, že čajovny jsou místem pro sdružování lidí, jelikož Češi se rádi sdružují, ale mnozí neradi prostředí hospod s mnohdy hlučným, někdy až vulgárním prostředím. Druhým důvodem je podle Juřiny ateismus Čechů, kdy „do kostela moc nechodíme, ale v čajovnách lidé zakusí jistý dotek duchovna“ (zdroj www.ihned.cz).

Klíčovými pojmy, se kterými budu pracovat, jsou: čajovna, spiritualita, teorie rituálu, čajomilecká komunita, historie čajoven, subkultura

3. Cíle bakalářské práce

Cílem mé bakalářské práce je zodpovědět otázku, proč jsou čajovny mezi návštěvníky tak populární a jaké jsou důvody pro jejich návštěvu. Zaměřím se na prostředí pražských čajoven, jakožto místo, kde se nachází téměř jedna třetina českých čajoven. Zmapuji čajovny s ohledem na jejich polohu, velikost i charakter, zda se viditelně jedná o čínskou čajovnu, japonskou, arabskou nebo pseudorientální. Návštěvníci budou tázáni, proč si zvolili konkrétní čajovnu, co je na ní přitahuje, zda je pro ně více než místem, kde si dají čaj atd.

4. Hlavní hypotéza

Čajovny jsou populární proto, že nabízejí v české společnosti alternativní prostor k setkávání propojený se zajímavými spirituálními nabídkami, prostor zároveň dostatečně otevřený všem osobním rekombinacím a duchovním brikolážím (Lévi-Strauss).

5. Výzkumné otázky

- Kdy jste se poprvé setkal/a s čajovnou?
- Proč čajovny navštěvujete?
- Co Vás na čajovnách přitahuje?
- Existuje něco, díky čemu si čajovna získá Vaši přízeň nebo co Vás naopak odradí?
- Jak vnímáte atmosféru čajoven?
- Existuje konkrétní důvod, proč jste si zvolil/a tuto čajovnu?

6. Metody a prameny

Prameny bude tvořit populárně naučná literatura a práce zabývající se historií čaje, čajovou kulturou a spiritualitou.

Vzhledem k povaze tématu, kdy se chci zabývat popularitou českých čajoven, je nejvhodnějším prostředkem k dosažení cíle metoda kvalitativní analýzy dat. Využiji metodu polostrukturovaného rozhovoru. Předem dané stanovení veškerých otázek by mi znemožnilo doptávat se na detaily a pokládat další otázky, které se během rozhovoru mohou vynořit. Výsledkem výzkumu by mělo být zjištění, proč jsou čajovny mezi lidmi tak oblíbené, proč je navštěvují a jak vnímají jejich prostředí. Respondenti budou vybírání úsudkem, s tím, že se pokusím zahrnout více věkových kategorií, ač očekávám, že budou dominovat lidé okolo 20 – 25 let. Oslovování se bude uskutečňovat uvnitř čajoven. Očekávám, že se během výzkumu setkám s náhodnými návštěvníky i s těmi, kteří čajovnu navštěvují pravidelně a jsou „součástí jejich života, tzv. čajomilci. Od nich bych se pokusila dostat kontakty na další podobně smýšlející jedince, aby byl ve výzkumu zahrnut opravdu široký okruh návštěvníků.

Navštívím celkem 6 níže vyjmenovaných pražských čajoven s tím, že oslovím v každé minimálně 5 respondentů. Respondentům budou pokládány výzkumné otázky, dále kolikrát týdně čajovnu navštěvují, pohlaví, věk, povolání, nejvyšší dokončené vzdělání. Jméno nebude požadováno, jelikož se dá očekávat, že i když budou data použita pouze pro tuto bakalářskou práci, respondenta by to odradilo.

Čajovny:

Dobrá čajovna na Václavském náměstí

Andělská čajovna

Čajovna Guan Yin (čínská čajovna)

Čajovna Mechová skála (japonská čajovna)

Čajovna Dátá (indická čajovna)

Čajovna Shaharazad (arabská čajovna)

7. Předpokládaná struktura bakalářské práce

Bakalářská práce se bude zabývat popularitou čajoven v České republice, kdy se pokusím odhalit, proč jsou tak populární. V České republice se nachází hustá síť čajoven, něco přes tři sta, a okolo 80, což je více než jedna čtvrtina, se jich nachází v Praze. Vzhledem k takovému množství, lze nalézt čajovny malé i velké, samostatná nebo ty součástí větší sítě (např. Dobrá čajovna) a čajovny různých stylů a vzezření. Právě tato rozmanitost je důvodem, proč jsem zvolila za místo výzkumu hlavní město Praha.

Práce bude rozdělena celkem do tří částí. První část bude sloužit jako teoretický základ pro zkoumání v terénu. Rozeberu zde kořeny čajové kultury, což bude zahrnovat cestu dobývání čaje Evropou a následný vznik čajoven v České republice. Charakterizuji zde pojem čajovna a rozeberu jednotlivé typy čajoven (japonská, čínská, arabská, mix stylů). V další kapitole rozeberu pojem subkultura, jakožto skupinu se specifickými kulturními znaky, jelikož takové specifické skupiny se uvnitř čajoven často tvoří. V neposlední řadě rozeberu pojem spiritualita, jelikož čajovny jsou místem, kde se můžeme věnovat filosofickým myšlenkám, kde se setkáváme s prvky jiných kultur, jsou místem, kde se setkáváme se zážitky, jež mohou povznést našeho ducha.

Poté bude následovat výzkum v jednotlivých čajovnách. Jejich výběr bude dělán s ohledem na charakter i umístění čajovny. Zahrnu všechny typy čajoven, japonské, čínské, arabské i pseudoorientální. Návštěvníci budou tázáni na zvolené otázky, kdy bude rozhovor polostrukturovaný, aby bylo možno doptávat se na podrobnosti a reagovat na průběh rozhovoru. Respondenti budou vybíráni s úsudkem s tím, že se pokusím zahrnout různé věkové kategorie.

Získaná data budou následně analyzována a poskytnout nám odpověď na výzkumné otázky. Nejprve dojde k doslovnému přepisu rozhovoru. Poté bude rozhovor kódován, kdy kódy budou tvořeny nejdůležitějšími pasážemi rozhovoru, které budou relevantní k výzkumným otázkám. Následně budu porovnávat kódy u jednotlivých respondentů, zda se některé vyskytují častěji atd. V datech chci identifikovat prvky, které respondenti shledávají na čajovnách nejpřitažlivější, co pro ně vytváří příjemnou

atmosféru, pokud něco takového existuje, proč čajovny navštěvují a jestli je pro ně návštěva čajoven víc, než jen náhodným posezením u šálku čaje.

8. Literatura

• PÖSSL, M. *Čaj jako životní styl*. Praha: Grada Publishing a.s., 2010. ISBN 978-80-247-2902-2.

• ŘÍČAN, P. *Psychologie osobnosti - obor v pohybu*. Praha: Grada Publishing a.s., 2007. ISBN 978-80-247-3133-9.

• THOMOVÁ, S; THOMA, Z; THOMA, M. *Příběh čaje*. Praha: Argo, 2002. ISBN 80-7203-447-2.

• VYTERNOVÁ, L. *Přitažlivost čajoven: Výzkum provedený mezi návštěvníky čajoven v jižních Čechách*. České Budějovice, 2010. 71 s. Vedoucí práce Michal Kaplánek

Elektronické zdroje:

• MOSER, Radovan. *Cajik.cz* [online]. 2001. Dostupné z: <http://www.cajik.cz/>

• Česko je zemí s největší koncentrací čajoven na světě. Kam na dobrý čaj zajít?. In: *Ihned.cz* [online]. 2010]. Dostupné z: <http://life.ihned.cz/c1-48492650-cesko-je-zemi-s-nejvetsi-koncentraci-cajoven-na-svete-kam-na-dobry-caj-zajit>

Obsah

OBSAH	1
ÚVOD	2
1. ČAJ V ČESKÉ REPUBLICĚ	3
1.1 České čajovny	3
1.1.1 Eklekticismus uvnitř čajoven.....	5
2. ČAJOVÁ KULTURA JAKO SUBKULTURA?	7
3. DATA A METODY ANALÝZY	11
3.1. SBĚR DAT	11
3.2. VÝZKUMNÝ VZOREK	12
3.3. METODY ANALÝZY	14
4. ČAJOVNY	15
4.1. PŘÍČINY VZNIKU	15
4.2. ČESKÉ VS. ZAHRANIČNÍ ČAJOVNY.....	17
4.3. ČAJOVNY JAKO ALTERNATIVA	18
4.4. ATMOSFÉRA	20
4.5. SHRNUÍ	22
5. ČAJOVNÍK	23
5.1. PRVNÍ KONTAKT S ČAJOVOU KULTUROU	23
5.2. PRVOTNÍ IMPULS.....	24
5.3. PŘENOS INFORMACÍ.....	26
5.4. VÝUKA	27
5.5. PROFESNÍ VIRTUOZITA.....	28
5.6. MAJITELÉ ČAJOVEN A ČAJOVÁ KULTURA.....	30
5.7. SHRNUÍ	32
6. ČAJ	34
6.1. VLASTNOSTI ČAJE.....	34
6.2. ČAJOVÝ RITUÁL.....	35
6.3. ČAJ A JINÉ PRVKY V ČAJOVNÁCH	37
6.3.1. Vodní dýmky.....	38
6.3.2. Kulturní akce.....	40
6.4. SHRNUÍ	41
ZÁVĚR	42
POUŽITÁ LITERATURA	45
SEZNAM PŘÍLOH	48
PŘÍLOHY	49

Úvod

V této práci se budu zabývat čajovou kulturou napříč českými čajovny. Domnívám se, že české čajovny se vyvinuly ve specifická místa a mým cílem je odhalit a popsat proč tomu tak je. Dále se soustředím na to, jaká cesta vede k čajovnické profesi, čili co obnáší to, že se někdo stane čajovníkem. Také mě zajímá, co vede člověka k tomu, že se rozhodne založit vlastní čajovnu.

Čajovny jsou v České republice hojně rozšířené. Najdeme jich zde něco okolo 300 a údajně jsme tak stát s jejich nejširším pokrytím (zdroj www.ihned.cz). Těší se velké oblibě, i přes to, že Česká republika je místem bez delší čajové tradice. To je jedním z důvodů, proč si zdejší čajová kultura zaslouží naši pozornost. Jsou také alternativním prostorem k trávení volného času, odlišným od jiných restauračních zařízení.

Literatury zabývající se čajem obecně není příliš mnoho. Podnětnou knihou pro mě byla kniha Příběh čaje (2002), jejímiž autory jsou Soňa, Zdeněk a Michal Thomovi. Autoři v ní mapují historii a současnost čajové kultury ve světě. Je zde asi nejpodrobněji rozebrána historie české čajové kultury a fenomén českých čajoven, jemuž se jiní autoři příliš nevěnují. Přesto jsem se nesečkala s prací, která by se zabývala tím, jaká cesta vede k založení čajovny a jakým způsobem se znalosti o čajové kultuře v České republice šíří, a proto jsem se rozhodla na tento opomenutý aspekt svázaný s biografiemi čajovníků zaměřit. Pro uvedení do problematiky, v teoretické části nejdříve popíši historii čajové kultury v Česku a moment, kdy se zde čajovny začaly hojně šířit. Dále rozeberu pojem čajové kultury a její souvislosti se subkulturou. Poté následuje část věnovaná metodologii a výběru informátorů a analýza zjištění.

1. Čaj v České republice

Počátky pití čaje v Čechách jsou poněkud nejasné. Existují jen nepřímé náznaky. Okolo 18. století můžeme nalézt různé první zmínky o čaji v literárních dílech. Později o čaji píše mnozí umělci, například Jan Kollár či Karel Havlíček Borovský. Kromě českých umělců tvořili speciální skupinu dobrodruzi a cestovatelé, například Stanko Vráz a Josef Kořenský, kteří ve svých cestopisech tuto rostlinu také zmiňují. Významnou osobou spojenou s čajem byl cestovatel a spisovatel Joe Hloucha (1881-1957).

V 18. století byl čaj luxusním zbožím. Neověřené zdroje tvrdí, že kupec J. A. Svatojánský prodával čaj v krabicích potaženým atlasem. Za komunistického režimu byla kvalita čaje v Česku málokdy vysoká. Čaj byl dovážen převážně ze Sovětského svazu nebo z Indie. Po revoluci ovšem nastal boom, kdy mohli lidé volně cestovat za hranice a poznávat vzdálené exotické země, kde byl čaj snáze k dostání. Významným impulzem se stala roku 1991 návštěva Sóšicu Sena XV, velmistra školy Urasenke.¹ Ten během svého vystoupení ukázal, že čaj nemá jen povzbuzující účinky, ale i duchovní náboj. Po sametové revoluci začaly v celé České republice pomalu vznikat různé čajovny. Jejich historii se budu věnovat níže (Thomovi 2002: 273-280).

1.1 České čajovny

Čajovny v České republice jsou pro nás exotickým místem, často bývají inspirované východními kulturami, kdy v nich mnohdy nacházíme orientální prvky a dekorace. Nelze avšak tvrdit, že se české čajovny snaží přesně napodobovat místa, odkud pochází. Spíše jsou jakousi syntézou orientálních prvků, osobních preferencí majitelů a jejich představ, jak by taková čajovna měla vypadat. Následující kapitola bude věnována veskrze českým čajovnám, jejich historii, stylům a charakteristikám.

Jako první byla v Česku otevřena Joem Hlouchou a jeho bratrem Japonská čajovna v Praze, a to k příležitosti Jubilejní výstavy obchodní komory roku 1908. Čajovna měla takový úspěch, že po ukončení výstavy bratři dostali možnost založit si kamennou čajovnu v paláci Lucerna, kterou následně pojmenovali Jokohama. V 80. letech 20. století byla v Praze otevřena Modrá čajovna. Majitel se pokoušel navodit

¹ V roce 2001 vzniká Česká asociace Cesty čaje Urasenke. Jedná se o českou pobočku japonské školy čaje. Zabývá se podporou kulturních a osvětových aktivit zaměřených na studium a propagaci tradiční

orientální atmosféru s použitím dekorací z bambusu a lampionů. Sortiment čajů byl omezen na 3 až 4 druhy. Avšak čajovna zhruba po roce skončila a stala se z ní obyčejná restaurace. Významný krok po sametové revoluci učinil Luboš Rychvalský. Ten na Silvestra roku 1989 na počest Václava Havla otevřel na oslavě v Domu kultury čajovnu. Vzhledem k úspěchu se rozhodl prodávat čaj dále ve stanu během poutí a posléze roku 1991 otevřel čajovnu Roxy, která již sídlila pod střechou. Krátce na to zakládá Spolek milců čaje² spolu s Alešem Juřinou a Jiřím Šimsou. Po roce otevírají Dobrou čajovnu na Václavském náměstí. O pouhých 14 dní déle je založena Růžová čajovna nedaleko Hlavního nádraží. Poté následují čajovna Long Life, čajovna u Zlatého kohouta a další v Praze i mimo ni. Právě během 90. let začala čajová vlna, která je nadále na vzestupu (Thomovi 2002: 274-280).

Lze identifikovat různé styly, do kterých jsou současné čajovny laděny. Buďto jsou orientovány do stylu některé země či regionu (Japonsko, Čína, Indie, Arábie, Anglie) nebo jsou zařízeny v synkreticky-orientálním stylu. Některé čajovny mají spíše charakter kavárny, kde nejsou vůbec orientální prvky nebo jen velmi málo. Svoji představu čajovny popisuje Luboš Rychvalský následovně: „*Čajovna musí být předěl mezi vnitřním a vnějším světem – něco jako kostel. Čajovna však nesmí mít vykřičenou myšlenku. Má to být prostor, který člověka vůní, teplem a tajemnem vtáhne dovnitř, prostor, který umožňuje imaginaci – intimně osvětlený, ale zase tak aby si lidé mohli i číst. Musí být s maximální mírou vkusu přiměřeně vybavena věcmi, které mají estetickou a výtvarnou hodnotu. Pak už jen záleží na vkusu toho, kdo čajovnu staví, jaké použije materiály, nábytek a výzdobu.*“ (Thomovi 2002: 280).

I přes to, že patrně roste obliba čaje a čajové kultury, stále u většiny lidí převládá představa čaje, jakožto nápoje vhodného ke snídani či pro nemocné. Může za to asi skutečnost, že dostupnost kvalitních čajů je v České republice stále malá (Augustín 2001: 16-17). Kvalitní sypaný čaj je k dostání buďto ve specializovaných obchodech, kdy nejznámější je síť prodejen Oxalis,³ nebo právě v čajovnách, kde čaj nejenom podávají, ale také prodávají. Spotřeba čaje v České republice se dle statistik Agrární komory z roku 2010 pohybuje okolo 0,2 kg na osobu ročně (zdroj www.apic-ak.cz).

japonské kultury a mezinárodní kulturní spolupráce. Česká studijní skupina se skládá zhruba z 30 studentů z různých národností, například japonské, české, slovenské a dalších (zdroj www.urasenke.cz).

² Spolek milců čaje je společnost, založená roku 1992, jejímž cílem bylo založení kamenné čajovny v Praze, kterou nazvali Dobrá čajovna. V současné době poskytuje franchisu jménem Dobrá čajovna (zdroj www.tea.cz).

³ Oxalis s. r. o. je „předním výrobcem, distributorem a velkoobchodem, který nabízí sypaný čaj a plantážní kávu.“ (zdroj www.oxalis.cz).

Oproti tomu, například ve Spojeném království se vypije ročně v průměru 2,2 kg na osobu (zdroj www.ceskatelevize.cz).

1.1.1 Eklekticismus uvnitř čajoven

Eklekticismus je směr, který je v českých čajovnách silně zastoupen. Charles Jencks⁴ tvrdí: „*Eklekticismus je přirozeným sklonem kultury, která si může svobodně vybírat.* A to je stav našeho světa od konce sedmdesátých let dvacátého století. Jeho radikální forma se programově „*pokouší vyvolat dialog mezi různými, často protikladnými kulturními vrstvami.*“ (Ševčík 2007: 40). V současné kultuře tedy nacházíme často jasné znaky eklekticismu. Současná kultura je velmi rozmanitá, plná rozličných směrů a hodnotících kódů. Počet těchto směrů s postupem času roste obzvláště proto, že je kladen důraz na možnost sebevyjádření, možnost individualizace a jedinečnosti. Po čase se, ale stává obtížné určit, odkud daná kultura vychází (Urban 2011: 124).

V čajovnách můžeme identifikovat prvky z různých kultur, které jsou stavěny vedle sebe. Jako jasný příklad, se kterým se budeme opětovně v této práci setkávat, jsou vodní dýmky.⁵ Ty jsou častým rysem českých čajoven (byť ne úplně ve všech). Není problém zajít do čajovny, kde můžeme narazit na japonské, čínské či jiné dekorace a vedle toho je postavena vodní dýmka, která je rozšířená v zemích arabských. Nyní ke konkrétním příkladům, jež jsem mohla zpozorovat během svého výzkumu. Příloha č. 1 zobrazuje interiér Květinové čajovny. Na prvním z obrázků je zem pokryta perským kobercem, další visí na zdi. Na druhé fotografii je prodejní pult, nad kterým je zavěšen velký japonský vějíř. Příloha č. 3 nám také dobře ilustruje prvky z různých kultur. V salonku ráj je na pravé straně zavěšen též japonský vějíř. Na zdi protější můžeme pro změnu spatřit africké dřevěné masky. O místnost vedle, na obrázku druhém, je podium s polštářky na sezení, které by se dalo připodobnit k arabskému stylu. Toto eklektické kombinování prvků z různých kultur by se mimo jiné dalo označit jako brikoláž. „Pojem

⁴ Charles Jencks je známý americký architekt, sochař a designér. Je známý díky své knize *Moderní architektura* a také díky vlivu na své nástupce pozdní, nové a post-moderní architektury (zdroj www.charlesjencks.com).

⁵ Neexistují jednoznačné důkazy, kdy a kde toto kuřácké zařízení vzniklo. Za místo vzniku je často považován Írán, odkud se vodní dýmky rozšířily po Středním východě. Etymologické a fyziologické zkoumání zase poukazují na Indii. První vodní dýmky se sestávaly z kokosového ořechu a bambusové troubele. Avšak kokosový ořech se v Íránu nevyskytuje, nýbrž v jižní Indii ano. Zde ji pak mohl poprvé vyzkoušet jistá íránský lékař. Faktem zůstává, že tabák se po Íránu rychle rozšířil a těšil se velké oblibě. Vodní dýmky v polovině 17. století vozili s sebou cestovatelé i vojáci jdoucí do války (Gilman 2006 :62).

brikoláž se vztahuje k přeskupení a novému spojení (juxtapozici) původně nepropojených označujících objektů tak, aby vytvářely nový význam v neotřelém kontextu (Smolík 2010: 76). Jak během výzkumu zjišťuji, interiér čajoven je často zařizován tím, co je majiteli dostupné, a to nejenom z finančního hlediska, ale také dostupností na trhu. Významnou roli hraje i osobní vkus. To je dle mého jedním z důvodů proč v čajovnách můžeme identifikovat syntézu prvků z různých kultur a zemí.

2. Čajová kultura jako subkultura?

Výraz čajová kultura zahrnuje vše, co s čajem nějak souvisí. Zahrnuje čaj, jeho přípravu, poté čajové obřady a různé postoje k tomuto nápoji napříč světem. Dále se s čajovou kulturou pojí i různé životní filosofie a styl. Česká čajová kultura označuje specifický přístup k čaji, který se zde vyvinul. Na čajovnictví můžeme také nahlížet jako na druh řemesla. Pod tímto pojmem rozumíme i zaměstnání či živnost, díky které si vyděláváme na živobytí. Čajovnictví je také svým způsobem uměním. Jedná se o specifickou dovednost, kterou se musíme naučit a ne každý je schopný ji ovládnout. Vyžaduje cit pro přípravu čaje, která zahrnuje odhadnutí množství čaje, teplotu vody, dobu louhování a elegantní způsob podání čaje.

Dle Giddense (2000): „Kulturu tvoří **hodnoty**, k nimž se lidé hlásí, **normy**, které dodržují, a **hmotné statky**, které vytvářejí.“ (Giddens 2000: 32). Čajovou kulturu bychom mohli vnímat i jako druh subkultury. Obecně lze o subkulturách říci, že se jedná o menší a vyhraněné skupiny v rámci širšího společenství (Smolík 2010: 30). Je, ale obtížné utvořit jejich přesnou definici. Otázkou je, kde začínají a kde končí hranice toho, co je subkulturní. Mnozí vzdělanci shledávají pojem příliš vágním na to, aby šel skutečně definovat (Williams 2011: 6).

Někteří autoři se snaží pojem subkultura vymežit díky porovnávání s jinými pojmy jako veřejnost, masa nebo komunita. Podle Sarah Thorton subkultura je si svým významem blízka k pojmu komunita. Rozdíl spočívá v tom, že komunity jsou spojovány se stálější populací, obvykle ve spojitosti se sousedstvím či rodinou. Subkultura je odcizená a bez občanských práv v porovnání s veřejností, která je seskupením odpovědných občanů, které umějí svoje názory vyjádřit s pomocí demokratických prostředků. A nakonec je zde další pojem masa, která je stejně jako veřejnost termínem opačným k subkultuře. Masa je iracionální a lze s ní snadno pomocí politiky manipulovat. Subkultury jsou zase rozrůzněné, kreativní a aktivní (Smolík 2010: 30).

Chápání pojmu subkultury si prošlo svým vývojem. Roku 1982 v rámci University of Chicago vznikla Chicagská škola. Díky ní započalo zkoumání subkultur na univerzitní půdě. Výzkumníci se soustředili převážně na ty s delikventním chováním. Data sbírali s pomocí zúčastněného pozorování, díky čemuž mohli získat informace i o uzavřených subkulturách. Během 60. a 70. let 20. století začaly hojně vznikat různé další subkultury. Jednou z nich byla i subkultura mládeže, na jejíž výzkum se soustředilo Centrum pro současná kulturní studia při Univerzitě v Birminghamu (Centre for Contemporary Cultural Studies - CCCS). Výzkum byl silně provázán se

socioekonomickou situací ve Velké Británii, kdy subkultury vznikaly jako reakce na poválečné změny ve struktuře společnosti. Na přelomu tisíciletí poté dochází k přechodu na postsubkulturní studia. Za představitele lze jmenovat R. Buryho, zabývajícího se subkulturou fanklubů nebo P. Hodgise se svými internetovými subkulturami. „Postsubkulturní kritika se vztahovala zejména k uchopování subkultur jako jasně definovaných skupin, jejichž členové byli organizováni kolem jednoznačných pravidel“ (Lojdová 2008: 142).

Někteří učenci na subkulturu nyní nahlíží jako na kulturu výběru, než jako na kulturu, do které jsou lidi nějak zařazeni (Williams 2011: 6). Yinger (1960) zmiňuje různé využití pojmu subkultury. Tento termín se často využívá v souvislosti s normativními systémy menších skupin ve společnosti, kde klademe důraz na to, jak se odlišují. Mohou se lišit například jazykem, hodnotami, vírou, stravou nebo životním stylem. Jako vhodný příklad můžeme jmenovat etnické enklávy nebo regiony. Za subkultury, ale můžeme považovat i mnohem menší a dočasnější skupiny. Kluckhohn uvádí jako příklad subkulturu antropologů nebo Riesman zase subkultury napříč fakultami (Yinger 1960: 626-627). Ve Slovníku sociologických hesel je subkultura popisována jako: „Kultura dílčí skupiny, která se více nebo méně odlišuje od převládající kultury většinové a ‚oficiální‘ kultury“ (Jandourek 2012: 227). Definice ze Slovníku lze ještě následovně upřesnit: „Subkulturu lze chápat jako dílčí (specifické, více či méně odlišné) soubory norem a hodnot, jako (pokusy o) alternativní (doplňující, obohacující, kritické) cesty k (...) mainstreamům“ (Urban 2008: 106).

Výše zmíněná definice, ač velmi obecná, se asi nejlépe dala aplikovat na popis čajové kultury. Čajomilci a čajovníci, kteří jsou součástí této kultury, mají vlastní životní styl, jiné hodnoty, mají i často svůj specifický styl oblékání a slang. Nelze avšak říci, že by se čajová kultura striktně vymezovala vůči mainstreamové kultuře. Nesetkáváme se zde ani s deviantním chováním, které je mnohými autory se subkulturami spojováno. Tato kultura je neproblematická a nabízí nám nenásilně alternativy, co se trávení času i životního stylu týče. Čajovny nejsou samy o sobě subkulturou, jsou ale místem, kde se různé subkultury vyskytují. Kromě již zmíněných čajomilců zde narážíme na skupiny studentů, příznivce meditace, spirituální hledače, cestovatele, vegetariány, vegany či lidi s alternativním životním stylem. Výrazně to vidíme na malých městech, kde čajovny plní funkci místa, kde se různé subkultury setkávají.

Nutno ovšem podotknout, že zařazení čajové kultury do konceptu subkultury je v posledních letech poněkud diskutabilní. Tento koncept byl oprávněný hlavně v 90. letech, kdy byly čajovny alternativou vůči zakouřeným prostorům hospod, ale i vůči xenofobnímu smýšlení majority a multikulturní a spirituální nevzdělanosti společnosti. Dnes se čajovny rozrůžňují a můžeme tedy narazit na jejich rozličné typy. Jeden z majitelů se například soustřeďuje na svět vysoké gastronomie, kdy podotýká, že čaj, jakožto nápoj, byl dlouho opomíjen. *„A vlastně už i po těch 20 letech se už probral gastronomický svět. To znamená jakoby takoví ti šéfkuchaři a ta vysoká gastronomie, která čaj jakoby pořád tak jako odsunovala, třeba i z toho důvodu, že za tím viděli ty ušmudlané čajovny. Tak už i ta vysoká gastronomie zjistila, že ten čaj je trošku opomenutý.“* (Jiří). Je to s podivem, vzhledem k tomu, kolik existuje různých čajů a chuťových variací. Jiné čajovny se zase nesnaží nikterak napodobovat exotické a meditativní prostředí. Jedna z mnou navštívených čajoven byla například zařízena spíše stroze a to starým prvorepublikovým nábytkem, kdy zde hrála spíše živější hudba. Během výzkumu jsem se setkala i s čajovnou, která byla koncipována jako soukromá, kde se majitel schází pouze s přáteli.

Vývoj čajové kultury by se dal přirovnat, jak popisuje Hebdige, k integraci subkultury do dominantní kultury. Existují dva způsoby, jak k této integraci dochází, podoba zbožní a ideologická. Nejdříve je nová subkultura objevena, kdy přiláká pozornost médií stylistickými inovacemi. Poté policie, média nebo justice objevují protispolečenské prvky, jež jsou v ní obsaženy. Subkultura začíná narážet na svou veřejnou podobu a tím, jak je čím dál známější, stává se snáze zařaditelnou. První způsob integrace je propojen se spotřebou. Subkultura vytváří nový styl, trendy, vzhled a zvuky a ty jsou rozšiřovány a následný růst jejich prodeje vede k oslabení potenciálu subkultury. Jakmile se stanou běžně dostupnými, ztrácí svoji autenticitu. Zadruhé zde máme ideologickou podobu, kterou nejlépe vystihli ti, jež se zabývají transakčním modelem deviantního chování. Během této integrace média subkultury trivializují a naturalizují Jiného nebo ho mění v nevýznamný exotický výstřelek. Ukazují, že jedinci v subkultuře jsou lidmi jako všichni ostatní (Hebdige 2012: 142-152). Čajovny za dobu, co v České republice existují, prošly podobným vývojem a v současné době je povědomí o nich už více rozšířené. *„Zhouply se na takové té ezoterické vlně, která s nima docela jako zahoupala. Buďto si zasloužily nálepku doupat, dejme tomu hašišových doupat nebo takových ezoterických, prostě nějakých pochybných míst, ale to přicházelo až časem. V těch 90. letech si myslím, že ještě takovou nálepku neměly. Bylo*

to pro všechny cosi exotického a nového.“ (Jiří). „V dnešní době je to zase, přešlo to do takovýho konzumu, kdy si v pondělí dojdete do kina, v úterý do čajovny, ve středu do třeba do hospody. Prostě máte na výběr. Je to možnost a vy, když se to nabízí, tak toho využijete. Vlastně konzumujete tu zábavu. Není to jako, dřív ty lidi, těžko říct, to objevovali, o co vlastně jde. Dneska už to znají, už nic neobjevují.“ (Pavel). Čajovny se tak stávají jedním z míst, kam člověk může během týdne běžně jen tak zavítat.

Binková (2009) ve své diplomové práci, zabývající se subkulturou čajařů v České republice, tvrdí, že je před námi „fáze odpoutání čajového fenoménu od prostoru (čajoven) k lidem (čajařům) a jejich hlubšímu pochopení cesty čaje“ (Binková 2009: 20). Čajomilci se tak již dominantně neshlukují uvnitř čajoven a místo toho dávají přednost vlastnímu vaření čaje. Jednak si mohou nápoj připravit dle své chuti, ale můžeme za tímto trendem nalézt i důvody ekonomické, kdy je návštěva čajovny mnohdy o dost dražší vlastnoručně připravený šálek čaje. Faktem také zůstává, že čajovny již pro ně nejsou novým a neznámým místem a lidé tak místo toho mohou raději upřednostňovat domácí prostředí. Objevují se obchody s nabídkou kvalitních čajů a čajovny tak již nejsou jediným místem, kde by byl tento produkt dostupný. Snáze získatelné jsou i informace, co se správné přípravy čaje týče i různé speciální čajové nádoby. Čajová kultura již tak v Česku není vyhrazena, jen úzké skupince čajomilců, či pouze lidem navštěvujícím čajovny. I přes tento fakt lze čajovnám stále připisovat dominantní postavení, co že týče prvotního kontaktu s čajovou kulturou. U návštěvníka se může objevit zálibení se v této kultuře, které se třeba vyvine až v rozhodnutí založit si vlastní čajovnu.

3. Data a metody analýzy

Vzhledem k povaze tématu své práce jsem zvolila kvalitativní výzkum. Výzkumná teze zní, že české čajovny se vyvinuly ve specifický prostor, jehož obdobu ve světě obtížně nalezneme, a tvoří významnou součást české čajové kultury. Nelze je srovnávat s východními čajovny, jelikož je zde patrný kulturní vliv a preference českých majitelů a návštěvníků. Cílem praktické části je odhalit, díky jakým vlivům se vyvinuly do současného stavu a poté popsat čím konkrétně jsou tak specifické. Součástí toho je popis toho, jaká vede cesta k jejich zakládání, od prvotního styku majitelů s čajovou kulturou, přes čajovnickou výuku k samotnému založení. Kromě toho součástí bude i nástin, jak se může změnit pohled lidí pohled na čajovny a čajovou kulturou po tom co se stanou z outsidera insiderem, tedy zasvěcencem do dané problematiky.

3.1. *Sběr dat*

Během výzkumu jsem využila dvou metod sběru dat. Jako první metodu jsem zvolila polostrukturované rozhovory s majiteli čajoven. Za informátory jsem zvolila majitele s ohledem na to, že právě díky rozhodnutí založit si čajovnu se podílejí na formování a šíření české čajové. Metoda polostrukturovaného rozhovoru byla zvolena s ohledem na možnost pokládání doplňujících otázek a reagování na vývoj rozhovoru, vzhledem k tomu, že jsem si jako výzkumník chtěla ponechat šanci přejít k novým tématům, která by se během rozhovoru mohla vyjevit. Činila jsem také tak vzhledem k předpokladu, že majitelé v této oblasti působí déle, než, se o ni zajímám já, a chtěla jsem mít možnost doptat se na případně nejasnosti. Rozhovory probíhaly v měsíci prosinci 2014 a poté v lednu a únoru roku 2015.

Hlavní otázky, které jsem se snažila během rozhovoru položit:

Jak jste se dozvěděl(a) o čaji a o čajové kultuře?

Jak jste čajovou kulturu vnímal(a) před tím, než jste se jí začal(a) více zabývat?

Jak čajovou kulturu vnímáte dnes?

Co Vás na čajové kultuře nejvíce zaujalo?

Odkud jste čerpal(a) informace o čaji a čajové kultuře?

Má pro Vás čaj nějaký (hlubší) význam?

Jaký byl Vás prvotní impuls založit si čajovnu?

Jak probíhal výběr místa pro čajovnu a její zakládání?

Čerpal(a) jste odněkud inspiraci?

Snažíte se dělat něco pro navození atmosféry v čajovně? Co?

Co Vám říká pojem čajový obřad⁶?

Cestoval(a) jste někdy do zahraničí za čajovou kulturou?

Získaná data z rozhovorů jsem se posléze rozhodla doplnit o informace týkající se založení první Dobré čajovny, která měla značný vliv na další otevírání čajoven a podobu české čajovnické kultury. Vzhledem k tomu, že majitelé již v minulosti poskytovali rozhovory na toto téma, rozhodla jsem se dva z nich, které jsou dostupné na internetu, využít.

Jako druhá metoda sběru dat sloužilo zúčastněné pozorování. To se ve většině případů odehrálo před nebo po výzkumném rozhovoru. Toto pozorování jsem zvolila hlavně proto, abych mohla identifikovat styly, ve kterých jsou čajovny zařízené, zda se jedná o směr příslušný nějaké zemi či o styl bez konkrétního zařazení. Dále jsem zkoumala dekorace, osvětlení, hudbu, vůně, ale i například chování obsluhy. Díky pozorování jsem tak mohla zakusit, jakou atmosféru čajovna v návštěvníkovi může vyvolávat.

3.2. Výzkumný vzorek

Za respondenty jsem si zvolila majitele čajoven, kteří jsou nositeli čajové kultury a také se podílí na jejím šíření. Čajovny jsou rozšířeny po celé republice s tím, že jejich se ve větších městech jich obvykle nacházíme více. Celkem jsem zvolila osm informátorů. Pro jejich výběr posloužil výběr úsudkem, v jednom případě jsem využila metodu snow-ballu. Kontakt probíhal buďto osobní domluvou, zprostředkovaně přes člena rodiny nebo známou čajovnici, telefonicky, či přes facebookové stránky. Rozhovory vyjma jednoho probíhaly v čajovnách majitelů. Jeden rozhovor proběhl přes chat. Jednalo se o rozhovor s majitelem čajovny Jednooký Šogun. Tato čajovna je odlišná od ostatních v tom, že se jedná o místo čistě pro soukromé účely a vzhledem k tomuto faktu a časovému vytížení majitel čajovny moji prosbu o návštěvu nevyslyšel. Jedná se o místo pro posezení čistě s přáteli, ale i přesto se domnívám, že má její zařazení opodstatnění. Je také jednou z forem české čajové kultury a též se podílí na

⁶ Synonymně užívám pojem čajový rituál

šíření čajové kultury, byť mezi úzký okruh lidí. Můžeme také na ní nahlížet jako na předstupeň před založením čajovny veřejné.

Konečný počet respondentů vyplynul z následujícího. Čajovny jsem jednak vybírala na základě stylu, do kterého byly situované. Snažila jsem se vybírat tak, aby se jednotlivé styly nepodobaly, abych mohla pozorovat, popsat a tudíž názorně ilustrovat rozmanitost českých čajoven a české čajové kultury. Navštívila jsem celkem 4 města a to Svitavy, Pardubice, Hradec Králové a Prahu. Výzkumný vzorek tak zahrnuje čajovnu na maloměstě, krajském městě a hlavním městě. Majitelé čajoven se zabývají čajovou kulturou odlišnou dobu. Zahrnuji zde „průkopníky“, kteří v oboru působí téměř od počátků či již velmi dlouhou dobu. Další majitelé by se zase dali označit za „pokračovatele“. Ti se zase pro čajovnu rozhodli v průběhu existence tohoto čajovnického fenoménu, kdy obvykle měli zkušenosti s čajovnami jakožto návštěvníci a posléze se různými cestami dostali až ke statusu majitele. Majitel soukromé čajovny je zajímavým příkladem toho, co může přecházet založení čajovny pro veřejnost. Mimoto může reprezentovat směr, kterým se dle čajomilci budou ubírat a to odklon od čajoven k soukromým prostorům. Daní respondenti mi svými odpověďmi poskytli dle mého názoru dostačující variabilitu názorů a téma bylo tím pádem dostatečně nasyceno. Rozhovory byly nahrány po svolení respondentů. Pro dosažení anonymity respondenty v textu označuji pozměněnými křestními jmény

Výzkumné rozhovory probíhaly v prosinci 2014 a poté v lednu a únoru roku 2015 s majiteli následujících čajoven:

Květinová čajovna Praha

Čajovna Namaste Svitavy

Čajovna Karavana Hradec Králové

Čajovna Peklo, nebe, ráj Praha

Čajovna Jednooký Šogun Trnávka

Dobrá čajovna Pardubice

Čajovna Jedna báseň Praha

Čajovna U Poutníka Hradec Králové

3.3. Metody analýzy

Po výzkumných rozhovorech došlo k jejich doslovnému přepsání a následnému kódování. Na základě okódování jsem se rozhodla vytvořit tři hlavní kategorie a to: čajovny, čajovník a čaj.

První kategorie s názvem čajovny analyzuje podmínky vzniku a značného rozmachu českých čajoven. Prostor je věnován i analýze toho, proč se zrovna zde čajovny vyvinuly do současné podoby, nikoli někde jinde. Vzhledem k tomu, že české čajovny mají svoji specifickou atmosféru, nelze opomenout prostředky, jejichž pomocí se této atmosféry dosahuje. Kategorie čajovník si klade za cíl popsat cestu k založení čajovny. Je založena na biografích majitelů čajoven. Popisují zde prvotní kontakt s čajovou kulturou, a jestli jak se změnilo její chápání od outsidera po zasvěcence do této kultury. Součástí toho je analýza toho, co obnáší stát se čajovníkem a jaký může být prvotní impuls k založení čajovny. A nakonec kapitola čaj mapuje chápání čaje i jako něco přesažnějšího, než jen prodáváný produkt. V neposlední řadě se věnují doplňkovým aktivitám v čajovnách, a jaký přístup k nim majitelé zauímají.

4. Čajovny

Následující kapitola je věnována analýze toho, pod jakými možnými vlivy se české čajovny vyvinuly do současné podoby. Nahlížím zde na ně jako na alternativu k jiným obdobným kulturám. Specifická je atmosféra těchto zařízení a proto je část věnována tomu, jakými způsoby jí lze docílit.

4.1. Příčiny vzniku

Významným momentem české čajové scény bylo založení první Dobré čajovny v Praze v roce 1993. Na jejím základě vznikla franchisa Dobrých čajoven. K čaji se Aleš Juřina, jeden ze zakladatelů dostal prakticky náhodou. Spolu se svými přáteli, kteří sdíleli stejnou oblibu, cestovali za kvalitnějším čajem do Maďarska nebo východního Německa, kam se mohl dovážet čaj z Číny. V batozích jej pak pašovali do Česka. Dlouho o čajovně snili, ale založit si ji mohli až po sametové revoluci, po změně režimu. To, jak vlastně vznikla, popisuje následovně: *„Čajovnu a Spolek milců čaje jsme dali dohromady tři. Já byl ekonom, druhý kolega byl stavař – architekt a třetí student teologie. Všichni jsme měli privátní povolání, já měl spediční firmu. Původně tady čajovna k sezení nebyla, jen prodejna. Lidé byli tehdy překvapeni, jak je čaj drahý, a báli se s ním zacházet. Tak jsme jim řekli: tady si sedněte k čajové bedně a my vám ukážeme, jak čaj připravit. Koupili si čaj domů, ale pak stejně přišli druhý den s tím, že jim to doma nejde, neumějí to a že raději zase přijdou k nám. Za týden už jsme měli stolky tři, za měsíc jsme zrušili sklad a stolků bylo deset. Tak se z čajového obchodu stala čajovna.“* (zdroj www.nazory.euro.e15.cz). Vznik první Dobré čajovny, tak jak ji známe dnes, by se tedy do jisté míry dal považovat za akt náhody, kdy z původní intence mít pouze obchod s čajem vykrytalizoval pod vlivem návštěvníků nápad mít i čajovnu s posezením.

Dalším důvodem, proč začaly po sametové revoluci hojně v Česku vznikat čajovny, může být intolerance náboženství během dlouhého působení komunistického režimu. Marx na něj nahlíží jako na „opium lidstva“. *„Lidi byli nějakým způsobem dost tak jako duchovně vyhladovělí, protože, že jo tady se žádný náboženství nějak moc netolerovalo. Zároveň křesťanství už bylo svým způsobem překonaný.“* (Karel). Češi v současnosti patří obecně spíše k ateisticky laděným národům. Dle statistických údajů na základě sčítání obyvatelstva došlo mezi lety 1991 a 2001 k výrazným změnám. Za tu dobu narostl počet lidí bez vyznání o 22,6% na celých 68,6%. „Značný posun z věřících

osob na osoby bez vyznání je nutné brát jako fakt, který může souviset s opadnutím jistého nadšení v roce 1991 z možnosti vyjádřit po dlouhé době otevřeněji své náboženské cítění.“ (zdroj www.czso.cz).

Tomáš Halík raději v souvislosti s českým ateismem raději užívá pojem „něcismus“. Považuje ho také za nejrozšířenější víru českého lidu. Něcista jako takový odmítá víru v Boha církví, ale zároveň věří, že nad námi existuje nějaká vyšší moc (zdroj www.halik.cz). Proto se někteří z nich mohou uchýlovat ke spirituálně zaměřenému životu. I Heelas (2002) tvrdí, že lidé se v nynější době přiklání k jiným formám religiozity oproti náboženství a to právě například ke spiritualitě. Náboženství se zaměřuje hlavně na Boha, je neosobní, formální a dogmatické. Kdežto spiritualita se zaměřuje na život a je spíše vnitřní a imanentní. Výzkum provedený R. Wuthnowem poukazuje na to, že víra v ducha, neboli spirit, nebo v životní sílu již překonala teistickou víru v osobního Boha (Heelas 2002: 358 – 359). Jeden ze zakladatelů Dobré čajovny považuje „člověka, co pije čaje, za toho, kdo svým způsobem vnímá svět jinak. Má trošku jemnější receptory. A to se netýká jen vůní a chutí, ale i jiných podnětů.“ (zdroj www.protisedi.cz). I přes zmíněné současné rozrůžňování typů čajoven jsou stále některé napojeny na spirituální scénu. Existují takové, kde si může návštěvník k čaji zapůjčit literaturu, obvykle laděnou s čajovou či duchovní tematikou. V Praze například existuje čajovna, jež je propojena s obchodem s ezoterickým zaměřením. Čajovny také svým klidným relaxačním prostředím přitahují lidi s alternativním životním stylem či spirituálním zaměřením. Během zúčastněného pozorování jsem měla možnost zahlédnout skupinu tří mužů, jež navštívili čajovnu za účelem diskuze nad svými mimotělními zážitky.

V neposlední řadě, lidé byly po revoluci ovlivněni euforickými náladami a vidinou toho, že nyní mohou cestovat a poznávat věci, které byli před tím zakázané nebo nedostupné. K takovým věcem by se daly zařadit i čajovny a čaj, které zavání svobodným duchem a jsou místem, kde se mohou stýkat lidé s různými názory. Pro dokreslení, zajímavá je situace v Číně, kde „čajovny zničila kulturní revoluce, neboť to pro komunisty byla nebezpečná místa. Výjimkou je Sečuán, neboť je od Pekingu daleko, tam v omezené míře přežily.“ (zdroj www.nazory.euro.e15.cz). V Česku, ale došlo k absolutnímu opaku. Slovy jednoho z respondentů: „Najednou se otevřely hranice, zároveň ta možnost cestovat. Jo lidi začala zajímat jakoby exotika, mystika a k nim ten čaj nějakým způsobem patřil.“ (Karel). S exotikou se pojí pro nás věci nové a neobvyklé. Pojí se s představami o tom, jak je neznámý svět uspořádán a to

prostřednictvím fantazie a snění. Ty jsou doprovázeny obvykle příjemnými pocity (Shay, Sellers –Young 2003: 19). Podle jednoho z majitelů: „*na začátku to vzniklo, protože parta lidí, která se dostala do Asie, tak přišli a chtěli si prostě udělat něco, co viděli tam. Tam to viděli na každém rohu, tak si otevřeli něco podobného.*“ (Pavel). Průkopníci v zakládání čajoven sem tedy chtěli přenést něco, o čem se mohli po dlouhá maximálně dočíst v knihách a snít o tom a proto, se jednalo o ještě lákavější záležitost.

4.2. České vs. zahraniční čajovny

Nyní se dostáváme k tvrzení, že České čajovny se vyvinuly do takové podoby, jejíž obdoby na světě obtížně nalezneme. To, že se odlišují od těch východních, není až tak překvapivé. Zarážející je, ale znatelná odlišnost od míst, které nazýváme čajovnami v jiných evropských státech. Jak poukazuje jeden z informátorů: „*Byl jsem v Anglii v nějakých čajovnách, ve Španělsku, ale tam je to spíš, že to byla spíš taková kavárna, kde se dal dát čaj. V podstatě, co se týče těch českých čajoven, tak je to poměrně jako světově unikát. Jo ono to jinde moc není.*“ (Karel). Na otázku, proč se zde čajovny vyvinuly do současného stylu, není jednoznačná a ani jednoduchá odpověď. Svoji roli v tomto procesu hraje pozadí daného státu. Na chvíli bych se chtěla pozastavit u Velké Británie, která je s čajem velmi propojená, a to proto, že v minulosti patřili k hlavním dovozcům této rostliny. Za předchůdce čajoven můžeme považovat obchod T. Twinninga. Ten nejdříve v rámci kavárny roku 1717 začal podávat i čaj a na základě jeho rostoucí popularity se rozhodl vedle ní otevřít obchod specializovaný jen na čaj. Roku 1750 pak čaj nahradil pivo jako národní nápoj. Čajovny posléze začaly sloužit jako místo, kde se mohli lidé občerstvit, vzhledem k tomu, že zde byla nabídka různých zákusků (Keane, Portnoy 1991: 157-165). Svoji zásluhu na tom má vévodkyně Anna z Bedfordu. Dlouhá pauza mezi obědem a večeří jí přinášela „pocity sklíčenosti“, jak je sama nazvala. Ty se rozhodla zahnat čajem a drobným zákuskem. Postupně začala na posezení k čaji zvát i své známe a postupem času se tyto schůzky rozšířily po Londýně (Pettigrewová 2001: 15). V Paříži pak zase čajovnu se zákusky založili bratři Smithovi, kteří sem přišli z Anglie (Keane, Portnoy 1991: 157-165). Bakalářská práce si neklade za cíl mapovat historii a podoby všech čajoven jiných zemí, lze ale říci, že nacházím podobně tendence, jako popisují výše. Čajovny v zahraničí jsou situovány jako místa, kde se může člověk občerstvit, nejenom napít, ale také najíst. Jsou i takové, které jsou stále propojeny s kavárnami. Velmi rozšířené jsou i čisté obchody s čajem.

Bylo by chybné tvrdit, že nelze vůbec nelézt čajovny podobné těm českým. Samozřejmě takové existují. Významný je rozdíl, co se hustoty pokrytí týče. V České republice se v současné době nachází přes 300 čajoven a z toho jich je zhruba 80 v Praze (zdroj www.cajik.cz). Za to například v sousedním Slovensku jich je do 40, z toho ale některé slouží pouze jako obchody (zdroj www.zoznam.sk).

Zajímavé bylo mimo jiné zjištění, že česká čajová kultura přijde zajímavá i japonským dodavatelům. Odkazuje se na jednoho z nich, který je prý udiven oblibou čaje mezi Čechy. V Japonsku, které je považováno za zemi čaje, je ve skutečnosti jeho pití na ústupu. Kvalitní listový čaj zde pijí už jen staří nebo nemocní lidé a ti, kteří navštěvují školy čajového obřadu (zdroj www.nazory.euro.e15.cz).

4.3. Čajovny jako alternativa

Se vznikem čajoven se objevila nová alternativa trávení volného času a místo pro scházení se s přáteli. V době vzniku čajoven *„tady chyběla něco, jako: půjdeme si popovídat na hodinu, do nějakého prostoru, kde hned do sebe nemusíme lít pivo. (...) Lidé víceméně buď šli do hospody a tam si nepopovídali. Nerozuměli jeden druhému, přes stůl.“* (Pavel) Jako žádanou alternativu oproti hospodské kultuře vnímá čajovny i další majitel. *„A myslím si, že ty čajovny jsou vyhledávané hlavně i jako pro to zklidnění, jakoby ty lidé prostě si tady tak zalezou do toho klidu, kde je nic neruší, nikde prostě nepobíhá servírka s pivními táckama.“* (Nikola). České republika je s pivní kulturou nicméně silně propojená. Fenomémem českých hospod se zabývá například Vinopal (2009), a to ve svém výzkumu, který trvá od roku 2004. Hospody analyzuje mimo jiné ze tří různých hledisek, zaprvé z hlediska společnosti, jednotlivých skupin a nakonec z hlediska jednotlivce. Stejná taktika se dá uplatnit i na jiné sociální instituce. Zdůrazňuje především kulturní funkci hospod v Česku, byla nejpatrnější hlavně v době národního obrození, ale zachovala si svůj význam i do dnešní doby. Vinopal ve svém výzkumu zjistil, že 73% dotázaných souhlasí s tím, že hospody jsou důležitým místem pro setkávání přátel a známých. Celých 83% respondentů souhlasí s tvrzením, že se lidé chodí do hospod odreagovat. (Vinopal 2005) Návštěva hospod má, ale i své negativní stránky. Jednou z nich je například genderový aspekt, kdy návštěvníky tvoří z velké části muži (Vinopal 2005). Nelze také opomínat, že pivo je alkoholický nápoj, kdy jednak ovlivňuje motoriku člověka a jeho časté užívání může vést až k závislosti. Dalo by se tedy říci, že kromě aspektu, že jsou čajovny v porovnání s hospodami a

restauracemi tišší, mají svůj význam v tom, že většina z nich nenabízí alkoholické nápoje. Návštěvníci tak pak nejsou rušení konverzací ostatních, které se obvykle s množstvím přijímaného alkoholu zvyšuje. Mimoto stejně jako hospody slouží jako místo pro setkávání lidí. Co se týče genderového aspektu, neexistují statistiky mapující rozložení návštěvníků čajoven. Na základě pozorování, ale mohu tvrdit, že obě pohlaví zde byla obvykle víceméně rovnoměrně zastoupena. Nedá se tak říct, že by třeba pouze ženy zavítávali do čajoven a jejich mužské polovičky naopak do hospod.

A ty čajovny byly vlastně dneska jako kavárny.“ (Pavel). Pavel v rozhovoru popisoval, jak si v Hradci Králové postupem času konkurovali kavárny s jeho čajovnou. Jedná se o hojně rozšířená zařízení. Hrubá (2014) ve své práci uvádí, že „český spotřebitel se stále orientuje spíše na prostředí kavárny, než na druh a značku kávy.“ (Hrubá 2014: 24). Jsou to místa společenských schůzek, různých obchodních setkání atd. (Hrubá 2014: 18-19). Na kávu v Turecku také nahlíží jako na symbol pohostinnosti a důvod proč se lidé sejdou, aby si povykládali. Právě kvůli potřebě styku s lidmi byly založeny (Küçükömrler, Özgen 2009: 1695-1968). Kavárnu si návštěvníci prý vybírají hlavně na základě interiéru, nikoliv nabízené značky kávy (Hrubá 2014: 18-19). Mezi kavárnami a současnou podobou českých čajoven tak nacházíme jasnou paralelu. I čajovny slouží jako místa setkání a pro návštěvníka hraje významnou roli specifické čajovnické prostředí. Potvrzuje se tak tvrzení jednoho z majitelů „*V dnešní době je to zase, přešlo to do takovýho konzumu, kdy si v pondělí dojdete do kina, v úterý do čajovny, ve středu do třeba do hospody. Prostě máte na výběr.*“ (Pavel)

Vzhledem k tomu, že kávu zde nepěstujeme, zachovala si u nás společenskou roli, avšak nespojujeme ji s žádným rituálem. (Hrubá 2014: 18-19). S tímto tvrzením lze polemizovat. Záleží na tom, co chápeme pod pojmem rituál (definice rituálu viz kap. Čajovy rituál). Existují různé druhy kávy a způsoby její přípravy. Turecká káva je velmi rozšířena v Balkánských zemích. Jedná se o nejstarší způsob, jak ji lze připravit. Vzhledem k tomu, že napomáhá trávení je v Turecké kuchyni zvykem pít ji po jídle. (Küçükömrler, Özgen 2009: 1695-1968). A právě i na pravidelný šálek kávy po jídle, který se rozšířil i mimo Turecko, můžeme nahlížet jako na rituál. Stejně tak můžeme být rituálem třeba šálek čaje po ránu. Nicméně čajovému rituálu se budu věnovat až později.

4.4. Atmosféra

Při vstupu do čajovny může mít návštěvník často pocit, jako kdyby vstoupil do jiného světa. Díky své atmosféře se výrazně odlišují od jiných restauračních zařízení. Jak jsem se dozvěděla od jednoho z majitelů, klasická představa čajovny zahrnuje přítmi, uklidňující hudbu, sezení na koberci či polštářích a různé vůně. Při podrobnějším zkoumání ovšem můžeme zjistit, že tomu tak opravdu není vždy a filosofie jednotlivých majitelů ohledně atmosféry čajoven a její navozování či nenavozování se liší. Vliv na atmosféru má dle některých jednak prostředí, ale také čajovníci. V čajovně může atmosféru ovlivňovat podle majitele: *„Všechno. To je jako hodně o atmosféře. Ono to k tomu čaji právě patří, že je tam samozřejmě ten dokonalý čaj, jako v té misce, ten dokonalý nápoj, ale patří k tomu spousta věcí. Jakoby tradičně k tomu patří určitý způsob oblékání, určitý způsob pohybu, určité vůně, určitá hudba, jako všechno.“* (Jiří). Svůj podíl nesou i samotní návštěvníci, jež do čajovny zavítají. *„Tak atmosféru v první řadě vyprávějí lidi, hosté, co chodí do té čajovny, takže atmosféra se mění podle toho, kdo jak zrovna přijde na čaj. Každopádně my se musíme snažit nebo snažíme se vytvořit příhodnou, příjemnou atmosféru u toho pití čaje, takže se zaměřujeme na příjemnej provoněnej prostor a prohřátej dobře navícenej.“* (Pavel).

Významnou roli, dle mého větší, než si někdy uvědomujeme, hraje hudba. Hudba má souvislost s lidskými emocemi, kdy je jejím prostřednictvím můžeme vyjádřit, ale také ovlivnit. *„Hudbu můžeme označit za nástroj formování myšlenek subkultury.“* (Lojdrová 2008: 147). Ač tomu tak není ve všech čajovnách, při návštěvě lze očekávat spíše uklidňující hudbu. Tu, jak ukáží dále, respondenti označují za „typicky čajovnickou“, i když ji třeba nevyužívají. V čajovnách se často setkáváme s uklidňující hudbou nebo orientálními rytmy, které nás přiblíží do té či oné oblasti. Během pozorování jsem mohla poslouchat zvuky didgeridoo, hudbu s arabskými rytmy, japonskými apod. V některých čajovnách se, ale od tohoto stylu už spíše odklánějí. *„Hudbou. Většinou pouštíme, ale je pravda, že taky nějaký lidi to už nechtějí poslouchat. Že pořád je to nějaký takový utahaný písničky nebo něco, takže už tam taky pouštíme jazz a takový. Že, aby to ty lidi trochu povzbudilo jo. Anebo pak sem přijde někdo, kdo chce vyloženě jenom ticho, což zase nemůžeme udělat, zase lidi sem choděj i pro tu hudbu, že to taky není úplně nejlepší.“* (Alice).

I v další čajovně jsem setkala s úplným opakem uklidňující atmosféry navozující hudby a to s latinskoamerickými rytmy. Přístup majitele k čajovně byl, že se jedná spíše o prostor, kde se lidé mohou spolu bavit, nikoli spíše relaxovat. *„Tak prostě*

backgroundová hudba není vyloženě tady, není tady vyloženě jako čajovnická, typická, nějaká východní hudba. Máme tady různé styly. Že prostě ta atmosféra tady není ta klasická čajovnická, arabská nebo prostě východoasijská. Tady je prostě atmosféra, snažíme se spíš taková jako, že ty lidi si tady choděj povídat, bavit se spolu. Chodí sem skupinky, takže občas je tu víc šrumot než, prostě by se na tu čajovnu, než by člověk očekával. Takový ty zákazníci se jdou vyloženě za klidem, tady občas ostrouhají trošku. Občas ne. Samozřejmě záleží na tom, kdy jak je nabito, jak je to tu prostě plný lidí. Ale není to jako, že bysme vytváření jako konkrétní nějakou atmosféru, prostě nějakýho Tibetu nebo...“ (Jaromír). Podobný názor má i další majitelka čajovny. Není nutné se držet jen tiché atmosféry. Atmosféra se může přizpůsobovat dle momentálních návštěvníků čajovny. „Nemyslím si, že by apriori čajovna měla být nějaký místo, kde by se jenom šeptalo a mluvilo potichu a nikdo nesměl ani hlesnout. To si myslím, že to tak není, že opravdu je důležitý umět vystihnout tu atmosféru, když sem přijde nějaký pár nebo jenom málo lidí, tak chtějí opravdu ten klid. Ale když je tady velká skupina, tak je vidět, že se přišlo pobavit, takže se vůbec nebráním tomu pak tu hudbu zesílit, a že je tady pak prostě najednou ruch, opravdu jak v nějaké hospodě.“ (Nikola). Burdová (2005) ve své bakalářské práci zabývající se pražskými čajovnami rozeznává příhodně dva druhy českých čajoven a to „uklidňovárny“ a „bavírny“ (Burdová 2005: 23-27). Názvy mluví samy za sebe a dají se aplikovat výše popsaná zjištění.

Mimoto jsem se setkala s tvrzením, že atmosféra jako taková vzniká sama o sobě. Není důležité vynakládat nějakou velkou snahu o její navození. Význam má samotné místo, to že se jedná o čajovnu. „Jo jinak atmosféru nějak nenavazujem. To si každéj musí přinést svoji, jakou jí má. Ale většinou je to tak, že ty lidi po tom odcházej a třeba ztratí pojem o čase nebo řeknou, že se tady zastavili, že se uklidnili, že to je...Že to místo je takový zklidňující, že to není, že bysme tomu nějak přispívali, je to to místo no.“ (Alice). Není jediná, kdo má takový názor. Přesto dále přiznává i důležitost návštěvníků a stylu čajovny. „Myslím, že atmosféra se navozuje tak nějak sama. Scházím se tam hlavně s dobrými kamarády, kteří tomu napomáhají. Jinak samozřejmě důležitá je čistota a jakýsi styl. Pro ten se rozhoduje každá čajovna. Některé ho mají spíše smíšený, ač někdy i přeplácáný. Já jsem se rozhodl do sebe jaksi zakomponovat 5 stylů, které si tam držím - Japonsko (to především), Čínu, Tchajwan, Indii, a velkou Británii.“ (Marek). Jak majitel během rozhovoru potvrzuje, Japonsko je v jeho čajovně dominantně zastoupeno vzhledem k tomu, že má tuto zemi rád. Přechází tvrzení tak

názorně ukazuje, že čajovny se nemusí držet jednoho vybraného stylu. Jsou naopak syntézou různých prvků.

4.5. Shrnutí

Čajovny v Evropě začaly vznikat již během 17. století, kdy se vydělily od kaváren, kde se nejdříve podával i čaj. Postupem času se na čajovny začalo nahlížet jako na místa, kde se může člověk občerstvit (tedy i najíst). Na jejich podobě se někdy odráží i doba, ve které vznikly a proto se setkáváme s viktoriánskými prvky. Čajovny byly posléze lidmi přeneseny do jiných zemí, kde mimo jiné zaujímají podobu obchodů s čajem nebo jsou stále propojeny s kavárnami. Avšak v Česku začaly vznikat až po sametové revoluci. Za příčiny vzniku, které se podepsaly na jejich výsledné podobě, lze považovat duchovní vyhladovění místních obyvatel kvůli komunistické intoleranci náboženství. Mimoto by se dalo říct, že čajovny zavání svobodným duchem, což bylo v minulosti nežádoucí (stejně jako v komunistické Číně, kde byly pro to čajovny kdysi zavřeny). Dále poskytly alternativu k pivní kultuře, která se dá sice považovat za českou dominantu, přesto všem nemusí vyhovovat. Dále je alternativou k obdobné kultuře kaváren. Specifická je především prostředí a atmosféra čajoven. Za klasický typ čajovny považujeme útulné místo, kde je přítmi, různé polštářky na sezení, koberce, vůně z tyčinek a hraje zde relaxační nebo alternativní hudba. Existují různé názory, jak atmosféry dosáhnout. Mohou se na ní podílet jak majitelé a obsluha, návštěvníci či se navozuje sama. Ukazuje se, že některé čajovny se klasického stylu a tiché atmosféry mermomocí neдрží. Dávají přednost prostředí s živější hudbou, místu, kde spolu návštěvníci mohou hovořit i hlasitěji. Jiní zase přizpůsobují atmosféru momentálnímu osazenstvu čajovny.

5. Čajovník

Následující kapitola je věnována osobním biografiím majitelů čajoven. Čajovníkem zde rozumíme osobu, které si zvolila přípravu čaje jako své povolání.

5.1. První kontakt s čajovou kulturou

Během výzkumu jsem se zajímala o to, kde se respondenti nejčastěji poprvé setkali s čajovou kulturou. Ukázalo se, že nejčastějším místem prvotního kontaktu jsou právě čajovny, které obvykle lidé navštěvují se svými přáteli. Potvrdila se tak má domněnka, že čajovny hrají významnou roli v šíření čajové kultury. *„Tak jako asi každý za svých studentských let, tak jsme chodili se spolužákama po čajovnách a objevovali tenhle čajovej svět z pohledu jako jenom školního.“* (Pavel). Svoji roli mají pochopitelně taky média, i když nutno podotknout, že informací o čajové kultuře je obvykle poměrně málo. *„Víceméně z nějakých knih a možná televize. Nebo jak jsem se dozvěděl, já jsem vyrůstal za totality, takže tady byl ruskej, gruzínskej čaj hodně, že jo. Pak ale... Prostě, pak jsme četli právě různé knížky o zdravé výživě, o alternativním životním stylu, východních náboženstvích a podobně. Takže tam z toho, víceméně.“* (Jaromír).

Na následujících řádcích popisuje svoji cestu k čajové kultuře majitel Marek: *„O čaji a čajové kultuře jsem se dozvěděl opravdu náhodou, neboť to přišlo tak jaksji samo. Nikdy jsem nevěděl, že mě to takhle chytne, ale od malička jsem měl rád Asii, zejména Japonsko, které mě fascinovalo po všech stránkách. Měl jsem rád jejich kulturu, jejich zvyky, jejich jazyk a umělecké předměty. Čím jsem byla ale doopravdy uchvácen bylo aikido, což je druh japonského bojového umění. Právě ono m k Japonsku přivedlo ještě blíže. No a pak jsem se kdesi dozvěděl, že se tam taky často pije čaj. Čajový rituál Chanoyu je v Japonsku velice známý a to mě zaujalo. Věděl jsem však, že nemohu začít hned takhle od nějakého rituálu, proto jsem se rozhodl trošku zapátrat a najít něco, kde bych se dozvěděl více. Našel jsem jeden z největších čajových festivalů tady ve střední Evropě a bylo to zrovna v Praze, kam jsem taky zavítal a dozvěděl se spoustu nových a užitečných věcí.“* (Marek).

Často k prvotnímu kontaktu u respondentů docházelo, když se ještě respondenti nacházeli na škole nebo ji čerstvě dokončili. To obvykle poprvé do čajovny zavítali s přáteli, kdy se prvotně spíše jednalo o touhu navštívit zajímavé místo, nikoli o konkrétní zájem o čaj a čajovou kulturu. Dalo by se říci, že se v tu dobu nacházeli na pomezí, kdy se rozhodovali, jakou životní dráhu si zvolí. *„Životní dráha představuje*

společenskou substrukturu o čtyřech základních komponentách.“ K nim existují „čtyři specifické časy v rámci času biografického.“ Jednou z těchto komponent je právě práce (povolání) a její časovost, tj. procesy pracovní průpravy a profesní dráha (Nový 1989: 13). Kontakt s čajovou kulturou je událostí, které následně ovlivnila budoucí směřování respondentů. „Událost bychom mohli charakterizovat jako výslednici určitého vývojového procesu nebo určité situace, jako viditelně dokonáný jev, který vede k jistým nevyhnutelným důsledkům a zřetelně vymezuje životní fázi. V tomto smyslu je událost vnějším objektivovaným, materializovaným bodem obratu.“ (Nový 1989: 23). Dle Ginzberga volba povolání není jednorázovým aktem, ale vývojovým procesem od předpubertálního věku zhruba do 20 let. Od 17 roku nastává období realistické volby, kdy již je jedinec schopen zvážit subjektivní i objektivní faktory. V tomto stádiu jedinec získává znalosti důležité pro vykonávání povolání. Tato fáze by se dala přirovnat stádiu zkoumání, které popisuje Super. Mladý člověk střídá svoje zájmy, zajímá se o odlišné obory. Postupně sbírá různé informace o světě práce a na jejich základě upravuje svoje zájmy a schopnosti. „Představy o profesích vycházejí ve stádiu zkoumání převážně z přímého kontaktu s osobami zastávajícími daná povolání a z počátečních pracovních zkušeností.“ (Hlad'o 2012: 30-34).

5.2. Prvotní impuls

Existují rozličné důvody, proč si jedinec rozhodne založit vlastní čajovnu. Někdy za intencí založení čajovny stojí prostá obliba čaje a čajoven spolu s chutí to „prostě vyzkoušet“. „*Tak asi to byla zkušenost, kterou jsem získal. To bylo, po škole jsem měl možnost odjet do Asie, kde jsem pobýval, cestoval půl roku. Tam byly čajovny vlastně na každém rohu. Byla to hlavní taková jakoby součást, hlavní zábavní směr těch kultur, těch asijských zemí. Vlastně jediný takový jejich místo nebo prostředek, aby se sešli a popovídali si spolu, tak byl ten čaj a čajovny. Takže asi takový to přirozeno, který fungovalo o pár set kilometrů dál. Tak to jsem asi chtěl zkusit tady rozvíjet.*“ (Pavel).

Během výzkumu se ukazuje, že není neobvyklé, když člověk působí v čajovně jako obsluha, kdy se naučí vše potřebné a posléze se rozhodne postoupit dál a založit si vlastní podnik. „*No, tak ten impuls ten byl asi před rokem a půl. Já jsem dlouhý roky v čajovnách pracoval, vlastně jako za sebou mám nějakých 8 let, jakoby čajování. Teda jako ke škole. Byla to jako brigáda. A vlastně naposled jsem dělal právě ve Sluneční čajovně, kde jsem dělal pro toho Lukáše Hlaváčka a tam mě strašně naštválo, že on*

vlastně tu čajovnu jenom vlastnil, nijak čajům jakoby nerozuměl a vlastně veškerý koncept tý čajovny, všechno, jak to bylo, tak jsem připravil já, lidi tam chodili, měli to rádi a on z toho jakoby jenom tahal peníze a jezdil si do Španělska a tahelnc. A nejednou to prostě končilo tak, že nebyl za půl roku zaplacený nájem, nebylo za co kupovat čaje a čajovna přitom byla furt plná. Jo, on říkal, prostě ne, nemám, bohužel. A tak jsem si říkal, že když on to dokáže dělat takhle, tak já to dokážu dělat líp. Takže v podstatě jsem si chtěl dělat tu práci tak, jak chci já, aby mi do toho nikdo nekecal.“ (Karel).

Založení si vlastní čajovny může být alternativou k dosavadnímu životu, novou životní dráhou. Jiří si zvolil čajovnickou praxi namísto studia zeměpisu. *„Nevěděl jsem, co s načatým životem. A do toho jsem potkal čajovnu, tak jsem poznal to, co jsem celý život tak nějak k tomu inklinoval. Protože to je jako biologie, zeměpis, vlastně to jsem i studoval na té vysoké škole, jsem studoval biologii. Zeměpis. Ale přeci jenom, ty vysoké školy u nás mě neoslovily, takže se mi otevřel ten čajový svět, díky tomu.“* (Jiří). Zmíněného majitele neuspokojovalo studium na vysoké škole, kdy se ho rozhodl ukončit. V té fázi s přítelkyní poprvé navštívil čajovnu a dle jeho slov: *„to byla taková láska na první pohled.“* (Jiří). Majitel nejdříve začal pracovat jako obsluha, posléze měl také nabídku zorganizovat založení čajovny, jejímž majitelem by byl jeho mecenáš, který také všechno financoval. Po úspěších a letech praxe se nakonec rozhodl založit si s přítelkyní čistě svoji čajovnu.

Pochopitelně pro všechny majitele čajoven jsou tyto místa zdrojem obživy. Někteří si zakládají čajovnu hlavně pro oblibu čaje a chuť předávat čajovou kulturu dále. Avšak například u jednoho z majitelů vykrystalizoval nápad založit si tento podnik na základě dedukce, kdy se čajovna jevila jako nejlepší nejpřijatelnější a nejlákavější možnost obživy. *„Prvotní impuls byl poměrně specifický. My jsme prostě byli reklamní grafici, čili prostě jsme dost... vydělávali jsme sice relativně peníze, ale prostě lidi nám neplatili, čili jsme neměli hotové peníze, takže jsme si chtěli pořídit nějaký podnik s jako denním přísunem malých peněz, ale nechtěli jsme se patlat s opilci, jo. Takže jsme nechtěli hospody, nechtěli jsme nic takovýho to...Neuměli jsme to. V podstatě jsme šli jako do toho úplně nepolibený, takřikajíc, ale...rozhodli jsme se pro čajovnu, protože nám tak ta kultura, životní styl byl poměrně blízký. Zase žádný odborníci jsme v tom nebyli, jo. Ani jeden.“* (Jaromír).

5.3. Přenos informací

Existuje více možností, jak se člověk může setkat s čajovou kulturou a vším, co to obnáší. Před tím, než jsem se začala o daný problém více zajímat, jsem se domnívala, že čajomilci odjíždí poznávat čajovou kulturu do míst, odkud původně pochází. Zde se naučí všemu, co obnáší a poté nám jí různými způsoby zprostředkovávají. Ve finále se pak ukázalo, že cestování za čajovou kulturou u majitelů čajoven není až tak časté. Vycestovali za ni dva mí respondenti. U obou zahraniční cesty spolu se setkáváním s lidmi s podobným zaměřením sehrály svůj vliv. *„Navzájem vyměňováním si poznatků, jak by se asi k tomu čaji mělo přistupovat a zároveň cesty asi. Kdy jsem měl možnost odkoukat od lidí, který dělají podobnou práci, jak to dělají. Takže inspirace cest a navzájem se inspirovat kolegama.“* (Pavel). Oba dva z nich by se dali označit za průkopníky, kdy do čajového odvětví vstoupili v jeho počátcích. Nelze jednoznačně tvrdit, zda existuje souvislost mezi dobou vstupu do čajové kultury a zahraničními cestami. Avšak lze se domnívat, že vzhledem k nedostatku potřebných znalostí a informací mohli čajomilci do ciziny vyjíždět. Mimoto v počátcích se bezpochyby jednalo o čajovou subkulturu, čili touha po poznání jejího původu byla větší než nyní, kdy se jedná spíše o konzumní záležitost a čistě věc povolání.

Informací o čajové kultuře je obecně velmi málo. *„Pokud chceš čajovou kulturu studovat, musíš opravdu hledat. Moji čajový přítel mě často zvou na své akce a tak různě. Jedině tam se dá načerpat tolik informací.“* (Marek). A právě zmíněné akce jsou jednou z možností, které člověku čajovou kulturu zprostředkovávají. Existují různé festivaly s tímto zaměřením. Jedním z nich je například: *„Čajomír, ten už je docela známej. Ten už je takových pět šest let, myslím trvá. Je to vždycky na Vyšehradě v Praze a vlastně se tam sjedou čajovny, jakoby z celý republiky a nějakým způsobem se tam předváděj. Jo a člověk má prostě spoustu možností zjistit tam, jak se to dá dělat jinak. Tam doporučuju teda někdy zajít ale. (...)To bývá většinou na přelomu července srpna myslím. Oni toho dělají víc. Tohle to je jako Čajomír fest, je vyloženě pro veřejnost. Pak je, se dělá Čajomír ples, kdy to je vyloženě jako máme svůj vlastní ples jako čajovníci. Pak je Čajomír trek, kdy se dělá vyloženě jako výlet a ten je taky spíš takovej myslím uzavřenější a pak chtěli udělat ještě jednu akci na zimu, ale to už úplně nevím, co to mělo být.“* (Karel).

Za přenosem čajové kultury nejsou jen čajovny, jakožto místa, ale také intence samotných majitelů čajoven, kteří se snaží tuto kulturu přenášet dál mezi lidi: *„...snažím se ty lidi informovat o tom, jaký čaj popíjejí a vlastně nepřístupuju k tomu už*

jenom jako k běžnému nápoji, ale snažím se, aby si ty lidi uvědomovali, co je za tím úsilí a jaká práce se za tím šálkem čaje schovává (Pavel). „Sám občas jezdím na akce vařit čaj pro lidi. Snažíme se lidem dát najevo, že to, co pijí v sáčcích je jen prach s minimálním obsahem sypaného pravého čaje.“ (Marek). Síť Dobrých čajoven se podílí na šíření čajové kultury i mimo naše hranice. Často v zahraničí působí jejich bývalí čajovníci, kdy jejich praxe v čajovně takto vyústila. Mimoto, tím, že jsou již v přípravě čaje vzděláni, je zaručena v nové čajovně kvalita (zdroj www.nazory.euro.e15.cz).

5.4. Výuka

Existují různé způsoby, jakými se člověk může učit čajové kultuře, kdy tato výuka může vyústit v to, že se jedinec stane čajovníkem. Tato výuka se dá chápat jako sekundární socializace. Jedinec získává vědění nutné k vykonávání nějaké role, identifikuje se s ní a s normami dané skupiny (Berger, Luckman 1999). Neexistuje žádná jednotná cesta za tím, jak se naučit tomuto povolání. Znalosti o čaji a jeho přípravě lze nejčastěji získat od dalších čajovníků a z jiných čajoven. Významnou roli tedy pro vstup do dané kultury mají tzv. významní druzí. Vztah mezi zasvěcovaným a významným druhým je partnerský na rozdíl primární socializace, kdy je významný autoritou (Lojdová 2008: 145). U jednotlivých respondentů se liší mírou intenzity začlenění do skupiny čajomilců.

Výuka by se dala rozdělit na dvě části a to teoretickou a praktickou část. Jak se učil přípravě čaje v prvopočátcích české čajové kultury popisuje majitel následovně: *„Na začátku taky jsme trošku klopýtali, protože těch informací bylo opravdu málo, ale jako tím, že jsme už byli vepředu, že jsme si vychutnávali a ochutnávali čaj, udělali jednou silnější, jednou slabší, jednou to a vycedili to natolik, že to bylo fakt jako, jak my říkáme na žiletku, to znamená opravdu na té hraně, ani slabý, ani silný, takže musíte fakt po té hraně.“ (Daniel). Následující dva respondenti působí v čajové oblasti také poměrně dlouhou dobu. „Asi různými setkáními s nadšencema podobnými jako já. Navzájem vyměňováním si poznatků, jak by se asi k tomu čaji mělo přistupovat a zároveň cesty asi. Kdy jsem měl možnost odkoukat od lidí, který dělají podobnou práci, jak to dělají. Takže inspirace cest a navzájem se inspirovat kolegama.“ (Pavel). Mimoto existují také různé písemné materiály či kurzy, kde se můžeme učit. *„Jsme si sehnaly skriptu o čajích a měly jsme, chodily jsme na školení, k tý, no takový školení, soukromý, právě do tý Růžový čajovny. Protože zase tam známý znamejch tam měli vlastně tudle**

čajovnu. *Takže nás tam doporučili a tam jsme chodily na konzultace plus nám dal ten čajovník ty svoje skripta, co měl ještě ze studií a tam jsme si to načetly. Takže žádný, že bysme měly vyloženě nějaký na to studia, školy, nic. Všechno jsme si to takhle sehnaly.*“ (Alice).

V porovnání s ostatními respondenty, kteří jsou v čajové kultuře kratší dobu, lze vyvodit závěr, že po letech se výuka čajové kultury nijak zásadně nezměnila. Kromě učení se od kolegů existuje ještě metoda pokus omyl. Přístup pokus omyl se dá považovat za účinný, kdy omyl je nejrychlejší cesta, jak se něco naučit (Slavík a kol. 2012:160).

Důležité je také zmínit významnou součástí čajové výuky je takzvané „propíjení se k čaji“, kdy se jedná o výraz, jež čajomilci využívají. *„No je to takovej výraz, kterej už používáme mezi sebou my zasvěcenci, jestli tomu mám rozumět tak, propít znamená, že musíte ochutnávat, ochutnávat, ochutnávat čaje. Čaj není jenom jeden. Jsou desítky druhů a stovky variant, takže člověk musí minimálně ty druhy, ty základní ochutnat. Propít se k tomu, aby věděl, jak kterej čaj chutná a pak teprve se mu otevře svět sám pro sebe a může hledat dál.*“ (Pavel).

5.5. Profesionální virtuozita

Čajování nezahrnuje jenom samotnou přípravu čaje, ale i jiné dovednosti. Čajů existuje velké množství a pro člověka neznalého je velmi obtížné je rozlišit. Za profesionální virtuozitu zde označuji stav, kdy čajomil nejenže ovládá odlišné přípravy různých druhů čajů, ale také zvládá od sebe čaje odlišit a vnímá různé nuance, jinými slovy je to stav, kdy se jedinec k čaji „propije“. *„Pití čaje nebo spíš jako znalectví o čaji, tak je to hodně podobný somelierství. Jo těch druhů je strašně moc, těch chuťovejch nuancí taky. Trvá roky, než se člověk propije k tomu, aby doopravdy dokázal poznat jemný rozdíly.*“ (Karel). Profesionální virtuozity je obtížné dosáhnout, ale také si ji udržet. Je nutné si neustále udržovat své znalosti a rozšiřovat je. *„Ale učím se doted'. Doted' je pořád se co učit. Protože když záleží na každém pohybu, tak je třeba každý ten pohyb trénovat. Je to stejné jako s hrou na hudební nástroj. Když to odložíte na dva dny, tak ztrácíte ten kontakt, nátlak.*“ (Jiří). Dozvídáme se také, že jedinec může dosáhnout virtuozity, ale jak jeden z majitelů zmiňuje, úplným ideálem ještě je, když má také možnost si vypěstovat a vyrobit vlastní čaj. *„Nejlepší je, když ten mistr ten čaj i vypěstuje, když ho i vyrobí. To by jakoby bylo úplně ideál. To je právě to, co mi jakoby trochu skřípe, čeho*

nejsem schopný, tady ten čaj vypěstovat.“ (Jiří). Zde je problém v tom, že v České republice se čaj nepěstuje, jelikož pro čajovník zde nejsou vhodné podmínky.

Profesní virtuoza se netýká jen těch, kdo čaj vaří, ale i dodavatelů čaje, kteří by také měli rozeznat jednotlivé čaje a měli by posoudit, zda je čaj, který vyberou pro dodávku kvalitní. *„A když začínal s těma Himalájema, tak opravdu musel plantáž po plantáži každý den si pít, a když tři dny, týden ztratil kontakt, tak ten jazyk nebo ten mozek to zapomíná. Takže opravdu se to musí pořád oprašovat, protože ty nuance jsou opravdu, když chce člověk dosáhnout jakés takés virtuozity, tak prostě na to musí pořád šahat. Musí prostě být pořád v kontaktu.*“ (Jiří).

Co se přípravy týče, Alice odkazuje na důležitost kvalitního čaje, která stojí za výborným nápojem. *„Když ten čaj zkrátka není dobrej, tak se dobrej neudělá. Sebelíp. Zas naopak dobrej se může dobře zkazit.*“ (Alice). Význam kvality čaje potvrzuje i Aleš Juřina: *„To je nezbytné. Když jsme po převratu otevřeli čajovnu, ke svému velkému překvapení jsme zjistili, že onen do té doby bájný Hamburk nebo Londýn, odkud jsme čaje pašovali, není zdrojem kvalitního čaje. Že tam jsou velkosklady, kde se čaje skladují velice dlouho, a že pokud chceme mít kvalitní a čerstvý čaj, musíme jít ke kořenům. V roce 1995 jsme proto vyrazili na první čajovou cestu, do Indie. Od té doby jezdíme k čajovým kořenům každý rok.*“ (zdroj www.nazory.euro.e15.cz). Jak se dozvídám posléze, všechny Dobré čajovny mají za povinnost odebírat čaj pouze v rámci vlastní sítě, takže je tím pádem zajištěna kvalita: *„všechno to je v rámci, je to franchising, vlastně know-how Dobrá čajovna. No takže přesto, takže nakupuju z toho velkoobchodu.*“ (Daniel).

Dále zjišťuji, že podle některých majitelů neexistuje unifikovaný způsob přípravy. Dokonalého čaje se tak dá docílit více způsoby *„Pak jsme přišly na to, že vlastně stejnýma způsobama nebo stejnýma, jinejma způsobama se dá docílit téhož výsledku. A jak to komu víc vyhovuje, tak tak se to dá připravit, jo ten čaj, jakékoliv. Takže i když jsme tam něco pochytily, nějaký, co se týče přípravy toho čaje, tak za tu dobu si to děláme po svém. Není to důležitý.*“ (Alice). S tím, že na stylu přípravy pokaždé až tak nezáleží, souhlasí i majitel Daniel. Dle něj je důležité, že pokud člověku chutná čaj stylem jakým si ho připravuje, je to to nejlepší, co může být. To nic, ale nemění na faktu, že on a obsluha čajovny dodržují daná pravidla vaření čaje. Velmi důležité je pravidlo varu vody. *„Tak v podstatě, než ta voda začne vřít, tak už byste měla vypínat tu varnou konev, protože by to nemělo přebublat. Protože se říká, že voda na čaj by měla perlit jenom, takže tam to přichází do toho bodu varu, ale jakmile už jsou to takový ty*

větší rybí oka a pak, jak to začne bouřlivá hladina, tak ta voda už je špatná.“ (Daniel). Mistr Lu Jü popisuje ve své knize druhy varu, které jsou celkem tři. Během prvního varu se začínají objevovat malé bubliny a začínáme slyšet bubláni. Při druhém varu se postupně objevují řetízky bublinek po okrajích. A nakonec je třetí var, kdy voda velmi vše a hlasitě bublá. Při třetím varu voda zastárne a už není přijatelná k pití (Lu Jü 2002: 48).

Kromě profesně zvládnuté přípravy čaje a jeho podání má svůj význam (obzvláště pro návštěvníka čajovny) celkové vzezření a vystupování čajovníka. Oděv, je to, co dělá člověka člověkem. Jednou z jeho funkcí je potřeba sociální diferenciacce (Vlachová 1995: 267). A právě svým charakteristickým oděvem se čajovníci, ale také mnozí čajomilci obvykle odlišují. Móda má význam v jednotlivých sociálních skupinách a v rolích, do kterých vstupují (Vlachová 1995: 267). Schaefer definuje módu jako „hnutí směrem k přijetí jistého životního stylu či zvláštního vkusu (Vlachová 1995: 273). Oblečení čajovníků, potažmo čajomilců je často z přírodních materiálů, kdy je kladen důraz i na pohodlí. Podobnou módu můžeme vidět i u lidí s alternativním životním stylem nebo zabývající se ezoterikou. Stylově by se dalo zařadit do etno stylu, který je inspirován vzdálenými kulturami. Otázkou jen zůstává, zda jednotliví čajomilci přijaly toto oblečení za svůj každodenní styl. Jak píše Vlachová (1995), člověk musí vykonávat mnoho diferencovaných sociálních rolí. „Každý člověk je osobností, která se chce od ostatních odlišit (...). Vstupuje však také do širokého spektra pospolitosti, které jej nutí zařadit se, asimilovat, nevybočovat.“ (Vlachová 1995: 269). Specifický oděv mohou tedy nosit jen za konkrétním účelem, například spojeným s návštěvou čajovny, nebo čajovým setkáním či se stal jejich charakteristickým stylem. Každopádně v porovnání s jinými kulturami by se specifické oblečení dalo považovat za jednu z charakteristik čajové kultury. Zmíněná pivní nebo kavárenská kultura zahrnuje, se nikterak významně od současného módního proudu neodlišuje.

5.6. Majitelé čajoven a čajová kultura

Součástí výzkumu bylo také zjistit, zda se nějak významně v čase mění pohled majitelů na čajovou kulturu, zda dochází k nějakému vývoji při změně z nezasvěcenosti do zasvěcenosti této kultury. Podle mého původního předpokladu je pro nezasvěcenost čajová kultura něčím exotickým a lákavým a tak to zůstává i po seznámení s touto kulturou.

Na vnímání čajové kultury se u některých podepsal fakt, že se s ní začali setkávat v momentech, kdy nebyla ještě v České republice skoro rozšířená nebo se už postupně rozšiřovala. „*Spíš konzumně. Bylo to o tom, že mi čaj zachutnal a myslím si, že tam nebylo nic cíleného ve vztahu ke kultuře. Bylo to spíš o té chuti. O některých těch momentech. Samozřejmě poznání, že je to reálné, že je to možné a hlavně byl tehdy velký problém před tím devadesátým rokem nějaký kloudný čaj, pořádný sehnat teda. To se dalo buďto v tuzexu anebo zase od kamarádů, co jezdili do zahraničí.*“ (Daniel). Na vývoj této kultury poukazuje další majitel: „*Okolo toho roku 2000, to bylo ještě trochu jiné, než jaký byl vývoj dál. Tenkrát jsem to vnímal, že je to něco úplně nového, takový ten, něco, co jsem si snil, nějakou utopii a v těch čajovnách, jsem ten svět, který jsem snil, jsem se s ním začal potkávat.*“ (Jiří).

Překvapující bylo tvrzení následující majitelky. „*Já jsem si dřív myslela, no myslela, tak jak jsme chodily k tomu Kohoutovi, tak to člověk vidí ze strany toho zákazníka, nebo co tam sedí a teď tam tak jako medituje a přemýšlí a to se mi líbilo. Jsem si říkala, no to bude úplně úžasný. Teď to vidím z té druhé strany, že je to vlastně práce. Že to takhle třeba teď dopoledne tady nikdo není, ale odpoledne, to tady člověk nemá čas vůbec ani zameditovat nebo něco takového, jo. Takže je jase, dřív jsem na to pohlížela úplně tak jako, že to je nějaká alchymie trochu, ten čaj a taková. Měla jsem o tom takový představy jako ten zákazník v té čajovně (...) lidi sem chodí a teď tady chtějí mít ten klid a přečíst si knížku anebo nic nedělat a jen tak si přemýšlet.*“ (Alice). Zde to vypadá, že majitelka dává rovnítko mezi čajovou kulturou a prací v čajovně. Přes stále patrnou oblibu čaje převažují starosti, co se provozování tohoto podniku týče. I další s majitelů mi poskytl ne příliš poetickou odpověď. „*Je to furt jen čaj. Já bych tomu prostě nějaký zvláštní smysl nedával. Je to prostě výbornej nápoj, uklidňující, nabuzující, umí toho spousty věcí, ale jako nějaký mýtický hodnoty bych mu určitě nevsouval. Jo, je to prostě nápoj.*“ (Jaromír).

Práce v čajovně může prvotně znamenat obživu, ale ukazuje se, že může být zároveň seberealizací. Je možností poskytnutí lidem alternativní prostor, kde mohou trávit čas. „*Tak pro mě, protože jsem majitelka čajovny, tak to znamená obživu a práci a nějakou možnost seberealizace. A znamená to pro mě jakoby, jsem ráda, že to tady je, že to tady vzniklo v těch Čechách, že je to taková alternativa k té pivní kultuře, která je tady v Čechách hodně domácí a možná i proto tak si v, že ta vysvětluju, proč tady ty čajovny mají takový ohlas, že opravdu ta alternativa už asi byla potřeba, že toho piva asi už bylo moc.*“ (Nikola).

Dalším respondentům si troufám říci, že čajová kultura zasáhla do životů poněkud více. *„Teď pro mě znamená čaj něco opravdu výjimečného, neboť jsem se do čajové kultury ponořil tak hluboko, že už se snad nikdy ani nevynořím... Nejde to. Něco mě na tom chytlo, nejspíš příprava s malými konvičkami a tou spoustou zajímavých a zvláštního nádobí a pak už se to se mnou vezlo.“* (Marek).

I přes neutuchající oblibu čajové kultury již od prvopočátků, majitel jedné čajovny předestírá kulturní rozdíly mezi českou čajovou kulturou a tou ze zemí odkud pochází. Zde se dostáváme k tomu, že čajová kultura by se měla přizpůsobit českému zákazníkovi, jelikož ten není schopný plně pochopit kulturní zvyklosti ostatních zemí. *„Jakoby naučil jsem se takovou českou čajovou školu. A kdybych třeba odjel do toho Japonska, do Číny nebo někam, tak bych se učil docela vlastně exotické věci, které by samozřejmě pro mě osobně byly zajímavé, ale už jsem si vybral trochu jiný směr, že už pro mě není ani tak důležité japonský čajový obřad, když to tak řeknu, ale je pro mě důležitý Čechy a čaj. Tady to spojení, protože připravovat Čechům čaj japonským způsobem nedává smysl. Jako jednak to nebudu nikdy jako ten Japonec umět a jednak ten Čech to nikdy nepochopí jako ten Japonec. Je to prostě jako kdyby se spolu dva Češi bavili japonsky. Můžeme se spolu bavit japonsky, ale nikdy si spolu tak dobře nepovídáme jako česky. Takže z toho důvodu mě už tak tak exotika nezajímá.“* (Jiří).

5.7. Shrnutí

Část Čajovník byla věnována cestě, která vede k tomuto povolání čajovník, a co vede k založení vlastní čajovny. Během výzkumu se ukázalo, že čajovny jsou často místem, kde se poprvé lidé setkají s čajovou kulturou. Respondenti nejčastěji do čajovny zavítali během svých studentských let. Nacházeli se tak v důležité fázi, kdy se rozhodovali, jakou životní dráhu si zvolí. Návštěva čajovny pak byla zásadním momentem, který ovlivnil jejich budoucí směřování. Existují rozličné cesty k vlastní čajovně. Před jejím založením je obvyklá praxe v jiné čajovně. Oproti původnímu předpokladu za prvotním impulsem ve většině případů nestojí zahraniční cesty. Tyto tendence nacházíme hlavně u majitelů průkopníků. Čajová kultura zasahuje různou měrou do životů majitelů, někteří na ní nahlízejí spíše jako na způsob obživy, někteří jí více přijímají za životní styl. Za přenosem čajové kultury stojí mnohdy samotní čajovníci. Ti učí nezasvěcence přípravě čaje a tomu, co tato kultura obnáší. Během výzkumu jsem se mimo jiné setkala s pojmem profesní virtuozita, kterým rozumíme

stav, kdy čajovník bravurně ovládá přípravu čaje i rozeznává jemné chuťové nuance. Tohoto stavu dosáhneme, když ovládáme zásady týkající se správné teploty vody k jednotlivým druhům čajů a dobu louhování. Dále je důležitá fáze tzv. propíjení se k čaji, čili častého pití čaje a zkoušení jeho různých druhů. Nakonec jsem se zajímala, zda se v čase mění pohled majitelů na čajovou kulturu. U některých došlo k prohloubení obliby této kultury, u jiných se změnilo nahlížení na ní jako na něco exotického ve spojení vaření čaje se zdrojem obživy.

6. Čaj

Následující řádky se budou zabývat nejdříve vlastnostmi čaje, potažmo čajové kultury, které mu majitelé připisují. Dle slov jednoho z majitelů „*Je to taková ojedinělá věc, kterou jsme my tady lidi měli možnost získat, a uvěřil jsem tý prospěšnosti, takže se to snažím ještě tak jako lidem osvětlovat a šířit dál.*“ (Pavel). Další část kapitoly bude věnována čajovému obřadu, a jakou pozici zaujímá v české čajové kultuře a čajovnách a nakonec bude následovat křížení čaje s jinými kulturními prvky.

6.1. Vlastnosti čaje

Jednou z vlastností, která je čaji připisována, je jeho **dokonalost**. „*U něčeho jiného, u žádné jiné potraviny jsem takovou škálu chutí a vůní nenašel, takže jsem si to trošku až zbožštil (...)* Čaj je právě už dokonalý, a kdy ho koupím, tak to bylo to, co se mi na začátku líbilo, že koupím jakoby kvalitní věc, se kterou se tady u nás nesetkáme a ten čaj tady už je nějaký ten pátek a nachází se tady místo.“ (Jiří). Čajová kultura zde je už několik tisíc let. Za tu dobu prošla mnohými změnami a v kultuře některých zemí se hluboce zakořenila. „*Nebo ta tradice, ta hloubka, právě, že každá věc tam má jakýsi smysl a přitom je taková obyčejná věc jako uvařit si čaj, ale dá se z toho udělat věda.*“ (Jiří).

S čajem a čajovou kulturou se pojí i **svobodomyslnost**. „*Jako jak ji vnímám, tak ji vnímám hodně takovou svobodomyslnou, jo. I když třeba v některých kulturách to tak úplně neplatí, ale tak myslím si, že tady u nás jo. U nás je to jakoby hodně o té svobodě myšlenek. Tady se vlastně schází spousta umělců, jo lidí s nějakýma zajímavýma názorama.*“ (Karel). Mnozí návštěvníci čajoven a čajomilci jsou často osoby s pozitivním naladěním, uznávající názory jiných a celkově je kontakt s nimi příjemný.

Sen Rikjú (1522-1591) má značné zásluhy, co se týče čajového obřadu. Tím, že propojil různé styly čajů a jejich postupy a filosofie vytvořil Cestu čaje. Tato cesta pracuje se čtyřmi zásadami. Ty pak slouží nejen jako základ všech dalších pravidel souvisejících s přípravou a požíváním čaje, ale také mají co dočinění s nejvyšším ideálem. Těmito zásadami jsou **soulad, úcta, čistota a klid** (Sen 1991: 19 - 20). Na některé tyto vlastnosti se odkazují i majitelé čajoven. Jako významná vlastnost čaje a čajové kultury je právě klid. „*To je určitě i ponaučení pro dnešní dobu. Je to že v podstatě ta čajová kultura má neskutečněj smysl a význam pro člověka. A to proto, že Vás malinko zbrzdí v té přehnané rychlé době, jaké je před náma, a která nás ustavičně*

žene k něčemu, k vyšším cílům, a rychleji a rychleji. A právě díky těm informacím, které jsem zmínil, tam nás to furt popohání a dychtivě se snažíme načerpat, co nejvíc. Ale myslím si, že úplně ideální o té kultuře, v té kultuře, je to, že vy vlastně můžete prožívat ten čaj samotný a s tím i tu kulturu. To je ta takzvaná ta příprava toho čaje, podání čaje a vlastně prožití. Tak potom už jsou okamžiky, kdy vlastně vy můžete si to užívat s veškerou noblesou.“ (Daniel). Nemusíme zabrzdit jen během popíjení šálku čaje, čajová kultura přináší zklidnění do celého našeho života, kdy se pro někoho stane životním stylem. „Postavili jsme dvě řady, dva šáry cihel. Pak jsme nevěděli, jak dál, tak se dělaly jiné věci, že jsme si trošku, jakoby nechtěli jsme to uspišit, tak jsme nějak čekali až to prozraje a dělali jsme jiné věci a takovým způsobem to vznikalo všechno. To není nějak tak uspěchané, to spěchání k tomu čaji nějak moc nepatří...“ (Jiří). Je také velmi důležité mít úctu k čajové kultuře. „Ale vždycky to chce mít ten cit k tomu a úctu k vodě, k čaji a vlastně přípravě a té kultuře samotné.“ (Daniel).

6.2. Čajový rituál

Čajování má mnoho různých podob. Jednou s možností je čajový rituál. Talál Asad tvrdí, že „každý etnograf pravděpodobně pozná rituál, když ho vidí, jelikož rituál je symbolická činnost na rozdíl od instrumentálního chování v každodenním životě.“ (Bowie 2000: 154) Pro Turnera je zase rituál „předepsané a formální chování pro příležitosti neodkázané na technickou rutinu; odkazuje na víru v mystické (nebo neempirické) bytosti či síly pokládané za první a poslední příčiny všech účinků.“ (Bowie 2000: 153) Další definice zase popisuje rituál jako „symbolicky a normativně standardizovaný způsob chování a soubor obřadných činností, jehož prostřednictvím příslušníci určité skupiny udržují a upevňují hodnoty a normy své kultury. V tradičních společnostech se obvykle jednalo o magickou nebo náboženskou aktivitu.“ (Soukup 2004: 642).

Respondenti k němu přistupovali odlišně. Je nutné rozlišovat mezi čistě technickou přípravou čaje a duchovním nábojem, který je v některých obřadech zahrnut. Existuje mnoho druhů čajových obřadů. „V Japonsku Chanouyu - obřad, který se provádí v malém domečku na krásně upravené zahradě. Pije se tam čaj matcha, což je jediný práškový čaj na světě. Šlehá se bambusovou štětkou a rekvizit tu moc není. Japonci tento obřad chápou spíše jako setkání s přáteli, i když samotný obřad trvá čtyři a půl hodiny a stále se při něm sedí v nepohodlné poloze na kolenou. v Číně je to

takzvaný rituál Gong-Fu Cha. Měl by se praktikovat každý den. Nejčastěji se připravuje v malých hliněných konvičkách čaj oolong. Tedy čaj s květinovým aromatem. Pije se z malých mističek a náleží k němu spousta dalšího zajímavého nádobí. Nemohu se také nezmínit o Koreji, která je na tom s čajem velice dobře. Obřad má podobný jako obyčejnou japonskou přípravu čaje, tedy se zvláštní konvičkou a většími miskami. Je to nádhera, která se dá studovat do nekonečna. Pak je tu i Rusko se samovary, Británie s velkými porcelánovými konvicemi a Indii se svou sladkou masalou, která se prodává na ulicích. Nejvíce mě baví ta Gong-fu cha, neboť s tou jsem začínal a učím se ho už čtvrtým rokem.“ (Marek).

Čínský obřad Gong-fu cha a japonský Chanouyu patří k těm známějším rituálům. Jsou od sebe vzájemně odlišné. Zatímco v Japonsku má rituál hlavně duchovní náboj, na obřad v Číně může být nahlíženo spíše jako na dokonalou přípravu čaje. *„Ale je to [japonský čajový obřad] dost, ale už se nejedná ani tak o pití čaje, ale o určitou až duchovní nebo meditační chvíli. Už je to potom práce s duchovnem nebo s duší a ten čaj je čistě jenom prostředník k tomu dostat se do nějakých duchovních sfér ale není to příprava jako taková. Což třeba mě zajímá daleko víc čínskej ani ne rituál, ale příprava čaje, která se jmenuje Kung Fu. Kung Fu znamená s nejlepším umem, s nejlepší zručností. Jedná se o přípravu zdokonalenou do největšího detailu, která pak následně znamená nejlíp vychutnání si čaje, Takže asi takovej rituál mě zajímá.“ (Pavel).* Naučit se jakémukoliv čajovému rituálu není nic jednoduchého a vyžaduje to mnoho zručnosti a tréninku, než se dosáhne dokonalosti. *„Jsou ti mistři, kteří studují jen jednu část z čajového obřadu třeba deset let. Pořád dokola, každý den se učí skládat utěrku. Je to až směšné.“ (Marek).*

Fakt, že učení se čajovému rituálu vyžaduje mnoho času a cviku a pochopení dané kultury, evidentně stojí za tím, že v českých čajovnách tato praktika není tak častá. *„Zkoušel jsem to. Jak jsem říkal, to by se tomu člověk musel věnovat každý den, aby to mělo to, co to má mít. Jako vím, která bije, ale to je tak všechno. Víím, o co tam zhruba jde, ale abych z toho měl nějaké zadostiučinění, tak to bych se tomu musel věnovat každý den a na to tady není ani místo. Kdybych...Já bych se tam musel přestěhovat, abych to mohl nějakým způsobem nasát.“ (Jiří).* Daniel například různé čajové rituály vyzkoušel, částečně je ovládá, ale nijak aktivně je nepraktikuje. *„Prostě já říkám, ševče, drž se svého řemesla, buď tam, kde seš a nech to ostatním. Těm opravdu profíkům, kteří prostě jsou v tom zběhlí, a kteří to umí dokonale a učí se to hlavně celej život a vychází celej život. Takže to dědí z generací na generace. Takže nikde se nebudu a ani se nechci*

srovnávat s někým z Východu, protože to nemá ani smysl, ani smysl, protože v těch genech to nemám, že jo.“ (Daniel). Čajový rituál je záležitostí pro ty, kteří chtějí do čajové kultury proniknout hluboko a poskytnout jim nový rozměr a náhled na tuto kulturu, kdežto pro majitele čajovny nemusí mít praktické využití. „Považuji to za věc, která už je jakoby pro ty fanoušky úplně, fajnšmekry nadšence do toho čaje, takže mě ani neláká se ho učit. Vůbec nevím, k čemu by mi to bylo.“ (Nikola).

Některé čajovny se o čajové obřady ani nepokouší a to převážně proto, že vzhledem k tomu, že pochází z kultury velmi odlišné od té naší, zůstane nám vždy svým způsobem cizí a tudíž se je ani nemá smysl snažit pochopit a naučit. *„No já mám pocit, kdyby my jsme to tady předváděli, že by to bylo spíš humorný a trapný, než když to opravdu dělají ty, jako Číňani, Japonci, když v těch rituálech vyrůstají. Že jo, tak my bysme prostě něco přejímali. Museli bysme to vytvářet (...) Ten čaj je samozřejmě úplně stejnej, když ho uděláme normálně my v nějaké podobné konvičce a zalejváme ho prostě tímto způsobem. Takže rituál je k tomu jakýsi proces navíc, kterej samozřejmě má svou hodnotu, když je pravdivej, když to prostě ty lidi dělají, protože prostě v tom prostě vyrostli, a protože to tak vnímají, že to tak cejtí. Pak ten rituál samozřejmě má svůj duchovní rozměr. U nás by to prostě bylo klišé, že jsme teda tohle zavrhli rovnou.“ (Jaromír).*

Majitelé tedy dominantně spojují čajový rituál s japonským Chanoyu či čínským Gongfu Cha. Nicméně se, ale také dozvídám, že rituálem, může být šálek čaje před odchodem do zaměstnání, který člověka naladí pozitivně na celý den. Rituálem pro někoho je i posezení u čaje s partnerem k nějaké specifické události v životě, ať je to probírání problému nebo oslava nějakého úspěchu. Tyto rituály by se daly označit za osobní nebo individuální.

6.3. Čaj a jiné prvky v čajovnách

Jak ze samotného názvu vypovídá, čajovny jsou místa, kam si lidé mohou zajít na šálek čaje. Při pohledu na české čajovny, ale můžeme nalézt i různé doplňkové aktivity, jako vodní dýmky. Jsou též místem, kde se pořádají kulturní akce. Názory na to, zda se v čajovnách tyto „doplňky“ mohou vyskytovat, se liší. Přístup jednoho z majitelů byl striktně vyhrazen proti nadbytečným vzruchům. *„Že nějak ho vylepšovat nějakýma nástavbama nebo doplňkama, jako jsou třeba ty vodní dýmky, si v podstatě ani nezaslouží z mého úhlu pohledu. Že to jde právě trošku proti sobě.“ (Jiří). Jak majitel*

dále rozebírá, lze říci, že každý prvek má svého ducha (duch hudby, duch čajové kultury, duch vodních dýmek). Dle jednoho z majitelů je nutné: „*Aby to mělo toho jednoho ducha. Aby se tady právě ti duchové nekřížili.*“ (Jiří). Přístup orientovaný u něj i v jeho čajovně je veskrze patrný. V čajovně se nepodávají vodní dýmky, nepořádají se kulturní akce. Hudba je uklidňující, ale nikterak hlasitá či výrazná (během rozhovoru hrály skladby s didgeridoo), prostor je útulný, ale bez zbytečných dekorací, aby neodváděl pozornost od čaje. Během výzkumu jsem se setkala s možností vodních dýmek, či pořádáním kulturním akcí, předváděním čajového rituálu nebo obojím.

6.3.1. Vodní dýmky

Za jedno z lákadel, proč člověk do čajovny zavítá, lze považovat vodní dýmky, které jsou pro nás něčím exotickým. Jak tvrdí jeden z majitelů, láková je hlavní pro mladší část populace. „*Ta vodní dýmka je podle mě hlavní důvod, ale to se týče spíš studentů. Chtějí si užít srandu, ti tam teď však chodí už i kvůli čaji a do tichého prostředí, kde se můžou učit, stejně tak tam chodí lidé si odpočinout a vyzkoušet něco nového (čaj, jídla). Je to prostředí, kde je klid a tělo si tam odpočine.*“ (Marek). I na základě osobní zkušenosti jsem schopná potvrdit, že během kouření vodní dýmky dochází k relaxaci a uvolnění těla. Člověk se může dostat až do stavu změněného vědomí. Během tohoto stavu, jak popisuje Ch. T. Tart, může být člověk více či méně čilý, může mít i zrakové představy. Ke změnám stavů řadíme spánek, stavy vyvolané meditací, nebo stavy navozené pomocí různými látkami. Se stavem změněného vědomí se mimo jiné může pojít i narušené vnímání času (Plháková 2006: 249). I během kouření dýmky může mít jedinec pocit bezčasovosti či zpomalení času.

Vodní dýmky v čajovnách jsou jednoznačným prvkem, kdy se mísí dvě věci původem odlišné a protichůdné, ač si to návštěvník mnohdy neuvědomí. Čajovny tak mohou vytvářet poněkud klamné představy o tom, jak vypadají čajovny v zemích svého původu. Nicméně během výzkumu se ukázalo, že vodní dýmky jsou to, na čem mnohé čajovny vydělávají. Tento fakt názorně potvrzuje tvrzení jednoho z majitelů čajovny, která je striktně vyhraněná proti vodním dýmkám. „*V podstatě několik let trvalo, než ta čajovna začala být na nule. Než přestala prodělávat. To je právě díky těm vodním dýmkám. Ale to byla právě ta věc, o které jsem mluvil na začátku, že mě na tom čaji zaujala ta čistota, a protože v těch předchozích čajovnách několika, kterými jsem prošel, jsem se s těma dýmkama trochu potýkal. Ne že bych to neměl rád, ono to má*

svoje, ale potýkal jsem se s tím mísení těch dvou věcí. Takže jsem měl docela jasno, že to tady nechceme. Jenomže ono v těch čajovnách vždycky ty vodní dýmky, to je to, na čem vydělává.“ (Jiří).

Majitelé čajoven mají různé postoje k vodním dýmčím. Pro jedny je to něco nepřijatelného a neslučitelného s čajem. Existuje názor, že vodní dýmky mohou být na překážku určitému typu zákazníků, a že určitou sortu to naopak přitahuje. *„Je to právě vzácné místo, že je to, prostě v mnoha čajovnách se kouří a je to vodní dýmka i ten kouř z dýmky je to pro ty těhotné nebo kojící maminky prostě docela překážka. A i pro normální lidi. Prostě ne každému to voní. A není to jenom o vůni. To je jedno s druhým. Ono to přitahuje určitou klientelu atd. Prostě nabaluje se to.“ (Jiří).* Oproti tomu stojí další názor, že vodní dýmky naopak nejsou na překážku a to ani nekuřákům. Dále se setkáváme s paradoxem, že právě nekuřáci jsou ti, kteří nejčastěji vodní dýmku kouří. *„Samozřejmě těžko říct, tu vodní dýmku, ta třeba nevádí ani nekuřákům. Kuřáka to nezajímá. Je to pro něj drahý, sedět hodinu za 150 korun, to si radši koupí dvě krabičky. Zajímá to paradoxně víc nekuřáku. Ty si to užijou jako obřad takovej. Nebo jako svátek. Takže to je zvláštní, že kolikrát je víc lidí, který si cigaretu nedají, to je ošklivý, ale jdou prostě jednou týdně na dýmku.“ (Pavel).* Dalším paradoxem a zvláštností české kultury co se kouření vodních dýmek týče, je fakt, že většina čajoven je označována za nekuřácké zařízení a přesto se zde s dýmčkami bez obtíží setkáváme. Vodní dýmky byly povýšeny na něco nad cigaretami. *„U nás ještě zvláště dýmka oddělila to, že čajovny jsou nekuřácký. Jo 99% je nekuřáckých čajoven, protože to paradoxně ty zákazníci vyžadují. Přijdou do čajovny a automaticky je považují za nekuřácký, ale vodní dýmky se tam kouří. Takže je to takový alibismus. Což nechápou, když přijdou zahraniční studenti, tak vidí, jak se tady kouří 5 dýmek a když si pak jeden vytáhne cigaretu a my, že se tady nekouří, tak tomu nerozumí. Z nich to bylo, jeden kouří vodní dýmku a vedle něj jeden kouří cigaretu. Což je vlastně taková zvláštnost tady české kultury, že jsme si z toho udělali, jakože je to něco „nad kouření“. Kouření cigaret je špatný, ale vodní dýmky jsou svátek.“ (Pavel).*

V neposlední řadě jsem se setkala s tím, že majitel si byl vědom, že vodní dýmky jsou jistým rušivým elementem, ale díky uspořádání čajovny a odděleným prostorům je čajovna mohla zařadit do svého sortimentu a profitovat z nich, aniž by obtěžovali *„Takže bez problémů a nikoho tím neotravujem. A tam, kdo chce jít dozadu, tak každého upozorňujem, že to je vyloženě jenom pro ty, co si jdou zakouřit tu vodní dýmku. Takže nikomu to neublíží.“ (Daniel).*

Nicméně toto specifikum českých čajoven a čajovny samotné jsou v ohrožení a to díky plánovanému zákonu o zákazu kouření v restauračních zařízeních. Současný nastavení plánovaného zákona neuděluje čajovněm výjimku, co se podávání dýmek týče. *„Dýmka je jen jako doplněk k čaji. Ale když vám 2/3 zákazníků nepřijdou. Oni přijdou na dýmku a na čaj. Ale když tam nebude ta dýmka, tak vám na čaj nepřijdou. Že zanikne paradoxně i to, že ty lidi do té čajovny, že ty čajovny se neživí jenom z těch, co přijdou na ten čaj. Může se stát, že je to vlastně taková poslední chvíle, kdy ty čajovny vypadají, tak jak vypadají, to, co se vlastně před 30ti lety započalo, tak uvidíme no.“* (Pavel).

6.3.2. Kulturní akce

Čajovny v České republice nejsou primárně uzpůsobené pro pořádání kulturních akcí. Stejně jako vodní dýmky mohou být pro některé rušivým elementem, který brání správnému vychutnání pitím čaje. Na druhou stranu se například v čínských čajovně často pořádaly a stále pořádají různá folklórní představení (Wang 2005: 75), takže se nedá říci, že tyto akce byly s čajovněmi vyloženě v rozporu. Někteří na čajovně nahlížejí jako na klubový prostor, ve kterém je žádoucí v rozumné míře uspořádat pro návštěvníka nějakou akci. *„Taky čajovna tím, že je to takovej jakoby klubovej prostor klidnějšího typu, kde ty lidi se přijdou pobavit a to nabízí, vyžaduje to, aby čas od času člověk udělal nějakou kulturní večer, kulturní akci. Takže je to, není to pravidelný. Nemáme jakoby nějakou harmonogram, prostě program akcí. Ale spontánně se buď nějakou cestovatel, tak se uspořádá přednáška s promítáním. Nebo hudebně třeba nějaký takový kytarový večer. Je toho hodně, ale, nebo hodně, jde o takových 10 akcí za rok. Nemůžu říct, že by to bylo na tom postavený, ale snažíme se k té kultuře taky nějakým způsobem přispět. To udělat v nějaký takový komornější akci.“* (Pavel). Kulturními vložkami nám čajovně mnohdy zprostředkovávají exotiku. Často se jedná o přednášky cestovatelů, cestopisy, vystoupení břišních tanečnic, sbírky či jiné události obvykle s tematikou dálných zemí. *„Děláme. Děláme koncerty. Teďka vlastně ke konci měsíce by tady mělo být nějaký autorský čtení básní. Co bysme chtěli hodně, tak pořádat hlavně cestopisy a momentálně jsme vlastně domluvený se dvěma charitativníma organizacema, Škola pro Afriku a Voda pro Afriku, že tady budou mít výstavy, přednášky na to téma a budem pro ně dělat jakoby veřejnou sbírku.“* (Karel). Nicméně, jak jeden z majitelů podotýká, je nutné udržovat tento druh zábavy v patřičných mezích,

aby nenarušoval každodenní chod čajovny. „*Když to neděláte pravidelně a ty lidi se za tím nenaučí přímo chodit, což je zase na nějaký léta práce, tak to narušuje chod tý čajovny. Protože prostě Vám přijdou hosti a nemají si kam sednout, protože je tady nějaká akce. A ti hosti, co chodí pravidelně. Tak zase se to s tím nesmí moc přehánět, pokud na to člověk není vyloženě orientovaný.*“ (Jaromír).

6.4. Shrnutí

Čaji lze připisovat různé vlastnosti, jako například jeho dokonalost. Je nutná úcta k čaji a k čajové kultuře. Velký význam má popíjení čaje v tom, že nám přináší v každodenním uspěchaném životě klid. Čajovny jsou místem, kde má člověk příležitost zastavit se a zvolnit tempo. V pasáži věnované čajovým rituálům se dozvídáme, že ač někteří majitelé čajový rituál ovládají, běžně se v čajovnách nepraktikuje. Jedná se sice dle mého pro našince o exotickou a zajímavou záležitost, ale vzhledem k tomu, že nepochází od nás, nejsme schopni ho nikdy tak dokonale provést, ani pochopit, jako lidé, kteří z dané kultury pochází a učí se ho dlouhá léta. Poté se zabývám křížení čaje s doplňkovými záležitostmi, se kterými se v čajovnách můžeme setkat. První jsou vodní dýmky. Zde se dostáváme k eklecticismu, kdy dochází ke kombinování prvků z odlišných kultur. Existují odlišné názory, zda se mají nebo nemají vodní dýmky v čajovnách podávat, přesto jsou tím hlavním, na čem čajovny často vydělávají. Zajímavým paradoxem je, že čajovny jsou obvykle nekuřácké. Cigarety se zde kouřit nesmí, kdežto vodní dýmky ano. Byly povýšeny na něco nad cigaretami. Odlišné názory jsem našla i ohledně pořádání kulturních akcí v těchto prostorech. Některé čajovny doprovodný program pořádají, ale v omezené míře. Hlavní snahou je nenarušovat běžný chod čajovny.

Závěr

Cílem mé práce bylo objasnit, proč se české čajovny vyvinuly do své současné podoby a co je na ní tak specifického. Současně jsem se zabývala čajovnickou profesí, co obnáší, aby se člověk stal čajovníkem, případně co ho vede k založení vlastní čajovny.

Je překvapivé, jak odlišná je česká čajová kultura a čajovny v porovnání s jinými evropskými zeměmi. V zahraničí spíše zaujímají podobu místa, kde se návštěvník i nají nebo jsou situovány čistě do obchodu s čajem. Svoji významnou roli v tom hraje historické pozadí každé země a doba, ve které se zde čajovny objevily. Například v Anglii, v zemi, kde má čaj svůj velký význam, mají čajovny historický a zdobný styl (např. viktoriánský), příslušný pro dobu, ve které vznikaly a šířily se. Na tom, že čajovny se staly místem pro občerstvení, se podílí Anna z Bedfordu, která během čajových dýchánek začala podávat i zákusky, vzhledem k dlouhé pauze mezi jídly (Pettigrewová 2001: 15).

Oproti tomu na podobu českých čajoven měl vliv komunistický režim. Na českém národu se podepsala intolerance náboženství, kdy nacházel ve stavu „duchovního vyhladovění“. Ani po revoluci se už lidé neuchylovali k náboženství. V roce 1991 se k těm bez vyznání hlásila skoro polovina národa (zdroj www.czso.cz). Při podrobnějším zkoumání ale docházíme k závěru, že v mnohých případech by se nevěřící dali označit spíše za „něcisty“, tj. někoho, kdo neuznává klasická náboženství a jejich bohy, ale zároveň věří v nějakou vyšší neurčitou moc (zdroj www.halik.cz). Přiklání se tak k různým druhům religiozity, například ke spiritualitě (Heelas 2002: 358 – 359). A právě čajovny byly a jsou místem, které přitahují lidi s podobným alternativním zaměřením, díky tomu, že jsou zařízeny různými orientálními prvky, hraje zde uklidňující hudba a prostředí vybízí k hloubání a meditaci.

Zakladatelé průkopníci se často nechávali inspirovat východními kulturami, jelikož ty byly vzdálené a po dlouhou dobu nedostupné a tak i lákavé. Faktem je také to, že i kvalitní čaj byl v minulosti nedostupný a čajovny jako takové jsou prodchnuty svobodným duchem. To lze považovat za důvod, proč zde vznikl tak vysoký počet čajoven v porovnání s ostatními zeměmi. Faktem je také to, že svobodomyšlné tendence byly za režimu nežádoucí, a proto návštěvu čajoven můžeme považovat za určitý způsob vzporu. Nutno ale podotknout, že teď se typy čajoven rozrůžňují a ne vždy jsou

tak svým prostředím uzpůsobeny různým spirituálním hledačům. Ne vždy také narážíme na odkazy na orient.

Se vznikem čajoven se objevila nová žádaná alternativa trávení volného času a místo, kde se mohou lidé stýkat. Zaprvé jsou alternativou k pivní kultuře, která je v Česku silně zakořeněna. Oproti ní, ale poskytují klidnější prostředí a nealkoholické nápoje a tím pádem se vyhýbají i různému nežádoucímu chování spojenému s alkoholem. Jsou i alternativou ke kavárnám, kdy čajovny mohou být lákavější právě díky útulnému prostředí a atmosféře, na které se podílí dle některých názorů jak majitelé, hosté, tak má vliv i samotné místo, že se jedná o čajovnu.

Ukázalo se, že respondenti se často poprvé setkali s čajovou kulturou během svých studentských let. V tu dobu se jedinec nachází v důležité životní fázi, kdy se rozhoduje, jakou životní dráhu si volí. Tehdy respondenti zavítali do čajovny a její návštěva pak odstartovala zálibu, která vyústila až v založení vlastní čajovny.

Není neobvyklé, že vlastnímu místu předchází praxe v jiné čajovně. Co se týče učení se této profesi, jako učitelé často slouží jiní čajovníci. Učení se čajové kultuře lze považovat za sekundární socializaci. Výuka se jednak skládá ze zvládnutí pravidel ohledně teploty vody a doby louhování a také rozpoznávání chuťových nuancí, čehož docílíme díky „propíjení se k čaji“. Mimo čajoven, které slouží jako místo přenosu informací, zde máme i různé čajové festivaly.

Zajímavé bylo zjištění související s profesní virtuozitou, pod kterou rozumíme dokonalé zvládnutí své profese. Ku podivu neexistuje jediný správný způsob přípravy čaje, záleží na osobním vkusu toho, kdo tak činí. Nutné je ale časté procvičování dovedností. K profesní virtuozitě jsem se rozhodla zařadit i oblečení čajovníka, které dotváří celkový projev. Čajovníci, ale i čajomilci často nosí věci v etno stylu a z přírodních materiálů. To můžeme považovat i za jeden ze znaků subkultury.

Zajímala jsem se o to, zda se v čase změnil pohled majitelů na čajovou kulturu, jak se liší pohled insidera a outsidera. Nebylo zas tak překvapující, že u části došlo k prohloubení obliby čajové kultury. Zajímavé bylo zjištěním, že další na ní nahlížíjí hlavně jako na zdroj obživy. To můžeme považovat za příznak zařazování čajové subkultury do dominantní kultury, kdy se čajovníkem nestává jen člen úzké skupiny čajomilců, ale i člověk, kterému toto povolání přijde vhod.

A nakonec následovala kapitola čaj. Ukázalo se, že čaji lze připisovat i různé abstraktní vlastnosti. Zde vidím například rozdíl mezi čajem a pivem či kávou, jelikož na ně nahlížíme jako na obyčejný nápoj, kdežto čaj lze snáze brát jako něco

významnějšího a přesaznějšího. Svoji roli v čajové kultuře má čajový rituál. Na počátku výzkumu jsem se domnívala, že se jedná o běžnou praxi, že čajovník nějaký z typů rituálů ovládá. Ukázalo se ale, že nic takového nutné není. Vzhledem k tomu, že se jedná o věc původem z východu, nejsme nikdy schopni plně pochopit, co takový rituál obnáší. I přesto, že někteří ho ovládají, nejedná se o běžnou součást každodenního chodu čajovny. Překvapivé bylo uvědomění, že české čajovny jsou silně propojeny s vodními dýmky, které jsou návštěvníky často vyžadovány. Avšak dle některých se jedná o věc nekombinovatelnou s čajem a proto nežádoucí. Některé čajovny jsou místem, kde se pořádají různé kulturní akce, které nám svým zaměřením často zprostředkovávají exotiku a cizí kultury.

Domnívám se, že se mi v této bakalářské práci podařilo poodhalit vlivy, pod kterými se čajovny vyvinuly do současné podoby. Díky rozhovorům s majiteli čajoven jsem zjistila různé cesty, které vedou k čajovnické profesi. Tyto rozhovory také potvrdily, že v současné době se typy čajoven rozrůžňují a čajovnictví již není vyhrazená profese pro úzkou skupinu lidí, nýbrž se o čaj začíná zajímat i široká veřejnost.

Použitá literatura

- AUGUSTÍN, J. *Povídání o čaji*. Olomouc: Fontána, 2001, 205 s. ISBN 80-86179-75-3.
- BINKOVÁ, K. *Život jako čajový obřad aneb o subkultuře čajařů v ČR*. Praha, 2009. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Mgr. Martin Heřmanský.
- BERGER, P., LUCKMAN, T. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 8085959461.
- BURDOVÁ, M., *Čajová kultura a čajovny v Praze: (Východiska pro antropologický nebo sociologický výzkum)*. Praha, 2005. Bakalářská práce. Univerzita Karlova. Vedoucí práce Mgr. Ladislav Hrdý.
- BOWIE, F., *The Anthopology of Religion: An Introduction*. Wiley, 2000, 284 s. ISBN 9780631208488
- GIDDENS, A. *Sociologie*. Praha: Argo, 2000, 596 s. ISBN 80-7203-124-4.
- GILLMAN, S. L. *Příběh kouře: Člověk a kouření od úsvitu dějin až po současnost*. Londýn, Dybbuk, 2006, 464 s. ISBN 80-86862-23-2.
- HEBDIGE, D. *Subkultura a styl*. Praha: Dauphin, 2012, 239s. ISBN 978-80-7272-197-9.
- HEELAS, P. L. F. *The Spiritual Revolution: From Religion to Spirituality*. London: Routledge. 2002. s. 357-377.
- HLAĎO, P., *Profesní orientace adolescentů: pohledy z teorií a výzkumů*. Brno: Petr Hlaďo. 2012. s. 131
- HRUBÁ, M., *Vývoj kávové kultury v ČR*. Praha, 2014. Bakalářská práce. Vysoká škola hotelová. Vedoucí práce Ing. Pavla Burešová.
- MISTR LU JÜ. *Klasická kniha o čaji*. Praha: DharmaGaia, 2002, 94 s. ISBN 80-86685-01-2.
- KEANE, B. a O. PORTNOY. The English Tearoom. In: *Oxford Symposium on Food and Cookery 1991: Public Eating : Proceedings*. Oxford: Oxford Symposium, 1991, s. 157-165. ISBN 0907325475.
- KÜCÜKKÖMÜRLER S., ÖZGEN L. Coffe and Turkish Coffee Culture. *Pakistan Journal of Nutrition*. 2009, Roč. 8, č. 10, s. 1693 – 1700.
- LOJDOVÁ, K. Socializace do subkultury skinheads. *Masarykova univerzita Brno*. 2008, Roč. 13, s. 141-151.
- NOVÝ, L. *Životní dráha jako sociologický problém*. Brno: Univerzita J. E. Purkyně, 1989, 150 s. ISBN 8021001879

- PETTIGREWOVÁ, J. *Čaj: Průvodce pro znalce*. Praha: Slovart, 2001. ISBN 80-7209-212-X
- PLHÁKOVÁ, A. *Dějiny psychologie*. Praha: Grada Publishing a.s., 2006, 328 s. ISBN 978-80-247-0871-3.
- SEN XV, S. *Cesta čaje, mysl čaje*. Praha: Pragma, 1991, 110 s. ISBN 80-85213-06-0.
- SHAY A., SELLERS-YOUNG B., *Belly Dance: Orientalism – Exoticism – Self-Exoticism*. Chicago: Dance Research Journal. 2003. Roč. 35, č. 1, s. 13-37.
- SLAVÍK, M. a kol. *Vysokoškolská pedagogika*. Praha: Grada Publishing a.s., 2012, 253 s. ISBN 9788024740546.
- SMOLÍK, J. *Subkultury mládeže: Uvedení do problematiky*. Praha: Grada Publishing a.s., 2010, 288 s. ISBN 9788024772728.
- SOUKUP, V. *Dějiny antropologie*. Praha: Karolinum, 2004, 670 s. ISBN 80-246-0337-3
- ŠEVČÍK, O. *Architektura, historie, umění*. Praha: Grada Publishing a.s., 2007, 330 s. ISBN 978-80-247-2032-6.
- THOMOVÁ, S; THOMA, Z; THOMA, M. *Příběh čaje*. Praha: Argo, 2002, 400 s. ISBN 80-7203-447-2.
- URBAN, L. *Sociologie trochu jinak*. Praha: Grada Publishing a.s., 2008, 208 s. ISBN 978-80-247-2493-5.
- VLACHOVÁ, K. *Oděv a móda jako sociální fenomény*. *Sociologický Časopis*. Institute of Sociology of the Academy of Sciences of the Czech Republic, 1995, Roč. 31, č. 2, s. 267-277.
- WANG, L. *Tea and Chinese Culture*. San Francisco: Long River Press, 2005, 183 s. ISBN 978-1-84541-057-5.
- WILLIAMS, J. P. *Subcultural Theory: Traditions and Concepts*. Cambridge: Polity, 2011, 214 s. ISBN 978-0-7456-4388-5.
- YINGER, J. M. *Contraculture and Subculture*. *American Sociological Review*. 1960, Roč. 25, č. 5, s. 625-635.

Elektronické zdroje:

Aleš Jurina: U kvalitního čaje záleží na sklizni, ne na trendech. *E15* [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <http://nazory.euro.e15.cz/rozhovory/ales-jurina-u-kvalitniho-caje-zalezi-na-sklizni-ne-na-trendech-913039>

Analýza spotřeby potravin v roce 2010. *Agrární komora České republiky* [online]. [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: <http://www.apic-ak.cz/analyza-spotreby-potravin-v-roce-2010.php>

O ateismu, pochybnostech a víře (leden 2005). *Tomáš Halík* [online]. [cit. 2015-07-01]. Dostupné z: <http://halik.cz/cs/tvorba/clanky-eseje/nabozenstvi-spolecnost/clanek/45/>

Češi vypijí čaje méně než Britové. *Česká televize* [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/3016-cesi-vypiji-mene-caje-nez-britove/>

Česko je zemí s největší koncentrací čajoven na světě. Kam na dobrý čaj zajít? *Ihned* [online]. [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: <http://life.ihned.cz/c1-48492650-cesko-je-zemi-s-nejvetsi-koncentraci-cajoven-na-svete-kam-na-dobry-caj-zajit>

Charles Jencks. *Charles Jencks* [online]. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z: <http://www.charlesjencks.com/#!biography>

CVVM SOÚ AV CR, v. v., Naše společnost [online]. [cit. 2015-07-02]. Dostupné z: <http://cvvm.soc.cas.cz/casopis/o-casopisu>

Náboženské vyznání obyvatelstva. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2015-07-02]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/13-2130-03--3_7_nabozenske_vyznani_obyvatelstva

Majitel Dobré čajovny: Je ráj zelenější? 2014. *Proti šedi* [online]. [cit. 2015-05-07]. Dostupné z: <http://www.protisedi.cz/article/majitel-dobre-cajovny-je-raj-zelenej>

Naše studijní skupina. *Urasenke* [online]. [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: <http://www.urasenke.cz/index.php/studium>

Oxalis. *Oxalis* [online]. [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: <http://www.oxalis.cz/cs>

Spolek milců čaje s.r.o. *Tea* [online]. [cit. 2015-04-30]. Dostupné z: http://www.tea.cz/obsah/78_spolek-milcu-caje

Čajovne. *Zoznam* [online]. [cit. 2015-07-01]. Dostupné z: <http://www.zoznam.sk/katalog/Restauracie-stravovanie/Cajovne/sekcia.fcgi?sid=438&so=&page=2&desc=&shops=&kraj=&okres=&cast=&attr=>

Seznam příloh

Příloha č. 1: Květinová čajovna (fotografie)

Příloha č. 2: Čajovna Namaste (fotografie)

Příloha č. 3: Čajovna Peklo, nebe, ráj (fotografie)

Příloha č. 4: Čajovna Karavana (fotografie)

Příloha č. 5: Dobrá čajovna Pardubice (fotografie)

Příloha č. 6: Čajovna Jedna báseň (fotografie)

Příloha č. 7: Čajovna U Poutníka (fotografie)

Přílohy

Příloha č. 1: Květinová čajovna (fotografie)



Interiér čajovny a prodejní pult

Zdroj <http://www.photo-prague.net/cs/foto/kvetinova-cajovna-5215>

Příloha č. 2: Čajovna Namaste (fotografie)

Zařízení čajovny Namaste v prvorepublikovém stylu

Zdroj <http://www.muzeum.svitavy.cz/o-muzeu/cajovna-a-kavarna/510-1/>

Příloha č. 3: Čajovna Peklo, nebe, ráj (fotografie)

Salonek Ráj

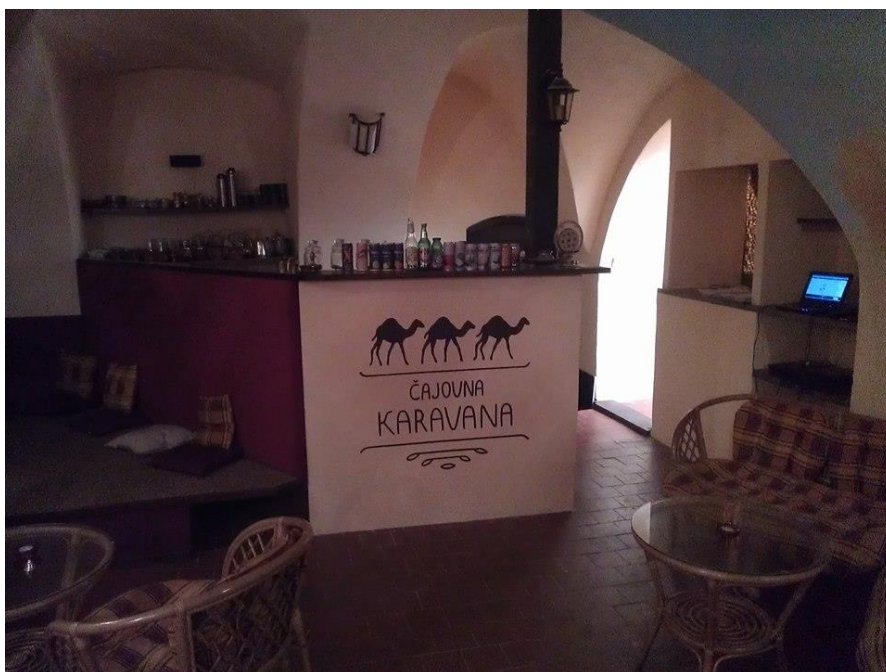


Podium na sezení s polštářky – místnost Nebe

Zdroj <http://praha3.pekloneberaj.cz/gallery/default>

Příloha č. 4: Čajovna Karavana (fotografie)

Podium na sezení s polštářky a nástěnná malba pouštní vesnice



Prodejní pult s nabídkou nápojů a ratanový nábytek

Zdroj https://www.facebook.com/cajovna.karavana/photos_stream

Příloha č. 5: Dobrá čajovna Pardubice (fotografie)

Pult na přípravu čaje s trámy připomínajícími japonskou pagodu, ratanový nábytek sezení a bedny na dovoz čaje jako stolečky



Vstupní místnost s prodejním pultem

Zdroj <https://picasaweb.google.com/dobracajovnapardubice/20081023AjojvnaPoRNu>

Příloha č. 6: Čajovna Jedna báseň (fotografie)

Podia na sezení



Vstupní místnost s kuchyňkou na vaření napravo, dále dalším prostory k posezení
<http://www.photo-prague.net/cs/hledat?search=jedna+b%C3%A1se%C5%88#order>

Příloha č. 7: Čajovna U Poutníka (fotografie)

Arabský interiér čajovny



Prodejní pult a vstup do připravovaného nového salonku

Zdroj <http://www.cajomirfest.cz/archiv/2010/hostitele/>