

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FILOZOFICKÁ FAKULTA**

Katedra kulturologie

## **Disertační práce**

**Mayská kultura v perspektivě antropologie turismu**

Maya Culture in the Perspective of Anthropology of Tourism

doc. PhDr. Václav Soukup, CSc.

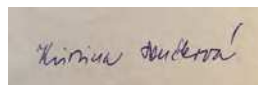
2017

Mgr. Kristina Součková

## **Prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem disertační práci napsala samostatně s využitím pouze uvedených a řádně citovaných pramenů a literatury a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze, dne 31. března 2017

A small rectangular box containing a handwritten signature in cursive script, which appears to read "Kristina Svoboda".

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala svému vedoucímu práce, doc. PhDr. Václavu Soukupovi, CSc., za inspiraci, podporu a drahocenné rady poskytované v průběhu celého studia. Další poděkování posílám do Mexika mým informátorům a průvodcům a do celého světa mým respondentům z řad turistů.

Thank you! ¡Muchas gracias!

## **Abstrakt**

Má práce je ukotvena v širším kontextu teorií a kategorizací turismu a turistických zážitků, propracovaných autory zařazujícími se do relativně mladé subdisciplíny sociální a kulturní antropologie - antropologie turismu. Na mnou vybranou oblast Mexika, součást el Mundo Maya (mayského světa), pohlížím skrze prizma kategorií turismu Valene Smith (1989). Definuji si dva rozdílné (a zároveň podobné) antropologické terény – Riviera Maya, kde provádím výzkum v Cancúnu, Tulumu a Chichén Itzá a Ruta Maya, kde jsem prováděla výzkum v San Cristobalu de las Casas a vesnici Chamule. V oblasti populárního přímořského letoviska Cancúnu zkoumám přilehlé mayské památky jako cíl historického turismu a v oblasti hor Chiapas autentickou mayskou vesnici, jež je cílem etnického, potažmo kulturního turismu. Zajímá mne, jak se utváří představy turistů, které dělím na španělsky a anglicky mluvící, o dávných i současných Mayích. Vyústěním mé práce je konkrétně představený pojem monumentalizace Mayů (Canclini, 2005) neboli vynalézání velkolepého mayského indiána pomocí turistických artefaktů, zážitků i průvodců.

## **Abstract**

My thesis is based on a broader context of theories and categories of tourism and touristic experiences elaborated by authors belonging to a comparatively new subdiscipline of social and cultural anthropology – the anthropology of tourism. I focus on Mexico, the area of my interest and a part of el Mundo Maya (Maya World) through the eyes of tourism categorization of Valene Smith (1989). I specify two distinct (but yet similar) anthropological fields – one being Riviera Maya with fieldwork in Cancún, Tulum and Chichén Itzá and the other one Ruta Maya with fieldwork in San Cristobal de las Casas and the village of Chamula. I focus on the area of a popular beachspot and adjacent Maya ruins as a destination of historical tourism and also on the area of Chiapas highlands with an authentic Maya village which is a popular destination of ethnic or more accurately cultural tourism. My work is about the process of construction of the (English speaking versus Spanish speaking) tourist image of ancient Maya and the Maya of today. The conclusion of my fieldwork helps me illustrate the term monumentalization of the Maya (Canclini, 2005) or inventing the great Maya through touristic artefacts, experience and travellers' guides.

## **Klíčová slova**

Antropologie turismu, mayský turismus, Tulum, Chichén Itzá, Cancún, San Juan de Chamula, San Cristobal de las Casas, etnický turismus, kulturní turismus, historický turismus, monumentalizace Mayů, rituál turismu, el Mundo Maya, la Ruta Maya

## **Key words**

Anthropology of tourism, Maya tourism, Tulum, Chichén Itzá, Cancún, San Juan de Chamula, San Cristobal de las Casas, ethnic tourism, cultural tourism, historical tourism, monumentalization of the Maya, ritual of tourism, el Mundo Maya, la Ruta Maya

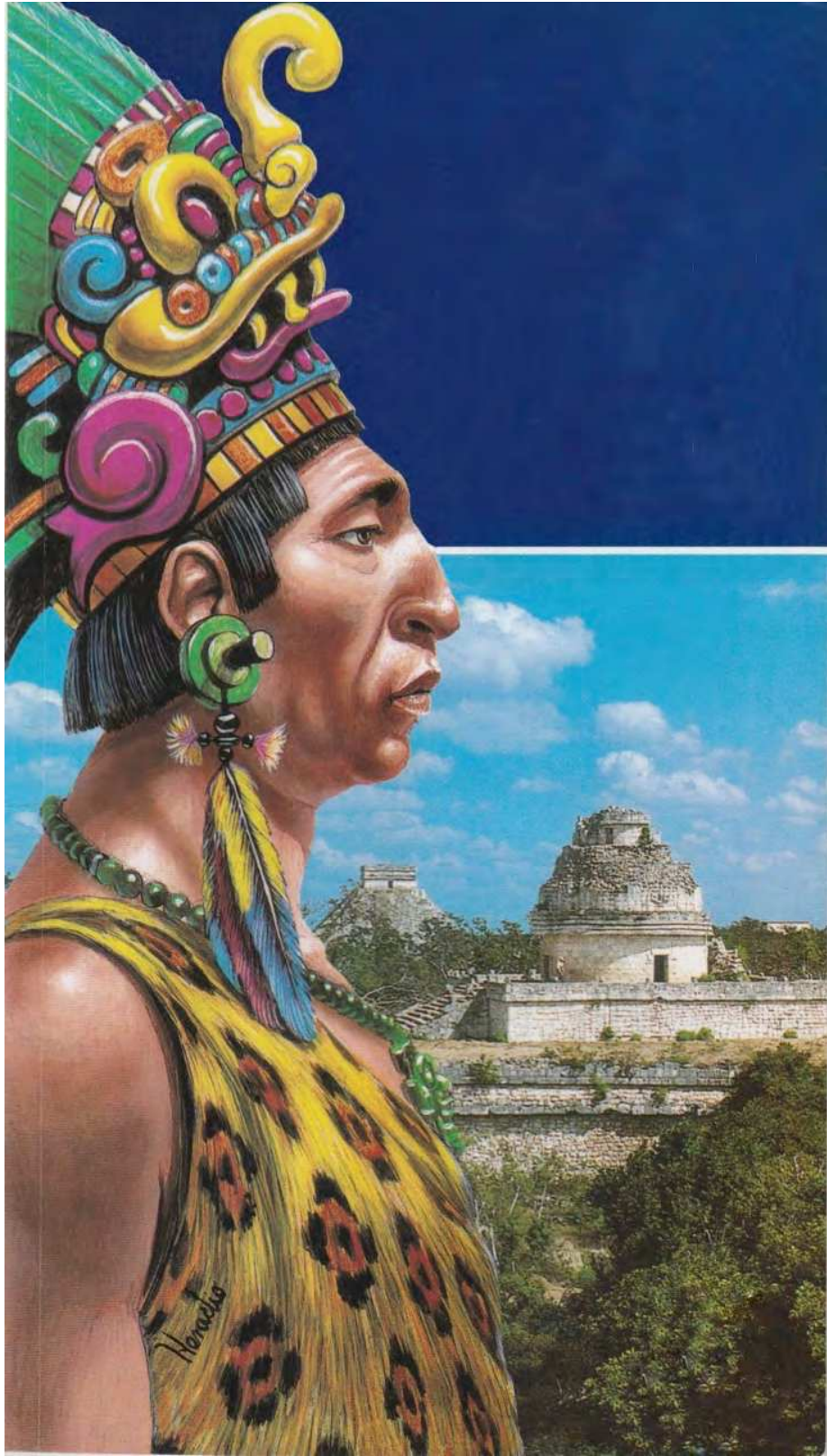
## OBSAH

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ÚVOD .....</b>   | <b>1</b>  |
| <b>1. METODOLOGIE .....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>1.1 Cíl práce .....</b>  | <b>5</b>  |
| <b>1.2 Sledování jedinci.....</b>                                       | <b>7</b>  |
| 1.2.1 Turisté.....  | 7         |
| 1.2.2 Mayové .....  | 9         |
| <b>1.3 Metoda prezentace terénního výzkumu a metody sběru dat .....</b> | <b>10</b> |
| 1.3.1 Etnografie jako antropologické vyjádření .....                    | 10        |
| 1.3.2 Zúčastněné pozorování, terénní deník .....                        | 11        |
| 1.3.3 Strukturované rozhovory.....                                      | 13        |
| 1.3.4 Otevřené dotazníky .....  | 16        |
| <b>1.4 Terén antropologického výzkumu.....</b>                          | <b>18</b> |
| <b>1.5 Techniky analýzy .....</b>                                       | <b>20</b> |
| 1.5.1 Reflexe a interpretace .....                                      | 20        |
| 1.5.2 Konceptuální analýza textů.....                                   | 21        |
| 1.5.3 Projekční kresba .....  | 22        |
| <b>1.6 Validita, změny a etické otázky výzkumu .....</b>                | <b>23</b> |
| <b>1.7 Výzkumník.....</b>   | <b>25</b> |
| 1.7.1 Můj vstup do terénu .....   | 25        |
| <b>2. ANTROPOLOGIE TURISMU .....</b>                                    | <b>27</b> |
| <b>2.1 Vývoj disciplíny skrze hlavní typologie turismu .....</b>        | <b>27</b> |
| <b>2.2 Koncept turisty .....</b>  | <b>33</b> |
| 2.2.1 Turista versus antropolog.....                                    | 39        |
| <b>2.3 Turistické hledění hledáčkem fotoaparátu .....</b>               | <b>41</b> |
| <b>2.4 Rituál turismu.....</b>  | <b>45</b> |
| <b>3. MEXIKO V KONTEXTU EL MUNDO MAYA.....</b>                          | <b>49</b> |
| <b>3.1 Riviera Maya jako antropologický terén.....</b>                  | <b>50</b> |
| 3.1.1 Cancún.....   | 54        |
| 3.1.2 Tulum.....  | 57        |
| 3.1.3 Chichén Itzá .....  | 62        |
| <b>3.2 La Ruta Maya jako antropologický terén.....</b>                  | <b>66</b> |
| 3.2.1 San Cristobal de las Casas.....                                   | 66        |

|  |            |
|--|------------|
| 3.2.2 San Juan Chamula .....                               | 69         |
| <b>3.3 Vztah Českých zemí a Mexika .....</b>               | <b>73</b>  |
| <b>3.4 Mayští indiáni v literatuře .....</b>               | <b>76</b>  |
| <b>4. Mayská civilizace .....</b>                          | <b>82</b>  |
| 4.1 Geografie.....   | 82         |
| 4.2 Historie.....  | 85         |
| 4.3 Společenská organizace a obchod .....                  | 88         |
| 4.4 Náboženství.....                                       | 89         |
| 4.5 Písmo, kalendář, matematika a astronomie.....          | 93         |
| 4.6 Architektura, sochařství a keramika.....               | 95         |
| 4.7 Subsistence .....                                      | 97         |
| 4.8 Fyzický vzhled yucatánských Mayů .....                 | 98         |
| <b>5. Ritualizace turismu .....</b>                        | <b>100</b> |
| 5.1 Turistické rituály v Cancúnu .....                     | 103        |
| 5.2 Turistické rituály v Tulumu .....                      | 110        |
| 5.3 Turistické rituály v Chichén Itzá .....                | 111        |
| 5.4 Turistické rituály v San Cristobalu .....              | 117        |
| 5.5 Turistické rituály v Chamule.....                      | 119        |
| <b>6. Analýza rozhovorů a dotazníků .....</b>              | <b>126</b> |
| <b>6.1 Analýza rozhovorů: TULUM .....</b>                  | <b>126</b> |
| 6.1.1 Průvodci.....  | 126        |
| 6.1.2 Turisté.....   | 129        |
| <b>6.2 Analýza dotazníků: CHICHÉN ITZÁ.....</b>            | <b>134</b> |
| 6.2.1 Vizuelní představy turistů o mayském indiánovi ..... | 141        |
| <b>6.3 Analýza rozhovorů: CHAMULA.....</b>                 | <b>143</b> |
| 6.3.1 Před návštěvou Chamuly .....                         | 143        |
| 6.3.2 Po návštěvě Chamuly.....                             | 149        |
| <b>7. Monumentalizace mayského indiána .....</b>           | <b>152</b> |
| 7.1 Artefakty vytvářející turistický obraz Mayů.....       | 155        |
| 7.2 Zážitky vytvářející turistický obraz Mayů .....        | 158        |
| 7.3 Texty vytvářející turistický obraz Mayů.....           | 160        |
| 7.3.1 Analýza textů o Chamule .....                        | 161        |
| 7.3.2 Analýza textů o Cancúnu, Chichén Itzá a Tulumu ..... | 163        |

|                                      |            |
|--------------------------------------|------------|
| <b>ZÁVĚR .....</b>                   | <b>165</b> |
| <b>Seznam literatury .....</b>       | <b>169</b> |
| <b>Přílohy.....</b>                  | <b>182</b> |
| <b>Příloha 1.....</b>                | <b>182</b> |
| <b>Příloha 2.....</b>                | <b>183</b> |
| 2.1 Rozložení pohlaví.....           | 183        |
| 2.2 Věkové rozložení.....            | 185        |
| 2.3 Rozložení podle vzdělání .....   | 189        |
| 2.4 Rozložení podle národností ..... | 191        |
| <b>Příloha 3.....</b>                | <b>196</b> |





# ÚVOD



Mé dlouhodobé studium antropologie turismu a výzkumy turismu v Mexiku bych ráda završila komplexní studií mapující představy turistů o mayské kultuře a procesy, jimiž jsou tyto představy konstruovány. Mexiko je ideálním turistickým cílem, jelikož nabízí široké spektrum atrakcí a důvodů k návštěvě. Já se zaměřuji především na motivaci turistů spočívající v hledání jinakosti, exotičnosti – konkrétně mayského obyvatelstva a mayských historických památek.

V první kapitole si stanovuji cíl práce, hlavní hypotézy a blíže představuji použitou metodologii, zejména specifika terénního výzkumu. Nejdříve si definuji kritéria výběru respondentů a popíši obě skupiny sledovaných jedinců – turisty a Maje. Celá další podkapitola se věnuje metodám prezentace terénního výzkumu a sběru dat. Etnografii zde představuji jako metodu sociálně-antropologického výzkumu, ale zároveň jako určitý literární žánr, jenž je současně nejvýznamnějším produktem antropologické práce. Během mých výzkumů jsem prováděla zúčastněné pozorování, zapisovala si terénní deník, vedla strukturované rozhovory a distribuovala otevřené dotazníky. Mezi mnou využitě techniky analýzy patří obsahová analýza textů, zakládající se na textech turistických průvodců vyjadřujících se k vesnici San Juan Chamula a k památkám Tulum a Chichén Itzá a dále projekční kresba, pomocí jejíž principů analyzuji kresby mých respondentů. Jak z povahy mé práce jako etnografie vyplývá, celý proces zpracování i psaní byl reflexivní a interpretativní, což s sebou nese jistá úskalí, kterým se zde také věnuji.

Teoreticky mohu svou práci ukotvit do širšího kontextu antropologie turismu, subdisciplíny sociální antropologie, jež se stává v posledních letech stále populárnější. Erik Cohen (1984: 373-392) vymezil sociologii turismu jako nově vznikající obor, který se zabývá studiem turistických motivací, rolí, vztahů a institucí a jejich dopadu na turisty a na společnosti, kam turisté jezdí. Ve druhé kapitole své práce tedy shrnuji dosavadní poznatky této dynamicky se rozvíjející disciplíny, zmiňuji její zásadní práce a hlavní myšlenky. Většina teorií antropologie turismu zdůrazňuje moderní povahu turismu a definuje kategorie druhů turismu, popřípadě turistických zážitků. Tato kategorizace je prospěšná tím, že vymezuje rámec systematizace poznatků o turismu. Tyto kategorie ale nemůžeme považovat za ostře ohraničené typy, jelikož se navzájem dost prolínají a každý turistický zážitek je v první řadě komplexní a může být tedy zahrnut do více typů turismu. Syntézou definic turisty se snažím dojít k vlastní definici pojmu

turista. Pro zajímavost si všímám rozdílnosti role turisty a antropologa, přestože by se mohlo zdát, že mají dost společného. Pracuji s pojmem Johna Urryho (2002: 2) „tourist gaze“ (zírání, hledění) a ilustruji jej na příkladu naprosto moderního fenoménu fotografie, která zážitky zachycuje, uchovává a díky dnešní propojenosti skrze sociální média má možnost být přenášena dál. Fotografie a turismus jsou úzce spjaty, mediální a turistický obraz destinace je utvářen fotografickým ztvárněním daného místa. Dále turistům umožňuje odvézt si miniaturizovaný zážitek s sebou zpátky domů. V posledních letech dochází s příchodem chytrých telefonů ke signifikantní změně chování lidí a jejich nazírání světa. Stěžejním pojmem mé práce je „rituál turismu“ – stejně jako pro sociální a kulturní antropologii bylo vždy zásadní studium rituálů obecně. Všímám si turistických rituálů ve všech mnou zkoumaných lokalitách.

Ve třetí kapitole se budu věnovat Mexiku z pohledu fenoménu „mayského turismu“, tedy v širším kontextu El Mundo Maya, mayského světa. Tento pojem v literatuře a mediálním zobrazení mexických turistických destinací dost často splývá s pojmem La Ruta Maya a proto se pokusím o jejich rozlišení. Pomyslně geograficky oddělím své dvě hlavní oblasti zájmu, které označuji jako Riviera Maya a jako La Ruta Maya. Z obou těchto pomyslných celků si vybírám místa, na která koncentruji svůj zájem. Z mayské riviéry se centrem mého výzkumu stal Cancún a historické archeologické památky Tulum (oba ve státě Quintana Roo) a Chichén Itzá (Yucatán), kde se věnuji historickému druhu turismu – tento termín definuje Valene Smith (1989). Z mayské stezky se soustředím na San Cristobal de las Casas a vesnici San Juan Chamula (v horské oblasti Altos de Chiapas), kterou ve své práci označuji jako cíl etnického či kulturního turismu (Smith, 1989: 341). Van den Berghe zařazuje tyto destinace jednoznačně do typicky etnicko-turistických cílů, ale já jejich zařazení rozšiřuji i na kulturní turismus. Tuto kapitolu uzavírám přehledem historických vztahů mezi Čechy a Mexikem – seč jsou si tyto země dosti geograficky vzdálené, vzájemný kontakt a zájem se traduje do hlubší minulosti. V poslední podkapitole se snažím o přehled literárních prací věnujících se Mayům – od historických zmínek přes antropologické studie po zásadní díla o mayské civilizaci a kultuře.

Vzhledem k tomu, že se zajímám o povědomí turistů o dávné civilizaci Mayů, považuji za nutné stručně se o ní vyjádřit v samostatné, čtvrté kapitole. Na toto téma vzniklo mnoho obsáhlých publikací a jistě by se o něm dalo napsat ještě více, ale na to má disertační práce neaspiruje. Pro přehlednost mi jde o shrnutí obecných faktů, které nám jsou o této civilizaci známy.

Svou disertační práci podkládám třemi terénními výzkumy, které proběhly v průběhu celého mého vysokoškolského studia. V prvním případě jde o terénní výzkum v Tulumu z října roku 2006, jehož výsledky jsem publikovala v bakalářské práci na Fakultě humanitních studií Univerzity Karlovy pod názvem *Druhy turismu: případová studie karibské lokality Tulum* (Součková, 2006). Svým výzkumem jsem se snažila studovat motivaci lidí, kteří opouští svůj domov a stávají se turisty. Zajímalo mě, z jakého důvodu cestují, o co se zajímají, proč si vybrali právě lokalitu Tulum, jak svou cestu organizují, atd. V turisticky hojně navštěvovaném středisku Tulum jsem prováděla krátký terénní výzkum se zúčastněným pozorováním. Cílem mé bakalářské práce bylo nahlédnout do oboru antropologie turismu a na podkladech získaných terénním výzkumem se pokusit analyzovat motivy turistů při výběru cílů jejich cest. Snažila jsem se zjistit, do jaké míry při tom záleží na jejich vlastních zájmech a jak moc se liší pojetí turismu u různých národností. Zaměřila jsem se na turistickou destinaci Tulum sestávající ze tří částí: samotného města, zóny hotelů u pláže a archeologické zóny, které mohou jako celek nabídnout každému návštěvníkovi něco – někomu zdání pozemského ráje, někomu bohatou historii, někomu relaxaci, odpočinek a spoustu dalšího. Cílem mého výzkumu bylo odhalit motivace turistů, jejich zájmy, co od své vybrané destinace vyžadují a očekávají a zda radši podstupují daleké cesty sami nebo za pomoci cestovních agentur. Tato má první práce je jakýmsi přehledem druhů turismu a ukázkou toho, že jedna destinace může uspokojovat více turistických motivací.

Z představených druhů turismu jsem si vybrala turismus etnický a rozvinula jej v mé diplomové práci nazvané *Mayský indián jako turistický konstrukt: etnický turismus ve vesnici San Juan Chamula v Mexiku* (Součková, 2009). Můj terénní výzkum v Chiapasu, kde jsem se věnovala představám turistů o současných Mayích a procesu vynalézání velkolepého mayského indiána, proběhl v období od 24.3. do 28.5. 2009. Vzhledem k obsažnosti a potenciálu tohoto tématu jsem se rozhodla poznatky ze své diplomové práce výrazně rozšířit o další mexickou lokalitu, Mayskou riviéru, z hlediska historického turismu. Za tímto účelem jsem provedla terénní výzkum v destinaci Cancún v období od 2.10. do 19. 11.2015. Pro svou disertační práci jsem rozšířila pojem etnického turismu v Chiapasu o turismus kulturní, jelikož jsou jeho lokality stále více navštěvovány turisty a již těžko se dá o Chamule říci, že je vzdálena od turisty vyšlapané cesty.

Jako jednu z mých hypotéz lze formulovat tvrzení, že turisté, ať už vědomě či nevědomě provádí turistické rituály, kterým nemohou uniknout a které z nich dělají turisty. V

páté kapitole se věnuji výsledkům svého zúčastněného pozorování a popisuji a interpretuji tyto turistické rituály v mnou zkoumaných lokalitách.

V šesté kapitole se snažím zodpovědět stěžejní otázky mé práce a porovnat a shrnout výsledky obou výzkumů. V celé mé práci mi jde především o analýzu představ turistů o mayských indiánech<sup>1</sup> jako o „těch druhých“. V etnickém, ale i kulturním turismu je ústředním motivem hledání „toho jiného“. Otázkou je, jak si turisté toto „jiné“ představují a co jejich představy ovlivňuje. Turisté mají již před návštěvou Tulumu, Chichén Itzá nebo Chamuly, v hlavě určitý obraz mayského indiána, který si přináší s sebou. Mou hypotézou je, že si tento obraz uchovávají i po setkání s živým Mayem v Chamule či s historickým Mayem v archeologických zónách Tulumu nebo Chichén Itzá. Po návštěvě Mexika odjíždějí s pouze minimálně změněnou představou mayského indiána. Zachováním si obrazu „toho druhého,“ tedy mayského indiána, nalézají vlastní identitu v podobě sounáležitosti ke své vlastní, odlišné kultuře. Další podkapitolou je výsledek projekční kresby respondentů, jak podle nich mayský indián vypadá.

Sedmá kapitola se věnuje procesu vynalézání velkolepého mayského indiána, jež definuji jako jeho monumentalizaci (termín od García Cancliniho) – v čem spočívá a jak a čím je vlastně tvořen turistický obraz Maye. Další mou zkoumanou hypotézou je, že vnímání Mayů turisty je silně ovlivněno všemi podněty, které na ně působí. Mezi ně patří veškeré artefakty (turistické předměty, výzdoba, obrazy, pohlednice), divadlo, filmy i texty v podobě propagačních materiálů či turistických průvodců, jež mají vliv na percepci Mayů turisty.

Na konci práce přikládám seznam literatury, ze které jsem čerpala. Tato literatura je řádně citována dle citační normy APA. (APA, 1994) Rozhodla jsem se práci prokládat fotografiemi a obrázky přímo za textem, k němuž se vztahují. Většina fotografií je z mého vlastního archivu. V sekci příloh přikládám statistické informace, grafické zobrazení rozložení respondentů mého výzkumu a kresby Mayů mých respondentů. V záhlaví každé kapitoly přikládám mayský glyf znamenající adekvátní číslo kapitoly.

---

<sup>1</sup> Ve starší literatuře najdeme psáno „Indián“ s velkým počátečním písmenem. Po vydání nových Pravidel českého pravopisu (1993) se na základě příspěvků a doporučení česko-amerického lingvisty a etnologa Zdeňka Salzmann (1991) začíná psát indián s malým i. Už není považován za příslušníka národa, ale za antropologickou skupinu (Mácha, 2005: 231-242). P. Mácha s tím nesouhlasí z důvodu možných rasových konotací a navrhuje označovat indiány termínem „indígenas“ („původní“) místo hanlivého „indios“. Z mé zkušenosti z terénu se termín indígenas používá stále častěji.

# 1. METODOLOGIE



## 1.1 Cíl práce

Hlavním předmětem mého zájmu v této práci jsou představy a povědomí turistů o dávných Mayích, jejich kultuře a historii a stejně tak o Mayích současných, jejich dnešní situaci a životě. Zajímá mne utváření a přetváření těchto představ, čím je způsobeno a co jej ovlivňuje.

Za hlavní hypotézu práce kladu předpoklad, že turistické představy o indiánech (jak těch historických, tak současných) jsou formovány a výrazně ovlivněny jejich přímým a nepřímým vytvářením všemi faktory, které na turistu působí. Jde mi spíše o podání celistvého obrazu tohoto procesu – kde představy vznikají, co je formuje, a zejména zda se vlastní zkušeností s indiány či mayskými památkami mění.

Cílem této práce je analyzovat, pochopit a popsat chování turistů, odhalit jejich představy o indiánech a ukázat, čím vším mohou být tyto představy formovány. Jde mi o zachycení procesu stereotypizace mayského indiána. Z povahy výzkumné otázky vyplývá, že jde do větší míry o popis a interpretaci zvoleného fenoménu, než o potvrzování či vyvracení hypotéz. Přesto mou práci prostupuje několik okruhů otázek, o kterých bych se zde ráda zmínila.

Literatura antropologie turismu rozlišuje několik druhů či typů turismu. Svůj diplomový výzkum ve vesnici Chamula v Chiapasu jsem zasadila do kontextu etnického turismu a zabývala se formováním představ turistů fyzickým setkáním s Mayi. S ohledem na turistickou vytíženost Chamuly je otázkou, do jaké míry lze být ještě považována za cíl etnického turismu a zda se již nejedná o turismus kulturní. Svou práci tedy nejprve ukotvuji rozebráním teorií antropologů, kteří kategorizovali druhy turismu, turistických zážitků i turistů. Za účelem komplexněji zachytit fenomén vynalézání velkolepého Maye jsem se rozhodla svou práci rozšířit o další pomyslnou oblast turismu, turismus historický, pro který jsem si vybrala lokalitu Mayské riviéry. Tímto rozšířením se snažím o co nejkomplexnější uchopení fenoménu mayského indiána jako turistického konstruktů.

V první řadě se věnuji cestovnímu ruchu a cestování jako specifické lidské činnosti, která s sebou nese jisté rituály chování zúčastněných. Věnuji se jejich vzniku a charakteristice a zkoumám, zda jsou nevyhnutelné. Turistické setkávání s Mayi a jejich památkami je důkazem zájmu a hledání „těch druhých“. Jak si je představují a jak probíhají jejich setkání? Jaká jsou

očekávání turistů před návštěvou mayské vesnice či mayské památky? A mění se tyto představy po jejím uskutečnění? Liší se povědomí návštěvníků Chamuly od těch, co jezdí na výlety do Tulumu a Chichén Itzá? Existují rozdíly mezi návštěvníky těchto lokalit? Lze vymezit obecnější kategorie turistů vykazující společné rysy?

Dále se budu snažit o nastínění strany „těch druhých“. Jak se utváří diskurz o životě a podmínkách dnešních potomků Mayů? Zasahují do oněch reprezentací, které jsou cíleny na turisty nebo jsou někým jiným – nejspíš turistickým průmyslem – proměňovány na symboly mayské kultury?

Tyto otázky vyvstávaly v průběhu mé práce a já se na ně snažím najít odpovědi nebo alespoň možná východiska. Z povahy mé práce jako etnografie vyplývá, že zodpovídání otázek není jejím hlavním úkolem. Otázky jsou ovšem potřebné k interpretaci dat a k tomu, aby mne nasměrovaly a pomohly mi zasadit pozorované jednání do širšího kontextu. Cílem etnografie je snaha zachytit pohled na zkoumanou realitu očima vlastních aktérů („native's point of view“). Aktéry mého výzkumu, neboli „natives“, byli turisté, a proto jsem se snažila proniknout do jejich mysli, popsat jejich chování, přiblížit jejich vnímání předložených (nebo často už podsouvaných) podnětů, nastínit jejich představy a společným prožíváním turistického rituálu zachytit jejich pohled na mayského indiána minulosti i současnosti. Dalším stadiem je snaha popsat jejich reflexi tohoto zážitku. Všechny tyto aspekty skládají v myslích turistů obraz mayského indiána, o kterém vlastně celá tato práce je.

Pokud bych měla postulovat hlavní tezi mé práce, bylo by jí tvrzení, že obraz velkolepého mayského indiána je „vynalézán“ pomocí nepřímého setkání turistů s indiány skrze materiální předměty, kulturní média a turistické průvodce a přímé setkání se současnými Mayi či historickými památkami tento obraz pouze utvrzuje a nijak výrazně nepřetváří.

Další tezí je tvrzení, že mexičtí turisté si zážitkem „Mayů“ – ať již živých v Chamule či historických v Chichén Itzá a Tulumu – utvrzují příslušnost ke svému národu a jejich povědomí o Mayích se tímto zážitkem rozšiřuje výrazněji než u mezinárodních turistů.

## 1.2 Sledování jedinci

### 1.2.1 Turisté

Vzhledem k tomu, že cílem mé práce je analyzovat představy turistů o Mayích, je stěžejní si „turistu“ jako předmět zkoumání definovat. Pro všechny mé výzkumy bylo zásadní vybrat turisty – respondenty, kterých jsem se dotazovala a kterým jsem distribuovala dotazníky. V kapitole o dialektice „my“ versus „oni“ představuji vznik této myšlenky a věnuji se turistovu vidění světa a domorodých obyvatel z tohoto úhlu pohledu.

Kritéria mého výběru turistů jsem převzala od autora Pierre L. Van den Berghe (1994: 25, 26). Ten považuje za turistu člověka, který splňuje tři a více z následujících charakteristik:

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

Tato kritéria výběru byla velmi inspirativní, jde o nejcelistvější popis atributů turisty dostupný v literatuře antropologie turismu, ale je třeba jej trochu doplnit s ohledem na můj výzkum. V Chiapasu bylo nutné rozlišovat turisty od místního obyvatelstva, tedy od potomků Mayů, kteří se v lokalitě Chamuly nacházejí v hojném počtu. Vzhledem k jiné povaze druhého výzkumu v Quintana Roo a Yucatánu to již nebylo tolik zásadní, protože v lokalitách historických památek se nacházejí pouze turisté a Mayové jsou zastoupeni v jasně definovaných a zřejmých rolích



turistických průvodců či prodejců suvenýrů. Co se týče bodu 2, na rozdíl od autora Van den Berghe bych nevyklučovala osoby mluvící španělsky. V obou mých výzkumech jsou zahrnuti jako respondenti i španělsky mluvící turisté, a to jak z Mexika, tak ze Španělska a ze zemí střední a jižní Ameriky. K bodu číslo 4 musím dodat, že se v dnešní době výrazně změnilo chování lidí a k fotografování již není nezbytným nástrojem fotoaparát a obsáhlá fotovýbava. V dnešní době valná většina lidí fotografuje na své chytré telefony, které s sebou nesou spoustu výhod a všestranného použití. K tomuto fenoménu se vyjádřím později.

Podle těchto charakteristik jsem byla sama příkladem turisty, vzhledem k tomu, že jsem splňovala body 1 až 6 a bod 8. Problematiku pozice výzkumníka v terénu rozvedu dále, ale hlavním aspektem, jímž jsem se odlišovala od lidí mého zájmu, byl můj antropologický záměr.

Na tomto místě je nutno zmínit riziko zkreslení, které přináší tzv. „efekt morčete“. Podle Miroslava Dismana (2002: 132) spočívá v tom, že zkoumaná osoba, v mém případě turista, si je vědoma toho, že je zkoumána. Tomu se samozřejmě lze do jisté míry vyhnout v průběhu zúčastněného pozorování, ale během rozhovorů to úplně není možné. Rozhovory jsem si nahrávala na diktafon v telefonu a vždy před začátkem rozhovoru se zeptala, zda respondent s nahráváním souhlasí a všichni souhlasili. Nemyslím si, že by tím došlo k výraznému zkreslení odpovědí. S tímto efektem ještě souvisí „výběr role“, který s sebou nese zkreslení způsobené tím, že zkoumaná osoba, jež ví o tom, že je zkoumána, nereaguje přirozeně, ale tak, aby se jevila v nejlepším možném světle. To se ovšem při získávání odpovědí na mé otázky ukázalo jako spíše pozitivní efekt, jelikož se respondenti většinou snažili na otázky odpovědět a když neznali konkrétní odpověď, snažili se ji alespoň vymyslet a odimprovizovat. To platilo pro ústní rozhovory, kde mohl mít tento jev vliv. Při zpracování písemných dotazníků k němu tak často nedocházelo, což soudím z vysokého procenta nezodpovězených otázek v odevzdaných dotaznících. K tomu docházelo většinou u amerických respondentů, kteří často uváděli N/A<sup>2</sup> do kolonky odpovědí na otázky, které nevěděli. Shrnula bych tedy, že efekt výběru role je silnější u ústních rozhovorů než u písemných dotazníků.

---

<sup>2</sup> N/A ve smyslu not available, volně lze přeložit českým výrazem „nevím“.

### 1.2.2 Mayové

Ve svém výzkumu se vzhledem k vymezenosti tématu věnuji především turistům a jejich pohledu na svět Mayů. Jsem si vědoma, že by bylo přínosné rozšířit práci o druhou stranu této interakce a dát větší hlas mayské straně. To by si ale žádalo výrazně větší záběr práce a k hlubšímu proniknutí do dané problematiky by byl třeba dlouhodobější terénní výzkum a zároveň by práce nabrala o mnoho větších rozměrů. Z tohoto důvodu pohled mayské strany omezují na názory prodejců výletů a průvodců po památkách na turisty a jejich rituály a pozorují také určité národnostně vázané stereotypy v představách o nich.

Historické i dnešní mayské populaci se obecněji věnuji v celé své práci. Mnoho prospěšné literatury jsem získala v menší městské knihovně v San Cristobalu a v rozlehlé knihovně University Caribe v Cancúnu, kde jsem měla volný přístup k literárnímu fondu knihovny, statistickým publikacím i závěrečným pracím místních studentů.

S velice pozitivním přístupem jsem se setkala u mayských průvodců po památkách. Původní záměr jsem měla získat pohled na turisty a jejich rituály právě od průvodců a organizátorů výletů. Ukázalo se, že všichni průvodci, se kterými jsem se setkala, byli potomci Mayů a z organizátorů výletů to byla nadpoloviční většina. Tím jsem tedy získala pohled druhé strany vztahu „my“ versus „oni“, i když zastoupený menším počtem respondentů.

## 1.3 Metoda prezentace terénního výzkumu a metody sběru dat

### 1.3.1 Etnografie jako antropologické vyjádření

Etnografie není jen metodou sociálně-antropologického výzkumu, ale jde také o určitý literární žánr. V kontextu antropologické práce je etnografie jejím nejvýznamnějším produktem. „Etnografie je umění a zároveň věda popisování skupiny či kultury.“ (Fetterman, 1998) Podle Van Maanena (2011: 1) je etnografie „psanou reprezentací kultury (nebo vybraných aspektů kultury)“. Nese v sobě dost vážnou intelektuální a morální odpovědnost, jelikož obraz ostatních převedený v psaný text jistě není neutrální. Podle autora se v etnografii jako textu spojuje terénní výzkum a kultura. Kultura dostává výraz jen v chování a slovech svých příslušníků. Úkolem antropologa je na základě svých zkušeností a znalostí studované kultury ji interpretovat, což znamená reprezentovat ji popisem, a to jak obrazem, tak textem. „Kultura není sama o sobě vidět, být viděnou jí umožňují pouze její reprezentace.“ (Maanen 2011: 3)

Smyslem etnografie by mělo být přiblížení struktury popisovaného světa, v mém případě jde o strukturu světa turistů navštěvujících mexické lokality Chiapasu a Mayské riviéry. Etnografie má přinést něco o typických aktivitách skupiny, které ji jako skupinu konstituují a definují; dále určení kategorií vnímání a porozumění světu, jak lidé mezi sebou komunikují a jak chápou svět a nakonec má zkoumat tzv. místa vzájemnosti, kde dochází opakovaně ke střetávání lidí a formalizování vztahů. A přesně o to se ve své práci snažím. Typické aktivity turistů považuji za turistické rituály, které jsou turistům společné a kterým se nelze vyhnout. Tyto rituály dělají z turistů turisty, přestože si to všichni nepřipouštějí. Kategorie vnímání a porozumění světu souvisí s tvorbou identity turistů, která se vytváří buď v opozici k indiánům nebo naopak v sounáležitosti s nimi. Místem vzájemnosti je pro mne v prvním výzkumu Chamula, kde dochází ke střetávání turistů s indiány a k jejich různým interakcím i vztahům. Ve druhém výzkumu je tímto místem vzájemnosti pobyt turistů v historických lokalitách Tulum a Chichen Itzá, kde se setkávají s mayskou historií a kulturou tlumočenou průvodci.

Jak je již zřejmé z povahy mé práce jako etnografie, používala jsem ke zpracování mého tématu kvalitativní metody. Metodolog Creswell (1998: 12) definuje kvalitativní výzkum jako „proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Výzkumník vytváří komplexní, holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených

podmínkách.“ Podobné vymezení podávají i autoři N. K. Denzin a Y. S. Lincolnová (1994), kteří kladou důraz na situovanost kvalitativního výzkumu a umísťují pozorovatele do světa, který zkoumá. „Kvalitativní přístup je proces zkoumání jevů a problémů v autentickém prostředí s cílem získat komplexní obraz těchto jevů založený na hlubokých datech a specifickém vztahu mezi badatelem a účastníkem výzkumu. Záměrem výzkumníka provádějícího kvalitativní výzkum je za pomoci celé řady postupů a metod rozkrýt a reprezentovat to, jak lidé chápou, prožívají a vytvářejí sociální realitu.“ (Švaříček, Šedová a kol., 2007: 17 )

Etnograf svět zviditelňuje pomocí interpretativních a materiálních postupů. K tomuto zviditelnění je třeba použít různých metod ve snaze o hluboké porozumění fenoménu. Stejně tak já se ve své práci snažím hlouběji porozumět vytváření představ turistů o indiánech a k tomu využívám různé metody – od zúčastněného pozorování přes analýzu turistických průvodců či projekční kresbu po strukturované rozhovory a dotazníky. Autoři M. Hammersley a P. Atkinson (1995: 3) přesně vystihují povahu práce etnografa: „co se týče sběru dat, etnografie po výzkumníkovi vyžaduje, aby se po delší čas otevřeně i skrytě účastnil každodenního života lidí, sledoval, co se děje, poslouchal, co lidé říkají anebo se sám pomocí formálních či neformálních rozhovorů ptal, dále aby sbíral dokumenty a artefakty – v podstatě jde o shromažďování všech dostupných dat potřebných k osvětlení problémů, které stále vyvstávají jako předmět výzkumu.“<sup>3</sup> Tato definice přesně odpovídá i mým vybraným a použitým metodám sběru dat – zúčastněné pozorování (otevřené i skryté), v jehož rámci jsem pozorovala, poslouchala i se ptala turistů; dále formální strukturované i neformální otevřené rozhovory s turisty a průvodci; otevřené dotazníky a sběr informací, statistik a turistických materiálů jako jsou průvodci, letáky, mapy apod.

### **1.3.2 Zúčastněné pozorování, terénní deník**

Zúčastněné pozorování je pro sociálně-kulturní antropologii charakteristickou metodou sběru dat uplatňovanou v rámci terénního výzkumu. Techniku zúčastněného pozorování zavedl podle mnohých antropologických přehledových děl Bronislaw Malinowski. Ve svém díle *Argonauti západního Pacifiku* nabádá etnografy, aby občas odložili své bloky a tužky a připojili

---

<sup>3</sup> „in terms of data collection, ethnography usually involves the researcher participating, overtly and covertly, in people's daily lives for an extended period of time, watching what happens, listening to what is said, and/or asking questions through informal and formal interviews, collecting documents and artefacts – in fact, gathering whatever data are available to throw light on the issues that are the emerging focus of inquiry.“

se k tomu, co se zrovna děje. „Zúčastněné pozorování se považuje za klíčovou antropologickou techniku. Spočívá v přímé nezprostředkované účasti antropologa na životě studované komunity, kdy probíhá informální sběr etnografických dat při osobní účasti na přirozeně probíhajících kulturních jevech a sociálních situacích a procesech“. (Soukup, 2014) Umožňuje výzkumníkovi vidět, slyšet a zaznamenávat chování hned jak se objevuje v rámci nějakého kontextu, čímž je možné mu i porozumět. Můžeme tak získávat informace přímo a objektivněji, než když se ptáme našich subjektů, jelikož nejsme typickým členem skupiny a nebereme tedy spoustu situací za samozřejmé.

Nevýhodou zúčastněného pozorování může být nepřesnost smyslových orgánů, selektivnost vnímání či přizpůsobení se podmínkám a omezení pozorování situací, se kterými jsme se již několikrát setkali. V samé podstatě této metody se skrývají dvě protichůdná úsilí. Na jednu stranu se antropolog během pozorování snaží zapojit se, vcítit a účastnit všeho jako „jeden“ ze sledované komunity, ale na druhou stranu se snaží si zachovat odstup za účelem zajištění si co největší míry objektivity. (Powdermaker, 1966)

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

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

kostela a vstřebávání okolního rušného dění. V areálech historických památek Tulum a Chichén Itzá jsem prováděla jak pozorování chování turistů z odpočinkových míst (tudíž opět nenápadně), tak účast na prohlídkách památek s průvodci. Tyto organizované výlety byly početnější než do Chamuly, většinou okolo 40 lidí.

Hlavní pomůckou při mém pozorování byl terénní deník, do kterého jsem pečlivě zapisovala pozorované dění, chování turistů, jejich interakce s místními indiány či jejich reakce na shlédnuté památky, jejich připomínky, názory či otázky kladené průvodcům. Zapisování během pozorování nebylo na překážku, jelikož vypadalo jako kdybych si zapisovala výklad průvodce či dělala poznámky vázající se k danému místu. Během mých výprav jsem se i několikrát setkala s turisty, kteří si zapisovali informace, které říkal průvodce, a písemně si dokumentovali, co vidí. Přesto se ale během dne událo i dost situací, které jsem nemohla zapisovat přímo na místě, a proto jsem po skončení pozorování, už v klidu a o samotě, dopisovala dění uplynulého dne.

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

### **1.3.3 Strukturované rozhovory**

Mé dotazování v obou výzkumech probíhalo formou strukturovaných rozhovorů s otevřenými otázkami (Hendl, 2005), při kterých jsem respondentům kladla tváří v tvář 10 až 13 otázek (ve výzkumu prvním) a 6 otázek (ve výzkumu druhém). Rozhovory jsem prováděla s vybranými osobami, jež jsem určila jako turisty (mé určování probíhalo dle jistých charakteristik, kterými se člověk jako turista vyznačuje – těm se věnuji v podkapitole 1.2.1).

Všechny rozhovory probíhaly podle osnovy, kterou jsem si předem připravila. Hlavní inspirací při formulování otázek mi byl můj bakalářský výzkum v Tulumu, který můžeme nazvat sondážním výzkumem, v průběhu kterého jsem se naučila rozhovory provádět a redukovat či rozšiřovat okruh a množství otázek, aby nejlépe postihovaly jádro výzkumu.

Co se časového rámce týče, rozhovory trvaly zhruba 15 až 30 minut v závislosti na dvou hlavních faktorech. Prvním byla jazyková vybavenost a sdílnost respondenta a druhým jeho/její časové možnosti. První faktor jsem se snažila eliminovat tím, že jsem turistu oslovila řečí, kterou jsem považovala za jeho mateřštinu. Rozhovory tedy proběhly v anglickém, německém, španělském a některé i v českém jazyce. Druhý faktor, tedy časová náročnost, se ukázala problematickou již v prvním výzkumu. Turisté cestující ve skupinových zájezdech nechtěli být pozadu za ostatními, přijít pozdě na skupinový sraz nebo zmeškat odjezd autobusu a i přes ochotu odpovídat neměli takové časové možnosti jako individuální cestovatelé. Řešením bylo zúčastnit se skupinových výletů a čas k podrobnějšímu rozhovoru získávat při společném cestování autobusem nebo při společné procházce po městě či po památce. To se ukázalo jako účinné řešení v San Cristobalu a Chamule, ale do Tulumu a Chichén Itzá většina turistů přijíždí právě v rámci organizovaných výletů s nabitým programem, kde musí dodržet časový rozvrh a nejsou schopni mi věnovat tolik času. Vzhledem k minimálnímu množství volného času turistů v těchto lokalitách jsem byla nucena rozhovory zkrátit. Z důvodu ilustrativní povahy rozhovorů ve druhém výzkumu jsem jich tedy uskutečnila méně a také o menším počtu otázek, ale nepovažuji to za fakt, který by jakkoli ovlivnil výsledky mé práce. Rozhodla jsem se všechny strukturované rozhovory uskutečnit v Tulumu, jelikož vzhledem k podobné povaze památek Chichén Itzá a Tulum nepředpokládám rozdílné výsledky u návštěvníků první nebo druhé památky.

V rámci prvního výzkumu jsem realizovala 80 strukturovaných rozhovorů - polovina probíhala cestou do Chamuly, popřípadě před odjezdem, tedy na zastávce malých autobusů zvaných colectivos v San Cristobalu. Druhá polovina rozhovorů probíhala na cestě zpět nebo po příjezdu z Chamuly do San Cristobalu. Ve výzkumu druhém jsem se více opírala o otevřené dotazníky distribuované turistům před a po návštěvě památky, tudíž strukturovaných rozhovorů s otevřenými otázkami proběhlo 40. Opět jsem se snažila dodržet schéma před a po kulturním zážitku, tudíž se dotazovat turistů před vydáním se na výlet a po skončení návštěvy buď ještě během pobytu na místě památky, popřípadě cestou zpátky do Cancúnu.

Rozhovory prvního výzkumu jsem rozdělila na dvě skupiny: rozhovory s Mexičany, kde polovina proběhla před (20 rozhovorů) a druhá polovina (20) po návštěvě Chamuly a rozhovory s mezinárodními turisty, které jsem opět rozdělila na polovinu před (20) a polovinu po (20) návštěvě Chamuly.

Před návštěvou Chamuly jsem se dotazovala na následujících 10 otázek:

- 1) Jací si myslíte, že indiáni budou? / Jací byli indiáni v Chamule?
- 2) Co si myslíte o indiánském životě ve vesnicích?
- 3) Vyrábí indiáni dostatek potravin k uspokojení svých potřeb?
- 4) V jakých domech si myslíte, že indiáni žijí?
- 5) Jaké je procento ngramotnosti v indiánské populaci?
- 6) Za kým myslíte, že indiáni chodí, když jsou nemocní?
- 7) Čím se indiáni živí? Na čem je založena jejich ekonomika?
- 8) Žijí indiáni v chudobě?
- 9) Praktikují indiáni stále tradiční rituály a obřady?
- 10) Co víte o Tzotzilech?

Po návštěvě Chamuly jsem rozhovory doplnila ještě třemi otázkami zjišťujícími jejich pocit z návštěvy:

- 11) Proč jste se rozhodl/a k návštěvě Chamuly?
- 12) Jak byste popsal/a Chamulu třemi slovy?
- 13) Jaký byl Váš zážitek kostela? Rozuměl/a jste tomu, co se dělo kolem Vás?

Respondentů mého druhého výzkumu bylo celkem 40, polovině (20) jsem pokládala otázky před návštěvou – ve frontě na vstupenky před archeologickou zónou v Tulumu a druhé polovině (20) při odchodu z památky, popř. při jejich čekání na autobus. Kladla jsem jim tváří v tvář následujících 6 otázek:

- 1) Proč chcete vidět zrovna Tulum?
- 2) Jak si představujete svět starých Mayů?
- 3) Chtěli byste v něm žít?
- 4) Jak žijí dnešní Mayové? (s doplňujícími otázkami: Domníváte se, že potomci těch dávných Mayů, kteří budovali ty úžasné pyramidy, dokáží dnes vytvářet subsistenci? V čem? Z čeho žijí? Máte touhu je potkat?)



- 5) Dokázali byste srovnat Tulum s jinou památkou (kdekoli na světě), kterou jste navštívili?
- 6) Je turismus více o poznání či průmyslu?

Z důvodu menšího vzorku respondentů jsem zde již nekladla takový důraz na přesné zastoupení místních a mezinárodních turistů, jelikož mi jde především o ilustraci představ turistů o mayském světě a ne o kvantitativně hodnotitelný výsledek.

### **1.3.4 Otevřené dotazníky**

Hlavní metodou, jež jsem použila ve svém výzkumu v Cancúnu, byly otevřené dotazníky. Dotazníky jako sociologická metoda musí být vědecké, objektivní, standardní, spolehlivé, validní, kvantitativně<sup>4</sup> i kvalitativně interpretovatelné a úsporné<sup>5</sup>.

Dotazník v jeho základní podobě nahrazuje strukturovaný rozhovor a je předložený respondentovi v písemné formě. Výhodou dotazníku je pokrytí relativně velkého vzorku a jednotnost zadání. Pro mne to byla časově výhodnější metoda, jelikož turisté měli před odjezdem na výlety málo času a rozhovory byly časově neefektivní. Podle Giddense (1991) je nevýhodou dotazníků anonymita respondenta. Vzhledem k povaze mého výzkumu však nebyla anonymita na škodu. U každého respondenta mne zajímalo pohlaví, věk, národnost a nejvyšší vzdělání. V další řadě s sebou tato metoda nese možnost špatného pochopení otázky respondentem, ale to jsem vzala jako akceptovatelné riziko.

Otázky jsem koncipovala jako otevřené, aby se respondenti mohli vyjádřit svými slovy a já tak získala podrobnější data. Odpovědi byly většinou v rozsahu jedna až několik vět a pro závěrečné vyhodnocení jsem použila systém tematického kódování odpovědí.

Dotazníky jsem distribuovala před nástupem turistů na organizované výlety na místě jejich shromaždiště v Plaza de la Fiesta a druhou polovinu dotazníků cestou z výletů. To bylo problematictější, jelikož z výletů rozváží autobusy turisty přímo do jejich hotelů a už se nezdržují pohromadě na jednom místě. Tím se dostávám k poslední nevýhodě této metody, kterou je menší návratnost dotazníků. Ale díky vstřícným průvodcům se mi podařilo získat relevantní vzorek vyplněných dotazníků i po absolvování výletů. Z rozdistribuovaných 230

---

<sup>4</sup> Ne zcela aplikovatelné na můj výzkum z důvodu jeho kvalitativní povahy.

<sup>5</sup> Dostupné na [http://www.ped.muni.cz/wpsy/koh\\_dotaznik.htm](http://www.ped.muni.cz/wpsy/koh_dotaznik.htm)

dotazníků se mi podařilo získat 180 kompletně vyplněných dotazníků, které jsem pro svou práci vyhodnotila, zpracovala a interpretovala. Dotazníky před i po návštěvě Chichén Itzá obsahovaly 10 otázek. Otázka č. 2 až 9 byly identické.

Před návštěvou začínal dotazník otázkou:

- 1) Proč jste si vybral/a pro svůj výlet Chichén Itzá?

Dále dotazníky pokračovaly stejně:

- 2) Co víte o mayské kultuře?
- 3) Co víte o mayském životě? Jak si myslíte, že Mayové žili (kde, co jedli, ...)?
- 4) V čem spočívalo mayské hospodářství?
- 5) Znali Mayové písmo?
- 6) Znáte nějaké mayské bohy?
- 7) Praktikovali Mayové lidské oběti? Proč?
- 8) Žijí dnešní Mayové v chudobě? Co je jejich hlavní subsistencí?
- 9) Praktikují dnešní indiáni tradiční rituály a obřady?
- 10) Jak podle Vás starodávný mayský indián vypadal? Prosím, nakreslete ho.

A poslední otázka byla rozdílná u dotazníků po návštěvě Chichén Itzá:

- 11) Jak byste popsal/a svůj zážitek z výletu 5 slovy?

Každý dotazník byl ještě doplněn kolonkami pohlaví, věk, národnost a nejvyšší vzdělání.

## 1.4 Terén antropologického výzkumu

Vzhledem k tomu, že antropologie je vždy situována v čase a prostoru, ráda bych definovala konkrétní místo a čas mého výzkumu. Terénem v antropologii myslíme místo zkoumání a soubor fyzických objektů v něm. Jde o místo, jehož specifičnost spočívá ve vztazích mezi věcmi a situací, dochází na něm k interakci kultury, lidí, společnosti a situace.

Mým prvním terénem bylo město San Cristobal de las Casas a vesnice San Juan Chamula v mexickém státě Chiapasu. S terénem jsem se seznámila v lednu 2009, kdy jsem měla možnost na dva týdny navštívit San Cristobal de las Casas. Během této doby jsem se snažila zmapovat si terén, seznámit se se specifiky této lokality a kontaktovat místní organizaci CIESAS (Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social). Již během první návštěvy na mne udělala vesnice San Juan Chamula silný dojem a vzbudila ve mně spoustu otázek. Je podle mne ideálním místem pro studium fenoménu etnického turismu. Dochází tam k setkání turistů s „pravými“ indiány v jejich domácím prostředí. Jak se budu snažit ukázat ve své práci, indiáni jsou středem zájmu turistů, který je z velké míry utvářen vjemy, které na turisty působí.

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

Terénem mého druhého výzkumu, který proběhl v říjnu a listopadu roku 2015, bylo město Cancún a historické památky Tulum a Chichén Itzá. Mou základnou byl Cancún, který jsem již několikrát navštívila a znalost tohoto terénu mi byla užitečná při mém výzkumu. Během svých předchozích pobytů v Cancúnu jsem bydlela v různých hotelech v hotelové zóně, ale i v soukromém ubytování v centru města. Díky znalosti místních poměrů mi bylo jasné, že získávání rozhovorů s turisty nebude možné v jejich hotelech, protože ty jsou přísně hlídány a nikdo cizí není vpuštěn dovnitř. Proto můj výzkumný terén, „setting“ byl přímo v místě historických památek Tulum a Chichén Itzá, kde se turisté volně pohybují a mají čas na krátký rozhovor. Dále mi velice pomohla cestovní kancelář TraslameX, která mi dovolila distribuovat dotazníky svým klientům před odjezdem na výlety. K tomu byla nejlepší příležitost na sběrném místě v Plaza la Fiesta v hotelové zóně, kam minibusy denně přiváží turisty z jejich hotelů a po krátkých formalitách (odbavení podle zakoupených voucherů, popřípadě doplacení ceny výletu) mají zhruba 20 až 30 minut volného času než odjedou autobusy na výlety. Právě během té doby jsem jim rozdala dotazníky a vybrala je před odjezdem. Vzhledem k tomu, že z výletů se turisté již nevrací na toto sběrné místo, ale jsou rozváženi přímo do svých hotelů, musela jsem požádat průvodce, zda mohou dotazníky rozdat cestou zpátky a vybrat je ještě v autobusu. Ti mi byli velice nápomocní a vždy další den mi vyplněné dotazníky předali. Další dotazníky jsem vybrala osobně, když jsem se přímo účastnila výletů.

Jelikož mým předmětem zkoumání, „case“, je tentokrát fenomén historického turismu a představy turistů o indiánech, lze rozšířit na ostatní historické památky v regionu.

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

## 1.5 Techniky analýzy

### 1.5.1 Reflexe a interpretace

„Výzkumný projekt by měl být reflexivním procesem probíhajícím v každé fázi výzkumu.“<sup>6</sup> Vzhledem k tomu, že je výzkumník vždy součástí sociálního světa, který studuje, musí si uvědomit, že je při jeho práci potřeba reflexivita (Hammersley and Atkinson, 1995: 16-24). Ta spočívá v tom, že veškeré orientace výzkumníka budou vždy ovlivněny jeho socio-historickým ukotvením, místem a hodnotami vlastní kultury. Dále si také musíme uvědomit, že se nelze vyhnout ovlivnění sociálních jevů, které studujeme. Můžeme se alespoň snažit popisovat věci tak, jak jsou a ne jak je sami vnímáme. Proto se snažím problematické momenty reflektovat a být ostražitá i k věcem, které se zprvu nezdají být problematické, ale mohou se jimi stát. Reflektování a interpretování terénních zkušeností a poznatků v textu je podle Geertze (1988) podstatou antropologické produkce. Nejvýznamnějším produktem antropologické práce se stala etnografie neboli „psaná reprezentace kultury nebo vybraných aspektů kultury“ (Maanen 2011: 1). Podle něho se v etnografii jako textu spojuje terénní výzkum a kultura. Úkolem antropologa je na základě svých zkušeností a znalostí studované kultury ji interpretovat, tedy reprezentovat ji popisem, ať již obrazem nebo textem (Soukup 2014).

Podle Ch. Boska (1979: 276) je společensko-vědní výzkum „kontaktním sportem“ – naše vztahy v rámci výzkumu vytvářejí a strukturují tento kontakt a zase naopak, trvajícím kontakt s účastníky výzkumu tyto vztahy přetváří. Z toho vyplývá, že vliv výzkumníka v terénu je nejen silný, ale i nevyhnutelný.

Od problému reflexivity se dostávám k problematice zobecnitelnosti terénního výzkumu. Zobecnitelnost (generalizability) je podle J. A. Maxwella (1996: 153) vnitřní a vnější. Vnitřní zobecnitelnost znamená zobecňování výsledků v rámci studované lokality či skupiny a vnější zobecnitelnost se posouvá za její hranice. Deskriptivní, interpretativní a teoretická platnost výsledků výzkumu závisí na jeho vnitřní zobecnitelnosti jako celku. U kvantitativního výzkumu se tato vlastnost nazývá výsledná statistická validita (Cook, Campbell, 1979).

Výzkum bych tedy shrnula jako aktivní proces, při kterém jsou poznatky získávány selekcí, selektivním pozorováním, teoretickou interpretací, získáváním odpovědí na otázky,

---

<sup>6</sup> „Research design should be a reflexive process operating through every stage of a project.“

psaním si poznámek, přepisováním interview a záznamů a posléze psaním závěrečné etnografie. A přesto, že je výzkumník člověk, který má vliv na předmět svého studia, jímž je sociální svět, jehož je součástí, neznamená, že jeho data nemohou být validní a vypovídat o určité „realitě“ s určitou objektivitou.

### **1.5.2 Konceptuální analýza textů**

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

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

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

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

Analýza začíná kódováním, tedy zařazováním slov s podobným významem do významových kategorií, jinými slovy jde o selektivní redukci. Carley (1990) uvádí postup osmi kroků ke kódování kategorií. V první řadě si musíme zvolit úroveň analýzy, což spočívá v rozhodnutí, zda stejně kódovat jen stejná slova nebo i synonyma. Za druhé, kolik konceptů budeme kódovat. Za třetí, či je naším cílem zjistit existenci či frekvenci konceptu. Za čtvrté si

musíme uvědomit, jak budeme rozlišovat mezi koncepty, což nám určí stupeň zobecnění. Použijeme pouze podstatné jméno nebo i jeho odvozeniny? Za páté si stanovíme pravidla kódování textů. Za šesté se rozhodneme, co provedeme s „irelevantními“ informacemi. Slova jako „a“, „nebo“, apod mohou být z kódování vyloučena nebo znovu použita. V sedmém bodě dochází k samotnému kódování textů a v osmém, posledním dochází k analýze výsledků, kde se snažíme dojít k závěrům a zobecněním.

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

### **1.5.3 Projekční kresba**

Přestože se jedná primárně o psychodiagnostickou metodu, lze ji i úspěšně využít jako doplňkovou metodu antropologického výzkumu. Princip projekčních diagnostických metod spočívá v tom, že člověk (mnohdy bezděčně) připisuje své zkušenosti, zážitky, zájmy a postoje jiným osobám nebo je vkládá do věcí či je promítá do situací, o nichž hovoří. Promítnutí zkušeností a vlastností osobnosti navenek je provokováno nejrůznějšími podněty. Termín projekční metody poprvé nejspíš užil L. K. Frank v roce 1939, ale v praxi je již využívali klasikové psychologie jako např. A. Binet.

Kresba lidské postavy (figur) muže a ženy tužkou je považována za projekční metodu. Odborníci v ní hledají rysy osobnosti a symptomy poruch ve vztahu tím, že analyzují velikosti figur, držení těla postav, jejich situovanost v prostoru, proporce, tvar hlavy, zobrazení ostatních částí těla, oděvu, doplňků, atd.

Na rozdíl od původní metody jsem nesledovala psychologické rysy respondentů, ale šlo mi o zachycení stereotypů Mayů prostřednictvím nakreslených postav. K použití této metody mne vedla snaha získat přesnější popis a charakteristiku mayského indiána, kterého si turisté představují. (Svoboda, 1999) Při analýze kreseb jsem si všímala hlavních tělesných rysů, atributů připisovaných Mayům respondenty, zobrazení obličeje, postavy a zda jsou zachyceny o samotě či zasazeny do prostředí.

## 1.6 Validita, změny a etické otázky výzkumu

Kvalitativní výzkum s sebou nese jistá úskalí, co se týče hodnocení výsledků. K tomuto problému můžeme přistoupit dvěma způsoby: buď můžeme provést reformulace klasických kritérií kvantitativního přístupu nebo vytvořit kritéria nová. První způsob jmenuje čtyři základní kritéria: validita, spolehlivost, objektivita a zobecnitelnost. Druhému způsobu se věnuje několik autorů. Maxwell (1992) rozlišuje pět typů validity: deskriptivní, interpretativní, teoretickou validitu, validitu zobecnění a hodnotovou validitu. Pod popisnou validitou si můžeme představit faktuelní přesnost zprávy. Výzkumník by se měl snažit nezkrášlovat věci, které viděl nebo slyšel. Interpretativní validita znamená, že výzkumníkovi jde o adekvátní zachycení mentálních stavů účastníků, a to jak vědomých, tak nevědomých konceptů. Teoretická validita se týká teoretických konstruktů, které výzkumník vnáší do své zprávy tím, že je převeze nebo navrhne během studie. Validitou zobecnitelnosti Maxwell myslí rozsah toho, jak je možné význam zprávy uplatnit i v jiných situacích, populacích či okamžicích, a to buď v rámci dané společnosti či přenesením do kontextu společnosti jiné. Hodnotová či kritická validita přichází v úvahu, když jsou ve studii obsaženy závěry, které vycházejí z hodnotového posuzování.

Lincoln a Guba (1985: 290) tvrdí, že každý společenskovědní výzkum se musí vyrovnat se čtyřmi problémy: pravdivostní hodnotou, upotřebitelností, konzistencí a neutralitou. Místo Maxwellových kritérií navrhuje následující koncepty: důvěryhodnost (dostatečné trvání studie, konzultace, analýza negativních případů, kontrola subjektem a triangulace), přenositelnost (externí validita, zobecnitelnost), hodnověrnost (konzistence studie, můžeme ověřit pomocí triangulace) a potvrditelnost (objektivita studie dle obsáhlosti dat). Často zmiňovaná metoda triangulace znamená kombinování různých metod či výzkumníků či zkoumaných skupin nebo osob či okolností či teoretických perspektiv.

Zmíněné postupy pro zvýšení validity výsledků jsem si uvědomovala a zohlednila při sběru dat i následné analýze.



Co se etické stránky výzkumu týče, celý můj výzkum probíhal v souladu s etickým kodexem České asociace pro sociální antropologii<sup>7</sup> a Americké antropologické asociace<sup>8</sup>. Všechny rozhovory byly pořízeny s informovaným souhlasem respondentů v ústní podobě.

---

<sup>7</sup> Dostupný na [http://www.casaonline.cz/?page\\_id=7](http://www.casaonline.cz/?page_id=7)

<sup>8</sup> Dostupný na <http://ethics.americananthro.org/category/statement/>

## 1.7 Výzkumník

### 1.7.1 Můj vstup do terénu

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

Můj vstup do druhého terénu byl umožněn místními průvodci, kteří ke mně byli vstřícní a nápomocní. V první řadě díky tomu, že mi dovolili účastnit se jimi prováděných výprav, dovolili mi rozdávat turistům dotazníky, někteří mi pomohli s jejich sběrem a v neposlední řadě se mnou sdíleli své zkušenosti a názory. Na shromažďovacím místě před odjezdem autobusů mou práci umožnilo vedení společnosti TraslameX, s jejímž souhlasem výzkum probíhal. Po několika dnech mne začali brát jako součást jejich týmu, zajímali se o mou práci a snažili se mi vyjít vstříc.

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

starosti a jsou zábavnějšími společníky. Ve své práci se také pokusím proniknout hlouběji do turistovy mysli a na chvíli se zastavím u skupinového chování turistů.

## 2. ANTROPOLOGIE TURISMU



### 2.1 Vývoj disciplíny skrze hlavní typologie turismu

Již od počátku 80. let 20. století začaly vznikat antropologické práce na téma turismu. Do té doby byl turismus a vůbec studium volného času a zábavy opomíjeno. Jak říká Van den Berghe (1994: 3): „...většina mých kolegů tvrdí, že profesní zájem o turismus není ničím víc než chytrou záminkou, jak vydávat něčí dovolenou za práci. Nepopírám, že je studium turismu zábavné, ale musí být předmět studia nudný, aby mělo cenu jej studovat?“<sup>9</sup> Antropologie turismu byla jako svébytná vědní disciplína ustanovena na zasedání Americké Antropologické Asociace v Mexico City roku 1974 (Nash, 1996). Britský profesor antropologie Tom Selwyn (1996) rozlišuje tři hlavní oblasti zkoumání v rámci antropologie turismu, které se zároveň vzájemně překrývají: sociální a kulturní změna, sémiologie turismu a politická ekonomie cestovního ruchu. Tyto tři obsáhlé a vzájemně související části tvoří rámec pro zkoumání klíčových aspektů antropologie turismu zahrnujících metodologii, rituály, autenticitu, vývoj a kulturní změny.

Do dnešní doby se zvyšuje zájem o postžení sociální a kulturní komplexnosti turistických setkání. Tato komplexnost spočívá ve čtyřech faktorech. Prvním faktorem jsou druhy turismu a aktivity turistů, druhým je různorodost společností a oblastí, kde se turismus nachází, třetí souvisí se zprostředkováním turismu jednotlivci a institucemi (často mimo místa turismu) a čtvrtým je místo. Všechny tyto faktory jsou zapojeny v jakémkoli druhu turistického zážitku a k vysvětlení důsledků turismu nestačí znát pouze jeden z nich, musíme vzít v úvahu všechny čtyři. (Chambers, 2000)

Ráda bych zde jmenovala několik zásadních autorů oboru antropologie turismu a stručně shrnula jejich hlavní myšlenky za účelem teoretického ukotvení mé práce.

Podle **Valene Smith** (1989: 1) spočívá základna turismu na třech pilířích, které tvoří následující rovnici: turismus rovná se volný čas plus disponibilní peněžní prostředky plus kladné místní sankce (positive local sanctions). Po druhé světové válce došlo v západním světě ke změně v pracovní vytíženosti zaměstnanců: ke zkrácení pracovního týdne, prodloužení

---

<sup>9</sup> „...most of my colleagues strongly imply that a professed interest in tourism constitutes little more than a clever ploy to pass off one's vacations as work. I would not deny that the study of tourism is great fun, but must a subject be boring to be worthy of study?“

nároku na placenou dovolenou a posunutí svátků na pondělí, čímž vzniklo více volných prodloužených víkendů. Dalšími trendy jsou brzký odchod do důchodu a prodlužování délky života. Disponibilní prostředky jsou peněžní prostředky, které nejsou nutné k pokrytí osobních potřeb jako jsou jídlo, oblečení, bydlení, zdravotní péče, doprava, apod. Ušetřené peníze jsou používány na cestování. Pozitivní sankce jsou úzce spojeny s motivací a způsoby cestování, kterých je nepřeberné množství – od obyvatel města hledajících klid v přírodě po vysokoškolské studenty jedoucí stopem na cestu po Evropě. Autorka dále přichází s rozlišením druhů turismu podle následujících kritérií: podle toho, jak jsou určité destinace nabízeny, jaké nabízejí aktivity, jaké množství návštěvníků tam přijíždí a jaký mají vliv na místní obyvatelstvo v destinaci. Definuje tak pět druhů turismu: etnický, kulturní, historický, environmentální a rekreační.

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

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

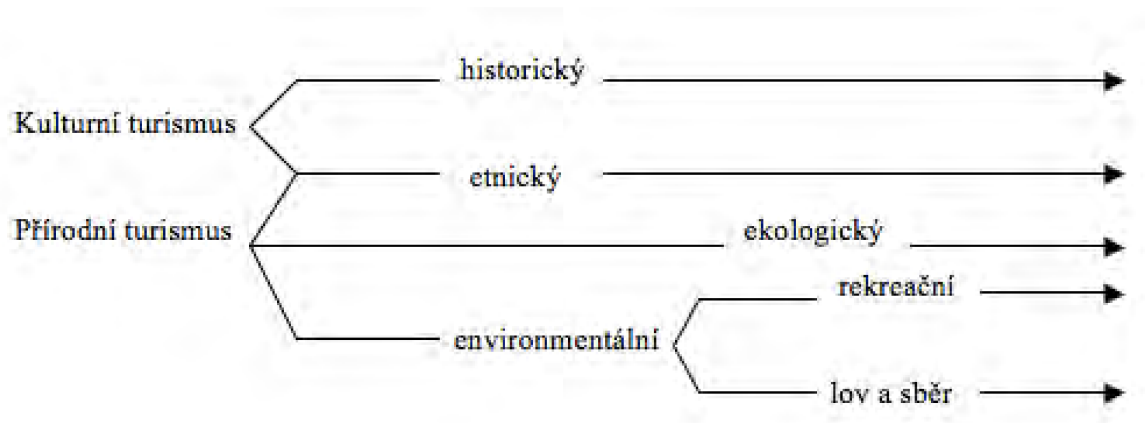
**Historický turismus** zahrnuje návštěvy muzeí, chrámů a obecně památek s důrazem na slavnou minulost. Příklady destinace historického turismu jsou Řím, Egypt, mayské památky, atd. Mezi oblíbené turistické aktivity v takovéto destinaci patří prohlídky s průvodcem, světelná a hudební představení znázorňující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

turisté potřebovat. Kontakty návštěvníků s hostiteli jsou neosobní, vzdálené a spíše ekonomické než sociální.

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

**Rekreační turismus** představuje většinou „písek, moře a sex“ (sand, sea, and sex). Tyto destinace ilustrují fotografie zasněžených sjezdovek, průzračného moře a ostrovů s palmami. Turistické aktivity zahrnují různé sporty, lázeňské procedury, slunění, dobré jídlo a zábavu. Vztah návštěvníků a hostitelů se dost liší, je zde patrná závislost na sezónnosti rekreačního turismu.

Všechny tyto druhy turismu ale většinou neexistují svébytně, jsou často kombinovány, jelikož turisté mají několik motivací k cestování najednou. Nelson Graburn (1989: 32) hovoří o propojenosti různých druhů turismu a prezentuje následující schéma ilustrující vzájemné vztahy typů turismu (Smith, 1989: 32):



Autor uvádí, že nejčistší formu přírodního turismu reprezentuje environmentální turismus, kde různé aspekty pevniny, moře a oblohy předvádějí jakousi magickou obnovu, která je tak i prezentována jako lákadlo toho místa. V průvodcích najdeme úsloví jako léčivý čistý vzduch, uklidňující vody či vítr nabíjející energií. Občas je i absence lidských osob brána

jako kladná vlastnost místa (slovní obrat: nebylo tam ani živáčka). Pokud je příroda léčivá a jsou jí připisovány magické účinky, je její moc oslabena přítomností jiných lidí.

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

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

**John Urry** (2002: 2) charakterizuje turismus jako aktivitu volného času, která předpokládá svůj opak, tedy regulovanou a organizovanou práci, což je projevem oddělených a regulovaných sfér práce a volného času v moderních společnostech. Být turistou znamená být moderní. Tento autor zavádí pojem „turistického hledění či zírání“ (**tourist gaze**). Podle toho, jak turisté hledí na objekty, které potkávají na svých cestách, rozlišuje následujících pět typů turistů: romantický – má osamělou vizi, která zahrnuje nepřetržité ponoření se do dané lokality a usiluje o získání zkušeností pozorováním a odstupem; turista – divák (senzační turista) se snaží zapojit do skupinových činností s ostatními turisty, jeho zážitky jsou pozorování památek či nákup suvenýrů jako symbolů svého cestování; skupinový potřebuje mít kolem sebe spoustu lidí a vnímat jejich přítomnost jako součást své dovolené; kolektivní – vyhledává větší množství lidí, které dává místu atmosféru, pocit slavnosti;

environmentální – turista vnímá veškeré své okolí, oceňuje přírodu a biodiverzitu a antropologický – interpretuje kulturní symboly navštíveného místa.

Graham a Jacobsen (2002) postihují komplexnost turistického zážitku zapojením všech smyslů člověka. Zejména čichové a chuťové vjemy pomáhají turistům identifikovat se s navštívenými místy. V posledních letech získává na oblibě gastroturismus, v rámci kterého jsou lidé ochotni podstupovat daleké cesty, aby ochutnali speciality lokální kuchyně.

Antropologii turismu se v posledních letech dostává větší pozornosti i u nás a vznikají absolventské práce rozvíjející toto téma. V roce 2004 obhájí Markéta Konvalinová svou diplomovou práci *Washington jako poutní místo: antropologie turismu*. Další tematickou prací je rigorózní práce Kristýny Řeháčkové (2012): *Kultura a umění nativního severozápadního pobřeží a vliv turismu na jejich revitalizaci* zabývající se teoretickou analýzou nejvýznamnějších uměleckých artefaktů nativní skupiny Sališů z kulturní oblasti amerického Severozápadního pobřeží a věnující se vlivu turismu na revitalizaci kultury a umění Sališů. Lenka Radová (2012) ve své bakalářské práci *Fenomén baťůžkářství: příspěvek k antropologii turismu* popisuje vývoj baťůžkářství jako novodobého stylu cestování z pohledu společenských věd. Jitka Bendová (2013) ve své diplomové práci *Antropologie turismu v kontextu balijské kultury* teoreticky analyzuje antropologii turismu na Bali. Diplomová práce Petry Kučerové (2014): *Batoh, pohorky a řasenka: Analýza ženského nezávislého cestování z perspektivy antropologie turismu* se zabývá analýzou genderových aspektů ženského cestování a zkušeností žen cestovatelek, které se samostatně vydávají mimo evropské hranice. Z nejnovějších prací jmenuji dizertační práci Michaely Konopíkové (2015): *Kavky a kosatce. Antropologie turismu, prostoru a identity v Maroku*, která analyzuje transformaci místního prostředí u komunity Berberů v návaznosti na nové diskursivní praktiky, které se objevují v souvislosti s pronikáním globální ekonomiky, environmentálních programů a politiky rozvojové pomoci.

V červnu roku 2015 se konala v Krakově konference Antropologie turismu: dědictví a vyhlídky<sup>10</sup>. Stěžejním příspěvkem byl článek Nelsona Graburna: *Fifty Years of Tourists and Tourism: Some Problems of Approaches, Disciplines and Methods*. Během posledních padesáti let výzkumu na poli turismu se objevilo mnoho odlišných ztvárnění, vysvětlení a názorů na problematiku turismu a turistů. Někteří tyto teorie uráželi (Boorstin, Bauman) a zesměšňovali a jiní je oceňovali a uznávali jejich hodnotu (MacCannell, Graburn). Tyto přístupy vznikaly

---

<sup>10</sup> Dostupný na [www.anthropologyoftourism.pl](http://www.anthropologyoftourism.pl)



víceúrovňovým teoretizováním zaměřeným na propracované klasifikace (Smith, Cohen, Urry), ale byly zpochybněny vznikem nepřeborného množství vynikajících etnografií, jež rozšiřují naše chápání určitých typologií (Tea, Harrison, Leite, Bruner). Ostatní zdůrazňují propustnost hranic mezi definicemi a disciplínami, pružnou povahu turistického vnímání a konečnou spojitost mezi turismem a ostatním životem turistů. Můžeme se ptát, jakým otázkám a disciplínám mohou být naše výzkumy přínosné.

## 2.2 Koncept turisty

Stěžejním pojmem mé práce je pojem turista, kterému se věnuje více vědních disciplín a také se pokouší ze svého pohledu turistu definovat. Závěrem této podkapitoly docházím k syntéze těchto pohledů a vymezuji turistu jako předmět mého studia.

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

Obecně užívané označení „turista“ je staré jen méně než dvě století, přestože pro potěšení se cestovalo již tisíce let. Anglické slovo „turista“ (a tourist) se v tisku objevilo poprvé v roce 1800 a turismus v roce 1811, nicméně tyto neologismy se rozšířily až když se stal turismus masovějším. Turismus začal být označován turismem až v 19. století s příchodem železnice a paroplavby, které umožnily jeho masovost. Do té doby to byli objevitelé, dobrodruzi, cestovatelé, poutníci a křižáci, kdo cestovali. Podle definice, že turista je ten, kdo cestuje pro vlastní uspokojení neutilitaristických cílů (Smith, 1992: 1-121), by byli také turisty. Tak se dostáváme k otázce, kdo vlastně může být právoplatně považován za turistu. „*Není snad legrační, že každý cestovatel je turista – kromě sebe samého?*“<sup>11</sup> (Brendon, 1991: 188) Označení turista může mít občas negativní nádech, tudíž ne všichni turisté se k němu hrdě hlásí. Někteří se mu i aktivně brání. Autoři jako je Cohen (1988: 15), MacCannell (1989: 215) i Van den Berghe a Keyes (1984: 343-352) se shodují na tom, že většina turistů hledá autenticitu, ale současně přítomnost turistů tuto autenticitu ničí.

V antropologické literatuře je „turista“ určen užším výměrem – zužuje se na osoby, které mají něco do činění s objevováním, volným časem a rekreací. Pokusy popsat turisty a vysvětlit jejich motivace a chování se dají rozdělit na dva směry. Jeden směr vyvinul teorie, jež vysvětlují motivace turistů jako důsledek jejich sociální a kulturní situace. Představitelem tohoto směru je například sociolog **Dean MacCannell**, jehož kniha *The Tourist* (1989) má v podtitulu *A New Theory of the Leisure Class*. Toto dílo, které je pro antropologii turismu mezníkové, posuzuje turistu v rámci globální moderní společnosti. Cestování podle něho přebírá funkce náboženství a odpovídá touze a potřebě člověka být součástí určité struktury.

---

<sup>11</sup> „It’s funny, isn’t it, how every traveller is a tourist except one’s self.“

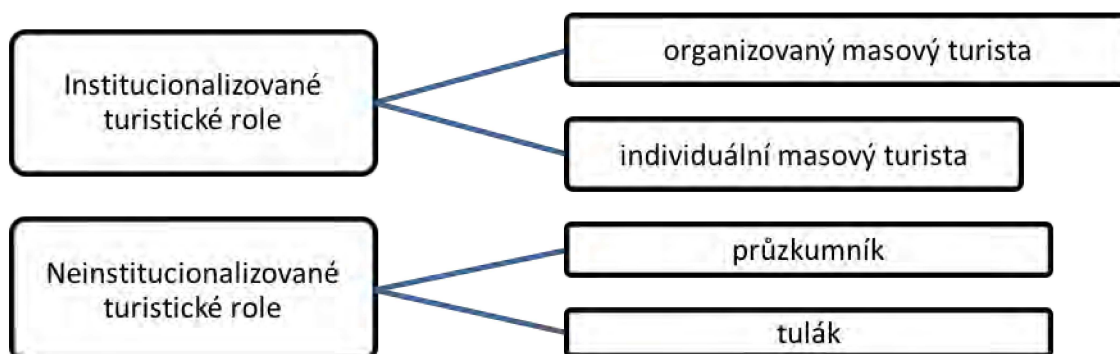
Turistické atrakce jsou neplánovanou typologií struktury, jež poskytuje přímý přístup k modernímu vědomí či „světonázoru“, že turistické atrakce jsou přesně analogické k náboženskému symbolismu primitivních národů. Turista hledá autentičnost života spojenou s intimitou a lidskými aktivitami v zákulisí. Problém autentičnosti je pro studium turismu klíčový. Bylo a stále je nám vštěpováno, že máme odmítat vše falešné a cenit si věcí a vztahů, které považujeme za pravé. Také jsme se naučili respektovat tradice, zejména pro jejich dlouhověkost, ale bez pozastavení se nad tím, proč a jak mohou být zachovány. Podle Erve Chambers (2000: 95) je definice autenticity ovlivněna především lidskou schopností vybírat si prvky stability a změny, které dávají jejich životu smysl.

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

Stěžejní prací antropologie turismu je typologie turistických zážitků **Erika Cohena** (1979: 179). Ten říká, že různé typy lidí vyhledávají různé turistické zážitky, a proto nemůže existovat „turista“ jako obecný typ. Ve své práci se snaží prozkoumat význam, který turismus hraje v životě moderního člověka. Dochází k tomu, že význam turismu je odvozen od světového názoru člověka a závisí na tom, zda se člověk drží svého „středu“, centra, ve smyslu domova či ústředního místa v lidském životě, a na umístění tohoto „středu“ ve vztahu ke společnosti, ve které žije. Tak vznikají fenomenologicky rozdílné turistické zážitky, které se vztahují k rozdílným vztahům mezi člověkem a rozmanitostí „středů“. Nejen náboženský kosmos, ale i každá společnost má svůj „střed“. Na vztahu moderního člověka a jeho „středu“ zakládá Cohen svou fenomenologii typů turistických zážitků. Těch rozlišuje pět: způsob rekreace (recreational mode of tourist experience), způsob odvrácení pozornosti (diversionary mode) a způsob hledání zážitků (experiential mode), experimentální (experimental) a existenciální (existential). Podle typu turistického zážitku je třeba definovat jednotlivé role. Autenticita a naplnění očekávání se tedy odvíjejí od představ každého z turistů a jsou sociálně konstruovány. Erik Cohen (1979: 201) také definuje čtyři typy turistů podle vztahu k emocionálním a sociálním vazbám, které si turisté vytváří k navštíveným místům a které vznikají z přirozené potřeby člověka. Nejdříve definuje dva základní druhy turistických rolí: první, institucionalizované, spočívají v masovém průmyslu cestovního ruchu, který pomocí komplexu služeb od cestovních kanceláří po hotelové resorty nabízí turistům standardizované, unifikované zájezdy, kde je vše předem co nejefektivněji připraveno a druhé, neinstitucionalizované, jsou otevřené a jen volně spojené s klasickým turistickým

uspořádáním. V rámci těchto rolí se turisté vyhýbají předem připraveným scénářům a atrakcím, ale paradoxně se svým objevováním nových cílů stávají průkopníky pro masový turismus. Institucionalizované role dělí na dva typy turistů. První, organizovaný masový turista, který si koupí kompletní zájezd jako jinou komoditu. Takový turista nemusí dělat na své cestě žádná rozhodnutí, itinerář jeho cesty je předem připravený a jeho poznání destinace je dost limitované. Druhý, individuální masový turista, je podobný předchozímu, ale nemá celý pobyt dopředu naplánovaný. Na rozdíl od předešlého typu je samostatnější, svůj itinerář si částečně určuje sám a neváže se tolik na skupinu. Přesto je stále většina jeho příprav zařízena cestovní kanceláří a jeho poznatky jsou stále limitované, ale o trochu hlubší. Neinstitutionalizované role dělí také na dva typy turistů. První je průzkumník, který si svou cestu zařizuje sám a snaží se cestovat co nejdále od připravených turistických tras, ale přitom si dopřává jistého komfortu při výběru ubytování a dopravních prostředků. Na rozdíl od prvních dvou typů turistů získává nové poznatky ne zcela skrze prizma své kultury, ale snaží se hlouběji poznat místní společnost přímým kontaktem a mluvením s místními obyvateli. Druhým typem je tulák, který se cíleně vydává co nejdále od míst masového turismu a od zažitých vzorů chování své domovské země. Nejčastěji se jím podle autora stávají mladí lidé, studenti, získávající tímto způsobem nové zkušenosti a zážitky odlišné od těch, které získávají doma. Tulák usiluje o co nejbližší kontakt s místními, chce se do jejich kultury co nejhlouběji ponořit, žít jako oni. Vyhýbá se spojení se spotřebitelským turismem, nemá pevně vytyčenou trasu, nevyhledává pohodlné ubytování a většinou se tak setkává s nižší sociální třídou lidí. Jeho cestování vůbec je realizováno při nízkonákladovém rozpočtu, ale získané poznatky jsou nejhlubší ze všech čtyřech typů.

Pro přehlednost přikládám schéma Cohenových typů turistů:



**Valene Smith** (1989: 11-13) zakládá svou typologii turistů na kritériu jejich množství a ochoty či schopnosti přizpůsobit se normám místních společenství a jejich následného vlivu na hostitelskou komunitu. Podle toho dělí turisty do sedmi kategorií. Pro přehlednost zde uvádím tabulku znázorňující typ turisty, množství turistů tohoto typu a adaptaci na místní normy. Autorka dále odvozuje, že dopad turistů typu 1 až 4 na místní společnosti je nejmenší a naopak 5 až 7 největší.

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

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

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

**Van den Berghe** (1994: 4-7) stanovuje jednoduchou definici, která říká, že turista je ten, kdo cestuje pro potěšení, pro radost. Tato stručná definice s sebou ale nese problém, že i výlet metrem do kina by mohl být považován za turismus. Zde vidíme, že je třeba komplexnější vymezení. Autor dále zahrnuje původ turisty – musí nutně pocházet z rozdílné komunity, ať již z jiného místa či z jiné kultury. Turismus je tedy činnost, kterou si člověk ve svém volném čase vybírá a vykonává ji jen za jejím účelem. Turistu můžeme poznat podle jeho chování (fotografování, průvodce či mapa v ruce,...), ale to neznamená, že každý člověk, který fotografuje, musí být nutně turista. Co dělá z člověka turistu, by se dalo nazvat „vytržením z běžného života“. Dějiště turismu je tedy místem, kde se protíná mimořádný svět turisty s běžným světem hostitele.

**Erik Cohen** (1974: 553) definuje turistu jako „cestovatele, který cestuje dobrovolně, dočasně a s očekáváním požitku z poznání něčeho nového, změny prožité během relativně dlouhé, neopakovatelné cesty.“<sup>12</sup>

Nyní se tedy dostávám k mému vymezení pojmu turista. Z předchozího přehledu vyplývá, že existuje několik možných způsobů pohledu na toto téma. Na jedné straně snaha generalizovat turistu podle mne opomíjí specifickou turistu jako jedince, jeho osobnost, rozdílnou motivaci, zkušenosti a kulturní kontext, ze kterého pochází. Přesto si uvědomuji, že pro vědeckou práci je třeba jistého zjednodušení a vytvoření určitých kategorií. Z těchto vymezení plyne několik společných znaků turisty, které zde rozšiřuji v syntézu definice turisty:

1. turista cestuje dobrovolně a smyslem jeho cestování je cestování samo o sobě. Turista si dobrovolně vybírá, že podnikne cestu.
2. jeho cesta je časově omezená a má jisté trvání – zde jistě vyvstává otázka po časovém vymezení. Přesná délka pobytu na daném místě (popřípadě celková doba strávená na cestě) ale není příliš důležitá. Samozřejmě ovlivňuje turistovo poznání určitého místa, ale pro definici není podstatná. Turistou je člověk cestující měsíc po Mexiku i člověk trávící víkend v Paříži. Určující v tomto bodě je omezenost pobytu turisty v dané lokalitě.
3. turista investuje do cestování svůj volný čas, který by mohl využít i jinak. S tím se pojí i finanční aspekt – stejně jako volný čas investuje turista do cestování i své finance.

---

<sup>12</sup> „a voluntary, temporary traveler, traveling in the expectation of pleasure from the novelty and change experienced on a relatively long and nonrecurrent round trip“

4. turista cestuje pro potěšení, pro radost. Každému člověku přináší toto potěšení něco jiného, proto považuji za užitečné výše zmíněné typologie turistických motivací.
5. účelem cestování může být v principu cestování samotné a jeho podstatou je hledání odpočinku – ať už aktivního či pasivního.
6. turista hledá něco nového, „neokoukaného“, odlišného od toho, co zná doma. Zde se hodí Van den Bergheovo (1994: 4-7) „vytržení z běžného života“.
7. s tím souvisí původ turisty, důležitá je ona rozdílnost zaručená buď rozdílností místa či kultury původu (nebo alespoň komunity).
8. neopakovatelnost cesty je daná její časovou omezeností a mnohdy i vzdáleností, popřípadě časovou či finanční náročností. I v případě, že turista jezdí stále na stejné místo, je každá jeho cesta jiná, neopakovatelná: sama destinace se mění, dochází ke změnám na obou stranách interakce – hostitelské i turistické. S tímto bodem se pojí následky turismu, které destinaci mění.

Vymezení definice musím doplnit úskalím, jehož jsem si vědoma. Co například lidé cestující za prací či z důvodu pracovní cesty pobývající mimo svůj domov? Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) na tuto otázku odpovídá ve své definici turisty jako „dočasného návštěvníka určité země, který se na daném území zdrží alespoň 24 hodin a jehož cestovní motivy jsou volný čas, obchod, rodina, mise nebo konference“<sup>13</sup>. Z antropologického pohledu úplně nevidím důvod, proč limitovat pobyt minimem 24 hodin, ale naopak s motivacemi turistů bych byla opatrnější. Kategorii obchodní či studijní motivace jde těžko zobecnit, jelikož mezi takovými návštěvníky mohou být lidé, kteří během své cesty využijí každou volnou chvíli na poznávání daného místa, ale i ti, kteří z důvodu pracovní vytíženosti skoro ani nepoznají, ve které zemi se zrovna nacházejí. Často se dnes také setkáváme s fenoménem expatriace, přestěhování se do jiné země z důvodu práce, studia, vztahu, atd. Ty, kteří zůstávají na novém místě natrvalo, můžeme vyloučit. Ale co ti, kteří žijí v jiné zemi s vědomím ohraničenosti svého pobytu, např. lidé s pracovní smlouvou na půl roku, rok nebo dva? Člověk, který v dané zemi pracuje či žije jako místní obyvatelé může být těžko plnohodnotný turista. Částečně se chová jako místní – bydlí tak, chodí do práce, atd., ale částečně se bude stejně chovat i jako turista – když bude poznávat nová místa či jiné zvyklosti místní kultury.

---

<sup>13</sup> Dostupný na [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

## 2.2.1 Turista versus antropolog

Dean MacCannell trefně cituje Claude Lévi-Strausse, který ve svém díle *Smutné tropy* (1966) jednoduše píše: „*Cestovatelství a cestovatele nenávidím, a teď se tu chystám vyprávět o svých vlastních výpravách. Ale jak dlouho to také trvalo, než jsem se k tomu odhodlal!*“<sup>14</sup> MacCannell (1989: 9) dodává svůj zážitek: „*Jeden z mých studentů, mladý muž z Iránu zanícený pro revoluci, se napůl zajíkal a napůl křičel, když mi říkal: 'Přiznejme si to, všichni jsme turisté!' Poté vstal a s obličejem zkřiveným něčím, co se mi zdálo být nenávistí k sobě samému, dramaticky zasyčel: 'Dokonce i já jsem turista.'*“<sup>15</sup>

Rysem naší doby je zvyk lidí, kteří se v něčem shodují, zároveň bojovat za distancování se. Myšlenka morální nadřazenosti je již velmi stará, ale můžeme ji vidět stále ve vztahu majoritní společnosti k cizincům, Romům, homosexuálům a jiným minoritním skupinám. Vymezení se skrze morální stereotyp turisty uvádí naše moderní vědomí na scesti, odkud se ubírá zvláštními cestami, rozděluje se a dostává se často do opozice k sobě samému. Turisté nemají rádi turisty. Slovy Nietzscheho, Bůh je mrtev<sup>16</sup>, ale lidská potřeba být svatější než jeho druzi žije dál. A tato náboženská tendence povýšit se nad ostatní přetrvávala nejen v naší pracovní etice, kde ji nachází Max Weber, ale rozšířila se i do oblasti volného času. Dean MacCannell hovoří o skutečném turistovi – tím je pro něho osoba ze střední třídy, která ráda poznává památky za účelem hledání zážitků. Cestování bylo nejdříve činností vlastní hrdinům (Alexandr Veliký), poté se přeneslo jako cíl sociálně organizované skupiny (Křižáci) a přes znamení statusu celé společenské třídy (Velké cesty britských Gentlemanů) se stalo univerzálním zážitkem (turista). Termín turista autor dále používá i jako model obecného moderního člověka v metasociologickém smyslu. Naše chápání moderní civilizace se vynořuje v mysli turisty.

Turisté nejsou kritizováni za to, že odjíždějí z domova, aby se účastnili turistického rituálu a viděli památky. Kritizováni bývají za to, že jim ke spokojenosti stačí povrchní dojem z ostatních lidí či míst. (MacCannell, 1989: 10) S tímto jsem se také setkala v obou svých výzkumech. Respondenti se často zastyděli nad tím, že toho o Tzotzilech v Chamule moc

---

<sup>14</sup> „Claude Lévi-Strauss writes simply: 'Travel and travellers are two things I loathe – and yet here I am, all set to tell the story of my expeditions.'

<sup>15</sup> A student of mine in Paris, a young man from Iran dedicated to the revolution, half stammering, half shouting, said to me, 'Let's face it, we are all tourists!' Then, rising to his feet, his face contorted with what seemed to me to be self-hatred, he concluded dramatically in a hiss: 'Even I am a tourist.'“

<sup>16</sup> Tato myšlenka se poprvé objevuje v Nietzscheho *Radostné vědě* (2001)



nevědí, že neznají mayská etnika či mayskou historii. Obrannou reakcí, jak omluvit svou nevědomost, byl častý příslib, že až se vrátí domů, danou problematiku si dostudují. Jedna paní ze staršího páru chtěla přímo doporučit nějakou odbornou knihu o Mayích. Slovy MacCannella (1989: 10): „*turistický stud není založen na tom, že je člověk turistou, ale že není turistou dostatečně, že selhal ve vidění všeho přesně tak, jak to má být viděno.*“<sup>17</sup> Kritika turismu tedy spočívá v touze dostat se dál než pouhý turista a dospět k hlubšímu, opravdovému pochopení a poznání kultury a společnosti. Toto poznání nemusí být nutně jen na intelektuální rovině, může se jednat i o lepší poznání místní kuchyně, zvyků, života,... Tato touha je součástí většiny turistických motivací k cestování, pouze u každého člověka se objevuje v jiné míře. Pro některé turisty může být touto hlubší účastí už jen návštěva místního trhu a ochutnání exotického ovoce, pro jiné turisty je to právě poznání spojeno až s bydlením v domorodých rodinách.

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

---

<sup>17</sup> „touristic shame is not based on being a tourist but on not being tourist enough, on a failure to see everything the way it 'ought' to be seen.“

Podle Wagnera (1981: 2) používá antropolog vlastní kulturu ke studiu kultury jiné, „*je nucen zahrnout sebe a svůj způsob života do svého zkoumání a studovat tak i sebe samého.*“<sup>18</sup> Turisté sice Maye nezkušejí, také používají svou kulturu k porozumění, porovnání a asimilaci mayské kultury. Způsob, jak vidí a zažívají Maye je podobný antropologickému, oba používají svou kulturu, aby se vztahovali ke kultuře druhých. Podle Wagnera (1981: 4) „*můžeme vlastně říci, že antropolog 'vynalézá' kulturu, o které si myslí, že ji studuje, a že vztah je skutečnější, protože jde o určité chování a zážitky než jen o věci, ke kterým by se 'vztahoval'. . . V prožívání nové kultury zjišťuje terénní výzkumník nové možnosti a způsoby života a u mnohých dokonce dochází ke změně osobnosti. Zkoumaná kultura se pro něho stává 'viditelnou' a poté 'uvěřitelnou', nejdříve ji uchopuje jako odlišnou entitu, způsob dělání věcí a poté jako způsob, kterým by mohl věci dělat on . . . Můžeme říci, že předtím neměl žádnou kulturu, protože kultura, ve které člověk vyrůstá, nikdy není úplně 'vidět' - je brána za samozřejmou a její předpoklady za jasné. Pouze skrze takovéto 'vynalézání' může být uchopen abstraktní význam kultury a pouze skrze zkušenost tohoto kontrastu s vlastní kulturou se může stát 'viditelným'. V procesu vynalézání jiné kultury vynalézá antropolog svou vlastní.*“ Wagner upozorňuje na vztah mezi antropologovým zážitkem kultury druhých a procesem sebereflexivity, skrze niž zviditelňuje kulturu vlastní. Takto můžeme chápat vztah mezi turistickým zážitkem mayské kultury a sebeuvědoměním si kultury vlastní. Turismus se stává prostorem, skrze který turisté vynalézají vlastní kulturu vynalézáním indiánské kultury ritualizací Mayů. Vynalézáním kultury druhých vynalézají turisté i svou vlastní. Jde o proces tvorby identity, tedy sociální proces zviditelnění vlastní kultury, rozlišení my a oni odpovídající řádu, podle kterého turisté rozumí světu.

### 2.3 Turistické hledění hledáčkem fotoaparátu

„*Fotoaparát a turismus jsou dva jedinečně moderní způsoby definování reality.*“<sup>19</sup> (Horne, 1984: 21) Fotografování a turismus k sobě neodmyslitelně patří. Od vynálezu fotografie v roce 1839 došlo k obrovskému rozmachu a rozšíření tohoto média mezi širokou veřejností. Za skoro 180 let se transformoval pohled člověka na svět právě skrze objektiv fotoaparátu.

---

<sup>18</sup> „he is forced to include himself and his own way of life in his subject matter, and study himself.“

<sup>19</sup> „The camera and tourism are two of the uniquely modern ways of defining reality.“

Fotografování již dávno není doménou pouze profesionálů, dochází k obrovské laicizaci tohoto oboru. Neustálý technický pokrok a zjednodušování ovládání vede k tomu, že dnes je skoro každý člověk fotografem. Kromě fotoaparátů je třeba zmínit největší trend posledních let - tzv. chytré telefony (smartphony). Odhaduje se, že do konce roku 2017 bude chytrý telefon vlastnit třetina světové populace (což představuje 2,6 miliardy lidí)<sup>20</sup>. Převratnou vlastností těchto zařízení je, že kromě telefonování a posílání SMS zpráv, mají spoustu jiných funkcí – jako například pořizování poměrně kvalitních fotografií a schopnost okamžitě je sdílet prostřednictvím různých komunikačních kanálů (především sociálních sítí). (Králová) Tyto chytré přístroje ovlivňují své majitele natolik, že u nich dochází k vývoji specifického způsobu chování. Lidská potřeba zážitky zaznamenávat, dokumentovat a sdílet je člověku z podstaty vlastní, ale dnes díky technické uskutečnitelnosti a přístupnosti jakoby sílila a nutila člověka zážitky polapit uvnitř mobilního telefonu a poté je poslat do světa.

To s sebou nese nové nazírání světa, včetně jeho způsobů. Crang (1999: 243) odhadoval v roce 1999 množství vyfocených snímků na 60 miliard ročně. Rozšíření digitální fotografie umožňuje lidem fotografovat v ještě větším rozsahu. Za 80 let od vynálezu fotoaparátu po jeho první komerční model bylo vyfotografováno několik milionů snímků.<sup>21</sup> Do roku 1930 vzrostl počet vyfotografovaných snímků na miliardu ročně. Za dalších třicet let se tento počet ztrojnásobil. Toto číslo od té doby závratně roste. V roce 1970 to bylo 10 miliard snímků ročně, roku 1980 již 25 miliard, roku 1990 dosáhl počet fotografií 57 miliard ročně a v roce 2000 se zvýšil na 86 miliard. Podle odhadu odborníků se v roce 2012 dostává počet snímků na neuvěřitelných 380 miliard. Ve stejném roce je na sociální síť Facebook nahráváno 300 milionů fotografií denně.<sup>22</sup>

Samozřejmě lze na tento trend nahlížet pozitivně i negativně. Lidé zastávající se výhod moderních technologií argumentují tím, že i přes velkou místní vzdálenost mohou blízcí lidé sdílet do velkých detailů své zážitky a informace. Rychlý přenos zpráv, fotografií a videí pro nás znamená na jednu stranu časovou úsporu (během pár minut můžeme odeslat a přijmout spoustu materiálu, jehož sdílení jinými způsoby by nám trvalo mnohonásobně déle), ale na druhou stranu i časovou náročnost (obrovské množství informací nás zahlcuje). V srpnu roku 2012 se v italském týdeníku L'Espresso k této problematice vyjadřuje známý spisovatel a

---

<sup>20</sup> Dostupný údaj na <http://www.statista.com/topics/840/smartphones/>

<sup>21</sup> <http://www.buzzfeed.com/hunterswarz/how-many-photos-have-been-taken-ever-6zgv#.sgAOxaMRz>

<sup>22</sup> <http://blog.greenhousing.cz/statistiky-internetu-pro-rok-2011/>

sémiotik Umberto Eco (2012)<sup>23</sup>. Jeho článek je kritikou současné všudypřítomné potřeby lidí zachytit události, které vidí a následně je sdílet pomocí internetu. Podle autora lidé, kteří se ocitnou u určité události, nemyslí na nic jiného a tím přicházejí o jakékoli pochopení onoho děje. Eco hovoří o „využívání mechanického oka na úkor mozku“. Lidé dále a dále fotografují vše, co spatří a to je odsuzuje, aby zapomněli to, co zachytili předchozí den. To s sebou nese nemožnost zachovat si vzpomínku sám pro sebe a tímto zachycením události se člověk od ní odpoutává. Tento článek získal mnoho přívrženců a může nám přijít paradoxní, že jistě většina z nich si jej přečetla právě na internetu (ať již na chytrém telefonu, tabletu či notebooku).

Fotografování se stalo sociálně konstruovaným způsobem vidění a zaznamenávání, které má podle Johna Urryho (2002: 127) následující charakteristiky. Zaprvé, fotografovat znamená určitým způsobem si přivlastňovat fotografovaný objekt, jde tedy o vztah moci, vlastnění a poznání. Vizuálně poznat předmět znamená mít nad ním moc, i když jen krátkodobou. Fotografie krotí nahlížený objekt, proto za nejpozoruhodnější fotografie jsou považovány ty, jež byly pořízeny v exotických kulturách či dalekých zemích. Za druhé se zdá, že fotografie je způsob přepisu skutečnosti. Snímky se zdají být malými kousky skutečnosti, které přinášejí důkaz o tom, že se něco opravdu stalo, že daný člověk opravdu byl na daném místě. Přesto (za třetí) jsou fotografie výsledkem aktivní pracovní techniky, ve které si fotograf vybírá, strukturuje a tvaruje, co vyfotografuje. Je zde snaha vytvořit co nejideálnější snímek, který má zkrášlit fotografovaný objekt. Proto se fotografové snaží vyhnout na svých snímcích zachycování odpadků, aut, lidí, špatného počasí, atd. Vidíme pouze výřez reality a fotograf je ten, kdo určuje, co bude součástí snímku. V poslední době lidé dostali možnost fotografie jednoduše upravit již ve svém chytrém telefonu pomocí různých filtrů či dobarvení, aby byla fotografie co nejvýjimečnější. Za čtvrté, moc fotografie spočívá ve schopnosti vydávat se za miniaturizaci skutečnosti, aniž by byla odhalena její konstruovanost či ideologičnost. Za páté, fotografem se stává kdokoli, a tím se stává zároveň i sémiotikem. Záhy se naučí, že vlny třístící se o kameny označují divokou, nezkrácenou přírodu a že každý člověk s fotoaparátem kolem krku je nezbytně turista. Za šesté, fotografie zahrnuje demokratizaci všech forem lidských zážitků. Vše může být fotografováno a každý může fotografovat. Fotografie je součástí procesu postmodernizace. Každá fotografovaná věc či osoba se stává rovná těm ostatním, stejně zajímavá i nezajímavá. Barthes (1981: 34) si povšimnul, že na počátku fotografie byly snímky

---

<sup>23</sup> Dostupný na <http://www.mediar.cz/umberto-eco-v-tydeniku-lespresso-kamery-nas-pripravuji-o-prozitky/>

nápadného a dnes fotografie dělá nápadné vše, co je fotografováno. I banální věci originálně ztvárněné získávají popularitu. Za sedmé, fotografie dává tvar cestování. Je důvodem zastávek na cestě, častokrát jde o rychlé vyfocení („taking a snap shot“) a pokračování dál. Fotografie s sebou přináší závazek. Turisté cítí, že nemohou přijít o shlédnutí některých scén, protože by tím přišli o možnost vyfotografovat je. Cestovní kanceláře označují místa, kde by měly být pořizovány snímky („viewing points“). Velká část turismu se tedy stává hledáním fotogenického a strategií shromažďování fotografií a tím komodifikací<sup>24</sup> a privatizací osobního, zejména rodinných vzpomínek (West, 2000: 9). Zdá se, že toto nejvíce přitahuje kultury se silnou pracovní etikou, jako jsou Japonci, Američané a Němci - ti jakoby cítili závazek své kultury a „museli“ vše fotit a skrze fotografie si pamatovat. Za osmé, mnohý turismus obsahuje hermeneutický kruh. Cílem dovolené se stává soubor fotografií, které již ale byly viděny v brožurách cestovních kanceláří, v televizních programech či u jiných lidí. Když je tedy turista na jiném místě, snaží se najít a zachytit tyto obrazy pro sebe. A to končí dokazováním, že byli skutečně „tam“ pomocí ukazování své verze obrazů, které viděli předtím, než vyrazili. Turisté tedy mnohdy neusilují o přímo prožitou skutečnost, ale jde jim o její reprezentace. *„Lidé nahlížíjí ideální reprezentace toho, na co hledí. Ty si internalizovali z pohlednic a průvodců (a televizních programů a internetu).“*<sup>25</sup> (Urry, 2002: 78) Turismus je tím naprosto postmoderním jevem, jelikož v sobě zahrnuje kombinaci vizuálního, estetického, komerčního a populárního.

Od doby masového rozšíření fotografie spočívá cestování v „dobrých výhledech,“ které lze zachytit na film či digitálně. Objekty a technologie fotoaparátů utvořily povahu cestování, místa (sites) se stala památkami (sights) a stvořily, co je důležité vidět a které snímky a vzpomínky je nutné si přivést. Fotografie tedy byla klíčová pro vývoj turismu a dala mu tvar. Oba tyto procesy jsou od sebe odvozeny a navzájem se ovlivňují. Kdyby nebyl vynalezen fotoaparát, bylo by dnes „turistické hledění“ zcela jiné.

---

<sup>24</sup> Z ang. slova commodification; podle slovníku cizích slov jde o „proměnu či přeměnu toho, co normálně není zbožím (komoditou) na zboží, předmět směny, např. vysokoškolské vzdělání, lidské tělo či kulturní dědictví“

<sup>25</sup> „What people ‘gaze upon’ are ideal representations of the view in question that they internalise from postcards and guidebooks (and TV programmes and the internet).“

## 2.4 Rituál turismu

Stejně tak, jako je studium rituálů klíčové pro antropologii, je i turistický rituál zásadní pro antropologické zkoumání turismu. České slovo rituál pochází z latinského „ritualis“, tedy „obřadný“. V literatuře se běžně používá pro pojmenování způsobu chování založeného na tradičních pravidlech<sup>26</sup>. R. A. Rappaport (1999) definuje rituál jako „*posloupnost jednání, kterou si účastníci nevytvářejí na místě sami*“. Vzhledem k opakovatelnosti slouží rituál k upevnění společenské organizace a norem, nemá tedy účelově-racionální funkci, ale spíše funkci integrační. Rituály jsou součástí kultů a náboženství; mohou být prováděny při zvláštních příležitostech či v uzavřených skupinách lidí; jednotlivcem, malou skupinou lidí či celou komunitou; probíhat mohou na libovolných místech nebo jen na místech k tomu určených a buď veřejně či v soukromí.

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

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

Rituál je jednou z mnoha kulturních univerzálií, přesto se svou podobou, obsahem i sociální funkcí liší napříč kulturami. Antropologové se zajímali především o roli rituálu ve strukturování životních krizí, lidského vývoje, náboženského přijetí či zábavy. Teorii rituálů se věnovali Victor Turner, Ronald Grimes, Mary Douglas a Arnold van Gennep. Biogenetický strukturalista zkoumá evolucionistickou strukturu rituálu u lidí. Současný teoretik Michael Silverstein (2006) říká, že rituál je sociální činností s cílem určité přeměny, často uvažované v prostředí

---

<sup>26</sup> Převzato z [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

věčnosti. Přeměny mohou být myšleny jako osobní (plodnosti, léčení), vesnické (oslavy svatých, náboženské poutě), národní (oslavy národních svátků) nebo mezinárodní (Vánoce).

Sociokulturní antropologie obecně definuje rituál jako „*stylizované konání se společensky chápanou symbolickou architekturou.*“<sup>27</sup> (Jafari, 2000: 511) Antropologie turismu z této definice vychází čtyřmi tendencemi. Za první, původ turismu byl vysledován k tradičním rituálním příležitostem (totemické události a putování). Za druhé, pozornost se obrátila ke strukturální podobnosti rituálu a turismu jako dvou celků. Za třetí byly identifikovány ritualistické aspekty turistického chování a za čtvrté byl zkoumán význam místních rituálních událostí jako faktorů atraktivity destinace pro turisty. Dále byla nastíněna podobnost struktury a funkce tradičního totemického rituálu a rituálu turismu.

Podle MacCannella (1989: 42 - 48) se vytváří posvátný objekt turistického rituálu procesem posvěcení určitého přírodního či kulturního artefaktu. Tento proces probíhá v několika fázích: od pojmenování památky přes zarámování, vyzdvižení, uložení a mechanickou reprodukci posvátného předmětu až po sociální reprodukci spočívající v pojmenování památek po něčem nebo někom slavném. Některým památkám je vzdáván hold stále, jiné jsou navštěvovány pouze jedenkrát. Podle Johna Urryho (2002: 10) „*může být turistické hledění překvapivě nestálé, hledající či očekávající stále něco nového či jiného.*“<sup>28</sup> Slovy MacCannella (1989: 192): „*cokoli je potencionálně atrakcí. Pouze čeká na někoho, kdo se bude obtěžovat zmínit to někomu jinému jako stojící za povšimnutí či vidění.*“<sup>29</sup>

Turner (1973, 1974) rozvíjí tyto komplexní procesy v analýze putování. Putování zařazuje jako přechodový rituál, přechod z jedné fáze do druhé. Tyto fáze jsou podle něho tři: první je sociální a místní odloučení od normálního místa trvalého pobytu a sociálních vazeb, druhou je liminalita<sup>30</sup>, během které se jedinec nachází v „antistruktuře mimo čas a prostor“, kde jsou přerušeny konvenční sociální vazby a dochází k intenzivním vazbám k přechodným komunitám a k přímé zkušenosti posvátného či nadpřirozeného a třetí fází je reintegrace jednotlivce do jeho původní sociální skupiny, ale většinou s vyšším statutem. Od analýzy

---

<sup>27</sup> „... stylised performances with a communally understood symbolic architecture.“

<sup>28</sup> „... the gaze of the tourist can be amazingly fickle, searching out or anticipating something new or something different.“

<sup>29</sup> „...anything is potentially an attraction. It simply awaits one person to take the trouble to point it out to another as something noteworthy, or worth seeing.“

<sup>30</sup> Pojem A. van Gennepa (*Přechodové rituály*, 1997)

putování vede spousty implikací k turismu (Cohen, 1988: 38-40; Shields, 1990; Eade and Sallnow, 1991). Turista se stejně jako poutník pohybuje ze známého místa své domoviny na místo vzdálené a poté se vrací zpět na místo původní. Na vzdáleném místě dojde k povznášejícímu zážitku. Tento zážitek je silně vázán na původní místo, ze kterého poutník či turista vychází. Turistický zážitek můžeme také chápat jako inverzi každodennosti. Turista pocházející z dobře situované vyšší střední třídy se chce stát na pár dní sedlákem a volí ekoturistický zážitek s ubytováním na farmě a naopak turista pocházející z nižší střední třídy se bude chtít stát na pár dní opečovávanou vrchností a zvolí si rekreační druh turismu s ubytováním v luxusním wellness hotelu. Dalším společným rysem poutníka a turisty je jejich místo na okraji společnosti, přejímají určitý způsob chování a využívají cestování k setkávání se se starými přáteli, vytváření přátelství nových a reflexi širšího sociálního kontextu a kulturních hodnot.

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

I když je turismus pevně ukotvený v rituálu, jak jsme si ukázali výše, některé rysy vykazovat nemusí. Obecně vzato nemusí docházet např. k prožívání pocitů společné harmonie a souznění (viz „Turisté nemají rádi turisty“ výše v textu). Na nižší úrovni ale i tato vlastnost rituálního chování platí – turisté často tvoří přechodné „skupinky“, ve kterých se náhodně setkávají a na část cesty se sdružují a cestují společně. Co se týče skupinových zájezdů, jejich účastníci se také často cestováním sblíží a někdy tak vznikají přátelství na celý život. Jinými slovy, rituál turismu je odlišný od jiných druhů rituálů v tom, že turismus neintegruje všechny své účastníky do definované komunity. Turismus je rituál modernity, kde komunity, ke kterým turisté patří, nejsou definované ani časem ani místem, ani kolem společného mýtu. Turismus dává smysl pouze ve vztahu k těm, kdo jej provozují a k turistickým předmětům, bez kterých by nefungoval. (Franklin, 2000: 12)



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

### 3. MEXIKO V KONTEXTU EL MUNDO MAYA



Pojmem el Mundo Maya, mayský svět se rozumí oblast Mezoameriky, která byla nejvíc ovlivněna mayskou kulturou. Tato široká oblast zahrnuje přes 150 archeologických nalezišť na území pěti dnešních států: Belize, Salvador, Guatemala, Honduras, Mexiko. Já se zaměřím na Mexiko a z něho jsem si vybrala dvě oblasti – jednou je Mayská riviéra, která je již zažitým označením pásu pláží a přilehlých měst a turistických resortů u Karibského moře, jež zasahuje přes mexické státy Quintana Roo a Yucatán. Druhou oblast ve státě Chiapas, konkrétně okolí San Cristobalu de las Casas, lze volně označit za součást la Ruta Maya – mayské stezky. Tento termín je používán pro více památek, v některé literatuře a průvodcích mnohdy termíny el Mundo Maya a la Ruta Maya splývají či se překrývají. Ve své práci je rozlišuji tak, že mayským světem je pro mne oblast všech pěti států, na kterých žila mayská civilizace a dodnes žijí její potomci. Mayskou stezku definuji jako síť mayských archeologických památek protkanou skrze oblast oněch pěti států, kde starodávni Mayové po sobě tyto památky zanechali. Nejznámějšími památkami jsou Chichén Itzá, Tulum, Cobá, Kabah, Uxmal, Palenque a další. Vzhledem k četnosti užívání tohoto termínu jím po vzoru některých autorů ale označuji nejen místa, kde dochází k setkání s historickými Mayi, ale i místa, kde dochází k setkání s Mayi dnešními. Proto volněji označuji právě San Cristobal a Chamulu jako zastávky na cestě la Ruta Maya.



Archeologická naleziště mayské kultury v Mexiku, Guatemale, Belize a Hondurasu  
(The Mayas, 1995: 46-47)

### 3.1 Riviera Maya jako antropologický terén

Podle definice Ottova slovníku naučného je pojem riviéra „*obecně užívaným názvem úzkého pobřežního pruhu při Janovském zálivu mezi Nice a městem La Spezia, chráněného Přímořskými Alpami a Ligurskými Apeninami, který se vyznačuje podnebím velmi příjemným a zdravým, úrodností a přírodními krásami, takže náleží k nejrozkošnějším evropským krajinám a je vyhledáván zvláště v zimě početnými turisty a chorobnými.*“ (Otto 2003) Riviéra se stala pojmem, který se přenesl na jakékoli „(mořské) pobřeží vhodné ke slunění a koupání“ (Rejzek 2001: 541). Slovo „riviéra“ pochází z italštiny a je výrazem pro pobřeží či území podél řeky či z latiny, kde označuje (říční) břeh. Riviéra se dnes běžně používá k označení pásů rekreačních letovisek na pobřeží, např. Makarská riviéra, Olympská riviéra, Benátská riviéra a další.

**Mayská riviéra** je turistickou oblastí vedoucí podél dálnice 307 ve státě Quintana Roo v Mexiku. Hlavními jejími turistickými destinacemi jsou: Cancún – ostrov Isla Mujeres – Puerto Morelos – Playa del Carmen – ostrov Cozumel – Puerto Aventuras – Akumal – Tulum. Riviera končí biosférickou rezervací Sian Ka’an jižně od Tulumu. Tato oblast přitahuje obrovské množství turistů, jelikož jim nabízí spoustu různých důvodů k návštěvě. Stručně je zde zmíním pro ilustraci komplexnosti turistických zážitků.

**Geograficky** je krajina Mayské riviéry rovinatá, zarostlá nízkým tropickým pralesem. Její pobřeží podél Karibského moře poskytuje mnoho kilometrů bílých písčitých pláží, zálivů, zátok a mangrovníkových mokřin. Stejně jako na celém Yucatánském poloostrově, nenajdeme zde žádné povrchové řeky, s výjimkou Rio Hondo na hranici s Guatemalou. Nejdůležitější laguny jsou v Cobá, severně od Tulumu, Bacalar, severovýchodně od hlavního města Chetumalu a Chichancanab mezi Santa Rosou a Polyucem. V oblasti je ale mnoho sladkovodních jeskyní „cenotes“, které byly vodními zdroji starověkých sídel mayské civilizace. Mayská riviéra je situovaná v blízkosti Středoamerického útesu, který je druhou největší soustavou korálových útesů na světě. Najdeme tam tvrdé i měkké korály a stovky druhů ryb a mořských živočichů. Ve vodách se prohánějí želvy, rejnoci a stovky druhů ryb a žijí zde úhoři, humři a krabi ve svém přirozeném prostředí. Pozorování podmořského světa nabízí návštěvníkům mnoho potápěčských center a cestovní agentury nabízí výlety se šnorchlováním či jízdy loděmi s proskleným dnem nebo prosklenými ponorkami. Další přírodní atrakcí jsou zatopené jeskyně „cenotes“. Před miliony lety byl Yucatánský poloostrov pokryt oceánem, a

proto dnes jeho vápenitá půda obsahuje zkamenělé korály a mořské dno. Nedostatek povrchových řek v celé oblasti kompenzuje síť podzemních řek a jeskyní, které jsou naplňovány dešťovou vodou, která se filtruje přes propustný vápenec a pak odtéká do moře. Během doby ledové většina podzemních jeskynních soustav vyschla a voda, která odkapávala skrz vápenec vytvořila tyto kamenné útvary, které se chlubí jedinečnými stalagtity a stalagmity. Když se podzemní řeky vrátily do svých řečišť, části vápencových klenb zerodovaly a sesuly se. Tím odhalily řadu sladkovodních propadlišť. Starodávni Mayové je nazývali „cenotes“ a uctívali je jako vstup do duchovního podsvětí. V blízkosti Mayské riviéry najdeme následující jeskynní systémy: Hidden Worlds, Aktun-Ha, Gran Cenote a Cristal y Escondido neboli Maya Blu. 24 kilometrů jižně od Tulumu se nachází biosférická rezervace Sian Ka'an, což ve starověké mayštině znamenalo „kde se rodí nebe“. 20. ledna 1986 byla prohlášena přírodní rezervací a spolu s územím, které k ní bylo připojeno v letech 1994 a 1998, se v současnosti rozprostírá na celkové rozloze 650 000 hektarů, což představuje 10% rozlohy státu Quintana Roo. Rezervace zahrnuje všechny hlavní ekosystémy střední Ameriky a Karibiku a můžeme tam najít až 800 známých druhů rostlin a 2161 různých druhů zvířat. Mexiko je také pověstné tím, že se na jeho pláži každoročně vrací spousta želv klást vejce. Z osmi druhů mořských želv, které obývají planetu, jich mexické pláže navštěvuje sedm. Jejich ochrana se nyní stala v Mexiku prioritní. Po pobřeží Mayské riviéry najdeme želví farmy – chovné stanice, které se snaží želvy ochránit. PROFEPA<sup>31</sup>, mexická prokuratura na ochranu životního prostředí, to vysvětluje ve svém prohlášení: *„Na mexických plážích jsou vejce těchto plazů zčásti sbírána a odborně chráněna do doby, než mláďata vylezou ze skořápek. Zbytek, tedy většina, zůstávají v hnízdech na místě, kde je samice snesly.“* Velkým problémem je stále to, že želvy často končí na talíři místních obyvatel, a proto se snaží záchranná centra vyučovat ve školách ochranu životního prostředí, vydávají články a časopisy a snaží se všemi cestami želvám pomoci. V ekologickém centru Akumal nabízí možnost „adopce“ malých želv. Dalším živočichem, bez kterého si nelze místní přírodu představit, je leguán. Turisté si je s velkou oblibou fotí a leguán se (spolu s tukanem) stal jakoby maskotem oblasti. Mezi pevninou a okolními ostrovy létá malá letecká společnost Aerotukán a po Mayské riviéře najdeme mnoho restaurací i jiných podniků a služeb, které mají ve znaku leguána.

---

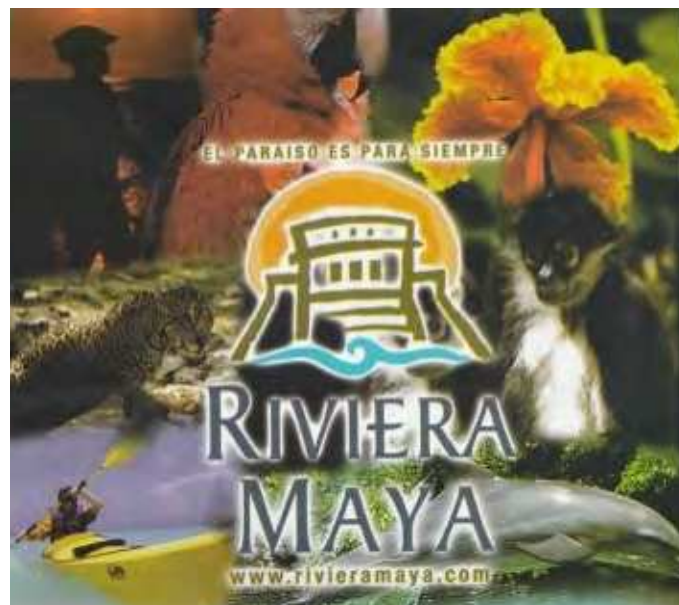
<sup>31</sup> Dostupný na <http://ceakumal.org>

Již Valene Smith (1989) zmiňuje vliv **magičnosti** místa na turistickou atraktivitu. Mnou vybraná lokalita láká návštěvníky nejen na magii spojenou se starodávnou mayskou kulturou, ale i kouzlo prostředí, možnost uvolnění, relaxace a odpočinku. Mnohé hotely nabízejí možnost masáží, zábalů těla, malých kosmetických zákroků, ale i cvičení jógy a provozování meditace. Mezi typickou techniku patří temazcali, což je očišťující parní lázeň z doby před příchodem Španělů. Jejím cílem bylo uzdravovat tělo a očistit mysl i duši. „Temazcali“ je slovo z jazyka nahuatl označující soukromou nebo veřejnou místnost pro parní lázeň. Tento hygienický a zároveň rituální zvyk byl velice populární především v Tenochtitlánu. Parní lázeň tvořila místnost s kameny na podlaze, které byly nahřívány a polévány vodou, aby vznikla pára (Longhena, 2006: 115). Velmi populární je také na takto kouzelném místě uspořádat svatbu, což činí lidé z celého světa a místní hotely a instituce jsou na to připraveny. Dokonce nabízí svatbu s mayskou tematikou – kosmické obřady se provádí na pláži, kde se podle místní inzerce spojují všechny čtyři přírodní elementy za přispění energie z okolních historických památek. Mayské obřady provádí mayský šaman napůl v mayštině a napůl ve španělštině a ještě jsou někým třetím překládány do angličtiny. Šaman prosí vesmír a přírodu o svolení ke spojení dvou lidských životů podle mayských tradic. Všichni jsou při obřadu bosí a oblečení v bílém a obřad končí v jeskyni (cenote), posvátném místě Mayů. Smočením ve vodě nevěsta a ženich dokončují očišťující rituál duše i těla a jsou připraveni vstoupit do nového, společného života.

Co se **sportovních aktivit** týče, poskytuje celá Mayská riviéra skvělé podmínky pro šnorchlování, potápění a jiné vodní sporty. Další sportovní vyžití nabízejí zábavní parky, které jsou nedaleko Tulumu dva: Xel-Há a Xcaret. Jde o uměle dovytvořené komplexy, které člověka s přehledem zabaví od rána do večera. Xel-Há znamená „místo, kde se rodí voda“ a na svých oficiálních stránkách se může pochlubit tím, že v roce 2014 získala cenu udržitelného rozvoje turismu v duchu ekologických principů. Mnozí průvodci doporučují spojit návštěvu historické památky Tulumu právě se zábavním parkem Xel-Há. Dalším vyhledávaným fenoménem je zábavnost nočních podniků. Na pobřeží Mexika přijíždí mnoho amerických studentů, především vysokých škol, kteří si chtějí užít prázdniny (spring break). Některá místa se pak mění v nikdy nekončící večírek. Američané si užívají toho, že v Mexiku považují člověka za plnoletého už v 18 letech, od kdy tedy může konzumovat alkohol. Cancún a Playa del Carmen se staly módním místem, kde se konají koncerty slavných DJů i interpretů a **noční život** je zde vyhlášený. Přes den létají kolem pobřeží malá letadla s vlajícími reklamními nápisy ohlašujícími, kde se ten den koná jaká zajímavá akce. Když nechce jít člověk sám, nabízí v

hotelech placené výlety do nočních podniků, s odvozem a konzumací v ceně. I historické památky nabízejí noční světelná a hudební představení znázorňující dramatickou minulost daného místa. Dalším důvodem, za kterým lidé jezdí na Mayskou riviéru, je **studium jazyka**. Jde především o studenty, ale najde se stále více lidí, kteří spojují svou dovolenou s výukou cizích jazyků. Nejvíce škol se nachází v Playa del Carmen a Cancúnu, ale i v Tulumu.

Z tohoto výčtu všech turistických aktivit a atrakcí na Mayské riviéře vyplývá, že motivace turistů pro návštěvu jsou komplexní, jde o souhrn několika důvodů a právě proto je tak hojně turisticky navštěvovaná. Já bych ráda zdůraznila hlavní motivaci návštěvníků Chichén Itzá a Tulumu – a tou je poznání historie a kultury mayské civilizace. Jak jsem zmínila definici Valene Smith (1989: 1), **historický turismus** zahrnuje návštěvy muzeí, chrámů a obecně památek s důrazem na slavnou minulost. Proto jsem si právě tuto oblast vybrala – turisté jako návštěvníci památek se účastní prohlídek s průvodcem a institucionalizovaný turistický průmysl zajišťuje vše potřebné. Styk s hostiteli je v tomto případě neosobní a vzdálený. V mé práci se budu snažit porovnat právě tento, historický druh turismu s turismem etnickým či kulturním, reprezentovaným mým prvním výzkumným místem, vesnicí Chamula.



### 3.1.1 Cancún

Cancún je sídlem municipality Benito Juárez a je nejvýchodněji položeným místem Mexika. Původ názvu města, jehož jméno bylo ve starší anglické literatuře psáno Cancoon (pokus o zachycení jeho správné výslovnosti), můžeme vysledovat do mayštiny a v překladu by znamenal „hnízdo hadů“ či „místo zlatého hada“ (méně uznávaný překlad) či „kouzelný had“. Znak municipality byl navržen Američanem mexického původu Joem Verou a je rozvržen na tři části: modrá barva reprezentující Karibské moře, žlutá symbolizující písek a červená jako symbol slunce se slunečními paprsky. Podle raných koloniálních zdrojů byl ostrov Cancún svým mayským obyvatelům znám jako Nizuc, což v yukatécké mayštině znamená „mys“ nebo „travnaté místo“. Bezprostředně po dobytí Španěly mnoho mayské populace vymřelo z důvodu nemocí, válek, útoků pirátů a hladomorů a zůstaly jen malé komunity na Isla Mujeres a ostrově Cozumel. Jméno Cancún, Cancum nebo Cankun se poprvé objevuje na mapách v 18. století.

Rozvoj území jako turistického resortu začal 23. ledna 1970, kdy měl ostrov Cancún pouze tři oficiální residency, opatrovníky kokosové plantáže Dona José de Jesús Lima Gutiérrez žijící na Isla Mujeres. Kolem 117 lidí žilo v okolí Puerto Juárez, rybářské vesnice a vojenské základny. Kvůli zdrženlivosti investorů podniknout riskantní investici v neznámé oblasti to byla vláda, jež financovala prvních devět hotelů. První zafinancovaný hotel byl sice Hyatt Cancún Caribe, nicméně prvním postaveným hotelem byl Playa Blanca, později Blue Bay Hotel a nyní Temptation Resort. V té době to byla elitní destinace známá svými nedotčenými bílými plážemi. Město začínalo vznikat jako turistický projekt v roce 1974 jako integrálně plánované centrum, průkopník FONATUR (Fondo Nacional de Fomento al Turismo, národní fond turistického rozvoje, dříve nazývaný INFRATUR). Od té doby podstoupila oblast celkovou transformaci z rybářského ostrova obklopeného hustým lesem a neobjeveným pobřežím na jeden ze dvou nejznámějších mexických resortů (spolu s Acapulcem). Světová Turistická Organizace WTO ocenila Trust podpory turismu Cancúnu 3. února 2007 cenou nejlepší z nejlepších za vynikající výsledky a dobré řízení. Tato cena Cancúnu zajistila neustálou podporu odboru školství a managementu vzdělávání WTO. Nejvíc dnešních obyvatel Cancúnu je z Yucatánu a jiných mexických států, zatímco počet Američanů a Evropanů se stále zvětšuje. Ve 21. století se narozdíl od zbytku Mexika Cancúnu vyhýbají krveprolití spojená s obchodem s nelegálními drogami, ale přesto je Cancún od 90. let 20. století známý jako prodejní místo drog turistům a místo praní špinavých peněz. V posledních letech převzala kontrolu nad

pašeráckými cestami skrze Yucatán skupina Los Zetas, jež se odštěpila od drogových kartelů zálivu.

Původní cíle projektu byly otevřít silnici spojující pevninu s ostrovem, navrhnout hlavní plán rozvoje a vybudovat provizorní letiště. Poté, co byla vybudována silnice, volal plán rozvoje po třech bodech: 1) vybudovat turistickou zónu bez rezidenčních budov, s hotely, nákupními centry, golfovými hřišti, přístavy a zázemím pro vodní sporty; 2) na pevnině vybudovat infrastrukturu pro osoby s trvalým pobytem a kompletní město se zázemím jako jsou komerční zóny, hlavní třídy, školy, veřejné budovy, nemocnice a tržiště; 3) vybudovat mezinárodní letiště. Rozvoj hotelové zóny probíhal ve třech fázích: 1) oblast od Bahía de Mujeres po Punta Cancún a pobřeží po lagunu Bojorquez; 2) od této laguny po Punta Nizuc a 3) od Punta Nizuc jižně k hranicím přírodní rezervace. Po rozvržení hotelové zóny následovalo budování centra města, části „el centro“ za použití konceptu „supermanzanas,“ architektonického rozdělení města do obrovských lichoběžníkových bloků oddělených širokými třídami. Uvnitř bloků byly plánovány fotbalová hřiště, parky, knihovny, kolem nichž vedou chodníky a stezky pro cyklisty. Rezidenční bydlení je tímto uspořádáním odizolováno od hluku a hustého dopravního provozu. Stavba začala hlavní třídou Tulum Avenue, u které byla také postavena radnice. Tato hlavní tepna směřující ze severu na jih svými 30 kilometry spojuje letiště s centrem. Novější design zbytku města se po rekonstrukci po hurikánu Gilbert roku 1988 drží stejného principu rozvržení. V rezidenčních čtvrtích vyšší střední třídy se staví levnější, identické jedno až dvoupatrové řadové domky. Přestože je Cancún mladým městem, má památník svého založení v podobě repliky staré letištní kontrolní věže. Ta původní byla provizorní dřevěná konstrukce, která byla jednou z prvních staveb v cancúnské historii. Věž je vysoká 15 metrů, má 45 schodů a základnu 5 krát 5 metrů. Památník byl postaven roku 2002 za přispění místní letecké společnosti Aerocaribe, ale byl zničen hurikánem Wilma roku 2005. Nová verze byla postavena roku 2010, opuštěna, ale později vrácena do původního stavu. Přímo ve městě se nachází několik mayských archeologických nalezišť. Las Ruinas del Rey se nacházejí přímo v hotelové zóně. O trochu větší areál el Meco se nachází na pevnině, jen kousek severně od hranice města, u silnice do Punta Sam. Mezinárodní letiště v Cancúnu odbavuje lety do



severní, střední i jižní Ameriky, Asie i Evropy a ročně jím projde průměrně 6,5 milionů cestujících.<sup>32</sup>

Zona hotelera, Cancún (archiv autora)



---

<sup>32</sup> Dostupný na <http://www.gob.mx/presidencia/articulos/mexico-en-el-top-10-rompe-record-turistico-en-2015>

### 3.1.2 Tulum

Tulum je turisticky hojně navštěvovaným městem nacházejícím se jižně od Playa del Carmen. Je ponořen v husté vegetaci, kde převládají popínavé rostliny, buganville. Tulum, ve státě Quintana Roo, má dnes přes 10000 obyvatel a jeho celková plocha lze pomyslně rozdělit do tří hlavních oblastí: mayské archeologické zóny, moderního hotelového střediska a samotného města Tulum. Staré město Tulum (**Tulum Pueblo**) bylo před několika lety tichou vesnicí dva kilometry vzdálenou od historické památky a turismus kolem ruin Tulumu byl omezen na několik malých obchodů a jednoduchých cabañas na pláži. Roku 2005 vzrostl počet stálých obyvatel Tulumu na 10 000. Tulum přesto zůstává typickým mexickým městem, kde najdeme turisty po večerech sedět v restauracích a barech a ve městě najdeme několik malých rodinných hotelů, které jsou o hodně levnější než ubytování na pláži.

Hotelová zóna (**Zona Hotelera**) krásných hotelů na pláži se rozrostla na desítky malých hotelů. Ještě před několika lety byly nejčastější možností ubytování levné cabañas na pláži. Nebyla v nich zavedena elektřina, proto jediná možnost získat světlo byla zapálením svíčky. Právě tento nádech romantiky dával Tulumu typickou atmosféru. V dnešní době se cabañas transformovaly na „eco lodges“ zdůrazňující ekoturistickou povahu ubytování blízko přírodě. Oproti starším zařízením tohoto typu již mají zavedenu elektřinu (ikdyž pouštěnu omezeně) a dokonce pokrytí wifi signálem. Stejně tak i ceny výrazně vzrostly za poslední roky. Spolu se změnou ubytovacích zařízení na luxusnější, dražší hotely se změnila i klientela a návštěvníci Tulumu. V minulosti to bylo happeningové místo baťůžkářů, mladých lidí hledajících volnost a alternativní způsob života bez moderních vymožeností. V duchu blízkosti s přírodou Tulum stále žije dál, ale přeorientoval se na úplně jinou společenskou třídu návštěvníků – na bohatší turisty, kteří hledají stejný klid, co dříve hledali baťůžkáři, ale nechtějí se vzdát moderních vymožeností. A tak se z Tulumu stalo trendy místo, kam jezdí celebrity a náročnější klientela. Stále platí, že čím více se vzdalujeme od historické památky, tím potkáváme luxusnější a úměrně tomu i dražší hotely. Stále to nejsou hotely v tom smyslu, jak si většina lidí představuje – vysoká budova s pláží a bazénem. Takové hotely v Tulumu nenajdeme. Všechny hotely tam mají maximálně dvě patra, jde spíše o komplexy chatiček zasazené v tropické vegetaci a v naprosté blízkosti pláže. Luxus spočívá v upravenosti areálu, vybavení bungalovů, možnosti využití procedur k regeneraci těla, ale vše se snaží o zdání naprostého sepětí s přírodou. Vzhledem k ekologickému duchu Tulumu, je většina hotelů postavena z místních materiálů, jako je vápenec, exotické dřeviny a palapové vějířovité listy, které se používají na střešní krytí

chatiček. Budovy jsou navrženy tak, aby zapadaly do přírody, využívají solární energii a často jsou dekorovány přídavným osvětlením svíček, což jim dodává tajemné kouzlo.

**Zona Archaeologica Tulum** je památkou jednoho z posledních mayských měst postklasického období. Byl významným přístavem a obchodním střediskem. Jeho původní jméno, před příchodem Španělů, bylo Zamá, což znamená „úsvit“. Toto pojmenování lze vysvětlit jeho polohou přímo u moře a situováním na východ, což umožňovalo každodenní uctívání východu Slunce. Jeho jméno ale může také znamenat „ohrazený prostor“, jelikož je ze třech stran obehnan zdi. (Tulum and Cobá Tourist Guide, 2006)

Nejstarší stavby této oblasti spadají do konce klasického období, z let 800/900 – 1000 n.l. Architektura jeví vliv puucké oblasti a má i vlastní prvky, zejména jemné dekorace nástěnných maleb. Ty se ale do dnešní doby nedochovaly. Začátkem postklasického období, tedy v letech 1000 – 1250 n.l. byla zřejmě ještě většina staveb používána jako obydlí.

V pozdním období postklasické doby, tedy 1250 – 1550 n.l., se prosadil architektonický „styl východního pobřeží“ a v této oblasti se začalo hodně stavět. Tou dobou se Tulum rozvinul jako městské, správní, náboženské a obytné sídlo a stal se strategickým obchodním místem poloostrova. Koncem tohoto období, po pádu Mayapánu, dosáhl Tulum vrcholu vývoje. Jako ostatní pobřežní města tohoto období obklopovaly původně i Tulum obranné zdi se strážními věžemi a průchody, ze severu na jih zeď měřila 443 metrů a z východu na západ 147 metrů. Z města vedlo několik cest do lesů ve vnitrozemí. Roku 1518, když přijeli španělští conquistadoři pod vedením Juana de Grijalva, žili ještě ve městě lidé a svatyně zasvěcená bohyni Ixčél na nedalekém ostrově Cozumel stále sloužila jako poutní místo. U hlavní vyhlídky v areálu je trefně umístěna pamětní turistická deska ilustrující překvapení Španělů, když spatřili mayská města:

*Jsi Juan de Grijalva, kapitán španělské lodi.*

*Plavíš se na průzkumné cestě z Kuby.*

*Přistál jsi na ostrově (Cozumel) obklopeném útesy,*

*kde se lidé schovávají, když tě vidí.*

*Nyní pluješ podél pobřeží, blízko od města s velkými stavbami a věžemi, které ti připomíná vzdálenou Sevillu.*

*Nepřistaneš, odpluješ pryč.*

*Sám sebe se ptáš: Kdo jsou? Jaká mají bohatství? Jsou nebezpeční?*

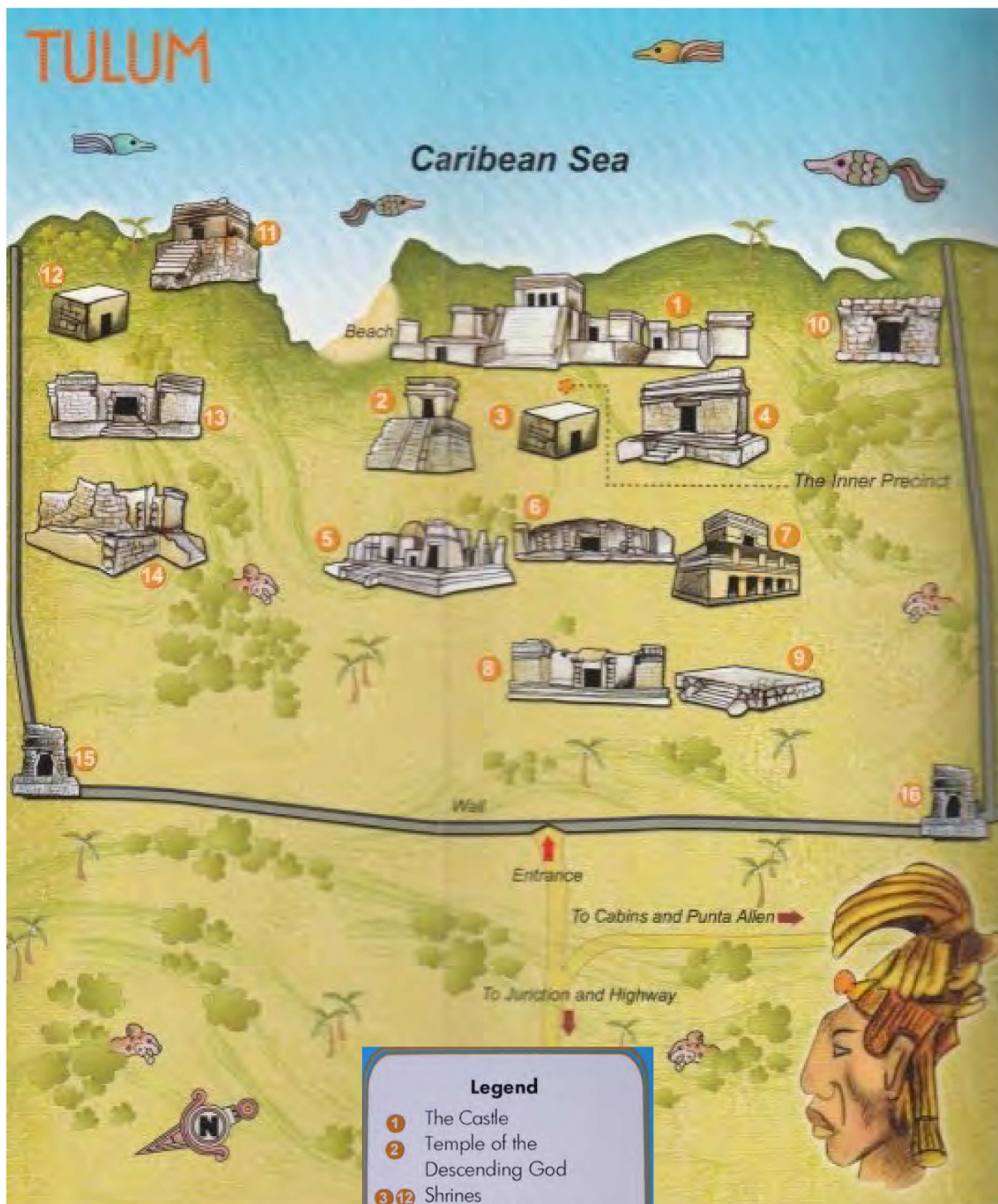
Po conquistě bylo město opuštěno a na dlouhou dobu zapomenuto. Roku 1841 objevili město slavní cestovatelé John Stephens a Frederick Catherwood.

Komplex archeologické zóny se vyznačuje charakteristickým znakem mayské architektury, kterým je jakýsi stupeň či schod, vedoucí kolem celé základny spodní nízké stavby. Vstup je většinou úzký se sloupy, jež v případě rozměrnější budovy slouží jako podpora. Místnosti mají v mnoha případech jedno až dvě okna a u zadní stěny oltář. Stropy bývají klenuté nebo opatřené trámy. Patrně nejpozoruhodnější stavbou komplexu je Templo de Las Pinturas (Chrám maleb). Jde o dvoupatrový objekt, vybudovaný v několika fázích v době kolem 1400 – 1450 n. l. Nejspíše sloužil jako observatoř k pozorování pohybu slunce. Jeho výzdoba patřila v Tulumu k těm nejpropracovanějším a na zdech můžeme vidět četné reliéfní masky a barevné nástěnné malby, které jsou částečně zrestaurovány. Hlavní motivy tvoří bůh deště Chaac a bohyně žen, porodnictví a medicíny Ixchel a na vnější fasádě najdeme výklenky se soškami dalších božstev. Nejvyšší stavba v Tulumu je chrám, strážní věž a pevnost v jednom, zvaná El Castillo, španělsky hrad. Zbytky sloupoví jasně hovoří o maysko-toltéckém vlivu Chichén Itzá. Široké venkovní schodiště vede k horní chrámové části, která má nad vstupem podpíraným sloupy tři výklenky se soškami. Povrch budovy byl původně omítnutý štukem a obarvený na červenou. V centrální části areálu se nachází Chrám fresek (Templo de los Frescos) datovaný do konce postklasického období. Vnitřní stěny zdobí původní fresky, v nichž převažují odstíny šedé a modré. Námět je mytologický, založený především na motivu tajemného božstva pojmenovaného podle pozice na většině zobrazení jako Sestupující bůh (Templo del Dios Descendente). Fresky silně připomínají styl maleb, jaký známe z mixtéckých kodexů z Oaxaky. (Tulum and Cobá Tourist Guide, 2006) Chrám Templo de la Estela kdysi skrýval stélu, která je dnes součástí expozice Britského muzea. Stéla byla opatřena mayským letopočtem 564, což způsobilo velký zmatek mezi archeology, kteří byli přesvědčeni, že Tulum byl osídlen o mnoho set let později. Podle dalších studií se usuzuje, že stéla původně pocházela ze sídliště Tankah, vzdáleného čtyři kilometry severně, odkud byla zřejmě do Tulumu později dopravena. Chrám boha větru Templo del Dios del Viento poskytuje nejlepší výhled na El Castillo s azurově modrým mořem v pozadí. Nejkrásnější záběry pocházejí právě z tohoto místa a proto je dost často přeplněno turisty.



Zona archeologica Tulum (archiv autora)





Plánek areálu archeologické zóny Tulum (Tulum and Cobá Guide, 2006: desky)

### 3.1.3 Chichén Itzá

Legendární zříceninu mayského města Chichén Itzá deklarovalo UNESCO roku 1988 jako kulturní dědictví a v červenci roku 2007 bylo zařazeno do novodobého seznamu sedmi divů světa. Tato metropole pochází z pozdně klasického až pozdně postklasického období (cca z let 600 n.l. – 1500 n.l.) a svého vrcholu dosáhla v 11. a 12. století pod mexickými vládci, kteří se tu usadili o století dřív. Název Chichén Itzá pochází z mayského Chich'en Itza, což znamená „v ústech studny Itza“. Itza byl název skupiny ekonomů a politiků a byla to složenina dvou slov – „itz“ znamenající magický a kouzelný a „ha“ označující vodu. Celý areál památky je rozlehlejší než ostatní podobné areály, je dlouhý 3 km a široký 1,5 km, ale architektonické skupiny jsou menší a roztroušené. (Torres, 2001)

V architektuře města jsou patrné dva slohy: sloh mayského období z 8. až 10. století a sloh období toltéckého z 11. a 12. století. Jistě jedním z nejvýraznějších rysů tohoto naleziště jsou chrámové pyramidy se sloupy pokrytými opeřenými hady, které byly zasvěceny Kukulcanovi, Opeřenému hadu, jenž byl bohem slunce a nebes a božským patronem Chichén Itzá. Těchto pyramid je v areálu sedm. Největší a nejstarší z nich je Castillo neboli hlavní Kukulcanova pyramida, vysoká 30 metrů, čtvercového půdorysu a z každé strany s 91 schody vedoucími vzhůru. Při západu slunce během jarní a podzimní rovnodennosti vytváří světlo speciální efekt, díky kterému sochy hadů po stranách schodiště vypadají, jako by se plazily po boku pyramidy. 91 schodů nebylo náhodným číslem – po sečtení všech schodů (i těch kolem základny) dostaneme číslo 365, což je počet dnů v solárním kalendáři. Na důležitost kultu Quetzalcoatla nás upozorňují časté dekorativní prvky, kamenné skulptury a basreliéfy. Je velice těžké oddělit historickou postavu legendárního krále Tuly a napůl lidskou a napůl zvířecí postavu starodávného a tajemného božstva. Quetzalcoatl – panovník Tuly byl údajně sesazen svým bratrem roku 987 n.l. a odešel se skupinou následovníků na východ a dorazil do Chichén Itzá. Tam mu dali Mayové jméno Kukulcán znamenající „opeřený had“. Údajně přinesl do Chichén Itzá rozsáhlé znalosti, zejména z oblasti umění, lékařství a kultury svého rodného města. (Morley, 1976: 168)

Chrám válečníků se architektonicky podobá nejvýznamnějším chrámovým stavbám v Tule a byl zasvěcen Kukulcánovi, jenž je zde oslavován jako jitřenka, jedna podoba planety Venuše. Budova má tvar masivní pyramidy o čtyřech stupních. Na vrcholu pyramidy Chrámu válečníků stojí antropomorfní oltář zvaný chacmool. V okolí chrámu zbyla Skupina sta sloupů, včleněna do přesně vyměřeného prostoru, kde každá část má specifickou funkci – hřiště či

velké lichoběžníkové náměstí. Z uměleckého vyjádření v Chichén Itzá je patrné, že toltécká společnost byla založena na vysoce militarizovaném sociopolitickém systému a její armáda se dělila na řád Jaguára, Orla a Kojota. Jeden z basreliéfů zobrazuje orly a jaguáry požírající lidské srdce a na jiném je scéna s vítěznými bojovníky, kteří vystavují lebky sťatých obětí.

V areálu se nachází sedm dvorců na míčové hry – šest z nich bylo využíváno ještě v době posledního osídlení a ten sedmý zmizel pod později postavenou terasou Monjas. Největší dvorec je 166 metrů dlouhý a 68,6 metrů široký (největší ve střední Americe) a nejmenší má rozměry 20 metrů krát 6 metrů. Uprostřed dlouhých čelních stran je kamenný kruh svisle zasazený do zdi.

Dalším charakteristickým rysem Chichén Itzá jsou velká sloupořadí, z nichž některá mají délku až 120 metrů. Archeologové v nich našli trůny, podle čehož se domnívají, že sloupořadí byla využívána jako poradní síně. Kolonády zcela obklopují Nádvoří tisíce sloupů, což je velké otevřené náměstí s rozlohou téměř 2 hektarů a nejspíš bylo využíváno jako tržiště.

Jednou z nejvýznamějších staveb je hvězdářská pozorovatelna, observatoř Caracol (v překladu „šnek“ či „ulita“), kulatá věž je 12,5 metru vysoká a stojí na pravoúhlé terase, skoro 10 metrů vysoké. Uprostřed věže je zděné jádro, v němž se vine vzhůru schodiště, které se právě podobá závitům hlemýždí ulity. Čtvercové otvory v silných zdech místnosti pozorovatelně při vrcholu částečně zachované stavby určují jisté astronomicky důležité linie pozorování. Jedna prochází západní stěnou a půlí zapadající slunce dne 21.3. o jarní rovnodennosti a jiné linie se shodují se západem měsíce téhož dne.

Na Casa de las Monjas neboli Kláštere jeptišek vidíme silný vliv puuckého stylu. Dekorace na hlavní fasádě oplývají maskami boha Chaca a Pozemského netvora, díky nimž má budova takřka barokní nádech. Na vstupní bráně je v oválném rámu zajímavý basreliéf – sedící postava seš zkríženými nohama a čelenkou z peří na hlavě. Interpretovat lze jako náčelník, kerého si lid povýšil na boha.

Mezi významné objevy archeologů, kteří na tomto místě dodnes intenzivně pracují, patří kotouč s mozaikou z tyrkysů a trůn Rudého jaguára, socha jaguára v životní velikosti pomalovaná červení a ozdobená sedmdesátitřemi kotouči nefritu imitujícími jaguáří skvrny. Tato mozaika byla nalezena pod podlahou chrámu Chac Moola v kamenné urně uzavřené víkem a trůn Rudého jaguára byl vykopán v chrámu pod Castillem. (Torres, 2001: 29)

V severní části města jsou dvě velké přírodní studny, „cenotes“, které v mayské době jistě silně přispívaly důležitosti tohoto sídliště. Cenote Xtoloc je zasvěcený božstvu stejného



jména a byl zásobárnou vody pro celé město. V poklasickém období platilo Chichén Itzá za nejposvátnější město na Yucatánu a přicházeli sem poutníci ze všech končin Mezoameriky a přihlíželi svrhávání obětí všeho druhu do posvátné Studny obětí.

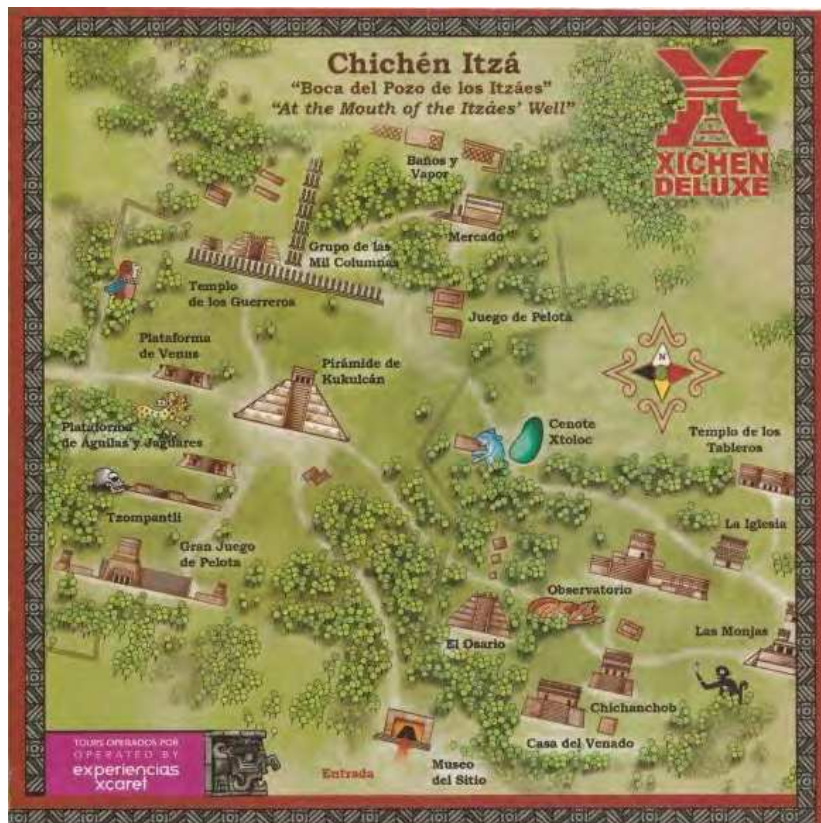
Pro turisty se koná v Chichén Itzá světelná a hudební show Mayská noc, kde je zachycena historie a tradiční rituály Mayů.

Zona archeologica Chichén Itzá (archiv autora)



El Castillo (nahore), oltář zvaný chacmool (dole)





Plánek areálu  
(propagační materiál)



Opeřený had



Chrám válečníků

## 3.2 La Ruta Maya jako antropologický terén

### 3.2.1 San Cristobal de las Casas

Spolu s unikátními mayskými ruinami v Palenque jsou koloniální město San Cristobal de las Casas, jako centrum kulturního a sociálního dění a mayská vesnice Chamula dvěma turisticky nejnavštěvovanějšími destinacemi ve státě Chiapas v jihovýchodním Mexiku. Mayská etnika obývají obě strany mexicko-guatemalské hranice a jsou hlavním lákadlem k četným návštěvám této oblasti. San Cristobal de las Casas a San Juan Chamula jsou sousedící municipality<sup>33</sup> ležící ve středním Chiapasu, v horské oblasti Altos de Chiapas. Tisíce mezinárodních turistů směřují do tohoto kraje s hlavním cílem najít a okusit etnickou „exotičnost“ mayských indiánů. Chamulská populace je celá mayská, zatímco San Cristobal je převážně mestický<sup>34</sup>. Rozlišení indiánů a mesticů nelze považovat za úplně nejjasnější. Indiáni jsou nazýváni mestici, jestliže jsou „pozápadnění“ (occidentalizados), tedy vzdají-li se původního jazyka, oblečení, náboženských praktik, stravovacích návyků, atd. (Batalla, 1996) V San Cristobalu nalezneme mnoho indiánů, kteří odmítají označení indián, aby zapadli do městského života mesticů. Popírají své indiánské kořeny a odmítají mluvit rodným jazykem. Naopak celá populace Chamuly je indiánská, protože se všichni považují za Chamulany, bez ohledu na vliv západu, který na ně stejně působí. Chamula je jediné municipio v Chiapasu, na jehož teritoriu nemohou přebývat mesticové. V jiných municipiích bývá etnické složení rozmanité, což je často příčinou sociálních, politických a náboženských střetů. Vztahy mezi San Cristobalem a Chamulou za sebou mají dlouhou historii. San Cristobal byl založen roku 1528 jako španělská osada Villa Real de Chiapa určená ke kontrole indiánských povstání proti španělské koruně. Od té doby má San Cristobal hegemonické vztahy k indiánským etnikům Chamuly. Dodnes si udržel své postavení jako středisko autority v oblasti. Četná literatura dokumentuje rasistické konflikty, sociální nerovnost a ekonomické využívání indiánů mestici. (de Vos, 1986, Pozas, 1962)

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

---

<sup>33</sup> „Mexický územně-správní systém nerozděluje stát na kraje a okresy jako u nás. Mexiko je federativní republika, která se dál dělí na jednotlivé státy a ty se skládají z municipalit. Každá svobodná municipalita (municipio libre) se skládá z více vesnic a její rozloha není příliš velká. V indiánských oblastech její hranice kopírují hranice předhispánských městských států, tzv. altepetlů, které tímto způsobem přetrvávají dodnes.“ (Hlúšek, 2005: 272)

<sup>34</sup> Španělsky mluvící mestici jsou nazýváni „ladinos“

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

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

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

San Cristobal a Chamulu jsem si vybrala jako místo vhodné ke studování etnického turismu, jež podle Valene Smith (1989: 1) je nabízen jako setkání se zvláštními zvyky domorodých, často exotických národů. Mezi turistické aktivity v destinaci vhodné pro etnický turismus patří návštěvy domorodých vesnic, tanců a obřadů a nakupování místních výrobků. Do této míry jsou podle mne mé lokality v Chiapasu vhodným příkladem, ale pokud by měla být splněna podmínka, že by tato místa měla být vzdálená od „vyšlapané cesty“ a přitahovat

pouze omezené množství návštěvníků s minimálním dopadem na hostitelskou oblast, tam to již tak platit nemusí. Musíme si uvědomit, že takto málo navštěvovaných komunit na světě dramaticky ubývá a že turisticky „vyšlapané cesty“ zasahují stále dál a dál. Pokud nám tedy nevyhovuje označení hlavní motivace návštěvy mou zkoumané lokality jako etnický turismus, můžeme se přiklonit k označení turismus kulturní. Jeho cílem je podle Valene Smith (1989: 1) kouzlo místa, mizející životní styl ukotvený v lidské paměti jako „starý“ či tradiční. Do tohoto typu turismu by Chamula zapadala právě svou blízkostí k San Cristobalu, spolu se kterým jsou vysoce turisticky exponovanými místy. Jistě se zde nabízí otázka, do jaké míry je návštěva Chamuly pro turisty autentická, zda zde opravdu mohou vidět život, kterým dnešní Mayové žijí, či zda se pouze nestylizují do role Mayů. Pokud bych ráda definovala, o jaký druh turismu se ve své lokalitě zajímám, musela bych jej označit syntézou dvou druhů jako etnicko-kulturní turismus.

### Plánek města (propagační materiál)

**Atractivos**

|   |  |  |   |  |
|---|--|--|---|--|
| 1 Palacio Municipal Plaza 31 de Marzo   | 9 Cooperativa de Textiles San Jotobil Museo de los Altos Lunes a Domingo 9:00 a 18:00 hrs. | 16 Museo de Trajes Regionales Sergio Castro Visitas Guiadas (previa reservación)                           | 23 Casa de las Artesanías de Chiapas Lunes a Domingo 9:00 a 14:00 hrs. 16:00 a 20:00 hrs. | 32 Templo de Guadalupe Lunes a Domingo 7:00 a 19:00  |
| 2 Catedral Lunes a Domingo 9:00 a 14:00 hrs. 16:00 a 20:00 hrs.               | 10 Templo de Mexicanos Lunes a Domingo 7:00 a 20:00 hrs.                                   | 17 Museo de las Culturas Populares Martes a Viernes 9:00 a 17:00 hrs. Sábado 10:00 a 14:00 hrs.            | 24 Templo y Arco del Carmen Lunes a Domingo 10:00 a 19:00 hrs.                            | 33 Templo Cuxitali Lunes a Domingo 7:00 a 19:00      |
| 3 Archivo Histórico Diocesano Templo de San Nicolás                           | 11 Mercado Público José Castillo Tielemans Lunes a Domingo 6:00 a 18:00 hrs.               | 18 Plazuela y Templo de la Merced Templo del Calvario Lunes a Domingo 7:00 a 14:00 hrs. 16:00 a 20:00 hrs. | 25 Centro Cultural El Carmen Lunes a Domingo 8:00 a 20:00 hrs.                            | 34 Teatro de la Cd. Hermanos                         |
| 4 Pasaje Diego Mazariegos Lunes a Domingo 8:00 a 20:00 hrs.                   | 12 Museo de la Medicina Maya Lunes a Domingo 10:00 a 18:00 hrs.                            | 19 Museo del Ámbar de Chiapas Martes a Domingo 10:00 a 14:00 hrs. 16:00 a 19:00 hrs.                       | 26 Mercado de Dulces y Artesanías Lunes a Domingo 7:00 a 22:00 hrs.                       | 35 Centro Comercial Lunes a Domingo 11:00 a 21:00    |
| 5 Teatro Daniel Zebadía Lunes a Domingo 9:00 a 21:00 hrs.                     | 13 Templo del Cerrillo Lunes a Domingo 7:00 a 20:00 hrs.                                   | 20 Delegación de Turismo Lunes a Domingo 8:00 a 21:00 hrs.   | 27 Templo de San Francisco Lunes a Domingo 7:00 a 14:00 hrs. 16:00 a 20:00 hrs.           | 36 CEDEM Lunes a Domingo 6:00 a 18:00                |
| 6 Museo del Jade Lunes a Sábado 11:30 a 21:30 hrs. Domingo 10:00 a 18:00 hrs. | 14 Museo Na Bolom Martes a Domingo 9:00 a 17:00 hrs.                                       | 21 Casa de la Cultura de San Juan Chamula Martes a Domingo 10:00 a 18:00 hrs.                              | 28 Templo de Santa Lucía Lunes a Domingo 7:00 a 20:00 hrs.                                | 37 Mercados Lunes a Domingo 6:00 a 20:00             |
| 7 Templo de la Caridad  | 15 Talleres de Labranza  | 22 Casa de la Cultura de San Juan Chamula Martes a Domingo 10:00 a 18:00 hrs.                              | 29 Templo de San Antonio Lunes a Domingo 7:00 a 20:00 hrs.                                | 38 Parque Los Humedales Lunes a Domingo 9:00 a 14:00 |

### 3.2.2 San Juan Chamula

Chamula je venkovská převážně tzotzilsky mluvící municipalita<sup>35</sup> s vesničkami roztroušenými po okolí. Název Chamula znamená „voda hustá jako z hlíny“ či „z vyschlého jezera“ (agua espesa, como de adobe). Co se historie týče, byla Chamula svébytnou a odlišnou kulturní entitou ještě před dobytím Ameriky Španěly (Gossen, 1974)<sup>36</sup>. Kroniky z té doby označují Chamulu jako jedno z hlavních center zalidnění v oblasti Altos de Chiapas. (Pozas, 1962: 17) Spolu s Huixtanem byla poslední, kdo přijal vůli dobyvatelů Luise Marína a Francisca de Mediny v roce 1524, kdy byla Chamula věnována jako územní dar (encomienda) Bernalu Díazovi del Castillo. Poté přežila následující staletí koloniálního útisku a vykořisťování. Řád dominikánů se snažil soustředit obyvatele roztroušených vesnic do populačních center (reducciones), což se podařilo roku 1550 a pouze do rozsahu tří center. Jejich pozůstatky jsou dodnes patrné na rozdělení Chamuly do tří barrií. Dále se Chamulové okrajově zúčastnili Tzeltalského povstání v letech 1712 – 1715. Po získání nezávislosti na Španělsku v roce 1821 následovalo období Chiapasu jako nezávislého státu (1821 – 1823) a pozdější rozhodnutí v referendu o připojení se k Mexiku a nikoli ke Guatemale. Situace Chamuly se ale nezměnila, proto došlo v letech 1869 – 1870 k tzv. cuzcatskému povstání a vzniku revitalizačního hnutí bojujícího za práva a moc indiánů. Symbolický čin ukřižování malého chlapce na Velký pátek roku 1868 odrážel synkretickou povahu hnutí (ukřižování následovalo křesťanskou doktrínu i návrat k původnímu kultu slunce). Obrana kultu dala vzniknout ozbrojeným tisícům indiánů, kteří týrali a zabíjeli ladinos (španělsky mluvící mestice), kteří hromadně utíkali z oblasti. Toto období bylo završeno neúspěšným vpádem do San Cristobalu roku 1868 a potlačení hnutí v následujícím roce. Během diktatury prezidenta Porfiria Díaze (1867 – 1910) byl hlavním problémem Chiapasu, stejně jako celého Mexika, nedostatek zemědělské půdy k obživě. To dohnalo mnoho Chamulanů do dlužního otroctví velkým statkům (haciendas). Mexická revoluce v následujících 7 letech znamenala pro Chamulu strádání, ať už pod jednou či druhou mocenskou stranou. Redistribuce země do rukou Chamulů ustanovená v Ústavě z roku 1917 začala až za prezidenta Lázara Cárdenase. Území Chamuly se díky kolektivní územní podpoře (ejidos) zvýšilo do roku 1968 na 364,5 km<sup>2</sup>, i když hustota obyvatel zůstala stále vysoká (73,6 osob na km<sup>2</sup>). Od 30. let 20. století došlo ke třem zásadním změnám: administrativní – za

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

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

prezidenta a starostu museli být voleni bilinguální vzdělaní muži a monolinguální stařešinové museli mít 8 španělsky mluvících zapisovatelů (escribanos), dále byla vybudována zpevněná silnice mezi Chamulou a jejím administrativním i rituálním centrem a za třetí bylo roku 1948 ustanoveno Koordinační centrum Tzotzilů a Tzeltalů (Centro Coordinador Tzotzil Tzeltal). Koncem 20. století cítili indiánští zemědělci, že byly jejich chudobné podmínky mexickou vládou dlouho přehlíženy. K tomu došlo roku 1982 k finanční krizi a Mexiko bylo nuceno k restrukturalizaci ekonomiky a nové územní reformě. Vláda prezidenta Carlose Salinase de Gortari se snažila uvolnit mexickou ekonomiku, odvolala garanci komunálně vlastněných ejidos a když v roce 1994 nastoupila v platnost Severoamerická dohoda o volném obchodu (North American Free Trade Agreement), cítili se indigenní obyvatelé úplně opomenuti. Tato nespokojenost vedla ke vzniku EZLN (Ejército Zapatista de Liberación), běžně označovaná jako Zapatistické hnutí. Své jméno odvozuje od Emiliana Zapaty, generála mexické revoluce 1910, který bojoval za práva chudých farmářů. Vše začalo ozbrojeným povstáním proti federální vládě roku 1994, kdy byla obsazena 4 města (nejvýznamnější San Cristobal), 600 statků a získána moc nad čtvrtinou státu. Zapatisty jsou především Tzotzilové a Tzeltalové a jejich mluvčí sub-comandante Marcos získal brzy pozornost celého světa. Po vytlačení Zapatistů ze San Cristobalu byli mexickou armádou ekonomicky a politicky odříznuti ve svých pevnostech v pralesi. Roku 1996 podepsaly obě strany mírovou dohodu. Od té doby proběhlo několik masakrů, nejznámější actealský roku 1997, kdy bylo v kostele zabito 47 indiánských uprchlíků. Roku 2000 obnovila EZLN svůj odpor a roku 2003 vyhlásila na zapatistickém území nezávislou autonomní vládu. Nyní jde hnutí především o vybudování zdravotnických zařízení a škol v mayských komunitách, o uskutečnění „6. Deklarace lakandonského pralesa“ (Sexta Declaración de la Selva Lacandona) a odstartování „Jiné kampaně“ (La Otra Campaña Zapatista).

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

Celková populace Chamuly čítala v roce 2003 59005 obyvatel<sup>37</sup> (podle ukazatele nad silnicí vedoucí do Chamuly to bylo v roce 2009 již 79000), což bylo 12.27% populace regionu a

---

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

1,50% populace státu. Rozvržení populace podle pohlaví bylo 47.58% mužů oproti 52.42% žen. Je pozoruhodné, že 72% populace je mladší 30 let a střední hodnota věku (medián) je 16 let.

Etnické složení Chamuly je dosti homogenní, 98.17% obyvatel je indigenního původu, z nichž 62.88% mluví pouze jedním jazykem (převážně pouze tzotzilem). Pro srovnání představuje indigenní populace 24.98% z celkové populace Chiapasu a zároveň 68.80% z populace regionu.

Zalidnění je soustředěno kolem kukuřičných polí (milpas). Jednou z tradičních zemědělských technik, která je společná většině horských etnik, je vypalování lesů za účelem získání půdy (slash-and-burn). Chamulané tak získávají půdu na pěstování kukuřice. Kvůli této metodě a dále vytěžování lesa vážně ubývá lesního porostu, který se těžko obnovuje. Mladá tráva rostoucí na vypálené půdě bývá spásána ovceci a přeměňuje se v erodovanou půdu, na které nic neroste. Hlavní subsistencí je trojice kukuřice – tykev – fazole doplněná brambory a zelím. Skoro každá domácnost vlastní stádo 6 – 15 ovcí na vlnu (na vlastní oděv, ale přebytek na prodej), ale skopové maso se skoro nejí. Slepice a krocani představují malý výdělek z prodeje vajec a bývají konzumováni a obětováni během slavností a rituálů. Někdy jsou chováni domácí králíci. Některé suroviny potřebné k rituálním praktikám (tabák, vosk, třtinový cukr, cukrová třtina, vonné esence z borovicové pryskyřice, tropické rostliny) musí být kupovány v San Cristobalu. Jen některé bohatší rodiny mají dost půdy, aby vyprodukovaly dostatek pro sebe a ještě jim zbylo na prodej. Dalším způsobem obživy je práce na kávových plantážích v údolí a samozřejmě obchod, tedy prodej vlastních výrobků (zejména turistům).

Jediným místem, které se stává více a více urbánním je cabecera municipal (správní centrum), a to díky zvyšující se hustotě osídlení, stavbě nových domů, zpevněných silnic a ulic. Cabecera municipal je politickým a náboženským centrem, kde sídlí místní náboženské i obecní autority, a kde se konají důležité veřejné události (mapa viz Příloha 2). Podle statistiky z roku 2000 žije 4.85% populace Chamuly v cabecera municipal a 95.15% obývá 109 venkovských lokalit, což reprezentuje 99.09% lokalit, ze kterých se skládá municipalita.

74.00% populace se hlásí ke katolictví, 3.89% k protestantsví, 2.31% k neevangelickým směrům a 18.00% bez vyznání. V Chiapasu a v celém Mexiku je to následovně: katolíků 64.28% (63.83%), protestantů 17.97% (13.92%), neevangelických směrů 3.57% (7.96%) a bez vyznání 12.46% (13,07%).



K těmto faktům a statistickým údajům se ještě vrátím při vyhodnocování výsledků mých rozhovorů. Pomohou mi odhalit, zda jsou turisté schopni odhadnout alespoň obecné charakteristiky a trendy vývoje v Chamule.



Vesnice San Juan Chamula (archiv autora)

Kostel San Juan Bautisty na náměstí Chamuly (archiv autora)



### 3.3 Vztah Českých zemí a Mexika

Dříve by se mohlo nám jako Středoevropanům zdát Mexiko dost vzdálené, ale v dnešní době globálního světa se vzdálenosti zmenšují a v Mexiku můžeme být za 12 hodin. I přes svou vzdálenost nám bylo v mnoha aspektech překvapivě blízké již v minulosti. Zájem Čechů o Mexiko a Mexičanů o Česko má historickou tradici. První písemné doklady tohoto zájmu najdeme již v polovině 16. století, kdy nám bylo Mexiko poprvé představeno v českém jazyce Zikmundem z Púchova. Bylo to roku 1554, kdy v Kosmografii české vychází podle latinské předlohy zpráva o „velikomocném městě Temixtitamu“, tedy aztéckém Tenochtitlánu, na jehož základech později vyrostlo dnešní město Ciudad de México. Josef Opatrný (2003: 192) zmiňuje jako první známý kontakt projednávání případu hereze brněnského rodáka Andrése Morába či Alemána ve 30. letech 16. století. Šlo o případ vojáka, později klenotníka, podezíraného z kacířství a deportovaného z Nového Španělska, jak byla tehdy oblast dnešního Mexika nazývána, zpět do Evropy. Poté přímé kontakty na čas ustaly, ale česká veřejnost mohla sledovat dění na americkém kontinentě na stránkách kosmografií, kalendářů a jiných tisků.

Ke změně došlo od přelomu 17. a 18. století, od kdy v Novém Španělsku působilo až na čtyři desítky jezuitů z českých zemí. V roce 1678 odjela první skupina jezuitů, z níž vynikli Josef Neumann a Simon Boruhradský (v Mexiku Simón Castro). První působil přes třicet let jako misionář mezi Tarahumary a roku 1730 vydává pražská univerzita jeho spis o nich. Druhý zástupce působil jako stavitel a architekt a ovlivnil vzhled koloniální architektury a odvodňovacího systému v centrálním Mexiku. Z misionářů se proslavili Jan Nentvig, autor popisu a map Sonory, Ignacio Tirsch, autor kreseb z koloniální Kalifornie a Václav Link, objevitel cest do Horní Kalifornie. Jezuité používali učebnice Jana Amose Komenského k výuce, zejména jazykové, ve svých vzdělávacích zařízeních po celém světě. V Mexiku se nachází škola „Juan Amos Comenio“, kde se žáci pyšní školními tričky s portrétem našeho velkého českého pedagoga. I sám Jan Amos Komenský projevoval o Mexiko a jeho obyvatele zájem. Podle historických záznamů působil od 80. let 17. století do roku 1767 v rozlehlých oblastech Ameriky – od Dolní Kalifornie po Chile – kolem sto padesáti rodáků z našich zemí.

Po deportaci jezuitů začínali do Nového Španělska přicházet další středoevropané. Sklářská firma Hiecke, Rautenstrauch a Zinke založila ve Veracruz a Ciudad de México své

prodejny. Dalším příchozím byl absolvent pražské univerzity botanik Tadeáš Haenke účastníci se Malaspinovy vědecké expedice na tichomořské pobřeží. Na počátku 19. století se v našich obrozeneckých časopisech objevují články a informace o této vzdálené zemi a současně podstatně vzrostl počet středoevropanů v Mexiku. V polovině 50. let se ve Veracruzu usadil sběratel orchidejí Benedikt Roezl, který je distribuoval do evropských zahradnictví, experimentoval s pěstováním jabloní a nakonec bojoval na straně Juárezových republikánů.

Největší událostí na poli česko-mexických vztahů byla jistě vláda „mexického císaře“, rakouského arcivévody Maxmiliána Habsburského v letech 1864 - 1867. Mexiko mělo čerstvě vydobytou samostatnost na Španělsku a zmítalo se vnitřními nepokoji a slabostí. Několikrát se změnilo státní zřízení a Mexiko bylo vnitřně rozděleno mezi konzervativce a liberály, mezi nimiž došlo v letech 1858 – 1861 k občanské válce. Obě strany se uchýlovaly k půjčkám ze zahraničí, především Velké Británie a Francie. Liberálové v čele s Benito Juárezem získávali vítězství. Mezitím se evropští věřitelé, Velká Británie, Francie a Španělsko, dohodli, že své zájmy zajistí obsazením mexického pobřeží a vybíráním cel. Španělsko a Anglie po dohodě o náhradách své jednotky stáhly, zatímco francouzští generálové vyrazili vstříc hlavnímu městu Ciudad de México, které obsadili a mexický odpor pod Juárezovým vedením se stáhnul do provincií. Napoleon III. Se rozhodl pro Mexiko nastolit monarchii jako ve Francii. Jako nejvhodnější kandidát panovníkovi i konzervativcům přišel arcivévoda Maxmilián Habsburský, jemuž roku 1863 mexická delegace nabídla císařský trůn. Ten ovšem nesouhlasil okamžitě, požadoval stvrzení svého nástupu mexickým obyvatelstvem. Podmíněný souhlas byl získán zmanipulovaným plebiscitem, na jehož základě Maxmilián v dobré víře a za podněcování manželky Charlotty souhlasil korunu přijmout. Potíže vlády byly na obou stranách, jak na republikánské u Juáreze, tak na císařské u Maxmiliána. Na podzim 1866 už bylo rozhodnuto o odchodu intervenčního sboru z Mexika a vojsko i úředníci houfně odcházeli. Maxmilián stanul před soudem a byl přes protesty evropských politiků popraven a jeho smrt zpečetila konec císařství. Za Maxmiliánova působení přijela do Mexika velká skupina Čechů. Podle odborníků můžeme najít stopy české vojenské kapely na mexické lidové hudební kultuře (podobnost písně La paloma a Hřbitove, hřbitove). Sbírkou výtvarného umění Maxmiliánova lékaře Františka Kasky obohacují sbírku Národního muzea v Praze.

Ve 20. století sehrál v česko-mexických vztazích důležitou úlohu Vlastimil Kybal, vyslanec v románských zemích a zakladatel Mexicko-československé společnosti šířící informace o Československu v Mexiku a působení výtvarníka Sokola na grafické škole v México

D.F. Země se opět sblížily – pozornost českého publika přitahovala mexická revoluce v letech 1910 – 1917. Tento zájem byl oboustranný – Mexiko bylo prvním státem na světě, který odsoudil ústy svého tehdejšího prezidenta Lázara Cárdenase mnichovskou dohodu a nikdy ji neuznalo. Když do Mexika doletěly zprávy o vypálení Lidic, pojmenovali po nich Mexičané jednu z městských čtvrtí dnešního hlavního města Ciudad de Mexico D.F. – San Geronimo de Lidice. Také jedna z hlavních ulic tohoto města nese jméno po našem prvním prezidentovi – Avenida Masaryk.

Nejznámějším českým exulantem byl Egon Ervín Kisch, který zde působil jako novinář (reportáže *Objevy v Mexiku*). Československo navštívil proslulý malíř Siquieros a česká hudební tělesa a Černé divadlo navštěvovaly pravidelně Mexiko. Je zajímavé, že dodnes mají obyvatelé Mexika o České republice (popřípadě o bývalém Československu) jasné povědomí, ví, kde leží a znají i osobnosti, jež nás proslavily (což jsem zjistila z vlastní zkušenosti). Český zájem o Mexiko se podle mého názoru stále zvyšuje. V českém jazyce vychází mnoho nových knih o historii a kultuře Mexika, jeho původních obyvatelích a jejich zvycích (viz podkapitola 3.4). Dnes už klasickým filmem je *Apocalypso*, vůbec první film o starobylé říši Mayů a jejím zániku. Pro zvýšení autenticity se po celý film mluví původním mayským jazykem Yucateca, kterým dodnes mluví původní obyvatelé Yucatánu. Mexiko můžeme také na odborné úrovni studovat na některých fakultách českých univerzit, zejména tedy na Univerzitě Karlově. Po celém světě můžeme pozorovat vzrůstající popularitu mexické kuchyně. Mexické speciality se často objevují i na jídelníčku „ryze českých“ restaurací. Zájem laické veřejnosti o Mexiko vzbuzují reklamy cestovních kanceláří i celkový mediální obraz Mexika zejména jako destinace poskytující historické poučení, kulturní zážitek a v neposlední řadě, rekreaci a odpočinek. Vzhledem k tomu, že se cestování, a to i na delší vzdálenosti, stává stále dostupnější, vyráží na poznávací cesty po Mexiku i na exotické dovolené do Karibiku stále více Čechů.

### 3.4 Mayští indiáni v literatuře

*„Před mnoha lety jsem chtěl v tomto projektu nalézt romantizovaného ‘druhého,’ mystický, duchovní svět nového věku, jiný než můj vlastní, zbavený obyčejnosti nákupních center, video her a americké populární kultury. Zprvu jsem byl náchylný vynechávat vše, co kompromitovalo chamulské Tzotzily jako mé idealizované, romantické ‘druhé,’ nositele ‘starodávných tradic.’ ... Nyní vím, že chamulští Tzotzilové stejně jako já nesou břemeno, ale i pýchu na to, kým byli a kým chtějí být a že mezi jejich a našimi životy panovala po staletí napjatá komunikace. Jsou si nás a naší invazivní kultury vědomi stejně tak jako my víme o nich.“ (Gossen, 2002: 1134)*

Na tomto místě bych se ráda věnovala reprezentaci mexických indiánů v literatuře a jak byli představováni evropskému světu. S tím souvisí počátky studia etnografie a antropologie na mexickém území. Dále se konkrétně zaměřím na stručný nástin antropologického bádání na území států Chiapas, Quintana Roo a Yucatán. Musím podotknout, že z důvodu mnohem většího počtu výzkumů a publikací vznikajících na území Chiapasu, jsou podstatně větší měrou zahrnuty i v mém přehledu prací, které jsou relevantní pro můj výzkum.

První systematictější popisy a zprávy o indiánech Nového světa spadají do období 16. století, tedy epochy střetu dvou naprosto odlišných kultur. Oldřich Kašpar<sup>38</sup> (2005) tuto epochu nazývá formativní období prehistorie etnografických a antropologických studií, jenž zahajují františkánští misionáři přicházející do Nového Španělska na pozvání španělského conquistadora Hernána Cortése v roce 1523. Ti se nejvíce angažovali na poli lingvistiky, historie a etnografie Mexika 16. století, o čemž vypovídá i poměr františkánských děl ku všem dílům napsaným v té době v nějakém indiánském jazyce či o něm: ze 109 prací jde o 80 františkánských. Vznikaly příručky, slovníky a Martín de Castillo sestavil souhrnnou zprávu o aktivitách františkánů v 16. a 17. století (Contribución de los franciscanos de los siglos XVI y siguientes 1676).

Mezi zakladatele mexické etnografie a antropologie patří františkánský vzdělanec vlámského původu, Pedro de Gante, který posílal v letech 1532 – 1552 dopisy císaři Karlu V. (Cartas de Emperador) a v náhuatlu vydal roku 1528 práci Doctrina cristiana en lengua mexicana (Křesťanská doktrína v mexickém jazyce). Mezi dalšími bych ráda jmenovala Toribia

---

<sup>38</sup> Systematický přehled antropologie na území Mexika jsem čerpala z článku Oldřicha Kašpara (2005: 243-258)

de Benavente, který přijal jméno Motolína (Ubožák) a roku 1541 dokončil dílo *Historia de los indios de la Nueva España* (Dějiny indiánů Nového Španělska) a především Bernardina de Sahagúna, který dal podnět ke vzniku nejvýznamnějšího pramene k etnografii a historii nahuaských etnik a zejména Aztéků, *Historia general de las cosas del reino de Nueva España* (Obecná historie věcí království Nového Španělska). Redigováním zpráv anonymních indiánských informátorů se zabýval několik desítek let a dodnes se zachovaly tři rukopisné verze. Dílo vyšlo až v roce 1831 v Londýně jako součást 6. svazku *Antigüedades mexicanas* (Mexické starožitnosti) Edwarda Kinga Lorda Kingsborougha. K významným autorům tohoto období patří yucatánský biskup Diego de Landa, který je neblaze proslulý za podpis rozkazu ke spálení všech mayských rukopisů v roce 1562, ale na druhou stranu po sobě zanechal rozsáhlý pramen ke studiu historie a etnografie yucatánských Mayů – *Relación de las cosas de Yucatán* (Zpráva o věcech na Yucatánu) z roku 1566. Obsáhlé dílo také zanechal františkánský provinciál v Mexiku Juan de Torquemada vydané roku 1615 pod názvem *Monarquía Indiana* (Monarchie v zemích indických).

K františkánským průkopníkům se později přidali augustiniáni a v letech 1572 – 1767 jezuité. Ti přinášejí nejen díla věnující se studiu indiánských jazyků, ale už ryze antropologické popisy domorodých etnik a každodenního života jejich příslušníků. Nejvýznamnějším představitelem byl jistě José de Acosta se svým dílem *Historia natural y moral de Indias* (Přírodní a mravní dějiny Indií) latinsky vydaného roku 1589. Také z České provincie působilo na území Nového Španělska té doby kolem třech desítek členů Tovaryšstva Ježíšova. Ti za sebou zanechali cenné prameny: tzv. kronika tarahumarských povstání Josefa Neumanna (1730), rukopisná gramatika tarahumarského jazyka Matěje Steffela (1791) a obrázkový rukopis Ignáce Tirsche (1760).

S osvícenskými pokusy o utřídění a klasifikaci všeho živého i neživého v přírodě vzniká koncem 18. století specifický typ malby zachycující etnické skupiny Latinské Ameriky. Tyto malby byly obvykle koncipovány jako série skládající se ze 16 částí. Autorem nejznámější mexické řady byl malíř José Joaquín Magón pocházející z mexické Puebly.

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

Po vzniku Mexické republiky roku 1821 se začíná rýsovat sociálně politický problém související s jazykovou roztržičností, která představovala jednu z hlavních překážek v

komunikaci mezi indiánskými etniky a zbytkem společnosti, ale i mezi etniky samotnými. Až teprve koncem 20. století se zobecnilo užívání španělštiny jako komunikačního jazyka. Roku 1864 rozdělval jeden z průkopníků indigenismu, Francisco Pimentel, obyvatelstvo Mexika do dvou skupin (dvou národů): na španělsky nebo francouzsky mluvící bělošské vlastníky výrobních prostředků a na indiány představující proletáře, jeho slovy „přímo ubohé“ (Pimentel, 1864: 217 - 218).

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

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

V Mexico City bylo v roce 1825 založeno Národní muzeum a roku 1887 jeho Etnografická sekce. Co se literatury týče, začalo Národní muzeum vydávat časopisy *Boletín del Museo Nacional de Arqueología, Historia y Etnografía* (BMNAHE) a *Anales del Museo* (AMNAHE). Dalším krokem k hlubšímu studiu indiánských etnik bylo založení první Mexické indianistické společnosti (1910) a v lednu 1911 Mezinárodní školy americké archeologie a etnologie, s níž jsou spojena jména německého badatele Eduarda Selera a amerického antropologa německého původu, Franze Boase. Jimi byl také silně ovlivněn Manuel Gamio, považovaný za zakladatele moderní mexické antropologie. Nová etapa rozvoje mexické antropologie začíná po roce 1917, kdy byla z jeho podnětu založena Antropologická správa, jež se měla zabývat řešením socioantropologických problémů mexické společnosti.

V období mezi světovými válkami dorazili do Mexika a Guatemaly další američtí antropologové zabývající se mayskými etniky. Zpočátku se zaměřili na archeologii a etnohistorii Yucatánu, ale i přes slibné začátky ve 40. letech 20. století se přenesla mexická a americká etnografie do Chiapasu až v polovině 50. let. Hlavní osobností těchto let byl Robert

Redfield (1941, 1953, 1955), který se zajímal o malé komunity, „lidové kultury“ (folk cultures) a obecné evoluční transformace od „primitivních“ a „lidových“ k „městským“ společnostem. Jeho student, Sol Tax (1937, 1941) poprvé stanovil centrem výzkumů v guatemalské vysočině mayské municipio, tedy teritoriální jurisdikci s centrem v cabecera (hlavním městě) a s odlehlými vesnicemi. Mayská municipia pro něho byla vzájemně se odlišující sebe-uvědomělé jednotky. Tendence soustřeďovat se na malé, od západní společnosti se lišící komunity, byla v souladu s antropologickým bádáním té doby. Výhodou tohoto přístupu bylo soustředění se na funkci institucí a jejich strukturu, ale nevýhodou bylo zanedbávání vnějších vlivů a vazeb s okolím. Ve 20. a 30. letech 20. století dochází k politické účasti antropologie na Cardenasových rozvojových projektech.

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

Od roku 1964 se mnozí aktivisté snaží o nahrazení slova indiáni označením indígenas. Tito lidé spolupracují s mexickou vládou skrze Národní indigenistický institut (Instituto Nacional Indigenista, INI, založen roku 1948 a roku 1952 otevřeno koordinační centrum v San Cristobalu) a snaží se o zachování těch prvků indiánských kultur, které jim nebudou bránit v zařazení se do moderní společnosti. Indigenisté si nejdříve mysleli, že bude třeba potlačit indiánské jazyky ve prospěch španělštiny, aby bylo možné začlenit indiánské obyvatelstvo do mexické společnosti. Výroba ručních výrobků byla považována pro svou účelnost a estetičnost za prvek, který má být udržen, ale jazyk nikoli. To se změnilo po roce 1958, kdy po protestech indigenních komunit a intelektuálů byl jazyk zařazen mezi „přínosné prvky“ k uchování.

Co se týče indigenistických organizací, stojí ještě za zmínku ustanovení prvního koordinačního centra Tzotzilů a Tzeltalů (Centro Coordinador Tzotzil Tzeltal) roku 1948 v San Cristobalu de las Casas pod vedením Aguirre Beltrána, které realizovalo řadu regionálních rozvojových programů. V rámci snah o integraci indiánských komunit a o vytvoření unifikovaného mexického národa vzniklo mnoho studií a výzkumů v oblasti chiapaských hor.



Ředitel INI Alfonso Caso pozval Evona Vogta, který vedl tým 138 antropologů harvardského projektu, jenž probíhal v letech 1957 - 2000. Sám Evon Vogt je autorem rozsáhlé studie o Zinacantánu (1969) a z antropologů harvardského projektu bych ráda jmenovala Benjaminu Colbyho (1966), Pierra van den Bergha (1961), George Colliera, Roberta Laughlina, Franka Canciana (1965), Pedra Pitarcha a Garryho Gossena (1999, 2002) s jeho obsáhlým dílem o vesnici Chamula. K harvardskému projektu se také přidali výzkumníci Stanfordské university (vedeni A. K. Romneyem) a Chicagské univerzity (vedeni MacQuownem). Mimo projekty působili v oblasti Chiapasu také antropologové June Nash, Ricardo Pozas nebo Alfonso Villa Rojas.

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

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

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

Další inspirací mi byla diplomová práce J. O. Barrery Nuñeze *El turismo étnico. El caso de los Tzotziles de Chamula. Interacción étnica y el sistema turístico en los procesos y manifestaciones del cambio socio-cultural* z roku 1995. Autor se v ní zaměřuje na sociokulturní změnu nastávající ve společnosti Chamulanů vlivem turismu. Z dalších prací bych ráda zmínila diplomovou práci Pavly Redlové *Fragments setkávání turistů, indiánů a antropologů v San Cristobalu de las Casas v Mexiku* (2008), kde se snaží o porozumění interkulturní komunikaci v celkovém kontextu těchto setkání.

Ještě bych zde ráda zmínila menší souhrn dosavadní literatury o Mayích, jejich historii a kultuře. Na toto téma vzniklo nepřehledné množství knih a článků, ale přece jen cítím za povinnost zmínit stěženou knihu věnující se tomuto tématu. Vynikající archeolog a etnolog J. Eric S. Thompson nastiňuje ve své knize *Sláva a pád starých Mayů* (1971) vývoj mayské civilizace v plné šíři jejího uplatnění pro tehdejší zpracované objevy a zabývá se myšlením Mayů, jejich duchovními a uměleckými výtvoři i náboženskými představami a také pro srovnání upozorňuje na časově souběžné děje v evropské historii. Davide Domenici vydává roku 2006 knihu *Mayové: Poklady starobylých civilizací*, kde seznamuje čtenáře s historií i artefakty této pozoruhodné civilizace počínaje už raně předklasickým obdobím kolem 2500 let před naším letopočtem. Zsvěcené dílo francouzského esoterika Paula Arnolda: *Mayská kniha mrtvých* (2003) vychází z rozluštění a výkladu Pařížského kodexu a přináší fascinující vhled do esoteriky mayské společnosti a jejího duchovního odkazu. Dále za povšimnutí stojí kniha Miloslava Stingla: *2012 – Mayové, jejich civilizace a zánik světa*, jež vyšla roku 2010 a kde si autor kromě čtivých popisů mayských staveb a jejich tajemství klade otázku, proč Mayové již před tisíci lety předpověděli, že 21. 12. 2012 dojde ke katastrofě, co zničí celý svět. Autorka Olga Vilímková se věnuje ve své knize *Mayové* (2014) transformaci indiánské společnosti v Guatemale od 60. let 20. století do současnosti. Stanislav Chládek se ve své knize z roku 2014: *Rituální jeskyně starých Mayů - Cesta za tajemstvím mayských podsvětních mýtů* věnuje mayským jeskyním, jejich významu, roli v mayském náboženství a mytologii a tajemstvím s nimi spjatým. Jde vůbec o první soubornou práci shrnující nedávné výsledky archeologického výzkumu jeskyní mayské oblasti. Skrytý temný vodní podzemní svět měl (a dodnes má) velký náboženský význam pro staré i současné Maye – považovali jej za vstup do podsvětí, a proto byly jeskynní prostory Mayi často považovány za posvátné a sloužily jako dějiště mnoha tajemných rituálů, ve kterých byli účastníci v kontaktu s bohy, předky a ostatními nadpřirozenými bytostmi.

## 4. MAYSKÁ CIVILIZACE



### 4.1 Geografie

V prehispanické době zaujímal mayská říše velké území, jehož severní hranice byla jižněji než je dnešní hranice Mexika a stejně tak jižní hranice byla ještě jižněji. Mayské území pokrývalo dnešní mexické státy Quintana Roo, Campeche, Yucatán, Tabasco a východní Chiapas, dále Guatemalu, Belize, západní část Hondurasu a El Salvador ve střední Americe. Celkem šlo o rozlohu zhruba 323 000 kilometrů čtverečních. Na tak velkém území bylo zastoupeno více klimatických i vegetačních pásem a celý region lze rozdělit na tři přírodní oblasti: jižní, střední a severní.

Jižní oblast zahrnuje tichomořské pobřeží, guatemalskou vysočinu, část Chiapasu a El Salvadoru. Jde o náhorní rovinu s horskými hřebeny sopečného původu, jež oddělují náhorní údolí. Nejvyšší vrcholy dosahují výšky 4500 metrů nad mořem. Hlavními soustavami říčního systému jsou povodí řeky Montaguay a řeky Usumacinty, která se ve střední oblasti stává hlavní říční tepnou. Leží zde několik sopečných jezer, jako např. Amatitlán, Atitlán a Izabal. Sídliště v této oblasti jsou soustředěna v údolích ve výšce přes 1500 metrů nad mořem. Zimy jsou zde suché a chladné, léta chladnější než ve střední oblasti a období dešťů trvá od května do listopadu. V údolích se rozprostírají otevřené travnaté plochy a horské svahy jsou pokryty rozmanitými a stále zelenými keři a některými ovocnými opadavými druhy stromů. Nad 3600 metrů nad mořem se už půda neobdělává, pouze některé travnaté plochy se využívají jako pastviny. V této oblasti žije široká škála zvířat – jako například jaguáři, pumy, jeleni, drobní savci a ptáci, včetně quetzala, který byl pro Maye posvátný jako představitel božstva a stal se státním symbolem dnešní Guatemaly. Právě náhorní údolí západní Guatemaly považujeme za rodiště kukuřice, jedné z nejdůležitějších plodin střední Ameriky. Předpokládá se, že ta zde byla poprvé vypěstována ve třetím tisíciletí před naším letopočtem.

Střední část je oblastí největší, pokrývá kotlinu guatemalského okresu Peténu, část Hondurasu, Chiapasu, Tabasco a jižní část yukatánského poloostrova. Průměrná nadmořská výška místních savan je 180 metrů nad mořem. Pahorkatina ohraničující odvodňovací pánev se zvedá do výšky 360 metrů nad mořem. Při úpatí severních pahorků se táhne řetěz čtrnácti jezer, z nichž některá jsou v období dešťů propojena. Největším z nich je jezero Petén Itzá. V

peténské savaně roste málo stromů, jde o travnatou rovinu z červeného jílu, který se nehodí na pěstování kukuřice, a tudíž tato část území byla většinou neobydlená. Naopak pahorky a údolí pokrývá hustý tropický deštný les s teplým vlhkým klimatem a množstvím řek. Největší řekou je Grijalva, která se vlévá do Mexického zálivu a dále řeky Hondo, Sarstún a Mopán, tekoucí do Karibiku. V této oblasti najdeme tvrdé dřeviny, jako například mahagonové stromy – sapodilla – z níž se získává chicle, gumovník, mamey - španělský cedr, seiba či yaxche, divoký bavlníkový keř, copó, divoký fíkovník, aguacate čili avokádo, cohunová palma, palma escoba a jiné. Les je poměrně řídký a jsou zde roztroušeny bažiny, akalche. Právě v této oblasti se dávným Mayům dobře stavěla obřadní střediska. Kromě kukuřice zde pěstovali další zeleninu, ovoce a jedlé plodiny: černé, červené fazole, tykve, rajská jablka, chlebovník, kakaové boby, sladké brambory, chilli, vanilka, nové koření, bavlna, tabák a dýně. Les dále poskytoval užitečné suroviny jako dřevo na trámy, palmové listy na krytinu střech či pryskyřici kopálového stromu na kadidlo pro náboženské obřady. Žije tu nejrozmanitější fauna mayské oblasti. V peténských lesích žijí jaguáři, srnci, pekari, opice, tapíři, pásovcí a aguti. Z ptactva se zde vyskytují různé druhy papoušků, tukani, volavky, kolibříci, tetřevi, koroptve, holubi, divocí krocani, supi, sokoli a orli. Z plazů jsou to krajta obrovská, chřestýš, korálovci a krokodýli. Nejbohatší je tato oblast na hmyz: mravenci, termiti, sršni, včely, motýli, mouchy, komáři, moskyti a svatojánské mušky. Zdejší podnebí je teplé a vlhké, období dešťů trvá od května do ledna a dešťové srážky jsou hojné i v suchém období. Původní obyvatelé tu nacházeli rozsáhlá území vhodná pro zemědělství, bohaté rostlinné a živočišné zdroje a vápenec vhodný jako stavební hmota – snadno se lámal a tvrdl, pálením získávali vápno a zrnitý vápenec používali k přípravě malty. Nejstarší kamennou stavbu nalezneme v Uaxactúnu, 65 kilometrů severovýchodně od jezera Petén Itzá.

Severní oblast zahrnuje severní část yukatánského poloostrova s plochými vápenci, které převyšují pouze pohoří La Sierrita a Puuc Hills táhnoucí se ve výšce 200 metrů nad mořem od Campeche po Yucatán. Jedná se o extrémně suchý region, kde rostou křoviny, ale také velký počet léčivých bylin. Podél východního pobřeží poloostrova roste palmetto, druh palmy, a hustý vysoký les je rozšířen do severovýchodního cípu Yukatánu. Tímto územím protékají tři malé řeky – Lagartos, Hondo a Champotón a leží zde jezero Bacalar. Na východním pobřeží jsou dvě velké a poměrně mělké zátoky – Ascensión a Espíritu Santo. Nacházejí se zde i bažiny, které ovšem v jarních měsících vysychají. Dešťová voda zde rychle protéká vápnickým podložím a vznikají tu podzemní zásoby vody v jeskyních. Když se propadne

zvětralý strop takové jeskyně, vznikne cenote, přírodní vodní nádrž připomínající velkou studnu. Některé mají průměr až 70 metrů a hloubku od 5 do 36 metrů. Pro historii zdejšího regionu byly velice zásadní jako zdroj pitné vody – dávní Mayové si kolem nich stavěli svá sídla, jako například město Chichén Itzá. Do posvátné cenote vhazovali oběti (lidské oběti, lodě, kaučuk, jantar, korálky či zlaté artefakty) bohu deště, Chaacovi. Přestože se poloostrov Yucatán nehodí přírodními podmínkami pro pokročilé zemědělství, intelektuální úroveň mayských kněží podle všeho příliš nezávisela na úrovni polního hospodářství. Možná právě ona izolovanost podporovala vznik množství společného vědění a víry, které byly základem mayské tradice. (Morley, 1976: 11-18)

## 4.2 Historie

Mayové byli původně diverzifikováni do různých skupin sdílejících společnou historickou tradici, díky níž byly jejich kulturní rysy i přes místní variace dost podobné. Podobali se fyzickou charakteristikou a mluvili jazyky patřícími do stejné jazykové skupiny. Studium mayského jazyka došlo k závěru, že okolo roku 2500 před naším letopočtem žila v oblasti dnešního Huehuetenanga v Guatemale protomayská skupina. Vědci ji tak pojmenovali podle jazyka, kterým její členové hovořili. Z něho se postupem času vyvinuly pozdější rozdílné mayské jazyky. Lidé, co jimi mluvili, migrovali a usazovali se na místech pozdější mayské oblasti, kde se rozvíjela jejich vyspělá kultura. Touto migrací docházelo jak k oddělení různých skupin, tak také k jejich kontaktu s jinými kulturami. To vede k rozličným teoriím o původu mayské kultury. Podle některých výzkumníků to bylo na severu Tabasca a v jižním Veracruz, kde se tyto skupiny mísily s Olméky. Další teorie se přiklání k názoru, že mayská kultura vznikla v horách Guatemaly, kde se několik skupin usadilo a vytvořilo zemědělskou společnost pěstující kukuřici. Tato kultura se rozšířila na sever a západ, kde byla ovlivňována ostatními kulturami, např. Olméky. Právě olmécká civilizace se považuje za mateřskou, jelikož poskytla základní prvky pro vývoj dalších významných středoamerických kultur. Mezi nejvýznamnější kulturní prvky, které Olmékové předali Mayům, patří architektonické prvky, numerický systém a kalendář. (Foster, 2006)

Chronologie mayské kultury je podobná chronologii celé střední Ameriky, pouze časová určení jsou přesnější díky interpretaci glyfů zobrazujících čas, které byly zkorelovány s moderním kalendářem. Eric S. Thompson vypracoval následující chronologii období:

Formativní či předklasické 500 př.n.l. až 325 n.l., ve kterém se začíná utvářet mayská kultura, důkazem jsou antropomorfní hliněné postavy s typickými fyzickými znaky lidí té doby. Ty jsou také patrné v dekoracích prvních staveb.

Klasické období let 325 – 925 n.l. (rané do roku 625 n.l.), kdy okolní vlivy zeslábly a objevují se typické znaky jako korbelový oblouk a zaznamenávání dat pomocí hieroglyfů. Období rozkvětu do roku 800 n.l., kdy byla kultura na svém vrcholu, co se týče matematiky, astronomie, písma, hrnčířství, sochařství a architektury. Období pádu od roku 800 do roku 825 n.l., kdy kultura upadala a obřadní centra byla opouštěna.

Během přechodného období let 925 – 975 n.l. dochází k pádu mayské kultury téměř na úroveň formativního období. Od 7. do 10. století došlo v Mesoamerice k rozkladu dosavadního civilizačního systému. Jeho stabilita závisela na moci Teotihuacánu a systému Pax Teotihuacana, který se zhroutil po roce 730 n.l. Kolem roku 900 zanikl zapotécký Monte Albán. V tropické pralesní oblasti Mayů byla velká ceremoniální centra v době od roku 750 do roku 900 zcela opuštěna. (Morley, 1976: 11-50)

V 11. století pronikli na mayské území Toltékové ze středního Mexika a dobyli je. Toto období se nazývá postklasickým. Vzájemné doplňování obou civilizací vedlo k jakési mayské renesanci. Umění a architektura se obohatily o toltécké motivy jako je zobrazení boha Kukulkana (v jazyce nahuatl - Quetzalcoátla) v podobě opeřeného hada.

V Maysko-toltéckém či Mexica období let 975 – 1200 n.l. přinesly silné vlivy skupiny Toltéků mluvící nahuá jazykem přicházející ze středního Mexika. Formovalo se spojení mezi mayskými a nahuaskými městy.

Během období vstřebávání kultury Mexica z let 1200 – 1540 n.l. vzniklo mnoho konfliktů, mnoho spojení zaniklo, války rozdělily obyvatelstvo a ještě více oslabily kulturu. Když dorazili do mayské oblasti Španělé, velká obřadní centra už byla opuštěna a kultura byla v úpadku. K prvnímu kontaktu došlo roku 1511, kdy se potopila loď Valdiviovy expedice z Panamy do Santo Dominga. Dva lidé přežili a byli zajati Mayi. Gonzalo Guerrero přijal mayské zvyky, oženil se a založil rodinu. Často bojoval na straně Mayů proti Španělům. Jerónimo de Aguilar zůstal otrokem a roku 1519 se připojil ke Cortésovi, kterému byl nápomocný jako překladatel.

K prvnímu kontaktu yucatánských Mayů s bělochy došlo roku 1511, kdy byl španělský úředník koloniální správy Valdívía vyvržen po ztroskotání na východním pobřeží Yucatánu. Tam byl zajat mayským náčelníkem, jenž Valdívii a jeho druhy obětoval. Z této výpravy se zachránili jen dva lidé: Géronimo de Aguilar a Gonzalo de Guerrero.

Dále to byl Francisco Hernández de Córdoba (+1518), kdo se počátkem roku 1517 plavil západně od Santiaga de Cuba a pátral po otrocích. Panuje přesvědčení, že přistál nejdříve u Isla de las Mujeres a plavil se podél severního pobřeží Yucatánu a doplul až ke Campechskému zálivu.

Zprávy o zlatě podnítily guvernéra Kubu Diega de Velázqueze k vypravení nové výpravy o čtyřech lodích a dvou stech mužích pod vedením svého synovce Juana de Grijalva (1499?-1527). Tato výprava opustila Kubu v dubnu roku 1518. Lodě přistály poprvé u ostrůvku

Cozumel na východním pobřeží Yucatánu. Tentokrát se Mayové stáhli, jen co se Španělé objevili. Grijalva pokračoval v cestě jižním směrem a proplul kolem tří velkých sídlišť. Jedním z nich byl právě Tulum, tedy staré město Zama.

Po těchto dvou výpravách se guvernér Velázquez rozhodl vyslat na americkou pevninu dobytelskou výpravu. Tato v pořadí třetí výprava byla tvořena jedenácti loděmi, pěti sty muži a několika koňmi. Velitelem byl Hernán Cortés, který do této výpravy vkládal všechny své osobní ambice (a zároveň i finanční prostředky). Prvním cílem jeho lodí se stal Yucatán. Tady se zastavila výprava nejdříve na ostrůvku Cozumel, obývaném maysky hovořícími Indiány. Cortés získal cenného pomocníka – Gerónima de Aguilara, katolického kněze, který se před několika lety zachránil z lodi, která ztroskotala u Yucatánu (viz výše). V době Cortésova příchodu už byli všichni Aguilarovi druzi mrtví, s výjimkou Gonzala de Guerrera, který zůstal u Mayů a bojoval proti Španělům.

Druhým Cortésovým ziskem na Yucatánu byla tlumočnice, kterou dostal od místních kaziků jako otrokyni. Malintzin (Malinche) nebo doña Marina, jak ji pokřtili Španělé, se stala Cortésovi nejen milenkou a matkou jeho syna Martína Cortése, ale hlavně neocenitelnou pomocnicí v boji proti vlastním soukmenovcům. Cortésovým cílem ale nebylo dobytí Yucatánu, ale vyvrácení mocné říše Aztéků. Tak se 16. srpna 1518 vypravil na hlavní město Aztéků – Tenochtitlán. (Cortés 1986: 10-12)

Dobytí Yucatánu zůstalo spjato se jmény dvou Montejů, Francisca de Monteja staršího a mladšího. Královským dekretem 8. prosince 1526 byl Montejovi staršímu udělen dědičný titul adelantada<sup>39</sup> a svolení vyjet s vojskem za účelem conquisty a kolonizace Yucatánu. Dobývání Yucatánu probíhalo dvacet let (1527-1546).

Yucatán byl objeven Franciscopem Hernándezem de Córdoba roku 1517. Roku 1526 začal Francisco de Montejo Starší dobývat tento poloostrov, s čímž pokračoval i jeho syn, Francisco de Montejo Mladší, který roku 1542 založil město Merida a následující rok Valladolid. Posledním útočištěm dávných Mayů byl Tayasal, město ležící u jezera Petén Itzá, které bylo Španěly dobyto až roku 1697.

---

<sup>39</sup> Adelantado byl úřad místodržitele, který zastávali španělští conquistadoři v 16. a 17. století. (www.wikipedia.org)



### 4.3 Společenská organizace a obchod

V raném předklasickém období se mayská společnost skládala ze skupin rodin, které sdílely stejný jazyk, zvyky a teritorium a sdružovaly se, aby kultivovaly půdu, rybařily, lovily a sbíraly potravu k přežití. Když bylo později zemědělství více rozvinuté, byl postaven zavlažovací systém, diverzifikovány plodiny, některé pěstovali i pro obchod. Populace výrazně vzrostla, začaly se stavět velká obřadní centra a obyčejní lidé se usazovali okolo nich. Následkem rozdělení práce se začala společnost stratifikovat do společenských tříd. V klasické době se počet měst a obřadních sídel zvýšil. V ceremoniálních sídlech žila vládnoucí třída, kněžstvo, kouzelníci, válečníci, obchodníci, architekti plánující chrámy, paláce a veřejné budovy, astronomové, kteří pozorovali pohyb nebeských těles, snažili se objevit harmonii vesmíru a opakujících se časových cyklů a písaři, kteří měli pomocí komplexního systému hieroglyfického písma do kodexů zaznamenávat důležité historické události, mytické a náboženské představy, genealogie vládců a činy válečníků. Střední třídou byli stavitelé, služebnictvo vládnoucí třídy, hrnčíři a další umělecká řemesla. Nižší třídu představovali rybáři, lovci a farmáři žijící na předměstích. Společensky nejniž byli otroci, maysky nazýváni pentacoob, váleční zajatci, potomci otroků či sirotci. Koncem klasického období a v průběhu postklasického toto rozdělení stále přetrvávalo, když došlo k rozdělení náboženské a politické moci. Vládcům vládl Halach Uinic (Pravý muž), kněžím Ahau Can (Pán Had) - oba měli určené pravomoce.

Obchod byl významnou činností nejen na regionální úrovni, ale i se vzdálenějšími oblastmi mayské říše a střední Ameriky. Po obchodních cestách se přepravovala vanilka, kaučuk, peří, jaguáří kůže, tabák a med. Z pobřežní oblasti se do středního Mexika, Chiapasu, Guatemaly, El Salvadoru, Kostariky a Panamy převážely mušle, sušené ryby a perly. Obchod probíhal pod dohledem urozených obchodníků, otroci převáželi zboží jak po souši, tak po řekách a po moři na kánoích. Většinou šlo o směnný obchod, ale kakaové boby byly někdy používány jako platidlo.



Nejvyšší vládce Halach Uinich stál v čele Všech guvernérů (Bacabes) zemí a měst, následují urození a válečníci, řemeslníci a nakonec rolníci.

(The Mayas, 1995: 12)

## 4.4 Náboženství

Náboženství hrálo v mayské kultuře klíčovou roli, a to ve všech aspektech života. Kněží měli velký vliv mezi elitními i obyčejnými lidmi, protože směřovali ceremoniály a rituály k usmíření nadpřirozena, kterému vládli různí bohové. Bohy ztělesňovaly přírodní síly, nebeská tělesa, pro život nezbytný déšť a smrt. Bohové byli uctíváni oběti, slavnostmi, pokáním či sebemrzačením.

V mayských představách byl vesmír tvořen třemi úrovněmi: nebe, země a podsvětí. Nebe bylo rozděleno do třinácti rovin obydlených nebeskými tělesy – bohy – a Itzamná, svrchovaný bůh, který propůjčil život celému kosmu. Zemi si představovali jako plochou desku plovoucí na vodě nebo také jako obřího krokodýla s vegetací na svém hřbetě. Podsvětí se skládalo z devíti vrstev, nejnižší byla říše boha smrti, Ah Pucha, který byl často zobrazován jako lidská kostra. Nebe, země a podsvětí byly každé rozděleny do čtyř sektorů odpovídajících světovým stranám. Každý měl svou vlastní barevnou hodnotu a ceibu stejné barvy (považována za posvátný strom). V úplném středu stála velká mateřská ceiba, centrum světa.

Stvořitelem světa bylo božstvo jménem Hunab (nebo Hunab Ku), otec Itzamny – ten byl ale vzdálený každodenním záležitostem, že v životě lidí hrál jen malou roli. Mayové věřili, že dnešnímu světu předcházelo několik jiných a každý z nich byl zničen potopou. Mayské náboženství má silně dualistickou tendenci ve znamení věčného zápasu mezi silami dobra a zla o osud člověka. V kodexech je zobrazen tento zápas kresbou, kde Chac, božstvo deště, pečuje o mladý strom, kdežto Ah Puch, božstvo smrti, láme strom vejpůl. Podle Mayů měl svět 13 nebí uspořádaných ve vrstvách a v čele každého stálo nebeské božstvo a nejnižším nebem je sama země. Dále existovalo devět podsvětí, každé opět v čele s jedním božstvem podsvětí.

Součástí každého náboženského obřadu tvořilo pálení kadidla získávaného z pryskyřice kopálového stromu. Kadidlo bylo cenným obchodním artiklem. Když se pálí, vzniká těžký černý kouř a libá vůně. Náboženským obřadem byl i tanec. (The Mayas, 1995: 18-22)

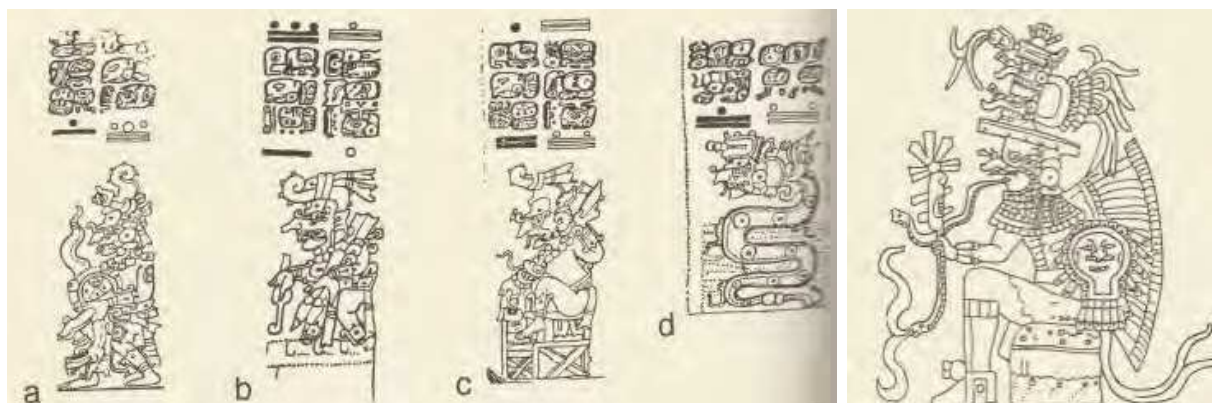
V čele Pantheonu božstev stojí Itzamná (Pán nebes, dne a noci), který je blízký božstvu Kinich Ahau (božstvo slunce). Chac, božstvo deště a větru, bylo božstvem dobrotivým, souvisejícím s tvořením a životem, bylo považováno za čtyři božstva čtyř hlavních světových stran – rudý muž (Chac Xib Chac) byl Chacem východu, bílý muž (Sac Xib Chac) byl Chacem severu, černý muž (Ek Xib Chac) byl Chacem západu a žlutý muž (Kan Xib Chac) byl Chacem

jihu. Třetím nejčastěji zobrazovaným božstvem je božstvo kukuřice či zemědělství, v podobě mladíka s klasem kukuřice a silně patrnou deformací hlavy, byl patronem rolnictví a dobrým božstvem. Ah Puch, božstvo smrti, je v kodexech zobrazován jako lebka s holými žebry a výčnělky na obratlích. Jako hlavní démon, Hunhau, stál v čele nejnižšího z devíti pater podsvětí, často byl spojován s božstvem války a lidských obětí. Jeho druhy, kteří byli považováni za zlá znamení, byli pes, pták Moan a sova. Xaman Ek byl božstvem severky, je zobrazován se zdviženým nosem a zvláštními černými značkami na hlavě, jeho glyf je podobný opičí hlavě. Ek Chuah je velitelem černých válečníků, zobrazovaný s velkým povislým dolním rtem a jeho glyfem je černě orámované oko. Jako božstvo války byl zlý, ale jako božstvo cestujících obchodníků byl dobrý. Byl také patronem kakaa a jeho pěstování. Dále rozeznávali Mayové božstvo války, lidských obětí a násilné smrti a také božstvo větru (jímž mohl být Kukulcán). Mezi ženská božstva patřila Ixchel, božstvo záplav, gravidity, tkaní a zřejmě i Měsíce. Obvykle je obklopena symboly devastace (svíjející se had na hlavě, sukně se zkříženými hnáty), ale jako manželka Itzamná (pána nebe a občas i Slunce), má i příznivější stránku. Ixtab, ženské božstvo sebevraždy, je v kodexech zobrazována visící z nebe na provaze se smyčkou kolem krku a zavřenýma očima. Podle Mayů přicházeli sebevrahové rovnou do ráje. (Milbrath, 1999)

Mayové svá božstva považovali společně za jedno božstvo, ale zároveň mnohdy i za další božstva s několikerým charakterem. Takto uctívali třináct božstev nebes a devět božstev podsvětí. Další božstva byla patrony devatenácti měsíců mayského roku, božstva dvaceti dnů a čtrnácti číslic.

V průběhu roku probíhaly obřady nového roku, oslavy různých měsíců a významnými byly obřady a rity u příležitosti konce či v polovině třinácti katunů (období 7200 dní).

Bůh Chac – jeho čtyři podoby (a – c) (Milbrath, 1999: 200)



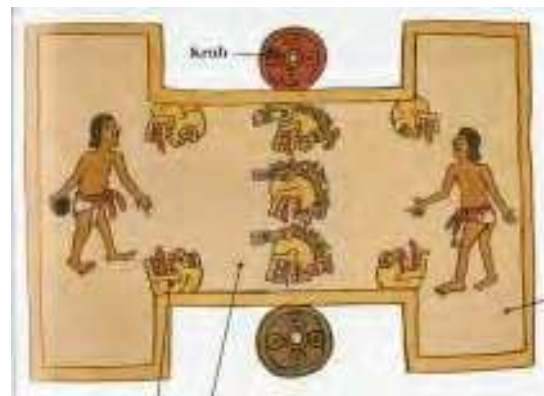
**Lidské oběti** se nejčastěji konaly způsobem vytržení srdce oběti. Ta byla nejprve svlečena, pomazána modrou obětní barvou, na hlavu jí byla vložena zvláštní ozdoba a byla odvedena na obětní místo, kterým byl buď chrámový dvůr nebo vrchol pyramidy, kde stál chrám. Nejprve byli vypuzeni zlí duchové a oltář (vypouklý kámen) byl pomazán posvátnou modrou barvou. Čtyři chacové, opět modře pomalovaní, uchopili oběť za ruce a nohy a zády ji položili na oltář. Nacom poté vrazil obětní pazourkový nůž oběti mezi žebra pod levou bradavkou. Do tohoto otvoru pak zasunul ruku a vyrval ven ještě tlukoucí srdce a podal je chilanovi, knězi, jenž bohoslužbu konal. Ten krví potřel obraz božstva, jemuž byla oběť přinášena. Tělo bylo svrženo z pyramidy dolů, kde bylo staženo z kůže. Chilan si svlékl své obřadní roucho a v kůži oběti zatančil slavnostní tanec. Pokud byla oběť odvážným, udatným bojovníkem, bylo jeho tělo rozřezáno a rituálně snědno. Na mnohých zobrazeních tohoto obřadu bývá hrud' otevřena a tryská z ní duše mrtvého, která může mít i podobu stromu rostoucího do nebe. Později se také můžeme setkat s vyobrazením obětování člověka pomocí luku a šípů.

**Míčová hra**, v mayštině pok ta pok byla význačným rituálem střední Ameriky a skoro ve všech mayských městech byly hřiště na pelotu. Jejich půdorys byl ve tvaru I, ohraničený buď vertikálními či skloňujícími se zdmi, na kterých byl jakýsi kulovitý terč – kamenný kruh s otvorem. Nahoře byly plošiny pro diváky. Hřiště byla stavěna v obřadných centrech a zdi byly vyřezány reliéfy odkazujícími na mytologický a náboženský význam této hry spojený s mýtem a vesmírem. Míč napodoboval pohyb hvězd na obloze a dva týmy v opozici představovaly zápas mezi dnem a nocí či mezi bohy podsvětí a bohy nebe. Hru často provázel rituál setnutí hlavy k zajištění úrodnosti půdy. Někteří odborníci tvrdí, že kapitán vítězného družstva byl stát, mezitím co jiní tvrdí, že takový osud stihnul poražené. Další možnou variantou je, že byli obětováni váleční zajatci. Hra plnila i zábavnou funkci ukazující schopnosti hráčů – pevný gumový míč byl střílen od boku k boku hráče z jedné strany hřiště na druhou za účelem trefit se skrze kamenný kruh. Vzhledem k tomu, že to bylo dosti obtížné, nestávalo se to moc často. Když se to ovšem podařilo, dovedlo to tým k okamžitému vítězství. V některé literatuře se objevuje verze, že pokud se někomu podařilo skrze kamenný kruh trefit, náleželo tomuto vítězi veškeré šatstvo a šperky obecenstva, tudíž v takovém případě všichni diváci houfně utíkali a blízcí vítěze se je snažili dohnat. Dalším dokladem nejen náboženského smyslu hry bylo sázení přihlížejících na vítěze. (Foster, 2007: 16 - 17)



Hřiště na pelotu, Chichén Itzá  
(archiv autora)

Plán hřiště na pelotu (The Mayas, 1995: 23)



## 4.5 Písmo, kalendář, matematika a astronomie

Mayské písmo a numerický systém vznikly z olméckého dědictví. Vývoj grafického systému pocházel následujícími stádii: prvním je písmo obrázkové či piktografické, které zobrazovalo myšlenku. Příkladem jsou kresby jelena a muže s šípem znázorňující lov. Druhým stádiem je písmo ideografické. Tyto znaky bývají již něčím víc než zkonvencionalizovanými symboly. Třetím je písmo fonetické (hláskové), v němž už písmena nemají ikonickou podobnost s předměty, jež původně zpodobňovala. Písmena tu označují zvuky. Mayské hieroglyfické písmo je ideografické, protože jeho znaky vyjadřují spíše myšlenky než obrazy předmětů nebo zvuky, přesto v něm můžeme najít fonetické prvky. V době španělské konquisty Yucatánu bylo mayské hieroglyfické písmo stále ještě užíváno a roku 1566 napsal biskup Diego de Landa text *Relación de las cosas de Yucatán*, kde podal stručný výklad mayského kalendáře a znaků pro různé dny a měsíce. Jeho hlavním zdrojem byl domorodý náčelník Nachi Cocom. Na rozdíl od jiných starodávných nápísů, mayské nápisy jsou naprosto neosobní, nikde nenajdeme jméno žádného člověka. Každý mayský glyf se vyskytuje v nápisech ve dvojí podobě: v podobě normální a v podobě hlavové (hlava božstva, člověka, zvířete, atd). První a nejdůležitější částí nápisu bylo datum vročení každého památníku, tak zvaná výchozí řada mayského kalendáře („initial series“). Každá z 19 částí ročního kalendáře o 365 dnech měla své vlastní božstvo (deifikace časových období). Mayové si uvědomili, že dochází k předbíhání kalendářního roku oproti skutečnému. Proto označovali na památníky kromě oficiálního data i kalendářní opravu a tento korigující přepočít byl nazván druhotná řada („secondary series“). (Morley, 1976: 33) Tento systém písma byl v Americe unikátní a Mayové jím dokonce psali i knihy – knihy básní, rituálů, astronomických cyklů spojený s astrologickými událostmi, historické knihy a knihy o legendách vztahujících se ke vzniku světa. (Foster, 2007: 12)

Mayský kalendář byl sofistikovaně propracovaný systém zahrnující poznatky z astronomie, astrologie a matematiky. Posvátný rok o 260 dnech, nazývaný tzolkin („počet dnů“) byl znám širokému lidu, jelikož určoval plán obřadního života pro každého jednotlivce. Maya posuzoval den svého narození podle příslušného dne tzolkinu, v němž se narodil. Božstvo onoho dne se stalo jeho svatým patronem. Každý den posvátného roku nesl jedno z dvaceti mayských jmen dní, před něž se zařazovala čísla 1 až 13. K těmto dnům se ještě připisoval údaj označující odpovídající den v kalendářním roce o 365 dnech (nazývaný se

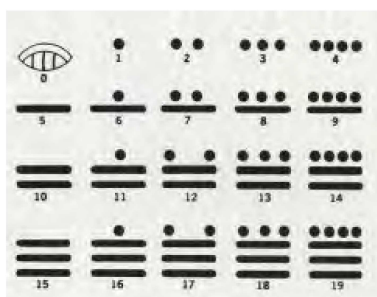
haab). Ten se skládal z 19 měsíců (18 měsíců po 20 dnech a 19. měsíc o 5 dnech). Za účelem zjednodušení celého systému vymysleli mayští kněží jednoduchou číselnou soustavu. Jde o systém pozičního číslování pomocí polohy, ve kterém byl obsažen i pojem matematické hodnoty nuly a jejího užívání. Jednotkou mayského kalendáře byl den neboli kin.

Saří Mayové užívali dvojího způsobu psaní čísel: čísla z teček a čárek a čísla z hlavových variant. Tečka měla číselnou hodnotu 1 a čárka hodnotu 5. Čísla vyšší než 19 udávali pomocí jejich pozice.

Mayští kněží si byli vědomi malé neshody mezi svým kalendářním a skutečným tropickým rokem a snažili se ji co nejlépe korigovat (úspěšněji než gregoriánská korekce přestupným rokem). V Drážďanském kodexu je rozepsáno a do skupin uspořádáno 405 po sobě jdoucích lunací (měsíců), odpovídajících době 32 let a 9 měsíců. Jde vlastně o tabulku slunečních zatmění – ty nastávaly vždy v poslední den každé skupiny. Výsledkem je, že jim neshoda za tuto dobu nedosahovala ani jednoho dne.

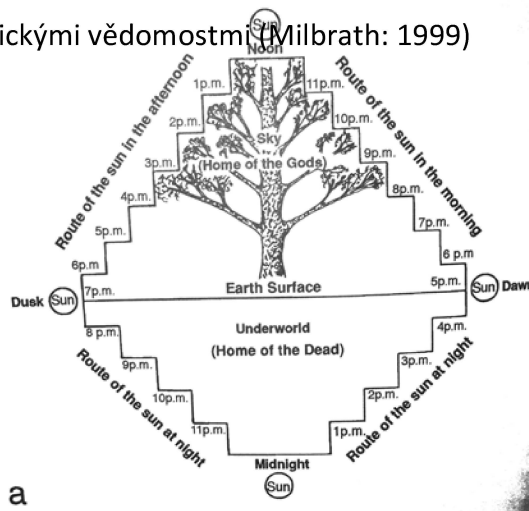
Astronomická pozorování probíhala pouhým okem, uvnitř chrámu na vrcholu pyramidy bývaly umístěny dvě zkřížené hůlky. Odtud jako z pevného bodu bylo vyznačeno místo na obzoru, nějaký nápadný přírodní bod, kde vychází nebo zapadá slunce, měsíc nebo planety. Když pozorované nebeské těleso vyšlo nebo zapadlo za stejným bodem podruhé, ukončilo celý synodický oběh.

Jednou z nejdůležitějších pozorovaných hvězd byla Venuše, Noh ek (velká hvězda“) či Xux ek („vosí hvězda“), dále také Polárka a Plejády. (Morley, 1976: 138-140)



Mayské číslice (The Mayas, 1995: 27)  
- mayské číslice použité u nadpisů kapitol (tamtéž)

Náboženské představy Tzotzilů spojené s astronomickými vědomostmi (Milbrath: 1999)



## 4.6 Architektura, sochařství a keramika

Mayské architektuře se věnuji na konkrétním případě historické památky Chichén Itzá a Tulum, kde zmiňuji architektonické prvky a styly. (viz kapitola 3)

Hlavním prvkem byly stavby s přečnělkovou kamennou klenbou (neboli také nepravou klenbou). Podle některých teorií jím předcházely doškové chatrče se svými příkře se svažujícími sedlovými střechami. Dalším prvkem byla plochá střecha z vápenné malty a trámů. Tyto střechy se stavěly na příčných trámech, přičemž prostor mezi trámy byl vyplňován na přechodnou dobu proutím z mladých stromů. Na kostru se kladla krytina z vápenné malty kolem 30 cm tloušťky. Když vápno ztuhlo, výplň z proutí byla odstraněna. (Morley, 1976)

Všechny mayské budovy stály na různě vysokých plošinách, na kterou se vystupovalo po širokém strmém schodišti z jedné nebo více stran. Mezi průčelím a schodištěm byl často velký prostor, mezitím co vzadu a po stranách stavby přiléhaly těsně ke krajům plošiny. Průčelí vytvářejí ornamentální pás kolem celé budovy v poloviční výšce zdi. Pás bývá rozdělen na dva horizontální pruhy a podobný pás lemuje i vrchol budov. Půdorysy můžeme rozdělit na typ chrámový a palácový.

Mayská oblast je bohatá na vápenec, hlavní materiál pro mayské sochařství. Dalšími materiály byly dřevo, štuk a hlína. Konečná úprava skulptury záležela v obroušení a pomalování obvykle tmavou červení, která se nejspíše získávala z mravenišť, kterých bylo v lesích spousta. Další nejobvyklejší barvou byla modrá. Mezi kamenné skulptury patří sochy lidské postavy z čelního pohledu. Na vnější zdobení budov se často používalo štku. Z hlíny byly tvořeny hlavy, figurky a dýmky.

Od předklasického období byly modelovány figurky plodnosti, které se zahrabávaly na polích. V klasickém období se začalo využívat modelování podle šablon. Používala se zejména u reliéfů zdobících udírenské nádoby pro spalování kopálové pryskyřice. Této keramice se říká pro své šedohnědé, kamenité zbarvení vyřezávaná břidlicová keramika („carved slate ware“). Tenkostěnná a tvrdě pálená keramika se exportovala do Teotihuacánu. Mezi malovanou keramikou převažují vícebarevné, hladce leštěné nádoby, válcovité misky a poháry, které ukazují vliv náboženství a kultu na každodenní život. Typická malovaná keramika byla pálena oxidačně a jelikož barvy byly matné, musely být dodatečně přetřeny smolou. Nejrozšířenějším



obchodním artiklem celé střední Ameriky na pobřeží Pacifiku se v postklasickém období vedle „fine orange ware“ z Yucatánu stala olovo obsahující „plumbátová keramika“. (Longena, 2006)



Kněz Boha deště držící rituální nádobu a lidské srdce,  
naleziště Mayapán (The Mayas, 1995: 21)

## 4.7 Subsistence

Kukuřice byla tak klíčovou plodinou celé střední Ameriky, že její obyvatelé viděli paralely mezi jejím opakujícím se zemědělským cyklem sklizně (smrt) a klíčení (znovuzrození). Podle mayského mýtu stvoření, který najdeme v knize Popol Vuh, byl bůh kukuřice ústředním pro narození slunce a úsvit světa Mayů, kdy byli první lidé stvořeni právě z kukuřičné hmoty. Svět byl podle tohoto mýtu kosmické kukuřičné pole.

V Mexiku můžeme najít stovky odrůd kukuřice – od žluté přes bílou, červenou po černou. Krb se třemi kameny, který se používá na vaření kukuřice je stejný po tisíciletí a je udržován v posvátnosti. Podle současných Mayů v Chiapasu je špatné zacházení s kukuřicí jednou z největších urážek předků a může mít za následek ztrátu duše i následnou smrt. Kukuřice byla od začátku této civilizace až dodnes symbolem života samotného. (Foster, 2007)

## 4.8 Fyzický vzhled yucatánských Mayů

Podle čeho můžeme dnes usuzovat podobu dávných Mayů? Podle Morleye (1976: 20) podle následujících pramenů:

- 1) podle současných potomků starých Mayů
- 2) podle vyobrazení starých Mayů z jejich výtvarného umění
- 3) podle několika soudobých popisů od španělských autorů ze 16. století
- 4) podle dost malého množství kosterního materiálu z vykopávek.

Tyto prameny nás dovádí k následujícím poznatkům o fyzickém vzhledu yucatánských Mayů: vzrůstem byli nižší postavy (muž vysoký průměrně 154,5 cm a žena 142,3 cm), zavalitého typu, s delšími pažemi a malými chodidly. K určení tvaru hlavy se ve fyzické antropologii používá kraniální (cefalický) index<sup>40</sup>, který je vypočítán z poměru největší šířky a délky mozkovny násobeného 100. Pro představu u amerických mužů je lebeční index 79 (u žen 80). Mayská lebka je výrazně širší – s průměrným lebečním indexem 85,8 u mužů a 86,8 u žen.

Dnešní Mayové mají barvu pleti měděně hnědou, vlasy mají rovné, černé až tmavě hnědé a muži často nemají vousy a když ano, jen velmi řídké. Důkazem toho, že Mayové přišli ze severovýchodní Asie, je epikantický oční záhyb epikantus – kožní záhyb probíhající obloukovitě z horního víčka na dolní ve vnitřním koutku oka a tzv. mongolská skvrna – malá skvrna nepravidelného tvaru na dolním konci páteře, která se objevuje při narození, postupně bledne a zhruba do desátého roku života mizí.

Ilustrativní záběr z filmu Apocalypto



<sup>40</sup> Dostupný na <http://www.national-geographic.cz/clanky/promeny-ceske-lebky-jak-jsme-se-zmenili-z-kulohlavych-pivaru-na-kratkolebe.html#.V17y6leO5AY>



Mayové dnes - muž, vesnice Eptun, Yucatán  
- dívka, Chamula, Chiapas  
(obojí archiv autora)



## 5. RITUALIZACE TURISMU



Podle autorů Jean a Johna Commaroffových se studium rituálů soustředilo na „mimoevropské“ národy, tedy na „tradiční“ společnosti, kde hlavní funkcí rituálu je „zajištění trvání a návaznosti sociálních systémů, zejména když je ohrožena jejich integrita.“<sup>41</sup> (Commaroff 1993: xvi)

Commaroff (1993) a Kane (1996) ukazují, že rituály nejsou jen události odehrávající se v „primitivních“ společnostech. I sekulární události jakými jsou zasedání vlády, univerzitní promoce, společenská setkání, demonstrace nebo turismus mohou být rituální povahy. Rituál byl vždy etnocentricky definován jako chování připisované duchovním hodnotám a mystickým silám mimoevropských národů. Důsledkem toho by se mohlo zdát, že Evropané jsou lidmi bez rituálů. Tak to ale není. Mnozí autoři naznačují, že rituály existují mimo evropský svět i v něm, v historických společnostech i v prostředí modernity. A právě v podmínkách modernity je rituálů zapotřebí nejvíce, jelikož identita člověka se tu již nevytváří pomocí patriotických symbolů národa, sociální třídy, politické strany, pracovního sdružení nebo pocitu náležení nějakému teritoriu. Turismus se objevuje jako druh alternativního rituálu, skrze který si jednatel konstruuje a obnovuje svou identitu. Skrze turismus následuje jedinec určitý symbolický řád, ve kterém se sám umísťuje a definuje.

Můžeme tedy říci, že rituál je sociální proces formování identity v prostoru, kde si jednotlivci upevňují, kým jsou, a potvrzují své členství ve skupině, ke které se cítí připoutáni. Pro Leache je doplňkem rituálu mýtus, tedy slovní vyjádření toho, co rituál provádí v praxi. „Rituální chování a smýšlení mohou být pochopeny jako formy symbolického sdělení o sociálním řádu.“<sup>42</sup> (Leach, 1967: 14) V rituálu turismu ale žádný mýtus není. Turismus je rituál modernity, který by mohl spadat do kategorie „rituálů bez mýtů“ (Canclini, 1993) či neritualistického chování (Kane, 1996). Tyto rituály bez mýtů jsou symbolickým tvrzením o novém sociálním řádu, který se zdá být „neuspořádaný“ a liší se od těch uváděných v klasických etnografiích o místně určených a pevně ukotvených společnostech. Mýtus je příběh sdílený všemi jednotlivci, co mu rozumí a identifikují se s ním. Na turistickém rituálu je pozoruhodné, že provádějí-li turisté rituály, skrze které definují své identity, jak je možné, že

<sup>41</sup> „to secure the continuity of the social systems, especially when their integrity is threatened.“

<sup>42</sup> „Ritual action and belief are alike to be understood as forms of symbolic statement about the social order.“

různé národnosti s rozdílným kulturním kontextem mohou sdílet stejný rituál? Jde o to, že rituál turismu upevňuje každému jednotlivci identitu, přičemž se jedná o „narcistický proces.“ (Canclini, 1993: 25) Pokud turisté posilují své identity skrze rituál turismu, k jaké skupině se tím hlásí? Jak můžeme identifikovat komunitu, ke které turisté patří v momentě provádění rituálu turismu?

Podobné otázky si kladli antropologové Jameson (1997), Clifford (1997), Appadurai (1997) a další a došli k závěru, že je potřeba nového způsobu mapování sociálních skupin. Komunity nejsou prostorově spojeny, jak si antropologové dříve mysleli. Vědeckosti metod a průhlednosti reprezentací, ať už vizuálních či psaných, dnes nemůžeme věřit. (Clifford, Marcus, 1986) Vesnice byla „zvládnutelná“ jednotka, ve které mohli učenci soustředit své výzkumné praktiky (Clifford, 1997). Sociální vztahy jsou ale v modernitě uspořádány podle jiných pravidel. Tak vznikly různé teoretické přístupy k novému druhu sociálních vazeb v modernitě: Appadurai (1997) a jeho komunity sentimentu, Canclini (1993) a jeho komunity spotřebitelů či Giddens (1991) s národními životními styly. Jak tedy určit nehomogenní skupinu mého zájmu – a to skupinu turistů? Nejdůležitějším atributem této skupiny je fakt, že v žádném případě ji nelze považovat za jednolitou sociální jednotku. Rituálem turismu navazují členové této skupiny domnělé a symbolické vztahy. Definují svou identitu skrze socializaci s ostatními cestovateli, místními či ve vztahu s lidmi ze svého místa původu. Takto si turisté narcisticky skrze provádění turistických rituálů potvrzují svou identitu.

Rituál turismu se odehrává v momentě, kdy si turisté v určitém sledu znovu potvrzují svou identitu pomocí narativů o tom, co dělají. Studium turistických rituálů probíhá stejným způsobem jako v minulosti studium rituálů u mimoevropských společností. Antropologové analyzovali schopnost mimoevropských společností adaptovat se na prostředí modernity, aniž by byla jejich „tradiční“ kultura úplně nahrazena západními hodnotami. Tyto společnosti nazývají různí autoři různě – hybridní (Canclini, 1993), kreolské (Hannerz, 1987) či cestující kultury (Clifford, 1997). Ve své práci se nezaměřuji na mimoevropské kultury, nýbrž na západní svět. Ten také není celistvou homogenní kulturou, též v něm dochází k hybridizaci kultury. Identita jejích členů také není stálá, pevná či vázaná, je v permanentní transformaci k předefinování toho, kým jedinec je v podmínkách modernity.

Každý turista, který chce poznat mayskou kulturu, musí provádět světský turistický rituál. Jistě musím podotknout, že i turisté, kteří necestují za poznáním, ale jen za odpočinkem, nemohou turistickému rituálu uniknout. Turista podstupuje cestu letadlem, lodí či autobusem,

poté se ubytuje v hotelu, stravuje se na doporučených místech, okusí „typické“ jídlo, nakoupí místní výrobky zpravidla nabízené výhradně turistům a navštíví místa označená jako „nutné vidět“ (must see), kterými jsou muzea, trhy, indiánské vesnice, atd. Každý z mnoha turistických průvodců nabízí u každé lidské potřeby, kterými jsou například ubytování, strava, noční život, poznání, ... širokou nabídku s hodnocením míst a zasvěceným komentářem. A právě kvůli tomu, jak jsou tyto zážitky organizované, se někteří turisté (zejména mladí nezávislí cestovatelé) vyhýbají „turistickým místům“ a vyhledávají „autentická“ či nezkažená místa a snaží se uniknout rituálu turismu. Pojem „turista“ se stále více používá jako posměšné označení někoho, kdo se zdá být spokojený se zjevně neautentickými zážitky. (MacCannell, 1973: 592) I přesto, že nezávislí cestovatelé předstírají, že nejsou turisty a snaží se vyhnout jakémukoli zprostředkování zážitku „jiného“, stejně se nemohou vyhnout mnoha turistickým rituálům. Jako ostatní návštěvníci i oni potřebují místo na přespání, stravovat se v restauracích, kupovat místní výrobky a navštěvovat historické památky. Mnoho aktivit je i pro ně vázáno na zprostředkování zážitku. (Giddens, 1991) K tomu ještě sami následují ritualistické chování tím, že fotografují, vyměňují si informace s ostatními turisty, chodí po ulici se svými zavazadly, dostávají se do kontaktu s pouličními prodavači, apod. Turisté, ať chtějí či ne, prostě nemohou rituálům turismu uniknout.

Rituál je pomyslným místem, kde turisté nahlízejí na svět určitým způsobem. Světem, kterému se turisté snaží porozumět, je v mé práci svět Mayů myšlený jako kulturní celek. Ve snaze o pochopení jiného světa si turisté současně definují svou identitu a pozici ve světě. V následujících podkapitolách se zaměřím na reálná místa, kde se s turistickými rituály můžeme setkat a způsoby, jakými probíhají.

## 5.1 Turistické rituály v Cancúnu

Turistické rituály v Cancúnu přiblížím pohledem turisty přijíždějícího do této destinace. Po přiletu na moderní mezinárodní letiště skoro není patrné, že se člověk ocitl v Mexiku. Přiletová hala je stejná jako na jiných letištích světa, půjčovny aut půjčují stejná auta, co jezdí v USA, autobus patřící resortům a rozvážející turisty do jejich hotelů je klimatizovaný luxusní autobus stejně tak jako přímá veřejná autobusová linka mezi letištěm a centrem Cancúnu nebo městem Playa del Carmen. Trávník kolem budovy terminálu je stále zelený, upravený a cestou po dálnici k zóně hotelů si návštěvník může všimnout ukazatelů v angličtině. Teprve podél dálnice 307, která je paralelní k pobřeží, se otevírají krásné výhledy na bílé písčité pláže a začínají se objevovat billboardy vybízející k dobrodružným setkáním s mayskou kulturou a exotickými rostlinami a zvířaty. Po příjezdu do resortů, hotelů či hostelů se dostává turista do silnějšího pole působení předkládaného Maye. Většina ubytovacích zařízení ve svém interiéru integruje prvky mayské architektury a kultury – od malých pyramid po mayské nápisy či obrazy Mayů a jejich bohů na stěnách. V recepci či u speciálního prodejního stánku s výlety se turistovi nabízí autentické zážitky mayské kultury a všechny ostatní atrakce regionu. Cestovní kanceláře turisty lákají na jedinečné zážitky a především na mayskou historii, tradici a kulturu a turistická informační kancelář je postavena jako staré mayské obydlí. Na různých místech města jsou rozmístěny připomínky velkých Mayů a jejich doby, uprostřed promenády vedoucí zhruba podél celého pobřeží turistické zóny jsou rozmístěny v rozmezí 500 metrů až 1 km malé patníky ve tvaru mayských pyramid, které na sobě nesou údaj (spolu s mayským číselným symbolem), o který kilometr této třicetikilometrové cesty jde.

Pyramida s označením polohy (archiv autora)





Turistickým rituálem je již před každým výletem jeho plánování, popřípadě pořizování u cestovní kanceláře. Proces plánování výletu individuálními cestovateli probíhá s rozdílnou důkladností, buď o samotě za pomoci knižních průvodců či internetu nebo na veřejném místě hovory s ostatními turisty, jejich tipy a doporučení. Právě pro zachycení turistického rituálu pořizování výletu jsem se snažila zmapovat nabídku cestovních kanceláří a dozvědět se něco více od organizátorů či prodejců těchto výletů.

V Cancúnu se nachází velké množství malých cestovních kanceláří nabízejících rozmanitou nabídku výletů. Tyto kanceláře najdeme v centru města, ale především v oblasti hotelů, tzv. zona hotelera. Právě v těchto kancelářích probíhaly mé rozhovory s prodejci zájezdů. Všichni byli vstřícní a se zájmem odpovídali na mé otázky, a to i přes to, že jsem se jim ihned představila a vysvětlila jim mé úmysly, ze kterých vyplývalo, že si od nich žádný výlet nekoupím. Hned první prodavač výletů, kterého jsem oslovila, mi vyprávěl zajímavý příběh. Jeho manželka je profesorka z Maďarska a seznámili se, když on učil potápění v XelHá a ona dokončovala školu. Pomohl jí získat 300 vyplněných dotazníků, které potřebovala pro svou magisterskou práci z antropologie. Podle něho to tam bylo jednodušší než pro můj výzkum, jelikož zábavní park XelHá navštíví tisíce lidí denně. Díky své předchozí zkušenosti měl pro mou práci pochopení a snažil se mi maximálně pomoci. Vzhledem k tomu, že jsem se rozhodla absolvovat několik organizovaných výletů, abych mohla pozorovat chování turistů, využila jsem jeho nabídky velké slevy a jela na výlet do Chichén Itzá právě s jeho společností. Na další účast na výletech s touto společností jsem dostala povolení od vedení společnosti. Jen díky tomu mi bylo umožněno provádět rozhovory a rozdávat dotazníky turistům.

Celkem jsem analyzovala nabídku a provedla rozhovory se zástupci šesti cestovních kanceláří: za Discover Cancún (soukromá společnost patřící pod státní Traslamec od roku 1991, má 15 – 20 poboček) to byl Izaias, za STARC Tours Xperiencias Xcaret byl mým informátorem Ruben, za Go México! Cuberto, za Cancún Promotions mi věnoval svůj čas Javier a za Mexico Live! Roberto.

Co se týče nabídky zájezdů, všechny kanceláře prodávají jednodenní výlety do Chichén Itzá každý den, do Tulumu se většinou jezdí v pondělí, ve středu a v pátek. Kombinované zájezdy do Tulumu a Cobá se většinou konají v úterý, ve čtvrtek a v sobotu a některé kanceláře nabízejí Tulum v kombinaci se XelHá. Do stálé nabídky kanceláří patří i výlety do Cobá (některé jezdí od pondělí do pátku), a zábavních parků XelHá a Xcaret. Co se týče cen výletů, zcela očekávaně roste jejich cena směrem k hlavnímu středisku hotelové zóny, které se nachází před

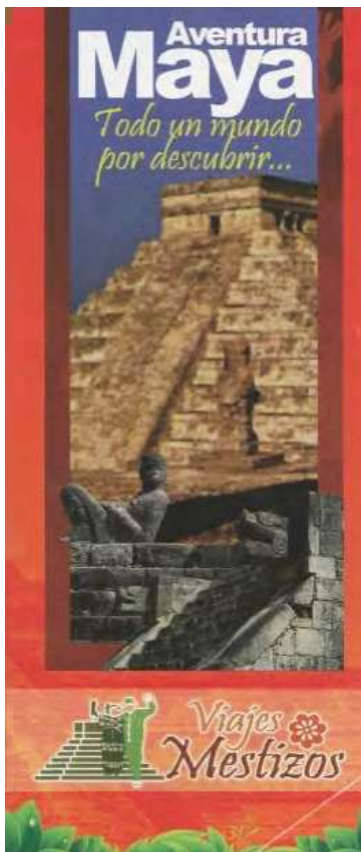
záabavním podnikem CocoBongo. Rozmezí cen za výlet do Chichén Itzá byl od 70 USD do 108 USD, kombinovaný výlet do Cobá a Tulumu se pohyboval mezi 80 USD až 145 USD a samostatný výlet do Tulumu od 50 USD do 110 USD. Je patrné, že cenové výkyvy jsou opravdu markantní. Přesto si v žádné z kanceláří nestěžovali na nedostatek klientů. V době mého výzkumu, tedy v listopadu byla prodejnost zájezdů a výletů podle prodejců okolo 5 až 10 prodaných výletů denně, v období dvou týdnů kolem 50 výletů (pro porovnání v sezóně to bývá 70 až 80 výletů). Společnost STARC Tours má ve svém názvu přímo „Bio Chichen – Recuperando la tradición chamanica – Bringing back to life Mayan Shamanic tradition” a dokonce nabízí speciální výlety, kde je kladen velký důraz na mayskou šamanistickou tradici.

Zajímalo mne, jaké národnosti nejčastěji tuto lokalitu navštěvují a jaké s nimi mají zprostředkovatelé výletů zkušenosti, zda lze odhalit nějaké stereotypy a zda mají nějaké preference ohledně národnosti svých klientů. Hlavním kritériem, podle kterého hodnotili národnosti byla finanční solvence. Všichni respondenti se shodli, že o ceně nejvíce smlouvají Latinoameričané (podle dvou odpovědí i Američané) a naopak Rusové a Arabové jsou oblíbení, jelikož mají peníze a jsou schopni zaplatit téměř cokoli. Druhým kritériem pro ně bylo, nakolik mají turisté povědomí o jejich zemi a jak spolupracují s průvodci. Podle všech toho nejvíce vědí Mexičané, jelikož jsou s místní kulturou obeznámeni od dětství a Japonci, kteří mají nastudováno a jsou na výlety připraveni. Naopak podle čtyř respondentů jsou to Američané, kteří mají znalosti nejomezenější. Podle Rubena doslova “toho moc nevědí a hloupě se ptají”. Izaias měl nejoblíbenější Brazilce, jen podotkl, že je zvláštní, že z jeho zkušenosti jejich portugalsky nemají španělsky mluvící lidé problém porozumět, ale naopak je to horší. Cuberto má nejoblíbenější Argentince. Ty podle něho nemají ostatní organizátoři výletů a průvodci moc v oblibě, jelikož se moc ptají, ale “jemu to nevadí, on s nimi jedná rád”. Jak říká: “Prodej je uměním, není o penězích, ale o zážitku. Jdu na ně pomalu a nenechám je tolik se ptát.” Tři respondenti zmínili jako oblíbené Němce, jelikož se s nimi dobře spolupracuje, o ceně nesmlouvají a jsou korektní. Co se méně oblíbených týče, zmiňovali tři respondenti Brity, kteří jsou podle nich uzavření a jeden dodal, že hlavně finančně. Podle Izaiase jsou Britové “neslušný, drzí a tvrdí”.

Co se týče početního zastoupení, nejvíc zákazníků uváděli respondenti, že pochází z Kanady, USA, Evropy (podle Roberta 10%, převážně Britové, Španělé, Italové, Němci – nejvíce v červnu a červenci), Mexika (30 – 40%), Latinské Ameriky (Portoriko, Argentina, Kolumbie, Brazílie), ale stále více návštěvníků přijíždí z Číny a Japonska nebo Austrálie.

Dvě národnosti se vydělují tím, že cestují nejčastěji v početných národnostně homogenních skupinách. Jednou jsou Rusové, kterým některé cestovní kanceláře (např. STARC Tours) nabízejí vlastní výpravy s ruskou mluvícím průvodcem (Ruben zmiňuje i cenu – 128 USD na osobu). Tyto ruské skupinové výlety se nejčastěji prodávají od poloviny prosince do začátku února a nejčastěji navštěvují Chichén Itzá, XCaret, Isla Mujeres. Nejdůležitější podmínkou těchto skupin je výklad v ruštině. Druhou takto uzavřenou národností jsou Japonci, kteří mluví málo anglicky, ale jezdí na společné výlety a mají s sebou svého průvodce, který jim vše překládá do japonštiny. Podle výběru výletů se zhruba všichni shodli na tom, že Američané nejčastěji navštěvují XCaret, Evropané Xplore adventure (výpravy do pralesa, kde jsou připnuti karabinami na lano a ve výšce sjíždí po laně) a Asiaté Chichén Itzá, jelikož podle nich milují historii. Přesto ale zřejmě z důvodu, že nejčastějšími zákazníky jsou Američané, uvedli nakonec všichni respondenti, že jsou nejlepšími zákazníky a někteří současně dodali, že mají v oblibě vlastně všechny národnosti i přes jejich negativní stránky.

Letáky nabízející výlety do Chichén Itzá, leták v ruštině zve k výletu pouze ruskou mluvící



Izaias odpověděl na otázku “O co se lidé nejvíce zajímají?” rozlišením pěti druhů turistů podle jejich zájmů: někteří přijíždějí za dobrodružstvím, druzí jsou ekoturisté, třetím druhem jsou plážoví turisté, jiní přijíždějí za nočním životem a jiní za rybařením. Podle ostatních přijíždí turisté především za poznáním, chtějí se dozvědět o dané památce, ale přitom hledají zážitky, pobavení. Často se ptají, jací jsou současní Mayové. Ruben jim na to prý odpovídá, že je mohou potkat všude kolem, když přes týden pracují v hotelech a na víkend jezdí domů.

Turisté nejčastěji chválí památky, průvodce, výlety celkově. Nejvíce nadšeni bývají z Chichén Itzá a parku XCaret. Mezi nejčastější stížnosti klientů patří stížnosti na počasí (déšť, velké teplo), komáry, velkou vzdálenost Chichén Itzá od Cancúnu, rozlehlost komplexu, moc lidí na památkách a v závislosti na konkrétních průvodcích si turisté občas stěžují na to, že průvodci bylo špatně rozumět. Podle zástupce Roberta si ještě latinskoameričtí turisté někdy stěžují na vysokou cenu výletů.

Odjezd na zakoupený výlet probíhá buď vyzvednutím účastníků v jejich hotelích nebo na smluveném sběrném místě před hotelem Plaza Caribe. Od hotelů se odjíždí mezi 7,00 a 7,20 ráno a minibusy svezou všechny před velký obchod v hotelové zóně – obchod se suvenýry Fiesta Mexicana. Tam jsou roztrženi podle cíle jejich výletů. U přepážky všichni vystojí kratší frontu, doplatí zbytek ceny výletu a dostávají „palubní lístek“ s číslem dveří, odkud bude odjíždět jejich autobus. Pak už čekají na odjezd svého autobusu na výlet do Chichén Itzá, Tulumu, XCaretu, parku Xplor nebo výletů kombinovaných: Tulum a Cobá, Tulum a Xelhá. Toto čekání trvá zhruba 20 až 30 minut a někteří jej využívají k porozhlédnutí se po obchodě se suvenýry, oblečením a pochutinami. Všechno zboží je zde o 100 – 150 procent předraženo oproti běžnému obchodu. Podle průvodce je obchod vlastněn Libanonci, kteří mají na tomto prodeji veliké zisky. Všichni obdrží „pre-departure checklist“ neboli seznam toho nejdůležitějšího, co před odjezdem na výlet potřebují. Je to velice chytře vymyšleno – turisté si mohou přečíst, co vše by měli mít s sebou (pokrývku hlavy, opalovací krém, vodu, atd.) a mají dostatečně času si popřípadě něco dokoupit, když jim to chybí. Pro tento případ je na letáčku kupon na desetiprocentní slevu. Občas jsem viděla, že si turisté před odjezdem něco kupují, ale většinou v tomto obchodě nakupovali lidé během dne. Platnost kuponu nebyla omezena, takže si mohli turisté vyhlídnout zboží před odjezdem a pak se pro něj kdykoli vrátit. Někteří turisté si tento plán mezi sebou říkali a domlouvali se, kdy se pro tu či onu věc vrátí. Obecně nakupování předmětů jako suvenýrů je úzce spjato s rituálem turismu. Není jen

projevem konzumního způsobu života, ale hlavním důvodem pro koupi předmětů je jejich symbolický význam pro každého jednotlivce.



### Seznam nejdůležitějších věcí na výlet

Někdy byli organizátoři před odjezdem trochu nervózní, tak několikrát upozorňovali turisty, aby utvořili jednu řadu, ale jednou stál právě tento organizátor tak nešikovně, že si lidé chtěli stoupnout do řady, ale úplně to nebylo možné. To způsobilo menší napětí mezi přítomnými. Je pochopitelné, že zorganizovat tolik lidí a to ještě částečně stojících a chodících po obchodě, není jednoduché. Většinou se to organizátorům dařilo bez větších nepříjemností. Dalším složitým úkolem pro ně bylo naplnit celý autobus turisty a ještě všem vyjít vstříc, aby seděli pohromadě, jak chtěli. V případě dvojic to bylo ještě jednoduché, ale jakmile to byla pětičlenná rodina nebo devítičlenná skupina přátel (jednou to byla dokonce 18tičlenná skupina Chilanů), byl to pro organizátory vcelku těžký úkol. Zajímavé ale je, že pokaždé, co jsem pozorovala nástup cestujících do autobusu, vždy se podařilo poskládat dovnitř všechny a ještě k jejich spokojenosti. Co se dělo po nástupu do autobusu přiblížím v další kapitole, a to u výletu do Chichén Itzá.

Obchod, odkud denně odjíždějí autobusy s turisty na výlety (archiv autora)



## 5.2 Turistické rituály v Tulumu

Můžeme rozlišit tři možnosti návštěvy Tulumu. Pro některé turisty je Tulum průjezdním místem, skrze které projíždějí v rámci okružních poznávacích cest. Cestovní kanceláře nabízejí komplexní poznávací zájezdy, v rámci nichž mohou turisté procestovat celé Mexiko a zastavit se na nejznámějších památkách. Tyto zájezdy většinou trvají dva až tři týdny a vyhledávají je ti, kteří mají omezený čas a chtějí vidět co nejvíce. Druhou možností je být ubytovaní v některém z okolních měst (nejčastěji v Cancúnu a Playa del Carmen) a do Tulumu přijíždět na jednodenní výlety. Ty jsou koncipované obdobně jako výlety do Chichén Itzá a turisty dovezou autobusy ráno do Tulumu a odpoledne zpět do Cancúnu nebo Playa del Carmen. Některé výlety jsou ještě kombinovány s další atrakcí regionu – buď s koupáním v cenotu nebo s vodním parkem Xelhá nebo s archeologickou památkou v Cobá. Pro třetí typ návštěvníků je Tulum konečným cílem, jakousi základnou, kde zůstávají nějaký čas a odkud podnikají výlety do okolních měst a na ostatní památky.

Dále můžeme rozlišit dva druhy turistů: jedním jsou turisté zúčastňující se organizovaných výletů – ať už velkých poznávacích zájezdů, tak výletů zakoupených v Cancúnu či Playa del Carmen a druhým jsou individuální turisté. Ti si plánují cestu sami, jezdí pravidelnými autobusovými linkami (v Mexiku je velmi dobré spojení mezi městy operované luxusními autobusy za nízkou cenu) a buď jezdí do Tulumu na jednodenní návštěvu nebo zůstávají delší dobu a Tulum je pro ně konečným cílem, odkud podnikají výlety na okolní památky.

Turisté přijíždějící městským autobusem z Cancúnu si mohou vybrat služby dvou společností – dražší a více zaměřenou na cizince ADO a levnější, využívanou převážně místními – Mayab. Rozdíl ceny jízdenek není tolik markantní, tudíž v levnějších místních autobusech Mayab moc cizinců nepotkáme. ADO autobusy mají v Tulumu u archeologické zóny přímo zastávku, zatímco autobusy Mayab jenom udělají krátkou zastávku na znamení na hlavní silnici. Od hlavní silnice je to zhruba jeden kilometr pěšky k administrativní budově u vchodu do archeologické zóny, kde se prodávají vstupenky do areálu a kde jsou turistům nabízeny služby průvodců. V další kapitole analyzuji rozhovory s těmito průvodci a v těchto rozhovorech se také promítají turistické rituály, kterých si průvodci všímají.

### 5.3 Turistické rituály v Chichén Itzá

Zde pokračuje mé pozorování z účasti na výletu do Chichén Itzá. V kapitole o turistických rituálech v Cancúnu jsem skončila u nástupu turistů do přistavených autobusů u obchodu Fiesta Americana. Vyjždíme a opouštíme Cancún. Průvodce vítá účastníky výletu na palubě a stručně se představuje, že se jmenuje Rodrigo a hned uvádí, že je pyšný na to, že je z poloviny Španěl a z poloviny Maya. Právě touto zmínkou si získává důvěru lidí, že je osoba na svém místě a že tedy musí o mayské kultuře mít nekonečné znalosti. Identifikací s mayským obyvatelstvem si upevňuje své ukotvení ve světě a pocit „patření někam“. Dále předává turistům základní praktické informace jako např. umístění toalety v autobuse (a vcelku důsledně vysvětluje, co se na toaletě smí a nesmí během cesty provádět) a upozorní na časový rozdíl mezi státy Quintana Roo a Yucatán, kde je o jednu hodinu méně. Dále průvodce představí sebe a řidiče autobusu a dá účastníkům výletu třicet minut na odpočinek po „fiestě“, na které den předtím v noci jistě byli. U většiny tento nápad padne na úrodnou půdu a chystají se ke spánku. Opravdu, Cancún by se dal nazvat „městem, co nikdy nespí“. Je vyhledáván tisíci (nejen mladých) lidí právě pro svůj bohatý noční život. Bary a diskotéky jsou otevřeny každou noc a vždy se v některém podniku koná speciální tematická akce – od večírků v pěně („foam party“ spočívající ve vstříkovaní pěně do koupele se podobající pěny na taneční parket), přes svítící večírky („glow party“, kde dostávají návštěvníci v rámci vstupného svítící tyčinky a jiné předměty, popřípadě se mohou pomalovat barvou, která je vidět jen pod zvláštním osvětlením) po večírky, kde dostanou k tanci a ke hře tvarovatelné balónky nebo jsou zasypáváni malými papírky, které se snáší ze stropu jako kdyby sněžilo.

Poté, co si účastníci výletu trochu odpočinou, začne se průvodce ptát, co ví o Mayích. Začínají se ozývat odpovědi: „jedí ještěrky“, „starodávná civilizace“, „polyteisté“, „jedni z nejvýznamějších vládců Mezoameriky“, „složitý systém písma“. Průvodce odpovídá, ať si hlavně turisté nemyslí, že byli mimozemšťany a představuje teorii, kterou jsme mohli slyšet v televizi o mimozemském původu Mayů. Podle něho docházelo k těmto asociacím tím, že byli vysoce vyspělí a jejich tvar hlavy připomíná představy o mimozemském původu. To je z důvodu lebečních deformací, které se prováděly (bez anestezie) dětem z důvodů estetických (tvar připomínal tvar hlavy gorily, jaguára, opce či kukuřičného klasu) a také proto, že se domnívali, že tím zvětší mozkovnu, tudíž mozek bude větší a budou chytřejší. Lidé se ptají: „bylo to



bolestivé?” Rodrigo odpovídá, že jistě ano a zmiňuje nástroje, kterými se to provádělo a muzea, ve kterých se dnes můžeme setkat s těmito a jinými mayskými artefakty. Dále se lidí ptá, jestli jsou turisty nebo cestovateli. Turista si podle něho “pustí Apocalypso a nalije tequilu” a cestovatel vyhledává hlubší poznání. Všichni se samozřejmě cítí být cestovateli a hlasují pro druhou variantu. Průvodce plynule přechází k seznámení turistů s mayskou kulturou, zvláště zdůrazňuje kalendář, písmo, počítání, deformace lebek a lidské oběti.

První zastávkou je prohlídka kostela San Bernardino ve Valladolidu, jež je na cestě do Chichén Itzá vzdálen necelou hodinou od cíle. Zde probíhá první setkání s Mayi, kteří chodí kolem kostela v typickém oblečení a autobusů plných turistů si vůbec nevšímají. Naopak z autobusu na ně hledí všichni. Při průjezdu náměstím na ně průvodce upozorňuje a ptá se, jestli je turisté poznají a jak si myslí, že vypadají. Hrajeme hru, kdo pozná Maye na rohu náměstí, v parku, s ošatkou, atd. Někdo se zeptá, proč nejsou děti oblečeny jako dospělí a průvodce ihned odpovídá, že kvůli diskriminaci a nerovným příležitostem se mladí lidé snaží vizuálně distancovat od svého původu. Dále průvodce pronáší možné očekávání turistů: „Mohli jste si myslet, že už nežijí, že vymizeli. Tak to ale není, zde můžete vidět skutečné Mexiko na rozdíl od Cancúnu.“ O pocitu turistů, že Cancún vlastně není Mexiko, se zmiňuji v kapitole o Cancúnu. Je vidět, že jde o obecně uznávaný názor, jak odbornou literaturou, tak místními obyvateli i turisty. Zastávka u kostela je vcelku krátká, se zajímavým výkladem mayských prvků na křesťanském kostele. Všichni návštěvu zdokumentují fotoaparáty nebo mobilními telefony a kuřáci se dožadují přestávky na cigaretu.

Turista fotící se před kostelem San Bernardino ve Valladolidu (archiv autora)



Po odjezdu začíná průvodce připravovat turisty na návštěvu domorodé vesnice Eptun. Učí celý autobus pozdravit: „malo'kin“, „malo'kin“, „malo'kin“ se ozývá ze všech stran, dokud není průvodce spokojen s výslovností turistů. Poté postoupíme na další zásadní frázi v mayštině: „Bachuš ušul?“ znamenající „Kolik bude pro mne konečná cena?“ Při té příležitosti se turisté z Panamy začnou zajímat o možnost vrácení daně a turisté z Chile zjišťují, kolik litrů tequily si mohou z Mexika odvézt. Dalším dotazem je: „Jak se dá platit u Mayů?“ Průvodce vtipně odpovídá, že vším možným – mexickými pesos, americkými dolary, visa kartou či směnou Nike tenisek či Rayban brýlí. Cestou míváme věznici, která je podle průvodce první věznicí jen pro maysky mluvící vězně.

Další zastávkou je již mayská vesnice Eptun. Při její návštěvě se mi celou dobu vybavoval teorie „Mayů představujících Maye“ a pocitu „divadla pro turisty“ se nedalo zbavit. Nejdříve jsme byli průvodcem nainstruováni, jak se ve vesnici chovat, jak odpovídat a čeho se vyvarovat. Všichni museli zopakovat, jak se naučili „malo'kin“. Turisté prochází vesnicí po jediné stezce vedoucí kolem šamana v mayštině provádějícího rituál s kouřem (incencí) a s vodou. Turisté dostanou na výběr, jestli se rituálu chtějí zúčastnit nebo ne. Všichni se rozhodují, že ano a šaman jednoho po druhém poklepe větvíčkami, ze kterých se kouří. Všude jsou umístěny košíčky s nápisy „spropitné“ („tips“, v angličtině). Opodál místní dívky tkají hamacu, síť na napnutí a ležení. Muži vyřezávají ze dřeva různé sošky a předměty a snaží se prodat personalizované přívěsky pro štěstí se jménem návštěvníka ve tvaru, který údajně podporuje lásku, vzdělání nebo ochranu. U dalšího stánku si mohou turisté nechat zpracovat mayský kalendář uzpůsobený na konkrétní pro dotyčného důležité datum, čímž může být datum narození, svatby, atd. Za cenu jednoho kalendáře mám pocit, že by celá mexická rodina vyžila měsíc. Na konci prohlídky vesnice jsou turisté nasměrováni do obchodu s místními výrobky, kde kromě horentních cen za místní produkty mají terminály na kreditní karty a několik moderních počítačů. Nabízená ochutnávka tequily nadchne a probudí návštěvníky, nicméně je jim důrazně připomenuto, že je očekáváno finanční ocenění, spropitné. Stejně tak na luxusních toaletách, za které by se nemusel stydět čtyřhvězdičkový hotel, je požadováno spropitné. Podle průvodce jsou všechny zde „darované“ peníze použity na podporu vzdělávání místní vesnice, zejména výuku mayštiny. K mému údivu dost turistů z mé skupiny nakupuje. Americká rodina si pořizuje půlmetrovou dřevěnou sošku mayského indiána a zhruba 10 lidí z 50 si kupuje svitek s mayským kalendářem za 25 USD. Velmi oblíbené jsou i sošky z obsidiánu, u kterých průvodce zdůrazňuje jejich originalitu spočívající v tom, že všude je magma černé,

ale tady dozlatova a to způsobuje vzácnost místního obsidiánu. Na konci prohlídky vesnice se dost lidí ptá průvodce, kde si mají koupit něco k pití a někteří vytahují z batohů svačiny v podobě bramborových chipsů a sušenek.



“Rituál” šamana, Eptun (archiv autora)

Mayský řezbář, Eptun (archiv autora)



Mayská tkadlena, Eptun (archiv autora)



Nabídka výroby  
personalizovaných  
mayských kalendářů a  
přívěšků  
(leták)

La Herencia de los Abuelos

INICIAL  PLATA  MIX

Nombre: \_\_\_\_\_

|   |   |   |    |   |   |   |
|---|---|---|----|---|---|---|
| a | b | c | ch | d | e | f |
| g | h | i | j  | k | l | m |
| n | o | p | q  | r | s | t |
| u | v | w | x  | y | z |   |

ESPAÑOL  ENGLISH  FRANCAIS   
 ITALIANO  PORTUGUÉS

Nombre/Name: \_\_\_\_\_

AÑO  MES  DÍA   
 YEAR  MONTH  DAY

Po návštěvě vesnice již přijíždíme do Chichén Itzá. Tam jsou turisté rozděleni do dvou skupin – jedné anglicky mluvící a druhé španělsky mluvící. Každé z nich se ujímá místní průvodce a všichni společně se potkají až před odjezdem autobusu z parkoviště před vchodem do administrativní budovy, kde prodávají lístky a mají menší vnitřní expozici, obchod a bar s občerstvením. Výklad trvá zhruba hodinu a půl a pak dostávají návštěvníci půl hodinový rozchod na vlastní prohlídku. Po celém areálu se nachází spousta stánků s artefakty „skoro zadarmo“ či „pouze za dolar“. Anglickou skupinu si převzal průvodce Miguel Angel. Výklad začal představením posvátného stromu, ceiby. Na příkladu fotografie areálu z roku 1842 ilustroval rozdíl mezi rekonstrukcí, což znamená celkovou opravu a restaurováním, což znamená opravu pouze částečnou. Jednou z delších zastávek je zastávka u kratší stěny největšího hřiště peloty, kde si mohou díky jejímu sklonu turisté zkusit ozvěnu tak, že zatleskají a ozvěna je slyšet přes celé hřiště. Tady se průvodce zastavuje a vypráví o této hře, jejích pravidlech a vítězích. Takové zastávky dělá u každé významné stavby v areálu. Turisté většinou se zájmem poslouchají, ale je na nich vidět, že jim je nepříjemné horko poledního slunce, před kterým se průvodci chrání šátky a dlouhými rukávy. Kromě hlavních faktů doplňuje průvodce výklad zajímavostmi ze života dávných obyvatel této oblasti. U některých témat je na turistech vidět, že o nich něco vědí (ať již sami nebo z výkladu průvodce v autobusu). Turisté během výkladu vše dokumentují svými fotoaparáty a mobily a půl hodinu „volné zábavy“ tráví snahou o neoriginálnější selfie s pyramidou popřípadě foto ve výskoku před pyramidou.

V ceně zájezdu mají účastníci oběd formou švédských stolů v restauraci blízko památky Chichén Itzá. Jde o příjemnou, poklidnou událost. U dlouhých stolů vedle sebe sedí lidé, kteří se vlastně neznají, ale díky společným zážitkům i momentální sounáležitosti témata hovoru přicházejí sama a přirozeně.

Po obědě se odjíždí pro osvěžení do jeskyně – cenote Balankanche. Před vstupem jsou všichni upozorněni na to, aby byli opatrní, neskákali do vody z míst, která nejsou k tomu určena, před návštěvou se osprchovali a nechodili po jeskyni v botech. Pro ty, co neumějí plavat, jsou u vchodu připraveny plovací vesty na zapůjčení za 2 USD. Všichni poté skáčou do vody a fotí se u toho. Slyším jednu americkou rodinu, jak mezi sebou hlasitě označuje tento zážitek za „nejlepší z celého Mexika!“ Pár dalších lidí říká po návštěvě průvodci, že jim přijde 50 minut na koupání málo a že by tu byli raději déle.

Cesta zpátky do Cancúnu je již bez zastávek a trvá dvě a půl hodiny. Většina lidí spí nebo odpočívá a probouzí se až na rozloučení a poděkování průvodce. Ten pronáší na závěr

dlouhou řeč o dávání spropitného v Mexiku. Tvrdí, že 60 procent jejich mzdy dělá právě spropitné. A proto se snaží, aby se turisté něco dozvěděli a aby si odnesli domů hezký zážitek z výletu. Podotýká dále, že o to, co dostanou, se dělí on s řidičem, tudíž si mají turisté uvědomit, že spropitné bude děleno dvěma. Na odlehčení tématu se ptá účastníků, jak je to zvykem v jejich zemi. Lidé se ptají, kolik tedy mají dát, když chtějí vyjádřit, že se jim výlet líbil. Na to průvodce odpovídá příkladem číšníka, který se danému zákazníkovi věnuje dvě hodiny a porovnává tento příklad s průvodcem, který je s lidmi nepřetržitě 13 hodin. Výsledkem je, že většina lidí při výstupu vhadzuje do krabičky s nápisem „spropitné“ (opět psáno v angličtině) nějaký obnos peněz. Dalo se vypožorovat, že mladí lidé byli se spropitným spíše opatrní, nedávali moc. Zato starší lidé byli většinou štedřejší.

Co se týče národností a jejich reakcí na průvodcův výklad, byli Evropané spíše tišší, moc se nezapojovali do diskusí a moc se neptali. Turisté ze zemí Latinské Ameriky byli o hodně komunikativnější a reagovali na otázky a pobídky průvodců.

## 5.4 Turistické rituály v San Cristobalu

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

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

Van den Berghe (1994) trefně označuje etnický turismus jako „hledání jiného“ (quest for the other). Turisté hledají jinakost, odlišnost, exotičnost. V San Cristobalu turisté nemusí chodit „ty druhé hledat“. Mayové přijdou k nim, ať chtějí nebo ne. Turisté jsou fascinováni skutečností, že v San Cristobalu chodí po ulicích indiáni oblečení v tradičních pestrobarevných oděvech, aniž by dávali najevo, že si turistů všímají. Mnoho turistů toho využívá k fotografování „přirozených“ scén mexického města. Přesto je hledání „jiného“ oboustranné. Jsou to indiáni (zejména Chamulané), kteří chodí hledat turisty. Tito pouliční prodavači a žebráci jsou součástí nelegální ekonomiky. Místní úřady, hoteliéři, majitelé restaurací a ostatní členové místní elity bojují s těmito indiány, odrazují své hosty od kupování jejich výrobků a snaží se omezit jejich počet na ulicích. Pouliční prodavači jsou převážně ženy a malé dívky, které se neúnavně snaží přesvědčit turisty ke koupi svých výrobků, kterými jsou pletené náramky, hliněné panenky, ponča, oděvy a další. Vytrvale a neúnavně následují turisty po

chodnicích nebo na hlavním náměstí. Hodně turistů si stěžuje na jejich způsob získávání peněz. Malí chlapci častěji než jako prodavači výrobků pracují jako čističi bot nebo prodavači ovoce. Dospělí muži prodávají kožené výrobky, jako třeba pásky, peněženky a kabelky, většinou guatemalské výroby.

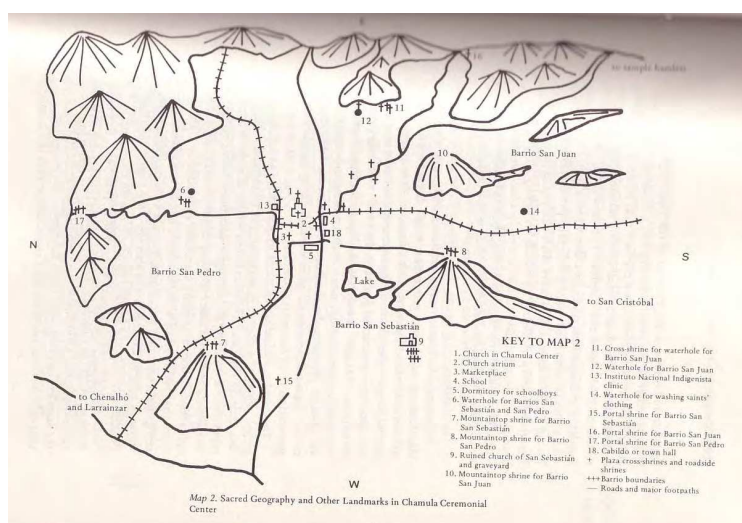
Když návštěvníci chtějí zažít indiány při jejich každodenních činnostech, navštěvují trh s potravinami, ovocem a zeleninou, který je pro mnohé cestovatele opravdovou „podívanou“. Právě na trhu v severní části města mohou turisté potkat největší koncentraci místních obyvatel. Turisté sem nechodí nakupovat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



Mayské prodavačky v ulicích San Cristobalu běžící se svými výrobky za turisty (archiv autora)

## 5.5 Turistické rituály v Chamule

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



Plán vesnice Chamula (Van den Berghe, 1994: 32)

Na začátku se podíváme, jak se turisté do Chamuly vlastně mohou dostat. Snad všechny pomyslné cesty vedou přes San Cristobal de las Casas. Jednou z možností je individuální doprava minibusy zvanými colectivos. Ty jsou provozovány výhradně místními obyvateli a rovněž používány zejména jimi. Někteří Chamulané každý den nasedají do colectiva a směřují do San Cristobalu či okolí za prací. Colectiva odjíždějí z jedné z hlavních ulic San Cristobalu, kde je sběrné místo, odkud odjíždějí i ostatní colectiva jedoucí jinými směry. Řidič vždy čeká, až se jeho vůz naplní do posledního místa, a pak teprve vyjede. Někdy uzná za vhodné vyjet dříve a přibírá další „stopaře“ cestou. Po hlavní třídě směřuje přímo do Chamuly, jež je asi 20 minut jízdy daleko (zhruba 10 km). Zastavuje na nezpevněné parcele v jedné z bočních ulic asi 600 metrů před náměstím. Dále už musí jít turisté pěšky, hlavní třídou vedoucí z kopce dolů se dostanou na hlavní náměstí. Tímto způsobem většinou cestují nezávislí turisté, kteří chtějí objevovat sami a nebýt organizováni či nechtějí se stát členy zájezdu. Mnozí ale



docházejí k závěru, že k lepšímu poznání a pochopení dění v Chamule potřebují výklad průvodce. A proto i když chtějí být v přímém kontaktu s místními, raději se spolehnou na zprostředkování místním průvodcem. Podle jednoho respondenta „nechtějí být dalším zdrojem „pozápadňování“ indiánů“, nechtějí prohlubovat kulturní konflikt, ve kterém si myslí, že Mayové žijí. Průvodce se stává jakýmsi expertem, který zná mayskou kulturu a uvede turisty do kontaktu s Mayi důkladněji než by to dokázali sami a s minimálním narušením indiánské kultury. 2/3 z mého vzorku 50ti nezávislých turistů jely do Chamuly jako účastníci výletu organizovaného ze San Cristobalu (a to dokonce i mexičtí turisté). Někteří z nich (6 lidí) byli v Chamule už jednou samostatně, ale aby se dozvěděli více, jeli znovu s průvodcem. I přesto (nebo právě proto), že se nezávislí turisté snaží navštěvované místo co nejméně ovlivňovat a chtějí být co nejnenápadnější a splynout s okolím, jsou místními obyvateli vítáni nejméně ze všech. Hlavním důvodem může být, že málo kupují. Místními obyvateli bývají tito nezávislí turisté nazýváni „mochileros“ s trochu hanlivým nádechem. Věkové zastoupení bývá převážně mezi 16ti a 35 lety. Většinou se jedná o studenty snažící se vyjít s určitým obnosem peněz delší dobu, tudíž jsou ostražití, aby moc neutratili. Dají se poznat tak, že mají z průvodce přesně zjištěno, kolik má co stát a pokud se jim něco zdá drahé, smlouvají o lepší cenu. Často také chodí oblečení v levně vypadajícím oblečení stylu hippie a vypadají tak chudší než místní. Tím se také snaží mezi místní lépe zapadnout, stravují se na neturistických místech s domácími a jezdí s nimi veřejnou dopravou. Odmítají označení turista a odmítají konzumní způsob života. Chtějí „zažít“ místní kulturu, často mění plány cesty, jsou dobrodružní a vyhledávají autentické zážitky. S tím je často spojen delší pobyt (4 – 12 týdnů, ale může trvat i 6 měsíců) na jednom místě, dostatek času a snaha naučit se španělsky (navštěvují školy nebo jazykové kurzy). V dnešní době tomuto typu cestování propadají i starší lidé, kteří se snaží si na takovéto poznávací cesty vydělat tím, že píšou blogy o svých cestovatelských zážitcích.

Další možností, jak jet do Chamuly, je s organizovaným výletem. Na ty vyjíždějí buď malé klimatizované turistické minibusy americké provenience nebo velké autokary turistických kanceláří. Minibusy zahajují prohlídku Chamuly jakoby z druhé strany, autobus zaveze turisty, na vyvýšenou planinu za místní hřbitov, ze kterého mají výhled z kopce do údolí na město. Hřbitov je malebné místo s dostatkem klidu k prvnímu kontaktu s Chamulou. Odlišnost od křesťanského hřbitova je tak zřejmá, že pro průvodce je snadné začít představovat Chamulu jako unikátní cíl lačných turistů. Pokud je turistů dostatek, jsou rozděleni do dvou skupin (podle velikosti celkové skupiny, většinou 10 až 20 lidí v jedné

jazykové skupině): jedné se dostane výklad ve španělštině a druhé v angličtině. Zhruba po 15ti až 20ti minutovém úvodu a povídání o Chamule přijde čas na otázky turistů. Zajímavějšími a překvapivějšími se mi zdály otázky a reakce mezinárodních turistů, které odrážely jejich povědomí (či nevědomost) o Mayích vůbec. Všichni Mexičané podstupující tento výlet mají za sebou alespoň minimální znalost a povědomí o historii mayské civilizace, jež získali ve škole a životem ve stejné zemi s Mayi (častý diskurz o mayské problematice v médiích). Od hřbitova, kde se mezitím shromáždí chamulské děti a za pár pesos pózují před fotoaparáty turistů, se obě skupiny pěšky vydají jednou z bočních ulic na náměstí. Skupiny se od sebe oddělí a potkají se až na odjezd z vesnice. Cestou průvodci dále vypráví o Chamule a výprava se zastaví na návštěvu v domě místní autority. Vážený chamulský občan přivítá turisty a krátce povypráví o správním uspořádání chamulského municipia, jeho subsistenci a ekonomice. Každá sancristobalská cestovní kancelář je domluvena s několika místními autoritami, u kterých se střídavě každý den zastavují. Z domu místní autority se skupina odebírá na náměstí, kde jí je dán rozchod a mohou si samostatně nakupovat a zajít na prohlídku kostela. Před kostelem proběhne organizační výklad, při kterém jsou turisté upozorněni na to, že si musí zakoupit lístek do kostela, na zákaz fotografování, a také na to, aby byli v kostele opatrní a neshodili všudypřítomné svíce stojící na stolech i na zemi, a samozřejmě, aby respektovali indiánské rituály, příliš upřeně na ně nehleděli a nechovali se neuctivě. Pro místní komunitu je právě toto největším přínosem organizovaných výprav – turisté se tak dozvědí, co je vhodné a co nikoli. Tištěné knihy průvodců a jakákoli zmínka o Chamule vždy uvádí varování ohledně fotografování, nicméně jiná doporučení už ne. Turisty to mnohdy buď nenapadne nebo se ani slušně chovat neumí či nechtějí. Průvodce César do svého výkladu zahrnuje vždy několik historek a špatných příkladů chování v kostele – ať už o dvou neuctivých německých turistech, kteří jednou shodili na zem hořící svíce, jež zapálily okolní jehličí nebo různé varianty příběhu o porušení zákazu fotografování v kostele. Vždy ale uvede, že pokud se turisté budou chovat uctivě, nehrozí jim žádné nebezpečí, ani na ně nebudou Chamulové nepřijemní. Po hodině až dvou „osobního volna“ stráveného na náměstí a v kostele se turisté sejdou před radnicí naproti kostelu a společně odchází boční ulicí ven z vesnice a nastupují do čekajícího minibusu, aby odjeli do vedlejší vesnice, Zinacantanu. Ten bývá v nabídce cestovních kanceláří nabízen spolu s Chamulou jako další „autentická“ indiánská vesnice. Cestou do Zinacantanu a ještě po příjezdu na hlavní náměstí vykládá průvodce o rozdílech mezi oběma vesnicemi a jejich obyvateli. Turisté podotýkají, že Zinacantán se jim zdá „civilizovanější,“ čistší a přátelštější. Ve

vesnici připomínající spíše malé město s asfaltovými silnicemi a dlážděnými chodníky vidí turisté také Maye, ale všímají si, že jsou výrazně odlišní od Chamulanů. Mají pestré tkané oděvy modrofialové barvy, které působí čistě, nikde nevidí povalující se muže na ulici (jako mohou vidět v Chamule) a Zinacantánci vůbec budí dojem pracovitosti a píle. V Chamule jsou turisté mnohdy svědky toho, jak místní autority vynášejí opilé muže z kostela, což je pro ně nepřehlédnutelným zážitkem. Vzhledem k tomu, že takovéto zásahy jsou v Chamule na denním pořádku, mají místní autority se zásahem praxi, takže kolikrát vyvedou opilce tak rychle, že si této akce ani nemusí nikdo všimnout. Otázky týkající se problému alkoholismu v Chamule jsou jedněmi z nejčastějších. Průvodce trpělivě zasvěcuje turisty do historie pití rituálního alkoholického nápoje poxe a zmiňuje, že pro Chamulany je tradičním nápojem, který byl dříve dáván i malým dětem, ale dnes jeho konzumace ustupuje. Turisty vždy šokuje podávání poxe kojeným novorozencům – matka údajně navlhčí prst nápojem a vetře jej do úst dítěte. Diví se zejména američtí turisté, pro které je alkohol dost tabuizovaný a jsou zvyklí, že je jeho konzumace zakázána do 21 let věku.

Velké turistické autobusy cestovních kanceláří turisty dovezou také rovnou do Chamuly, ale na jiné místo. Musí zaparkovat hned za vjezdem do Chamuly, na kopci, odkud turisté sejdou po hlavní třídě na náměstí. Tyto výpravy jsou organizované podobně jako výlety malých sancristobalských cestovních kanceláří, ale liší se v několika aspektech. Za prvé, mají masový charakter, skupiny turistů jsou početnější (kolem 30ti lidí), za druhé, průvodci jsou spíše cizinci hovořící plynule jazykem turistů a za třetí, volného času v Chamule dopřávají turistům o hodně méně, ti jsou silně vázaní na skupinu a itinerář cesty. San Cristobal je pro ně často také jen zastávkou na cestě, kde nezůstávají ani přes noc. Za čtvrté, složení těchto zájezdů bývá také jiné, jde o skupiny turistů cestujících společně po delší čas (okruhy Mexikem či Světem Mayů trvají od dvou týdnů až po měsíc a půl) a vzhledem k finanční náročnosti takovýchto cest, se většinou jedná o bohatší lidi vyššího věku. Nejsou tak dobrodružní jako nezávislí cestovatelé a jejich cestování nesměruje tištěný průvodce, ale vše mají již zařízeno a domluveno předem, protože nemají rádi improvizaci a vyhledávají jistotu. Vyhýbají se tak strachu z nástrah cestování a z interakce s domorodci. Často neumí jazyk, tak mají pocit, že by si nedokázali objednat pokoj v hotelu či večeři. Průvodce jim zajišťuje jakousi ochranu před všemi těmito nástrahami. Vše jim zajišťuje, dokonce za ně smlouvá. Tito turisté také chtějí objevovat, ale stačí jim povrchnější zážitek místní kultury.

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

Kromě jízdy na koni se mohou turisté rozhodnout pro návštěvu Chamuly na motorce a vydat se na organizovaný výlet se společností Croozy Scooters nebo jet na kole. Půldenní túry (4-6ti hodinové) na horských kolech, kde se ujede trasa 20-25 km, pořádá hned několik společností (např. Los Pingüinos nebo Marco Antonio Morales).

Dalším okruhem nevědomě prováděných turistických rituálů je zastavení se na cestě a následné pokračování. Turisté organizovaní cestovní kanceláří při těchto zastávkách poslouchají průvodce, který jim podává výklad a kterého se mohou ptát na to, co je zajímavé. U menších skupin turistů, kteří se dříve neznali a potkali se až na výletě, zajistí průvodce krátké vzájemné seznámení. To většinou spočívá v tom, že každý řekne své jméno a zemi, odkud pochází, čímž se průvodci snaží o nastolení přátelské atmosféry. Při příležitosti svého představení zmíní, že pocházejí z Mexika a dodají něco, co se o Mexiku říká, nějakou stereotypní představu, např. „Mexičana si všichni představují jako muže v sombréru popíjejícího tequilu a opírajícího se o kaktus“. Poté jsou turisté vyzváni, aby svou zemi představili podobně, aby ostatním řekli nějakou stereotypní představu cizinců o jejich zemi. Během těchto zastávek, které průvodci volí na místech, jež jsou buď klidná nebo s hezkým výhledem, se turisté zároveň věnují fotografování. Vzhledem k tomu, jak je fotografování v Chamule hlídáno a všichni jsou si vědomi jisté problematičnosti, následují doporučení průvodce, kdy si mohou kostel, hřbitov či vesnici vyfotografovat. Na náměstí před kostelem mívají všechny organizované skupiny zastávku. Průvodce jim po svolení místní autority dovolí vyfotografovat kostel a upozorní je na striktní zákaz fotografování uvnitř kostela a navrhne jim, ať si fotoaparáty a kamery raději uklidí do batohů. Ti, kdo mají zájem kostel navštívit, si pak jdou zakoupit lístky a do kostela vcházejí sami. U velkých organizovaných cest jim průvodce lístky zakoupí a po malých skupinkách je pouští do kostela.

V kostele turisté pozorují dění kolem sebe a i když byli na vstup do kostela připraveni, bylo jim buď řečeno, co tam uvidí, nebo si to sami přečetli, stejně dochází k úžasu a překvapení.

Zde se mi asi nejvíce vybavuje Urryho termín „turistického zírání“ (tourist gaze). Turisté zde opravdu „zírají“ na tu spoustu podnětů kolem nich. Mezi svícemi a ruchem místních praktik vypadají turisté neohrabaně a nejistě. Mísí se v nich vzrušení z jedinečnosti okamžiku a zážitku něčeho „opravdového“ a tradičního s pocitem „co tu vlastně dělám?“. Často se zamýšlí nad tím, do jaké míry místním věřícím překážejí a jestli je jejich přítomnost ruší. To je také jednou z nejčastějších otázek turistů po návštěvě kostela. „Vadí indiánům naše přítomnost?“ Této obavě se snaží některé cestovní kanceláře předcházet a na svých letáčích inzerují výlety „citlivé“ k místním obyvatelům a jejich kultuře. Je ovšem otázkou, do jaké míry je to možné.

„Zakázané“  
foto z kostela v  
Chamule (foto z  
internetu)



Po návštěvě kostela mají turisté volno na nákup suvenýrů či vlastní průzkum terénu. Vzdálení se z náměstí není moc dobře možné, protože turisté neví, kam by vlastně šli a ani nemají moc času jít bloudit úzkými uličkami. Navíc jsou vytrvale pronásledováni dětmi a ženami prodávajícími své výrobky. Většina tedy nakupuje - ať už ze zájmu o ruční výrobky, ze snahy podpořit místní komunitu nebo aby se na chvíli zbavili nátlaku prodejců. Mexičtí turisté se při kupování výrobků baví mezi sebou a stejně tak mezinárodní turisté konzultují svůj výběr a cenu s ostatními.

Když nastane čas odjezdu, sejdou se skupiny turistů opět pohromadě a odchází k čekajícím autobusům. Turisté velkých zájezdů musí vyjít po hlavní třídě nahoru do kopce, kde na ně čeká přistavený klimatizovaný autobus. Malé sancristobalské cestovní kanceláře parkují svými minibusy na okraji Chamuly, tudíž turisté po odchodu z náměstí už Chamulu nevidí. Oproti tomu z parkoviště velkých autobusů mají turisté ještě poslední možnost pohledu a fotografie vesnice. Většina skupin nadále směřuje do sousedního Zinacantánu. Turisté, kteří

přijeli sami colectivem často začínají svůj výlet do Chamuly později a zdržují se na místě déle. V klidu se procházejí po hlavní třídě, vybírají si pohledy, kupují ovoce a více si užívají místní rušné atmosféry. Mnohdy přijíždějí až odpoledne, když je chladněji a na procházku příjemněji. Také odjely velké autobusy a největší nápor turistů polevil. Colectiva do San Cristobalu jezdí až do večera, tak nemusí moc spěchat.

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

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

## 6. ANALÝZA ROZHovorŮ A DOTAZNÍKŮ



### 6.1 Analýza rozhovorů: TULUM

#### 6.1.1 Průvodci

Během svého výzkumu jsem provedla pět kvalitativních rozhovorů s průvodci v archeologické zóně Tulum. Výsledky mých rozhovorů uvádím vždy pod otázkou, kterou jsem se ptala. Všichni průvodci byli velice vstřícní a věnovali mi svůj čas před tím než vyráželi na vedené prohlídky s turisty. Tyto rozhovory byly vedeny ve španělštině a byly pro mne velmi přínosné. Průvodce bych označila spíše za informátory než respondenty, jelikož mi poskytli vhled do problematiky, na kterou jsem se tázala a snažili se mi své odpovědi vysvětlit. Těmito pěti průvodci byli Julio, Linda, Armando, Caltún a Andy.

#### 1) Co mi můžete říci o vaší práci průvodce?

V odpovědích všech průvodců figuroval na prvním místě aspekt hrdosti na své povolání, jeho důležitost zejména v mexickém kontextu (podle Julia reprezentuje turistický ruch díky spoustě etnického obyvatelstva v Mexiku druhou nejdůležitější hospodářskou aktivitu) a především fakt, že je tato práce baví. Cituji Julia: „*V Mexiku je být průvodcem bráno jako být ambasadorem mexické kultury.*” Podle Andyho je to „*po všech stránkách krásné zaměstnání, které je moc důležité. Zásadní při něm jsou znalosti a nadšení pro výklad. Nejde pouze o příležitost k předání osobních znalostí, ale o jejich sdílení s ostatními.*” Z hrdosti v těchto odpovědích můžeme vycítit vysokou prestiž tohoto povolání. Lidé, kteří se zde stanou průvodci, jsou výše postaveni ve společnosti a ostatní k nim vzhlíží. Jistě se s tím pojí i výše platů (a zejména spropitného, jež dostávají), která průvodcům zajišťuje vyšší zařazení ve společnosti.

Všichni průvodci zdůrazňují další klad této práce, jímž je její rozmanitost („žádné dva výklady nejsou stejné“) a setkávání lidí z celého světa (jiné složení lidí, jiné národnosti, jiné osobnosti na každý výklad). Tímto setkáváním (pro průvodce jsou turisté těmi „druhými“, které nazírají a také zkoumají) je tato práce inspirativní. Stejně tak Armando zdůrazňuje setkávání se s lidmi z různých částí světa a jejich společná interakce. Jde přitom o oboustranný

proces poznání („kolikrát se setkám s lidmi, kteří se věnují archeologii a vyměňujeme si informace a nápady,“ říká dále Armando).

## 2) **Pocítujete rozdíly mezi místními mexickými turisty a cizinci?**

Kromě Lindy, která provází pouze španělské skupiny, nacházejí všichni ostatní mezi národními návštěvníky a mezinárodními velké rozdíly. *„Ti národní se zajímají o svou vlastní kulturu, avšak dosti povrchním způsobem bez hlubších znalostí“ a „ti ostatní opouští svou zem za poznáním a vědí tedy, co se chtějí dozvědět a jsou více připraveni.“* (Julio) Také si všímá toho, že turisté spíše procházejí, dívají se a poznávají (opět se nyní můžeme vrátit k Urryho termínu “turistického zírání”).

Hlavním rozdílem je, že národní turisté o hodně méně využívají služby průvodců. Podle Armanda a Andyho mají „cizinci větší zájem, jsou zvědavější a vědí toho více o historii a civilizaci Mayů“.

Myslím, že tento názor je dost ovlivněný právě tím, že národní turisté žádají služby průvodců a vedené prohlídky méně často než ti mezinárodní.

## 3) **Všímáte si rozdílností turistů podle jejich národnosti?**

Mezi nejčastější národnosti návštěvníků patří Severoameričané (z USA, Kanady), Evropané (Itálie, Francie a Anglie), Latinoameričané (Kolumbie, Venezuela, Brazílie, Argentina). V poslední době přijíždí stále více Asiatů, především z Číny a také Rusové. Podle zkušeností průvodců má většina lidí, co pracují v turismu, nejraději Američany a Kanaďany, kteří jsou *„nejuvolněnější, rádi se baví, poznávají, dávají pozor a spokojenost projevují spropitným“*. Evropané jsou podle nich více chladní, uzavření, rezervovaní, ne vždy dávají spropitné. Podle Julia *„hodně kolegů v cestovním ruchu nerado pracuje s Argentinci, kteří jsou domýšliví a problematictí,“* on je má ale rád. Armando má zase nejradši Rusy, kteří podle něho mají *„zvláštní způsob zaměření se na člověka.“*

Podle Caltúna bývají *„nejzábavnější výklady s Američany, kteří se nestydí a zapojují se. Evropané bývají slušní, rezervovanější. Asiaté zase bývají hodně infomovaní, mají dopředu načteno, zjištěno, ptají se cíleně a konkrétně.“* Andy také tvrdí, že *„Američané se vyjadřují se sebedůvěrou.“* Co se týče anglicky a španělsky mluvících, mají podle průvodců rozdílnou



výslovnost. „Někteří vás taky rádi opravují. Jde tedy o oboustranný proces učení,” podotýká Andy.

#### 4) Na co se lidé nejčastěji ptají? Co je nejvíce zajímavá?

Všichni uvedli na prvním místě otázku: „Proč a jak skončila mayská kultura?” Každý na ni reaguje a odpovídá po svém.

Pro Julia je „to trošku ironické, protože mayská kultura neskončila. Zde si lidé udrželi své tradice, jazyk a kulturu obecně”. Považuje tento dotaz za „trochu ignorantní” a za projev základní neznalosti. Pro Caltúna je „velkým tématem zánik mayské civilizace, která však nezanikla”.

Další častou otázkou je „Proč a jak opustili Mayové svá města?” Turisté již slyšeli různé důvody (Španělé, nemoci, vnější vlivy), ale ve skutečnosti to byla kombinace všech (faktory přírodní, sociální), která vedla k opuštění měst. Podobně položenou otázku zmiňuje Armando: „Proč mayská civilizace zmizela ze dne na den?” A obsírněji odpovídá: „Ale mayská civilizace nevytizela z ničeho nic. Není možné, aby jakákoli civilizace mohla zmizet z povrchu zemského z ničeho nic. A mayská civilizace byla tak dobře stukturalizovaná a hlavně ještě dodnes existuje. 43 kilometrů východně odsud je vesnice Aldea Maya (Oculto Laguna), kde žijí přímí potomci Mayů. Tam mohou lidé pozorovat, jak žijí a poslouchat, jak komunikují,..”

Julio ještě dodává, že „občas vidí lidi, co přijíždějí s myšlenkou jet do vesnice a tam potkat Maye v tradičním oblečení, s pery ve vlasech, ale to nenajdou. Potkají lidi oblečené v typickém oblečení, ale nebudou to takoví domorodci, jak si je představují.”

Armando uvádí otázky: „Jak se mohla taková civilizace vytratit? Proč byli Mayové tak inteligentní?” Dále uvádí, že se ho často turisté ptají, jestli je potomkem Mayů. „Ano, jsem,” říká hrdě.

Dále se turisté ptají na různá známá jména, na to, kdo vlastně byli Mayové, jak se co dělalo v jejich době, jestli měli vliv na jiné oblasti a fakta o životě běžných lidí v té době.

#### 5) Jaký je Váš vztah k Tulumu?

Všichni průvodci se hluboce ztotožňují se svým místem působení, cítí, že k němu patří a jsou s ním spjati. Julio zde žije od dětství, jeho rodina se vždy živila turismem - měli restauraci

a Julio pracuje jako průvodce. Jeho slovy: „*Tulum pro mne znamená můj život. Baví mne tu jako průvodce předávat dál to nejlepší, co nám zanechali naši předci.*” Opět je z tohoto tvrzení znát identifikace s místem a hrdost na svou práci.

Lindy rodiče jsou „potomci Mayů, prakticky zakladatelů tohoto místa.” Chodila sem již odmala a nyní to cítí jako „velkou čest,” moci zde pracovat jako průvodce. „Jako potomek Mayů se cítím součástí této kultury.” Taktéž Armando je potomkem Mayů a „je pro něj ctí zde pracovat.” Tulum označuje za „úžasné město, jedinečné ve svém stylu.”

Caltúnova rodina se sem přestěhovala, když mu bylo deset let. Chodil zde do školy a jak říká: „toto místo jsem si zamiloval.” Andy přijel do Tulumu s rodiči, kteří se sem přestěhovali. Narodil se ve vnitrozemí státu Yucatán, ale vyrůstal v Tulumu, učil se a vystudoval, aby mohl být průvodcem, členem skupiny průvodců. „Zde je můj život a zde se mi líbí.” V Andyho odpovědi je patrný důraz na nezbytné studium – jedním z důvodů, proč je práce průvodce tak ceněna a má svou prestiž, je právě absolvování studia, které není jen tak možné pro každého dnešního Maje – právě nedostupnost vzdělání je pro jejich komunitu zásadním problémem. Dalším aspektem, co Andy zdůrazňuje, je sounáležitost ke skupině průvodců – díky tomu, jak se všichni dotazovaní cítí silně identifikováni a hrdí na práci průvodce, tvoří jakousi skupinu vyvolených. Podle mého pozorování je ze skupiny průvodců cítit jejich blízkost, člověk má pocit, jakoby byli jedna rodina. Kromě soudržnosti je u nich patrná i hierarchie skupiny – bylo přesně poznat, kdo má zodpovědnost za tým průvodců a kompetenci dělat důležitá rozhodnutí a kdo je nejmladším členem, který se ještě od svých kolegů učí.

Z rozhovorů plyne, že se všichni mnou dotazovaní průvodci hrdě hlásí ke svým Mayským předkům, identifikují se s komunitou Mayů, ze které se ovšem vydělují vyšším dosaženým vzděláním a vyšším postavením. Na všech z nich bylo patrné, jak je jejich práce naplňuje a jak si jí váží.

### **6.1.2 Turisté**

Analýza odpovědí 40 turistů, kterým jsem kladla otázky tváří v tvář před a po návštěvě Tulumu následují přímo pod konkrétními otázkami. 20 respondentů mi odpovídalo před prohlídkou památky a 20 při odchodu z areálu. V prvním případě šlo o 13 anglicky a 7 španělsky mluvících

turistů a po návštěvě 15 anglicky a 5 španělsky mluvících turistů. Rozložení respondentů dle pohlaví, věku, vzdělání a národnosti viz Příloha 2.

### 1) Proč jste si vybrali zrovna Tulum pro svou návštěvu?

Mezi nejčastěji (ze 70%) jmenované důvody patřily zmínky o historii a důraz na historickou hodnotu památky. Zajímavé mi přišlo, že většina těchto odpovědí obsahovala odkaz k historii (minulosti, starodávnosti památky), ale pouze 20% zmínilo jakoukoli souvislost s mayskou historií. Druhou nejčastější odpovědí bylo vysvětlení, kde se o památce turisté dozvěděli, jestli sem přijeli s organizovaným zájezdem či výletem nebo jestli jsou ubytovaní v Tulumu a mají to sem kousek. Alespoň třetina respondentů uvedla jako hlavní atraktivitu Tulumu jeho jedinečnou polohu u moře. Odpovědi na tuto otázku se u rozhovorů před návštěvou od rozhovorů po návštěvě nijak nelišily a zřejmě k tomu ani nebyl důvod. Touto otázkou jsem se snažila zjistit motivaci turistů k výletu do Tulumu. Potvrdilo se mé očekávání, že turistů cestujících ve skupině bylo více než individuálních turistů. Myslím, že je zde patrný posun od původně alternativní destinace vyhledávané chudšími individuálními turisty k destinaci, kde si bydlení mohou dovolit jen movitější turisté a ti většinou cestují s dopředu zařízeným zázemím ve skupině s jinými turisty.

### 2) Jak si představujete svět starých Mayů?

V této odpovědi s přehledem převažují variace na téma „vyspělá civilizace“ (odkazy na její velkolepost, úžasnost, tajuplnost, soběstačnost, inteligenci). V odpovědích před návštěvou Tulumu převládaly spíše obecnější, pocitovější odpovědi na rozdíl od odpovědí po návštěvě, které byly konkrétnější díky absolvovaným výkladům průvodců. Nejzajímavější odpovědi byly následující: *„vše bylo barevné, jak tu píšou na popiscích památek. Mayský svět? Představím si peří, sošky, malby, ale také krev“* a *„všude to podávají, že byli Mayové inteligentní, ale oni byli i dost brutální“*. V podrobnějších odpovědích se často mísil pozitivní pohled na Maye (jejich vyspělost) s negativními zmínkami o brutalitě, lidských obětech, krvavých rituálech a všudepřítomným nebezpečím. Několik odpovědí hodnotilo pozitivně mayský život vztažený na tuto konkrétní lokalitu (*„pravděpodobně měli hezký život, je to krásné místo“*).

Některé z odpovědí stojí za zmínku pro svou barvitost popisu: „*mayský svět si představuji jako svět plný mystiky, tajemství, magických obřadů. Cítím vůni kadidla a vidím jejich kulturu překypující barvami a radostí ze života.*” (žena středního věku z USA)

Z odpovědí mezinárodních turistů je silně cítit romantizace mayské kultury a její stylizace všemi faktory formujícími tuto představu.

### 3) Chtěli byste v něm žít?

Odpovědi na tuto otázku byly zhruba rovnoměrně rozděleny mezi „ano”, „ne” a „nevím”. Všichni se nad touto otázkou zamysleli a většina z těch, co byli pro dodávali dovětky s podmínkami („*kdybych si s sebou mohl vzít telefon*”, „*kdybych byl z vládnoucí kasty*”). „Nevím” bylo v odpovědích na tuto otázku vždy doplněno ve smyslu „*nemám dost informací*” či „*nedovedu si to představit*”. U těch, co odpověděli ne, byl nejčastějším dovětkem strach z lidských obětí či život bez dnešních technických vymožeností. Zajímavě zhodnotila problém jedna Kanaďanka: „*Bylo by to na jednu stranu primitivní, ale současně pokročilé.*” Jiná Kanaďanka obšírněji popsala, jak si představuje mayský život: „*Krásná lokalita, úplně jiná než jinde. Jedli spoustu ovoce a zeleniny, co jíme dnes – cukety, rajčata, okurky,.. Hodně rybařili. Stále musím myslet na to, co by se stalo, jak by to vypadalo, kdyby nepřišli Španělé.*”

### 4) Jak žijí dnešní Mayové? Dokáží si dnes vytvářet subsistenci a v čem? Z čeho žijí domorodí indiáni? Máte touhu je potkat?

Nejčastější odpovědí bylo, že žijí v chudobě, na okraji společnosti, přehlížení, na vesnicích, že prodávají suvenýry. Podle jedné ženy z Rakouska „*byli porobeni a zneuctěni a dnes se utápí ve vzpomínkách a alkoholu*”. Pár respondentů uvedlo, že jsou začleněni do mexické společnosti, že žijí jako všichni ostatní. Po návštěvě Tulumu uvedl starší pár z Tchajwanu, že „*jejich život se jistě zlepšil díky turismu a výletům do jejich oblasti.*” Podle mexického respondenta by „*potřebovali podporu vlády a větší přístup ke vzdělání*”. Několik respondentů po návštěvě Tulumu samo odpovídalo porovnáním dávného života Mayů s dnešním – podle muže z Tabasca v Mexiku „*na rozdíl od dávných Mayů existují jiné postupy stavby, ale hospodářství převážně stejné*”. Myslím, že je zajímavé uvědomit si protiklad slavných Mayů, kteří budovali ty úžasné pyramidy, co vidíme v Tulumu a Chichén Itzá a dnešní

Maye, kteří jsou nazíráni jako chudé obyvatelstvo na okraji mexické společnosti. Z odpovědí mexických turistů je znát vyšší míra informovanosti o současné problematice integrace mayského obyvatelstva do mexické společnosti.

**5) Dokázali byste srovnat Tulum s jinou památkou, kterou jste navštívili? Jakoukoli, kdekoli na světě.**

Odpovědi na tuto otázku se výrazně nelišily před a po návštěvě, ale znatelně se lišily mezi mexickými a ostatními turisty. Všichni mexičtí turisté porovnávali Tulum s jinou mexickou historickou památkou (Palenque, Uxmal,...), zatímco mezi mezinárodními turisty to byla třetina respondentů (jmenující jiné mayské památky – nejen na území Mexika, ale i v Guatemale). Zbylé dvě třetiny mezinárodních respondentů uváděly buď památky svých domovských zemí nebo jiné světově proslulé památky. Zajímavá byla odpověď páru z Tchajwanu: *„Chichén Itzá, je dost podobná. Ale pokud máme porovnat s jinými památkami na světě, byli jsme na mnohých čínských památkách a ty jsou úplně jiné. V Číně zahrnují do historie více kulturu, mají za vším příběh. Více dokumentují historii.”* Ostatní turisté jmenovali např. egyptské pyramidy, chrámové komplexy v Thajsku a Kambodže či paláce v Indii. Američtí turisté podotýkali, že v USA tak staré památky nemají. Starší Kanadanka mi odpověděla obsírněji: *„Ne, v Mexiku jsem jinde nebyla. Ze světa jsem byla na významném místě v Auschwitzu a hodně po Evropě, pak také na Havaji na duchovních místech. Myslím, že každá z kultur a civilizací je jiná, musíme je respektovat, mít k nim úctu. Jsem velice ráda, že jsou tato místa zpřístupněná veřejnosti, že je může každý navštívit.”* Z této odpovědi je cítit přehled o světě a zodpovědný turistický přístup.

Při porovnávání památek s Tulemem ve většině odpovědí zaznělo zdůraznění některé pozitivní vlastnosti Tulumu (poloha u moře, menší rozloha, klidnější lokalita,...). Všechny památky jmenované turisty byly historickými památkami, nejčastěji také mayského původu.

**6) Je turistický ruch o průmyslu nebo o poznání?**

Nejvíce respondentů si vybralo možnost poznání, a to jak před návštěvou, tak po ní (50 % z každého vzorku). Obě možnosti zohlednilo více turistů před návštěvou, s tím, že se většinou případů zmínili, že by měl být o poznání, ale čím dál více je o průmyslu a výtěžném obchodu.

Po návštěvě Tulumu odpovídalo více respondentů, že je turismus o průmyslu.

Není překvapující, že většina turistů označila poznání za hlavní úkol turistického ruchu. Ve všech kulturách je obecně vysoce uznávána "zcestovalost" jako kvalita člověka. Cestovat, poznávat a rozšiřovat si obzory je vysoce ceněno. Turistický ruch na jednu stranu lidem toto cestování za poznáním zjednodušuje a umožňuje, ale na druhou stranu je jejich cestováním recipročně živen. V dnešní době si již nejde jedno bez druhého představit.

Respondentka z Kanady uvedla: „*V hotelech vám nedoporučují navštěvovat tato místa samostatně, bez organizovaného průvodce. Ale s tím nesouhlasím, dá se sem dobře dojet kolektivem a procházet se tu. Jenže hotely a cestovní kanceláře na výletech musí dost vydělávat. Když jedeme sami, platíme za cestu kolektivem a vstup na památku a výlet nás tak stojí zlomek ceny, kterou bychom zaplatili v organizovaném výletu.*“ Z tohoto názoru je patrné, že někteří turisté si jsou vědomi toho, jak na nich turistický průmysl „vydělává“. A samozřejmě když porovnáme cenu organizovaného výletu cestovní kanceláří s cenou výletu „na vlastní pěst“, dostaneme signifikantní rozdíl v ceně. Služby průvodce si mohou turisté připlatit i přímo na památce a i tak je vyjde výlet levněji. Obecně sami častěji jezdí na výlety mladší lidé a starší lidé jsou finančně zajištěnější a vyhledávají služby se vším zabezpečením. V dnešní době se ale objevuje stále více starších lidí, kteří cestují individuálně a díky informovanosti ze všech médií si plánují cestu sami.

V minulosti nebyli soudobí indiáni a jejich kultura v Mexiku příliš ceněni, byli považováni za symbol „zpátečnictví“ a „primitivismu“. To se ovšem na některých místech změnilo a díky „mayskému turismu“ jsou vyhledávána a turistickým průmyslem propagována „autentická“ místa, kde Mayové žijí. Přestože můžeme o „autentičnosti“ mayských vesnic pro turisty pochybovat, jsou beze sporu často vyhledávaným cílem jejich cest. Má zkušenost předražených výrobků a nádob na spropitné na každém rohu z výletu do Chichén Itzá přes mayskou vesnici Eptun je jasným příkladem toho, jak je turistický ruch silně o průmyslu, obchodu a výdělků. Ale přesto i plní svou funkci zprostředkování poznání – turistům jsou představeny místní zvyky, tradice a způsob života.

## 6.2 Analýza dotazníků: CHICHÉN ITZÁ

Ze zhruba 230 distribuovaných dotazníků se mi vrátilo 180 plně vyplněných dotazníků, které jsem dále zpracovávala a interpretovala. Respondentům jsem dávala na výběr ze dvou jazykových mutací – anglické a španělské – a podle toho je ve vyhodnocování také rozděluji na anglicky a španělsky mluvící. Podle blízkosti odpovědí respondentů jsem se rozhodla tyto dvě skupiny podle jazykového kritéria rozdělit na dílčí podskupiny. V rámci 110 anglicky mluvících respondentů vyděluji skupinu Američanů (80), ke které z důvodu podobného kulturního kontextu připojuji skupinu Kanadčanů (12), dále rozlišuji menší skupinu Evropanů (10) a Asiátů (8). Ze španělsky mluvících respondentů rozlišuji dvě skupiny: Mexičany (35) a ostatní Latinoameričany (35) – vzhledem k jejich blízkému kulturnímu kontextu a podobnosti odpovědí je ponechávám v jedné kategorii španělsky mluvících. Rozložení respondentů dle pohlaví, věku, vzdělání a národnosti viz Příloha 2. Co se týče rozdělení před a po: před návštěvou bylo 40 španělsky mluvících respondentů, po návštěvě 30 a u anglicky mluvících to bylo před 65 a po 45 respondentů. Nejdříve hodnotím dohromady všechny dotazníky a poté se vyjadřuji ke shodnosti či rozdílnosti před a po návštěvě Chichén Itzá.

Zadání dotazníků před a po návštěvě se lišilo pouze v první a poslední otázce (viz níže).

### 1) Proč jste si vybral/a pro svůj výlet Chichén Itzá?

Tuto otázku jsem se ptala pouze turistů před návštěvou památky.

Mezi nejčastější důvody výběru Chichén Itzá uváděli anglicky mluvící turisté, že jim byl výlet doporučen (13), druhým důvodem byl zájem o historii (11), dále snaha poznat mayskou kulturu (7), vidět jeden ze 7 divů světa (7), dlouho sem chtěli jet (5), výlet byl součástí organizované cesty cestovní kanceláří (5), svatební cesta (4), pyramidy (4), náboženství (4), zájem o stavitelství (2), součástí studia (2). 1 respondent odpověděl, že je průvodce, tak by rád viděl, jak provádějí jiní. Španělsky mluvící respondenti uváděli jako nejčastější důvod poznání kultury/historie (12), dalším důvodem bylo, že je Chichén Itzá jedním ze 7 divů světa (5), dále jim šlo o poznání místa (6), zájem o stavitelství/pyramidy (5), součástí organizovaného výletu (2), součást studia (2), pro jeho krásu (2), dlouho jsem chtěl jet (2), na doporučení (1), zájem o fenomén obětování (1) a opět jeden respondent byl průvodce.

Z toho vyplývá, že nejvíce turistů z anglicky mluvící skupiny se rozhodlo pro výlet do Chichén Itzá na doporučení zástupce cestovní kanceláře či přátel, zatímco motivací většiny španělsky mluvících respondentů bylo cíleně poznání kultury či historie. Pokud se zaměřím na rozdíl americko-kanadské skupiny versus latinskoamerické, tak 34% skupiny první přijelo do Chichén Itzá na doporučení a dalšími důvody byl zájem o kulturu či historii a to, že je jedním ze sedmi divů světa. V druhé skupině odpovědělo 68%, že hlavní důvod návštěvy je zájem o kulturu či historii, své kořeny a fakt, že jde o jeden ze sedmi divů světa.

## 2) Co víte o mayské kultuře?

Mezitím co 26 anglických respondentů odpovědělo, že neví nic a 22 odpovědělo, že málo, tak ze španělských respondentů jen 1 napsal, že o mayské kultuře neví nic! Nejčastější anglické odpovědi byly: inteligentní kultura (24), spojitost s Mexikem (22), kalendář (18), pokročilá, vyspělá kultura (12) střední amerika (8), jižní amerika (7), něco ví z filmů/dokumentů (6), malí lidé (6), působivá/impozantní kultura (6), astronomové (6) a méně často (do 5 podobných odpovědí) se objevovaly odpovědi: deformování hlav, Mexiko – Guatemala, byli jako mimozemšťani, dobří matematici, architekti, starodávná civilizace, binární systém, obětování 14letých dívek, vzdělaní, předběhli svou dobu, zajímavá, neuvěřitelná, důležitá, organizovaná/strukturovaná, velmi věřící/duchovní. Z těchto odpovědí můžeme složit obrázek, jak si nejpravděpodobněji představují zástupci západního světa mayskou kulturu – jako vyspělou, inteligentní, impozantní kulturu lokalizovanou do oblasti střední Ameriky a Mexika. Mou teorii o formování představ pomocí filmů a dokumentů potvrzují přímo respondenti svými odpověďmi.

Španělské odpovědi byly následující: zajímavá (18), inteligentní kultura (14), velmi pokročilí/předběhli dobu (14), astronomové/astrologové (11), organizovaná/strukturovaná (11), působivá (9), velmi věřící/duchovní (7), důležitá (6), vzdělaná (6), neuvěřitelná (6), nádherná (6), mysteriózní, matematici, Mexiko – Guatemala, kalendář, mocná, střední Amerika, vášnivá, úspěšná, starobylá civilizace, válečníci, pěkně zpívali, lékařské znalosti, deformování hlav, Mexiko, jako mimozemšťani, z filmů/dokumentů, starodávná civilizace, binární systém, malí lidé, obětování, jižní Amerika. Z odpovědí vyplývá, že španělsky mluvící respondenti mají větší přehled o mayské kultuře a popisují ji jako zajímavou, inteligentní,



pokročilou, zmiňují astronomii/astrologii a organizovanost/strukturovanost mayské společnosti.

Co se týče rozdílů mezi vědomostmi před návštěvou Chichén Itzá a po ní, je patrné, že vědomosti všech respondentů se zvýšily. Před návštěvou odpovědělo, že neví 15 anglických respondentů a po ní méně, 11. Z mexických respondentů odpověděl jen jeden před návštěvou, že nic neví. Odpovědi po návštěvě byly u všech respondentů obsírnější a obsáhlejší.

### **3) Co víte o mayském životě? Jak si myslíte, že Mayové žili (kde bydleli, co jedli, ...)?**

Respondenti anglických dotazníků odpovídali, že neví nic (24) nebo málo (9). Mezi nejčastější konkrétní odpovědi patřilo maso (kuřecí, vepřové, 16), svatyně, chrámy (12), opice, leguáni, hadi (10), džungle (8) a méně než 5 respondentů odpovědělo: kukuřice, pyramidy, prostý život, ovoce, zelenina, třídní systém, vesnice, domy, zemědělci, lovci, zvířata a rostliny, život v komunitách, polyteisté, hry, nevzdělání, sběrači. V odpovědích kladli důraz na to, co jedli (maso), že stavěli svatyně a chrámy, kolem nich žilo v džungli spousta zvířat – opice, leguáni, hadi a tento obraz odpovídá romantizujícímu pohledu na velkolepý mayský život.

Respondenti španělských dotazníků odpovídali, že neví nic (10) nebo málo (2). Když věděli, odpovídali následující: zemědělci (8), kukuřice (6), život v komunitách (6), zvířata a rostliny (5), sběrači (4), lovci (4), a pod 3 odpovědi: prostý život, ovoce, zelenina, polyteisté, ryby, zdravý a udržitelný, vesnice/chýše, hry, nevzdělání, poklidná civilizace, pyramidy, džungle, maso (kuře, vepřové), opice, leguáni, hadi, třídy, svatyně, chrámy, těžký život. Odpovědi byly pragmatictější než u anglických respondentů, Mexičané a Latinoameričané se zaměřovali na to, čím se Mayové živili – zemědělstvím, kukuřicí, styl života v komunitách, v prostředí zvířat a rostlin a živili se lovem a sběrem. V jejich odpovědích byl také častěji zmiňován prostý, zdravý, ale těžký život. Je z toho patrné ovlivnění společným diskurzem a uvědomování si realistických aspektů života dávných Mayů bez jejich romantizování.

Co se týče rozlišení před návštěvou – odpověď, že nic neví se opět snížila o počet 4 respondentů u anglických dotazníků a o 1 u španělských. Odpovědi byly zastoupeny zhruba stejným trendem u obou skupin dotazovaných, nebyla tam žádná zratelná odchylka.

#### 4) V čem spočívalo mayské hospodářství?

Na tuto otázku odpovědělo, že neví 56 anglických respondentů a pouze 8 španělských. Dále z anglických odpovědělo 20, že zemědělství, 18 jmenovalo obchod, 8 drahé kovy, 6 řemesla, 6 sůl, 4 směnný obchod, 4 náboženství, 4 turismus, 2 čokoládu a 1 lov.

Španělské odpovědi byly následující: zemědělství (27), obchod (13), směnný obchod (16), řemesla (4), lov (4), kukuřice (3), rybolov, drahé kovy, kakao, umění, náboženství, turismus, sůl, čokoláda.

Angličtí i španělští respondenti shodně považovali zemědělství za stěžejní pro mayské hospodářství a na druhém místě obchod. Pouze španělští respondenti kladli větší důraz na obchod a směnný obchod. Pozoruhodné je, že v obou skupinách byl jmenován turismus (u anglických čtyřmi respondenty, u španělských jen jedním), ikdyž za dob vrcholu mayské civilizace ještě turistický ruch neexistoval.

U této otázky nebyl patrný rozdíl mezi respondenty před a po návštěvě.

#### 5) Znali Mayové písmo?

88 anglicky mluvících respondentů (80%) odpovědělo, že ano (24 dodalo, že to byly hieroglyfy); 4 odpověděli, že ne a 18 (16%) nevědělo. 55 španělsky mluvících odpovědělo, že ano (10 dodalo hieroglyfy), 3 uvedli matematické písmo, 1 řekl, že ne a 1 nevěděl.

U této otázky je patrný rozdíl vědomostí respondentů před a po návštěvě Chichén Itzá. U anglických odpovědí nevědělo více respondentů před návštěvou (12) než po ní (6). U španělsky mluvících nevěděl jen jeden respondent před návštěvou. Také více respondentů po návštěvě uvedlo, že šlo o hieroglyfické písmo. Z tohoto výsledku můžeme usuzovat, že výklad průvodce či osobní zkušenost měly pozitivní efekt na turisty, kteří po návštěvě častěji věděli odpověď.

Jeden respondent mi dokonce po návratu z Chichén Itzá nakreslil do kolonky pod touto otázkou ukázkou mayského písma:



## 6) Znáte nějaké mayské bohy?

66 anglicky mluvících neznalo a když ano, tak jmenovali následující: nejčastěji (8): bůh Slunce, Had, Quetzalcoatl, bůh deště (4) a po jedné až dvou odpovědích se objevovali následující: bůh lásky, smrti, života, Chaac, Kukulcan, bůh války, Chaam, Balam, Hero Twins, bůh větru, plodnosti, hojnosti, Montezuma, Itzamná, Chacmool, Tenochtitlán, měsíc, hvězdy.

12 španělsky mluvících neznalo a když ano, nejčastěji jmenovali Slunce (10), měsíc (9), plodnosti (7), Kukulcan (6), deště (6), Chacmool (3), Chaac (2), Itzamná (2), Quetzalcoatl (2), hvězdy (2) a po jedné odpovědi bůh smrti, lásky, Had, hojnosti, Kaviil, oheň, bůh života, války, Hero Twins.

Mezi veškerými mayskými božstvy vyhrál u obou skupin bůh Slunce, další místa se již liší – u anglických to byl Had a Quetzalcoatl a u španělských to byl měsíc a bůh plodnosti. Na dalším místě byl u obou skupin bůh deště. Častější výskyt měl pouze Kukulcan a Chacmool u španělsky tázaných. Další božstva či náboženské pojmy se vyskytovaly různě, bez možnosti zobecnění u všech respondentů. Obecně lze říci, že před návštěvou nevědělo jen lehce více respondentů u obou skupin, ale nejde o signifikantní rozdíl. Někteří z těch, co vyjmenovali více božstev, jich vyjmenovali více po návštěvě, ale opět nejde o signifikantní rozdíl.

## 7) Praktikovali Mayové lidské oběti? Proč?

81 respondentů v angličtině si myslelo, že ano; 14, že ne a 14 nevědělo. Jeden uvedl, že až po kontaktu s Toltéky. Mezi důvody uvedlo 48 respondentů, že to byly oběti bohům, aby je lidé usmířili. Podle 12 respondentů to byla čest. 10 dodalo, že kvůli úrodě, pro štěstí. 4 zmínili obětovávání srpnových dětí a 6, že byli obětováváni vítězi her.

58 respondentů ve španělštině si myslelo, že ano; 5, že ne a 3 nevědělo. 4 uvedli, že až po kontaktu s Toltéky. 32 uvedlo důvod „oběť bohům“, podle 6 to byla součást duchovního života, podle 3 součást her, 2 uvedli obětování dětí, 1 pro štěstí, úrodu a 1 zmínil, že to byla čest.

Před i po návštěvě památky vykazovaly obě skupiny podobné výsledky, rozdíl mezi odpověďmi respondentů před a po nebyl signifikantní.

## 8) Žijí dnešní Mayové v chudobě? Co je jejich hlavní subsistencí?

Podle 34 anglických respondentů ano, podle 30 ne a 50 nevědělo. Podle 12 záleží na úhlu pohledu. Jako hlavní způsob obživy uvádějí turismus (20), zemědělství (10), řemesla a obchod (10) a 4 respondenti uvedli, že žádní potomci nežijí.

Podle 23 španělských respondentů ano, podle 21 ne a 12 nevědělo. Podle 4 záleží na úhlu pohledu. Jako hlavní způsob obživy uvádějí řemesla a obchod (25), turismus (7) a zemědělství (6).

U této otázky si můžeme všimnout vysokého procenta odpovědi neví a tendence vidět hlavní subsistenci v turismu (pohled anglicky mluvících) a poté v zemědělství a obchodu, zatímco španělsky mluvící to vidí v jiném pořadí – nejdřív řemesla a obchod, pak zemědělství a pak teprve turismus. U obou skupin je po návštěvě znát posun k tomu více vnímat chudobu Mayů. Stejně tak turismus jako hlavní subsistenci vidí více turistů po výletě. U španělských dotazovaných je patrný stejný trend, jen v menším měřítku.

Dokonce 4 angličtí respondenti odpověděli, že potomci Mayů nežijí.

## 9) Praktikují dnešní indiáni tradiční rituály a obřady?

Podle 64 anglických respondentů ano, pouze podle 2 ne a 28 nevědělo. Podle 26 jen některé, podle 8 ano, ale ne obětování, podle 4 nepraktikují rituály mladí lidé (nebo alespoň méně) a podle 2 jen pro turisty.

Podle 24 španělských respondentů ano, podle 15 ne a 4 nevěděli. Podle 17 jen některé, podle 4 ano, ale ne obětování, podle 2 nepraktikují rituály mladí lidé (nebo alespoň méně).

Romantizace Mayů zřejmě ovlivnila rozložení odpovědí u této otázky. Podle anglických odpovědí indiáni dodnes praktikují své tradice v rituálech a obřadech. Tak je vidí díky všem reprezentacím, které na ně působí. Španělsky mluvící žijí v kulturním kontextu, kde všude kolem sebe (médiu, diskurz) slyší o snahách o integraci mayského obyvatelstva do většinové společnosti. Také po návštěvě Chichén Itzá se zvedlo procento anglických respondentů odpovídajících ano a španělských odpovídajících ne. Je vidět, že zážitek kontaktu s historickými i živými Mayi obě skupiny jen utvrdil o tom, co si myslely už předtím.

## 10) Jak podle Vás starodávňý mayský indián vypadal? Prosím, nakreslete ho.

K výsledkům odpovědí – jak již kresbou, tak popisem – se vyjádřím v další samostatné podkapitole.

## 11) Jak byste popsal/a svůj zážitek z výletu 5 slovy?

Tuto otázku jsem logicky pokládala respondentům po návštěvě památky.

Pro lepší porovnání s výzkumem v Chamule jsem se snažila také kategorizovat slovní vyjádření turistů do širších tematických kategorií a uvést početní zastoupení slov v odpovědích turistů. Vzhledem k jiné povaze otázky je většina odpovědí více citově zabarvených a emotivních než faktických.

U anglicky mluvící skupiny jsem definovala celky:

KULTURA, TRADICE (20): vzdělávací (16), kulturní (4)

NÁBOŽENSTVÍ, MYSTIČNO (6): magický (4), božský (2)

HISTORIE (8): dávný (8)

TURISMUS (4): přelidněný (4)

NEGATIVNÍ (5): vyčerpávající (2), horko (3)

POZITIVNÍ (151): zábavný (37), bezva (27), skvělý (znamenitý, nádherný) (25), působivý (16), nejlepší (13), dobrodružný (9), zajímavý (8), jedinečný (6), fascinující (3), krásný (3), emotivní (2), nezapomenutelný (2)

A ve skupině španělsky mluvících turistů následující:

KULTURA, TRADICE (20): poznávací (10), kulturní (7), jsem hrdý (3)

NÁBOŽENSTVÍ, MYSTIČNO (9): magický, kouzelný (9)

HISTORIE (16): starobylý (7), historický (7), pamatující minulost (2)

TURISMUS (0): –

NEGATIVNÍ (2): vyčerpávající (2)

POZITIVNÍ (75): zajímavý (15), působivý (12), nádherný (znamenitý, skvělý) (10), emotivní (8), fascinující (8), nezapomenutelný (6), dobrodružný (5), zábavný (3), horký/slunný (2), jedinečný (2), bezva (2), nejlepší (2)

U obou skupin naprosto převládají hodnocení složená ze slov s pozitivním smyslem. Negativní jsem našla pouze párkrát – šlo o náročnost výletu, způsobující vyčerpání či u anglicky mluvících byla diskomfortem i vysoká teplota, horko. Kultura a tradice byla jmenována vyšším poměrem u španělsky mluvících, stejně jako historie a mystično. Negativní vliv turismu byl jmenován pouze anglicky mluvícími.

V mém náhodně vybraném vzorku lze vyzorovat zajímavosti. Například z americké národnostní skupiny byla většina respondentů mladé páry do 35 let, studenti VŠ. Z mimomexických španělsky mluvících respondentů (Uruguay, Ekvádor, Kostarika,...) šlo pro změnu vždy o starší páry mezi 60 a 70 lety, s VŠ.

Obecně platí, že španělsky mluvící turisté přijeli lépe poznat svou či blízkou latinskoamerickou kulturu, na rozdíl od anglicky mluvících o ní ví více i před návštěvou Chichén Itzá i po ní. Popisují ji jako důležitou, pociťují na ni hrdost a po návštěvě se cítí více ohromeni. Také používají emočně zabarvenější výrazy.

### **6.2.1 Vizuální představy turistů o mayském indiánovi**

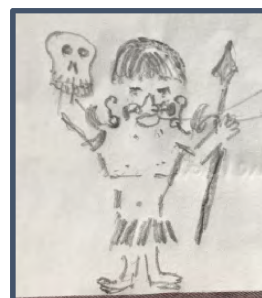
Metodou projekční kresby se snažím analyzovat představy turistů o tom, jak dávní Mayové vypadali. Zpracovávala jsem celkem 50 kreseb (viz Příloha 3), z čehož 31 od anglicky mluvících a 19 od španělsky mluvících respondentů. Zhruba 30% respondentů z celkového počtu raději popsalo některý z podle nich význačných fyzických rysů Mayů. Z anglických kreseb zachycovalo šest kreseb mayskou architekturu v podobě pyramid nebo typických obydlí v podobě chýší, takovou kresbu jsem od španělsky mluvících nedostala. Můžeme tedy usuzovat, že si uvědomují mayskou kulturu v širším kontextu, zasazenou do přírody a kontextu. Tři kresby zachycují pyramidy, dvě zalité sluncem a v blízkosti palmy. Tak si respondenti představují zázemí a kontext, ve kterém Mayové žili – idylická poloha Tulumu u moře, Chichén Itzá v hustém pralese a krásné počasí s nekonečným počtem slunečných dní. Dále zobrazují chatrče jako typická obydlí Mayů. Jeden respondent (kresba č. 1) zachytil Maye oddávající se hře peloty, jinak ostatní zobrazují statické, nehýbající se Maye.

U španělských respondentů převažuje zobrazování celé postavy Maye, popřípadě v menším měřítku zobrazení samotého obličeje. Také jim častěji dávají do ruky artefakty, např. kopí a lebku. Z obou skupin se našli respondenti, kteří namalovali pouze symbolickou postavičku pomocí rovných čar a kruhu místo hlavy a šipkami popsali, co kde bylo na Mayích

výrazné. Jeden respondent nechal svého Maye i promluvit pomocí bubliny, co se táhne od něho. (kresba č. 44) Co se týče vpisování, většinou to byli španělsky mluvící, co u postaviček psali, že byli malí či že měřili 1,5 metru (zaměřují se více na jejich malou výšku).

A nyní k výrazným rysům či znakům, co dělají u turistů Maye Mayem. Na postavách (či jen kresbách hlavy) je zdůrazňováno, že „nemají krk“, „jsou podsadití a zavalití“ a „menšího vzrůstu“. Nejčastějším rysem jak u anglických, tak španělských kreseb, je deformovaná lebka. Nejlépe vidět je na kresbách 26, 31, 45 a 46, na kresbě 29 se snaží respondent naznačit proces svazování lebky za účelem její deformace). Na některých kresbách je patrné zašikmení očí, vysoké čelo, velký nos (dominantní u kresby č. 50 z profilu), velké ušní lalůčky a tmavá kůže. Co se týče ozdobných artefaktů, jež turisté zobrazují, jsou to různé náušnice, a to jak v uších, tak ve rtech nebo náhrdelníky. Další častý způsob zdobení jsou jantarové ozdoby v zubech (kresba č. 11 i s vysvětlením). Na kresbě č. 19 můžeme vidět z poloviny potetovaný obličej a kresba postavičky č. 15 velice připomíná postavu místní autority z Chamuly v typickém bílém obleku s výrazným pásem přes něj. Kresba č. 14 evokuje křesťanskou tradici a podle mého názoru se podobá svaté Marii Guadalupské, jejíž kult je v Mexiku hodně rozšířen. Všechny zobrazené stylizace pokládají Maye za člověka – má všechny lidské atributy, je myslícím tvorem, kterého dokonce turisté zobrazují jako člověka, který něco cítí, má nějakou náladu či momentální stav, který se mu zrcadlí v tváři. Někteří turisté nakreslili šťastného a usměvavého Maye (kresba 6, 10, 12, 25, 37, 40) a někteří naopak ukazují Maye smutného (kresba č. 23, 28) či zlověstného (kresba č. 16, 22), popřípadě se zvláštním, zlotřilým výrazem, který mu propůjčují šikmé oči v kombinaci s velkýmnosem (kresba č. 24, 48). Kresba č. 10 připomíná podobnost Mayů (díky tvaru hlavy) mimozemšťanům.

U španělských respondentů u skoro všech kreseb převládá stylizace do romantické západní představy indiána s čelenkou a někdy i výrazem divocha. Čelenky mohou být z perí (kresba č. 20) nebo z jiných materiálů (kresba č. 18), u anglicky mluvících dotázaných je nejdominantnější u kresby č. 22 a 27 a u španělsky mluvících u kreseb č. 32 – 39, 42 a 50 (u 10 kreseb z 19). Jediné pozorovatelné rozdíly kreseb před a po návštěvě je tendence zobrazovat více deformace lebek po návštěvě (u obou skupin).



## 6.3 Analýza rozhovorů: CHAMULA

### 6.3.1 Před návštěvou Chamuly

V mém vzorku 80ti respondentů jsou zastoupeni mexičtí turisté 20 (tedy 50%) a mezinárodní turisté také 20 (50%). Z rozhovorů byl nejpatrnější rozdíl odpovědí těchto dvou kategorií turistů, proto se budu nejčastěji soustředit právě na rozlišení jejich názorů. V Příloze 2 uvádím a graficky znázorňuji rozložení věku, dosaženého vzdělání, pohlaví a národnosti respondentů mých dotazníků. V následující analýze rozhovorů se věnuji postupně odpovědím na každou otázku. Přesné procentuální vyjádření není u odpovědí na všechny otázky možné vzhledem k tomu, že se jedná o otevřené odpovědi, které budu spojovat do větších celků s podobným smyslem. Pro porovnání odpovědí se skutečností uvádím v textu statistiku municipality Chamuly tematicky se vztahující k mým otázkám.

Tento můj výzkum proběhl v Chamule od roku 2007 do dubna 2009. Ze statistiky vyplývá, že právě za rok 2009 (od ledna do dubna) navštívilo Chamulu celkem 52196 turistů, z čehož bylo 27257, tedy 52,2% Mexičanů.

Před návštěvou i po návštěvě Chamuly jsem turistům kladla tyto shodné otázky:

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

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

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



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

Mezinárodní turisté jsou podle mne silně ovlivněni průvodci a texty o Chamule, které varují před tresty za přísný zákaz fotografování a jejich vymáhání místními autoritami. Proto se v jejich odpovědích častěji objevuje, že budou indiáni nepřátelští.

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

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

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

Podle mexických statistik byla v roce 2000 distribuce populace v municipalitě Chamula následující: 95 % populace rurální, venkovské a pouhých 5 % urbánní, městské. (INEGI, 2000) Této statistice odpovídá i představa turistů o rurálním rázu Chamuly a vesnickém typu života Chamulanů.

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

Na tuto otázku odpovídali respondenti v podobném duchu jako na předchozí otázku. Podle 35ti mexických turistů indiáni soběstační nejsou. Odchylka v jejich názoru před a po

návštěvě Chamuly byla také malá. Z 20ti turistů dotazovaných před návštěvou mělo tento názor 18 turistů a po návštěvě to bylo 17 turistů.

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

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

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

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

Podle statistiky bylo v roce 2000 registrováno 12 155 obytných budov, z čehož 97% v osobním vlastnictví. V průměru bydlí v jednom domě 4,81 obyvatel. Zdi jsou v 11% ze dřeva a 35% z překližky a střechy jsou v 51% z azbestového či kovového plechu a z 28% pokryté taškami. Nejčastěji užívaným stavebním materiálem na podlahu domů je z 85% hlína a z 15% beton. (INEGI, 2003)

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

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

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

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

Reálně se negramotnost pohybovala v roce 2000 v municipalitě Chamula na 58 % a ve státním měřítku celého Chiapasu bylo negramotných 23 % obyvatel.

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

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

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

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

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

Odpovědi na tuto otázku byly rovnoměrně rozloženy mezi zemědělství, chov dobytka, obchod a turismus. Před návštěvou Chamuly uvedlo 18 dotázaných jako hlavní způsob obživy indiánů zemědělství, chov dobytka či obchod (nejčastěji jejich kombinaci) a pouze 2 turisté zahrnuli do své odpovědi kromě těchto faktorů i turismus. Po návštěvě Chamuly jich bylo více, celkem 10 turistů, kteří rozpoznali turismus jako součást ekonomiky Chamulanů (kromě ostatních způsobů obživy). Co se týče mezinárodních turistů, můžeme pozorovat podobný

trend zvýšení počtu odpovědí „turismus“ po návštěvě Chamuly (předtím – 8 turistů, potom 15). Ostatní uváděli opět kombinaci zemědělství, chovu dobytka a obchodu.

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

## 8) Žijí indiáni v chudobě?

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

Po návštěvě Chamuly již mexičtí turisté neříkají, že mají indiáni nedostatek veřejných služeb (na náměstí viděli zastoupeny všechny potřebné služby), ale spíše, že nemají dostatek jídla. Mnozí dodávají, že nekonečně pracují, aby se uživil, a že nemají dostatek pracovních míst. U Mexičanů je v jejich odpovědích znát, že říkají, „co se říká“, jsou silně ovlivněni současným diskurzem o problematice indiánských etnik. Během 2 – 3 hodinové návštěvy nemohli spoustu těchto aspektů vidět. Chudobu indiánů berou jako fakt, ikdyž vidí pouze urbanizované centrum.

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

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

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

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

Na tuto otázku odpověděli všichni turisté pozitivně. Rozdílný pohled mexických a mezinárodních turistů spočívá v názoru na udržitelnost těchto praktik. Mexičtí turisté většinou dodávali, že je v dnešních Mayích indiánská kultura zakořeněna a že si ji snaží udržet dodnes. Mezinárodní turisté spíše podotýkali, jak je pro indiány těžké si své tradice udržet.

Chamula je jedinečným místem, kde mohou turisté přímo zažít některé tradiční kulturní praktiky, a to buď v kostele nebo v rámci zájezdů a výletů mohou navštívit dům šamana, který pro ně předvede některé rituály a průvodce jim je vysvětlí. Proto tedy není divu, že všichni uvádějí kladnou odpověď.

## 10) **Co víte o Tzotzilech?**

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

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

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

### 6.3.2 Po návštěvě Chamuly

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

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

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

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

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

V mexické skupině turistů to byla následující slova a mnou definované celky:

KULTURA, TRADICE (14): kultura 5x, oblečení, tradiční, tradice 3x, trh 2x, lidé 2x

NÁBOŽENSTVÍ, MYSTIČNO (18): rituály 2x, obřady 2x, mystická, magická, magie, synkretismus, náboženská 2x, náboženství, kostel 5x, mix, směs

HISTORIE (7): historická, historie 2x, minulost 2x, mexická minulost, mexické dědictví

TURISMUS (4): turisté 2x, turismus, modernita

NEGATIVNÍ (9): špinavá 2x, smutná, chudá, horká 2x, suchá, přeplněná lidmi 2x

POZITIVNÍ (8): zajímavá 2x, zvláštní, pestrá 3x, šťastná, život

A ve skupině mezinárodních turistů následující:

KULTURA, TRADICE (11): kultura, indiáni, tradiční 3x, tradice, domorodá (či původní) 3x, místní kultura, oblečení

NÁBOŽENSTVÍ, MYSTIČNO (12): rituály 4x, obřady, prolínání křesťanství a „mayského“, mix, směs 2x, synkretismus, náboženská 2x

HISTORIE (2): historie, architektura

TURISMUS (9): turistická 5x, turisté, masivní, mix tradice a amerikanizace, atrakce

NEGATIVNÍ (8): špinavá 4x, horká 2x, nepřátelská 2x

POZITIVNÍ (18): příroda, autonomie, pestrá 4x, živá, krásná, různorodá, fantastická, neuvěřitelná, zajímavá 3x, úžasná, autentická, poklidná, přátelská

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

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

Na tuto otázku odpovídali mexičtí a mezinárodní turisté velmi podobně, z odpovědí nejsou patrné větší odchylky. Téměř všichni dotázaní projevili pocit silného zážitku, kostel na ně udělal velký dojem. Většina zdůrazňovala sílu atmosféry a sílu okamžiku „být při tom.“ Někteří turisté se obávali rušivosti, kterou mohli způsobovat svou přítomností v kostele. Měli pocit, že jsou na posvátném místě indiánů, kteří tam stále provozují své rituály a oni jako turisté jim tam překáží a vnášejí rozruch. Co se týče chápání rituálů a dění v kostele, odpověděly zhruba dvě třetiny (27 respondentů), že neví, co obřady a rituály znamenají, někteří dodávali, že jim je to líto a rádi by se dozvěděli význam rituálů a jeden respondent zažertoval, že by si rád praktikování některého z rituálů sám vyzkoušel. Někteří se také po návštěvě kostela ptají svých průvodců na to, co znamenají jimi viděné činnosti a předměty v kostele. Třetina dotazovaných odpovídala, že v kostele viděli typické mayské rituály očisty duše, popřípadě zařikávání, vyhánění zlého ducha či uctívání svatých.

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

Společnými znaky, kterých si všímají mexičtí i mezinárodní turisté jsou za prvé chudobné podmínky, ve kterých indiáni žijí; za druhé, že mají indiáni tradiční kulturu, kterou stále provozují a za třetí, že se vztahují k západní kultuře.

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



## 7. MONUMENTALIZACE MAYSKEHO INDIANA



Ve své práci vycházím z teorie García Cancliniho o procesu „metabolizace jiného“ (metabolization of the other), se kterou se setkáváme při každém turistickém zážitku. Turisté se snaží uchopit to „jiné“, ať už ve smyslu druhých, odlišných lidí (domorodců) či čehokoli jiného, nezvyklého, typického pro jinou krajinu než ze které pochází. Tento proces je prováděn dvěma komplementárními rituálními akty – tzv. „megalizací“ či „monumentalizací“ a „miniaturizací“. (Canclini, 2005: 129). Oba tyto akty autor ilustruje na příkladu Antropologického Muzea v Ciudad de Mexico. Historie za svou spojitost vděčí tomu, že vše, co skutečnost ukazuje jako neurčené či neurčitelné, je asimilováno pomyslným opravným mechanismem směřujícím k nepatrnosti nebo naopak nesmírnosti. Takto je to „jiné“ zpracováváno, jeho velkolepost je uznána, současně redukována a stává se důvěrnou. Těmito procesy jsou Mayové v Mexiku monumentalizováni – pomocí předmětů odkazujících na velkolepou mayskou civilizaci a zároveň miniaturizováni – tyto předměty jsou činěny důvěrnými pomocí fotografie či jejich zakoupením.

**Monumentalizace Mayů** znamená proces systematického vynalézání subjektu skrze reprezentace. Vědomí velkoleposti Mayů není pouze předáváno shora dolů od turistického a kulturního průmyslu na jednotlivce jako pasivního příjemce za účelem maximalizace zisku, který vydělávají na indiánech. Stejně tak nejde o pouhou vizuální projekci, ale jde o proces, jehož výsledkem je komplexní kombinace projevů různých forem a rozmanitých sdělení, které se mezi sebou překrývají. Dohromady tvoří to, co Wernick (1992: 182) nazývá „propagační sdělení“: „*propagační sdělení je soubor označení, které dohromady reprezentují (zastupují), zastávají (jednají ve jménu) a anticipují (předjímají) opakující se entitu či entity, na které odkazují.*“ Tento komplexní soubor označení je „intertextuální“ (Wernick, 1992, O’Donohoe, 1997). Vizuální zobrazení neexistují o samotě, jejich významy souvisí s ostatními formami reprezentace, jež na ně odkazují - od hotelové výzdoby po turistické průvodce.

Turistické zázemí se změnilo v „obřadní místa“ (ceremonial places či monuments), kde dochází k ritualizaci Mayů. Podle García Cancliniho (2005: 133) se náměstí nebo muzeum mohou stát obřadními místy, pokud obsahují symboly identity, předměty a suvenýry vztahující se k místním hrdinům, bitvám či slavným událostem z minulosti, které jsou dodnes uchovávané jako odkazy ke kořenům. Takto je zachován autentický model identity. Těmito

obřadními místy pak jsou všechna místa, kde je mayská kultura vystavována a konzumována – od muzeí po restaurace a obchody. Artefakty, umění, ruiny, obrazy indiánů a jejich sociokulturních praktik jsou v tomto smyslu přeměňovány na obřadní předměty.

Monumentalizace Mayů je výsledkem sociokulturních interakcí mezi turisty a reprezentacemi. Posvátný charakter reprezentací je získán sociálními interakcemi turistů s jinými turisty, s mestici a s indiány. Teprve lidé jim dodávají podobu tím, že si kupují mayské předměty, navštěvují mayské památky a symbolicky se vztahují k reprezentacím. Teprve až skrze rituál turismu je monumentalizace Mayů smysluplná pro její představitele čili turisty.

Tímto procesem monumentalizace je vynalézán velkolepý mayský indián. K tomuto tvrzení mne inspiroval princip „**vynalézání tradice**“ E. Hobsbawma (Hobsbawm, 1992). Podle něho jsou tradice vynalezené, konstruované a nezáleží na tom, zda byly zavedeny dříve či nedávno. Tyto tradice jsou souborem praktik, řízeným pravidly a majícím rituální či symbolickou povahu, které se snaží vštěpovat hodnoty a normy chování pomocí opakování. Udrží tak kontinuitu s minulostí. Proto podle mne proces monumentalizace Mayů probíhá stejně jako vynalézání a konstruování mayského indiána.

Pokud bych chtěla místně a časově určit průběh turistických zážitků, rozdělila bych je na tři fáze. První fází by byl místně San Cristobal nebo Cancún (popř. jiné místo v Mexiku, odkud turisté přijíždějí) a probíhalo by během ní seznámení s mayskou kulturou či mayským kontextem. Každý z turistů si s sebou nese jiné vědomosti a povědomí o mayské civilizaci. Zde mají jistě výhodu mexičtí turisté, kteří jsou mayské historii a kultuře důkladněji učeni ve škole a vystaveni obecnému diskurzu o potomcích Mayů z médií, jež na ně působí v jejich domácím prostředí. V této fázi jsou turisté vystaveni působení všech reprezentací, které jim utváří představu o Mayích a jejich kultuře ikdyž je zatím osobně nepotkali a památky neviděli. Přítomnost Mayů je cítit všude kolem - v architektuře, stavbě a výzdobě hotelů, restaurací, v obchodech a museích, na reklamách, plakátech, pohlednicích, v názvech míst a dokonce na turistických autobusech. Ve své práci se snažím dokázat, že právě tato fáze turistického zážitku je stěžejní pro tvorbu představy o Mayích. Druhou fází by byl samotný zážitek Mayů v Chamule popřípadě zážitek mayské kultury v Tulumu či Chichén Itzá, jde o přímé setkání s Mayi, kteří byli turistům v první fázi „zprostředkováni“. Během ní jsou turisté exponováni reálnou zkušeností, ale nesou si s sebou povědomí z fáze první. Čistý typ mayského indiána, který je jim podsouván před odjezdem je nyní konfrontován s reálným indiánem – ten bývá dosti odlišný od indiána „monumentalizovaného“, ke kterému je ve městě vzhlíženo jako ke

ztělesněnému tradičnímu Mayovi. Třetí fází by byl návrat turisty. Během ní dochází k utřídění si zážitku z výletu, k nevědomé syntéze všech reprezentací indiána s jejich reálnou prezencí či s reálným vystavením pozůstatků jejich velkolepé kultury. Během této fáze dochází k utvrzení turistovy identity uvědoměním si dichotomie „my“ versus „oni“.

Proces monumentalizace Mayů, tedy vytváření obrazu velkolepého Maye - probíhá dvěma způsoby: přímým a nepřímým formováním představ turistů. Přímý způsob probíhá během vykonávání turistických rituálů (viz kapitola 5). Nepřímý způsob spočívá v kontaktu turistů s reprezentacemi, jež jim podává buď turistický ruch a průmysl služeb (pomocí artefaktů) nebo kulturními zážitky (divadlo, film) a nebo skrze turistické průvodce. Tyto tři způsoby nepřímého formování představ o mayských indiánech rozvádím v následujících podkapitolách. Obecně pro tyto reprezentace Mayů platí, že jsou zprostředkovány – ať již cestovním ruchem, službami či mediálním obrazem – pomocí stylizovaných romantických zobrazení Maye či velkolepé pojetí triumfální starodávné mayské civilizace.

## 7.1 Artefakty vytvářející turistický obraz Mayů

Do kategorie formování představ turistů pomocí artefaktů patří veškerá výzdoba a dekorace s mayskými motivy, umělecké předměty - malby, fotografie, propagační materiál ve formě letáků, map, reklam, pohlednic, kalendářů,... Takovýchto předmětů můžeme najít jak v oblasti San Cristobalu, tak Cancúnu nepřeborné množství. Jde o proces převážně vizuálního podmiňování, na jiné smysly tu není kladen důraz.

Myslím, že by nám dalo hodně práce v Mexiku najít hotel či restauraci či jiné komerční zařízení bez jakéhokoli mayského artefaktu. Jako dekorace jsou všude hojně používány indiánské haleny (huipiles), barevná ponča a mexické klobouky (ne sice mayské, ale stejně jsou všudypřítomné). Velké hliněné nádoby jsou využívány jako květináče a obřadní menší nádoby na svíce jako popelníky.

Cestovní kanceláře v San Cristobalu i Cancúnu hýří barevnými dekorativními předměty a plakáty s fotografiemi nabízených výletních destinací. Čím více výzdoby a materiálů mají, tím více vzbuzují dojem kompetentnosti. V hlavní turistické kanceláři na náměstí San Cristobalu najdeme podél celé dlouhé zdi starou dřevěnou skříň plnou různých propagačních materiálů a ostatní zdi jsou vyzdobeny mayskými soškami, ponči a plakáty. Na rozdíl od této kanceláře působí hlavní turistická kancelář v Cancúnu moderněji, je prostornější, místo staré skříně jsou obě stěny místnosti obehnané políčkami speciálně určenými na velikost letáků, prodejní místa jsou vybavena moderními počítači, ale na zdech stejně najdeme mnoho mayských artefaktů. Proces monumentalizace artefaktů popisuje García Canclini (1993: 79) následovně: *„Muzeum vyjímá předměty z jejich původního kontextu a zdůrazňuje jejich estetickou hodnotu, ale nestanovuje jejich cenu; pouze je vystavuje k nahlédnutí. Když je předmět umístěn v neutrálních místnostech, zjevně mimo historii, je také oddělen od svého sémantického i pragmatického kontextu a jeho význam je odvozován od vztahů, které si předmět vytváří s jinými předměty ve vnitřním uspořádání muzea.“* Podle stejného vzoru jsou předměty „dekontextualizovány“ nejen v muzeích, kde jim odborníci určují místa podle jimi definovaných celků (podle doby, ze které se domnívají, že pocházejí; podle kultury, které jsou připisovány, atd), ale i v turistických zařízeních. Tam jsou kýmkoli umístěny k dekoraci či k plnění jiné funkce než ke které byly původně určeny a tím jsou opět rekontextualizovány. V novém aranžmá získávají nové významy a stávají se „obřadními monumenty“ (Canclini, 1993).

Podle Lévi-Straussovy (1966) teorie logiky soudržnosti jsou Mayové takto „uspořádávání“. Naše mysl vyžaduje pořádek a řád, jenž může být dosažen „rozlišováním, všímáním si a umístováním všeho, čeho si je naše mysl vědoma, na bezpečné, znovu vymezitelné místo.“ Podle tohoto principu tedy při monumentalizaci Mayů dochází k rekontextualizaci a resignifikaci indiánských předmětů, zobrazení a jiných forem reprezentace. Za účelem vytvoření řádu je jejich kultura rozložena na jednotlivé prvky, zorganizována a sestavena podle jiných kritérií a opět vystavována. Intertextualita sdělení reprodukuje komplexitu významů, které zobrazují Maye jako čisté, starobylé a nezkažené. Stejně tak místní identity různých mayských etnik jsou sloučeny v jednu, obecně „mayskou“ kulturu. Tímto procesem musí být mayský indián homogenizován, aby mohla vzniknout jeho reprezentace pro účely turismu. Může se tedy zdát, že velkolepost mayské kultury spočívá v odfiltrování rozdílů mezi jednotlivými etniky za vzniku jedolitého, exotického Maye.

K monumentalizaci takového Maye se hodí pouze některé aspekty a činnosti z jeho života, které si zaslouží být zdůrazňovány. Proto najdeme nejčastěji indiány zobrazené v tradičních oděvech, před svými jednoduchými domy z hlíny, při běžných činnostech či provozování buď náboženských rituálů nebo tradiční medicíny. Dost často mají v pozadí buď horskou krajinu Chiapasu nebo pralesní porost Yucatánu. Jakýkoli konflikt způsobený jejich začleňováním do mexické společnosti je ignorován, prvky západní kultury jsou pro ilustraci starodávnosti mayské kultury schválně vynechávány. Stejně tak je přítomnost turistů na obrazech či fotografiích nežádoucí. I turisté hledají „autentické“ záběry bez turistů. Podmínky chudoby, ve kterých zejména Mayové v Chiapasu žijí (nedostatek zdravotního zabezpečení, elektřiny, atd), vedoucí k podvýživě dětí, dožívání se nižšího věku populace, atd jsou přehlíženy a naopak je jejich chudoba považována za jakýsi důkaz původnosti, autenticity mayské kultury a její nezkaženosti modernitou. Takto zobrazovaná chudoba v podobě šťastně se smějících dětí na pohlednicích má vypadat jako Mayi dobrovolně zvolená ve jménu odmítní západního vlivu. V procesu monumentalizace kultury Mayů je takto chudoba oslavována jako nedílná součást jejich identity. Narativy turistického průmyslu mění nemoci, bídu a kojeneckou úmrtnost v obraz autentického, šťastného a západem nezkaženého Maye. Právě fotografie šťastných mayských indiánů věnujících se typickým aktivitám jsou součástí všech kalendářů a propagačních materiálů.

Proces miniaturizace mayské kultury spočívá v pořizování suvenýrů, které si turisté odvázejí domů a poté vystavují ve svých domácnostech, čímž dochází k přemístění

symbolického charakteru těchto předmětů. Tyto předměty jsou tak opět rekontextualizovány, váží se k nim osobní zážitky a příběhy a mají pro každého ryze osobní hodnotu. Celia Lury (1997) říká, že smysl některých předmětů (např. vstupenek na památky či autobusových jízdenek) není dán místem jejich původu, ale naopak místem jejich posledního odpočinku. Jejich význam nacházíme v tom, že jsou něčím, co si můžeme odvézt domů.

Stejně tak pořizováním a odvážením si fotografií jako hmatatelného důkazu, že jsme na daném místě byli a něco zažili, se fotografie stávají „osvědčením sociální platnosti“ našeho zážitku. Jde o jakési miniaturizované osoby, památky, krajiny či zážitky, které se tak stávají pouze jejich a „přenosné“. Jak jsem se již vyjádřila v kapitole o Chamule, její obyvatelé, Tzotzilové, mají na fotografování jiný, odmítavý názor. Podle průvodců je to z důvodu jejich víry, že by jim mohla fotografie „vzít duši“. V dnešní době ale jde spíš o obranu před turisty, o jejich obavu z finančního zneužití jejich osob a kultury. Zákeřná moc fotografie spočívá v tom, že si turisté takto odvezou jejich kulturu a mohou ji pak ve své zemi prodat. A proto když už se nechají Chamulané vyfotit, požadují za to finanční kompenzaci. S takto odmítavým postojem Mayů k fotografování se na Mayské riviéře nesetkáváme, ale menší finanční obnos může být za fotografování taktéž žádán. To vyplývá z rozdílnosti povahy turistických setkání s „těmi druhými“ – v Cancúnu a na historických památkách v okolí se turisté tolik s běžným obyvatelstvem v typickém oděvu nesetkávají. Mayové je obsluhují u bazénu, v restauracích, ale ty si turisté nefotí. Fotí si „typické, autentické“ Maye, které mohou potkat v rámci výletů v turistických mayských vesnicích a tam jsou na to Mayové připraveni a s tichým souhlasem se nechávají fotit ze všech úhlů při vykonávání „typických“ obřadů či výroby.



Mayský motiv na ponču (archiv autora)

Turistické centrum v Cancúnu (archiv autora)



## 7.2 Zážitky vytvářející turistický obraz Mayů

Další cestou, kterou se přenáší koncept vynalézaného velkolepého mayského indiána na turisty je skrze kulturní zážitky. V době mého terénního výzkumu probíhala každý večer od středy do neděle v sancristobalském divadle Teatro Daniel Zebadua představení muzikálu Palenque Rojo autora Hiram Mariny. Zaměstnanci divadla, kteří pocházeli z celého světa (Angličanky, Kanadanka, Ital a Američan), měli před vchodem malý pult, u kterého lákali všemi jazyky kolemjdoucí turisty. Nejlepší lístky byly často vyprodány už během odpoledne. Večer před představením stál u vchodu hlavní hrdina v barevném kostýmu, který se fotil s kolemjdoucími. Po vstupu do divadla byli diváci uváděni dlouhovlasými lakandonskými indiány do sálu. Samotné představení je o mytickém příběhu mayského vládce, slavného Kan Joy Chitama II, syna vládce Pakala II a bratra Kan Balama II z dynastie vládnoucí v Palenque. Během dvouhodinového výpravného představení diváky udivují mayští herci v propracovaných kostýmech za znění dramatické hudby. Veškeré mluvené slovo (krátké dialogy a většinou jen pokřiky) probíhá tzotzilsky, což u diváků umocňuje silný dojem tohoto tanečního a hudebního představení. Každý divák odchází s intenzivním zážitkem „mayského“.

Jak prokázal můj výzkum, lidé si dodnes pamatují kultovní snímek Apocalypto, velkolepý projekt režiséra Mela Gibsona (USA, 2006). Slovy Dr. Hansena, historického poradce: *„snímek je báječnou příležitostí přivést pozornost celého světa ke starodávné mayské civilizaci a uvědomit si roli, jakou představovala v dějinách světa.“*<sup>43</sup> Tento film je jediným filmovým zpracováním tematiky starobylé mayské říše a jejího záhadného zániku. Děj filmu není nejzásadnější, jde o útěk hlavního hrdiny, Jaguáří tlapy, ze zajetí, aby zachránil život svůj i své rodiny. Na filmu je originální a pozoruhodná vizualizace mayské civilizace na velkém plátně. Jde o výpravný film, kde kamera živě zabírá akci na scéně, ať už jde o lov divokého tapíra nebo obětování zajatců na vrcholku pyramidy. Dále k zachování autentičnosti pomohlo obsazení herců – jde o neznámé herce z Mexico City a z Yucatánu, kteří pocházejí z dosti izolovaných komunit a do doby natáčení např. nikdy nebyli v hotelu. Celý film se tedy mluví původním mayským jazykem Yucateca, který dodnes používají původní obyvatelé Yucatánu. To vše dává člověku dojem jakoby byl „při tom“, přímo na scéně s hlavním hrdinou.

---

<sup>43</sup> Dostupný na <http://en.wikipedia.org/wiki/Apocalypto>

Nebudu na tomto místě obšírně hovořit o antropology diskutovaných historických nepřesnostech filmu, jelikož mi jde spíše o ukázání procesu formování představ lidí západního světa o mayských indiánech. Pouze podotknu nejzásadnější výtky historiků. Podle nich jsou ve filmu popletena historická fakta, data a epochy. Přesto bych tento film označila za etnografický, jelikož ukazuje mayskou společnost, jak lidé vypadali, jak se oblékali, atd. I podle odborníků povedený je fyzický obraz Maye, co se týče pomalování obličeje, těla, jizvení a tetování. (Coe, 2005)

Další možností vzdáleného setkání s Mayi je sledování naučných televizních pořadů typu National Geographic, které představují mayskou civilizaci, její různá etnika a přináší divákům i nejnovější výsledky archeologických výzkumů. Kromě televizního vysílání je stále více využívaným médiem internet, kde je k dispozici mnoho blogů či pořadů na jakékoli téma si divák přeje. Takto jsou Mayové představováni celému světu, stejný pořad může vidět Ind v Dillí nebo Čech ve Vlašimi, aniž by opustili svůj domov. Pro lidi, kteří se rozhodnou do Mexika vydat, je toto prvním setkáním s Mayi, během kterého se jim začíná budovat představa velkolepého Maye.

#### Plakáty lákající na show Palenque Rojo a film Apocalypso





### 7.3 Texty vytvářející turistický obraz Mayů

Další kanál, skrze který je turista vystaven působení monumentalizace Mayů je veškerý tisk – knihy, časopisy, brožury, letáky i průvodci cestovatele. Všude se čtenářům nabízí romantizující pohled na velkolepost mayské civilizace. Jak jsem již zmínila, turistický zážitek je nejprve nepřímou zprostředkován před začátkem cesty. Po vzoru „cestujících kultur“ Jamese Clifforda (1992, 1997, 2013), můžeme říci, že Mayové cestují různými způsoby a moderní turista symbolicky potkává Maye skrze tok lidí, technologie, obrazů, informací, ideologie, atd. Dalšími místy přenesených setkání jsou vyprávění přátel, cestovatelské besedy či kulturní akce (výstavy, medializované publikování výzkumů,...). Cestováním v podstatě turisté vyhledávají setkání s Mayi, které už viděli a prožili různě zprostředkované. Moderní turismus tedy přímými zážitky potvrzuje něco, o čem se předpokládá, že to někde existuje. Různé světy se stávají viditelnými skrze druhy zprostředkování, kterými kultura cestuje a je zažívána jedincem.

Ukázky propagace a zprostředkování mnou vybraných regionů můžeme najít přímo na jejich internetových stránkách – El Mundo Maya<sup>44</sup> a Riviera Maya<sup>45</sup>. Mayská riviéra je zde propagována slogany typu: „*dobrodružství, adrenalin a kultura mayských předků*“ nebo „*dotyk historie a kultury v karibském ráji*“. Svět Mayů zase láká tradičním životem indiánů, historickými památkami a neposkvrněnou přírodou. Následující slogany zdůrazňují minulost a přítomnost splývající v jedno: „*Mayská kultura ... je stále tak živá; můžeme vidět přítomnost v minulosti a minulost v přítomnosti.*“ (archeolog J. Eric Thompson) „*Poznejte tajemnou a starobylou civilizaci, která stále žije.*“ „*Přijedte poznat minulost a přítomnost tohoto úžasného regionu pohledem na jeho obyvatele, divokou přírodu, koloniální města a neuvěřitelné archeologické památky.*“

Tato hesla způsobují představu, že je kultura Mayů domněle statická a že starobylí Mayové žijí nadále nezměněni v globalizovaném světě. Indiáni se tak stávají takovými „zásobníky“ jedné z největších civilizací planety. Tento pohled je patrný už z názvu knihy Waltera Morrisa (2000): *Living Maya*. Ten implikuje, že i přesto, že slavná mayská civilizace padla již v 10. století, žije stále na území Yucatánu, Belize, Guatemaly, Hondurasu a El

---

<sup>44</sup> Dostupný na <http://www.mundomaya.com/en/>

<sup>45</sup> Dostupný na <http://www.rivieramaya.com/>

Salvadoru 3 miliony Mayů a další milion na území Chiapasu, kteří jsou jeho slovy „extrémně konzervativní“ a izolovaní od cizinců. Právě tyto „izolované“ Maye přijíždějí turisté navštěvovat, ale v procesu jejich setkání přestávají být Mayové tak izolovaní. Předpoklad, že současní Mayové stále žijí stejným způsobem jako jejich předkové s sebou nese dojem určité kontinuity minulosti. Minulost neskončila, žije s Mayi jako „pozůstatky“ minulosti dál. Turistický průmysl přivedl Maye do měst a z mayského života ukazuje pouze to, co se mu hodí.

„*Psané slovo je ikonou, skrze kterou západní společnosti reprodukuje svou kulturu, ujišťují se o tom, kým jsou a brání uspořádání a soudržnost své skupiny*“ (Anderson, 1991). Tyto ikony jsou intertextuální a vytváří tematizované Maye jako výsledek komplexity signifikací, jakými jsou texty v časopise, reprezentace indiánského oltáře, výstavky indiánského oblečení či plakáty s náboženskými rituály. Intertextualita zachycuje kulturu, minulost a způsob života subjektu (Mayů), který je znovu vynalézán a ritualizován, a to jak turisty, tak pro ně.

### 7.3.1 Analýza textů o Chamule

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

Průvodci *Berlitz* (2006), *Merian live!* (2008) a *Průvodce na cesty* (2008) jsou méně obsáhlé, jedná se o kapesní vydání, proto je v nich o Chamule pouze jeden stručný odstavec. Naproti tomu v průvodcích *Rough Guide* (2008) a *Lonely Planet* (2009), jež jsou rozsáhlá díla o tisíci stran, je Chamule věnována celá strana. Všechny kratší texty o Chamule obsahují následující: zmínku o historii (předhispánský původ), udání vzdálenosti od San Cristobalu (10 km), o etniku Tzotzilů, jejich ceremoních a rituálech (tedy o směsi katolictví a mayských kultů), o kostele San Juan Bautisty, varování o zákazu fotografování a informaci, jak se mohou turisté do vesnice dostat. *Merian live!* (2008) uvádí navíc podrobnosti k nedělnímu chamulskému trhu. Tyto okruhy se tedy zdají být tím nejzásadnějším, co musí turista o Chamule vědět. V obsáhlejších průvodcích jsou tyto okruhy ještě dále rozvedeny. Všechny publikace uvádějí blízkost Chamuly a San Cristobalu, což je pro turisty výhodné. Také uvádí přídavná jména jako „nejčastěji navštěvovaná“, „nejbližší“, „nejzajímavější“ či hesla jako „nebudete litovat ztráty

času ani vynaložené energie“. To činí z vesnice San Juan Chamula jednoznačně místo, které turisté „musí“ navštívit. Na druhou stranu ale všichni průvodci uznávají sílu turismu proudícího do vesnice a připravují turisty na to, že je Chamula silně turisticky navštěvovaná, což s sebou nese její komercializaci. Z historického kontextu klade každý průvodce důraz na něco jiného. Některý uvádí „první zmínku o Chamule v kronikářských záznamech dobyvatele Bernala Diaze del Castillo“, jiný zasvěcuje čtenáře do problematiky katolíků versus těch, kteří konvertovali a byli z Chamuly vyhnáni a jiný ukazuje historii Chamuly v jejím odporu proti změnám či proti Španělsku. Vzhledem k tomu, že nelze na malém prostoru popsat celou historii Chamuly, autoři píšící průvodce si vybírají něco málo, čím by buď co nejstručněji shrnuli historický kontext nebo něco, čím by čtenáře zaujali.

O tzotzilském etniku je v průvodcích pouze zmínka, jsou přiřazeni k Chamule a je o nich napsáno buď ve smyslu „tradice“ či ve spojení s jejich rituály. Pouze průvodce *Lonely Planet* (2009) se o Chamulanech (potažmo Tzotzilech) vyjadřuje obšírněji („soběstačný kmen,“ „80000 lidí,“ typický chamulský oděv či vysvětlení některých mayských rituálů). Z tohoto vyplývá, že většinou se turisté o Tzotzilech dozvídají více až v momentě výkladu průvodce organizovaného výletu. Knižní průvodci ještě upozorňují na aktivní praktiky prodeje místních obyvatel, zejména žen a dívek. *Lonely Planet* (2009) radí postup, jak se dotěrných dětí slušně zbavit zakoupením si pár výrobků a poté tvrzením „už mám dost, víc nepotřebuji“. Průvodci dále uvádějí, že ceny na trhu nejsou nijak výhodné a že trh je spíše silným zážitkem než možností levného nákupu.

Zaručeně každý popis Chamuly s sebou nese heslo „směs křesťanství a starých mayských zvyků“ v různých slovních obměnách. Spolu s tím autoři nešetří slovy „tradiční“, „jedinečný“, „neobvyklý“. Snaží se barvitě popsat atmosféru v kostele, působit na všechny smysly (borovicové Jehličí na podlaze, mihotající se svíčky vrhající stíny na zdi, oblaka dýmu z kadidelnic, atd.). V moderním světě člověku chybí určitý mysticismus, hledá zážitek něčeho jedinečného, kouzelného a tajemného. Chamula je jedinečnou příležitostí přesně toto zažít.

Ve všech průvodcích je varování před zákazem fotografování místních rituálů, autorit nebo uvnitř kostela. *Rough Guide* (2008) k tomu zmiňuje i to, ať si turisté ani nedělají poznámky. Všechny průvodce kladou důraz na tento zákaz. Chamulané jej prý berou vážně, takže pokud se jím budou turisté řídit, nic se jim nestane. *Berlitz* (2006) dokonce uvádí, že „několik turistů bylo místními muži napadeno už při pouhém vytažení fotoaparátu či kamery“.

Mezi zásadní „pamětihodnosti“ Chamuly patří kostel San Juan Bautisty, rozvaliny starého kostela se hřbitovem, Museo Etnográfico a místní trh. Každý průvodce má čtenáře informovat o praktických informacích ohledně otevíracích hodin, cen výletů či vstupenek. V ekologicky „uvědomělých“ průvodcích se dočteme i rady, jak při našem poznávání co nejméně ovlivnit a poškodit místo, na které se vydáváme. V případě Chamuly většina průvodců doporučuje podnikat výlety organizovaně, nejezdit do vesnice sami, ale raději se nechat o všem informovat průvodcem cestovní kanceláře. Podrobnější texty ještě turistům doporučí, kdy je nejlepší návštěvu podniknout a jaké slavnosti je mohou během roku v Chamule potkat (karneval, fiesta San Juan Bautisty či střídání držitelů carga).

### **7.3.2 Analýza textů o Cancúnu, Chichén Itzá a Tulumu**

K analýze textů turistických průvodců jsem použila dva průvodce: *Společník cestovatele Mexiko* (2009) a *Rough Guide Mexiko* (2008).

*Společník cestovatele* (2009) věnuje Chichén Itzá čtyři strany a kromě přehledné mapky archeologické zóny a fotografií představuje tuto památku s důrazem na její „zachovalost, záhadnost a historii“. Na rozdíl od vydání z roku 2005, které mám také ve své knihovně, pozdější vydání již nenabádá turisty k výstupu na pyramidu, jelikož to je již zakázáno. Ve starším vydání bylo inzerováno „nenechte si ujít strhující podívanou z El Castilla“. Tulumu jsou v tomto průvodci určeny necelé dvě strany a největším lákadlem je „malebná poloha na útesu nad Karibikem“. Dále následuje opět plánec areálu archeologické zóny s nákresy památek a jejich popisem. O tulumské pláži je samostatný popisek délky menšího odstavce charakterizující ji jako „rychle se rozrůstající pás plážových chatek a několika restaurací“ Dále zmiňuje „nejuvolněnější atmosféru“ tohoto místa. Podle mého názoru to již není aktuální, jelikož v Tulumu plážové chatky s uvolněnou atmosférou mizí a nahrazují je moderní luxusní menší hotely. Tento průvodce je orientován spíše na přehlednost a ilustrativní charakter představení daného místa. Proto obsahuje mnoho menších fotografií a otextování je věnován menší prostor. Další tři strany jsou věnovány Cancúnu a Mayské Riviéře. V Cancúnu je zdůrazněna „turistická exponovanost“ a je popsán jeho historický vývoj. Dále průvodce zmiňuje existenci dvou Cancúnů vedle sebe: centra na pevnině a Isla Cancún neboli Zóny hotelery. Označení Isla Cancún se na propagačních materiálech nepoužívá tak moc často jako hotelová zóna (stejně tak i ve skutečnosti na ukazatelích v Cancúnu). Dále je zmíněna nevelká

mayská lokalita El Rey přímo v hotelové zóně a je představena jako „tiché kulturní útočiště“ s nízkou pyramidou a dvěma náměstími, osídlená od roku 1200 do conquisty. Mayská riviéra je kromě nádhernými záběry pláží a pobřeží popsána následovně: „idylické písečné pláže, teplá voda“, „druhý největší korálový útes světa ideální pro šnorchlování a potápění“.

Průvodce *Rough Guide* (2008) je obšírnější a obsahuje i praktické informace týkající se otevíracích hodin či cen vstupenek. U Cancúnu, kterému je věnován rozsah osmi stran, je opět nastíněn jeho historický vývoj s důrazem na jeho rychlost. Zmínka o tom, že peníze dlouho v Cancúnu nevydrží, má turisty varovat před jeho drahými lákadly. V dalších podkapitolkách uvádí konkrétní praktické informace o dopravě poměstě, ubytování, plážích, jídle, nočním životě a nejdůležitějších kontaktech. Poté je obšírně popisována cesta podél pobřeží mayské riviéry a dostáváme se do Tulumu. Ten je označen za „patřící k nejmalebnějším místům na mapě mayských památek“. Následuje exkurz do jeho historie a obecné uznání, že Tulum je „významné mayské duchovní a náboženské centrum a jedna z osad tzv. Zony Maya.“ Následuje popis a mapka archeologického areálu a praktické informace.

Chichén Itzá je v tomto průvodci určeno osm stran. Nejprve je označeno jako „nejslavnější, nejlépe zrekonstruované nejnavštěvovanější mayské město“. Jde o „rozsáhlou lokalitu“ a „zaslouží si víc než pár hodin“. Proto průvodce doporučuje zůstat na noc poblíž a „vychutnat si návštěvu této skvostné ukázky mayské architektury bez věčných davů turistů“. Popisuje, že kolem 10:30 dopoledne se přivalí turisté, takže je lepší stihnout prohlídku během rána. Dále zmiňuje: „většina laiků pokládá město Chichén Itzá za typický obrázek mayského světa, ale ve skutečnosti je to právě jeho jedinečnost a odlišnost od klasické mayské tradice, kvůli které ho archoelogové považují za tak fascinující a neobyčejně historicky cenný.“

Shrnutím mohu potvrdit, že ve všech průvodcích i turistických materiálech jsou památky představovány ve stejném duchu, s minimálními odchylkami. Na příkladu obou těchto analýz vidíme, jak literatura cestovních průvodců silně ovlivňuje pohled turistů na navštívené místo či komunitu. Na jednu stranu turisty všemi možnostmi láká k návštěvě, ale zároveň se je snaží varovat před možnými riziky. Celkově jsem našla v průvodcích velkou shodu (jak okruhů, o kterých ve spojitosti s Chamulou píší, tak i v konkrétních používaných slovech). Žádné zásadní odchylky v textech nejsou, všechny informace jsou koherentní a jediný aspekt, ve kterém se od sebe liší, je délka příspěvků, jakou jim umožnil celkový rozsah průvodce.

## ZÁVĚR



Celá má práce je snahou zmapovat mysl turistů a představit koncept velkolepého mayského indiána, který je vynalézán turistickým průmyslem. Hlavní hypotézou mé práce je předpoklad, že turistické představy o indiánech (jak těch historických, tak současných) jsou formovány a výrazně ovlivněny jejich přímým a nepřímým vytvářením všemi faktory, které na turistu působí.

Pro mou práci stěžejní je pojem rituálu turismu. Rituál je sociální proces formování identity v prostoru, kde si jednotlivci upevňují, kým jsou, a potvrzují své členství ve skupině, ke které se cítí připoutáni. Na rozdíl od rituálů primitivních společností je turismus rituálem modernity a můžeme jej zařadit do kategorie „rituálů bez mýtů“ (Canclini, 1993). Rituál turismu sice upevňuje každému jednotlivci identitu, ale jedná se o „narcistický proces,“ ke kterému není potřeba pocit sounáležitosti ke skupině provádějící rituál. Rituály turismu jsou nevyhnutelné a probíhají v momentě, kdy si turisté v určitém sledu znovu potvrzují svou identitu pomocí narativů o tom, co dělají. V 5. kapitole popisují průběh těchto rituálů v mou zkoumaných terénech. Docházím k závěru, že pohled turistů na Maye je silně ovlivněn výklady průvodců, probíhajícími cestou na výlety či během prohlídky památek. Zajímavé bylo dotazování se průvodce, zda si účastníci zájezdu myslí, že jsou cestovatelé nebo turisté. Z teorií o turistických zážitcích víme, že turisté nemají rádi turisty a neidentifikují se s nimi. Tak to bylo i z mé zkušenosti, kdy se všichni cítili být cestovateli. Turistické zážitky rozdělují na tři fáze, během kterých probíhá vytváření obrazu mayského indiána turisty. První fáze je veškeré seznámení turistů s Mayi, ať již doma u televizní obrazovky u dokumentárního filmu nebo na místě, odkud vyrazí poznat Maye (v mém případě Cancún a San Cristobal). Během první fáze jsou představy turistů formovány nepřímými faktory, přičemž v druhé fázi dochází k přímému setkání s Mayi dneška (v Chamule) nebo dávnými Mayi a jejich památkami v Chichén Itzá a Tulumu. Toto setkání je ale silně ovlivněno „zprostředkováním“ Mayů během fáze první. V poslední, třetí fázi dochází k utvrzení turistovy identity v protikladu k těm „druhým“.

Z rozhovorů s průvodci jsem se dozvěděla více o jejich vztahu ke své práci, turistům i Tulumu samotnému. Všichni s hluboce identifikují s mayskými předky, jsou hrdí na toto dědictví a na svou práci „ambasadorů“ mayské kultury. Vzhledem k vysoké nezaměstnanosti mayských etnik v Mexiku a zároveň menší možnosti přístupu ke vzdělání, není vůbec divu, že tito mayští průvodci patří do sociálně vyšší třídy a své práce si nesmírně váží. Z jejich pohledu

mají raději mezinárodní turisty, kteří využívají jejich služeb více než ti mexičtí. Všichni zdůrazňují oboustrannost procesu učení při svých výkladech. Spolu s organizátory výletů se shodují na některých národnostních specifikách turistů, které podle mého názoru odpovídají očekávání. Dalo by se shrnout pár společných poznatků: severoameričané jsou otevřenější (zábavnější, ale mají méně znalostí) než Evropané, latinoameričané jsou orientováni na cenu, turisté z Asie bývají dobře připraveni a Rusové nesmlouvají o cenách a vyžadují výklady v ruštině. Z nejčastějších otázek pokládaných turisty průvodcům plyne, že ne vždy si dávají do souvislosti dávnou civilizaci Mayů s dnešními obyvateli Mexika. Průvodci často musí vysvětlovat, že tato kultura neskončila a často turistům vysvětlují i aspekty dnešního života mayských potomků. Z výzkumu v Tulumu je dále patrný posun od původně alternativní destinace vyhledávané chudšími individuálními turisty k destinaci, kde si bydlení mohou dovolit jen movitější turisté a ti většinou cestují s dopředu zařízeným zázemím ve skupině s jinými turisty. Odpovědi turistů odpovídají trendům z otevřených dotazníků z Chichén Itzá.

Z výsledků dotazníků z Chichén Itzá vyplývá, že mexičtí a latinskoameričtí turisté kladou důraz na historické kořeny a jde jim cíleně o poznání kultury, na rozdíl od anglicky mluvících turistů, kteří si vybírají výlety nejčastěji na doporučení.

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

Pro mexické turisty symbolizují indiáni rétoriku velké mayské civilizace a společné historie, kterou sdílí. Zde tkví síla monumentalizace Mayů – sbírka hrdinů, dějišť a předmětů odkazuje na společný původ a podstatu. Obřadní místa obsahují symboly identity, které Mexičané považují za ztracené, ale indiáni si je stále uchovávají. Rituály turismu obnovují solidaritu mezi národními turisty - Mayové jsou považováni za národní dědictví Mexika.

Podle mezinárodních turistů žijí indiáni v konfrontaci, aby si zachovali svou kulturu a způsob života a brání se vlivu „moderního světa“. Indiánský život je (a také byl, v případě dávných Mayů) prostý, ale těžký. Mezinárodní turisté mají romantický pohled na nesobecké Maye žijící ve společné solidaritě a sociální rovnosti. Kvůli těžkým životním podmínkám si pomáhají navzájem, pracují v klanech a v rodinách, „blízko přírodě“, ze které získávají, co potřebují. Jejich život je tedy prostý, zemědělský, tradiční a v rozporu s industrializací a moderním způsobem života ve městech a zbytku země. Mezinárodní turisté zde vnímají jako nejvážnější problém kulturní konflikt modernizace versus tradice.

Z výsledků mých strukturovaných rozhovorů vyplývá, že mexičtí a mezinárodní turisté vnímají zážitek Chamuly rozdílně, mají různé představy o mayských indiánech i o životě v indiánských vesnicích.

Mexičtí turisté kladou větší důraz na kulturní, náboženský a historický význam jejich zážitku Chamuly či Chichén Itzá, turismus uvádí jen malé procento respondentů. Pro mezinárodní turisty mají tyto místa spíše význam obecného zážitku, který hodnotí jako pozitivní. Tento zážitek jen zřídka považují za historický či vázající se k minulosti. Mexičtí turisté pociťují návštěvu domorodé vesnice či mayské památky za uctění společného původu s indiány, proto je jejich zážitek silně spojen s historií. Mezinárodním turistům jde především to „užít si“ jedinečný zážitek. Vzhledem k tomu, že se Mexičané o indiánech ve škole učí, mají o nich větší povědomí.

Pro všechny turisty jsou Mayové odkazujícím bodem, zdrojem sebereflexe, skrze kterou si turisté uvědomují kulturu vlastní, kterou předtím pokládali za samozřejmou. Mexičtí turisté vynalézají svou kulturu v protikladu k mayské. Sebe vidí jako moderní, nemající kulturu a Maye vidí jako chudé a primitivní. Na druhou stranu se ztotožňují i ve spojitosti s nimi – společným původem a historií (což bylo po mexické revoluci 1910 upevňováno i oficiální ideologií). Tento konflikt se projevuje v odpovědích mexických turistů, na jednu stranu se obávají ztráty mayské kultury a na druhou stranu ji vidí jako překážku zlepšení životních podmínek indiánů. Odpovědi mezinárodních turistů odráží starost o homogenizaci nezápadních kultur v době modernity. Cestují a hledají Maye s představou, že tato kultura bude dříve či později vytlačena stejnou kulturou, která je nutí cestovat. Mají pocit, že musí zažít Maye (kteří jsou pro ně živoucími zbytky archaické civilizace) než se stanou jako oni.

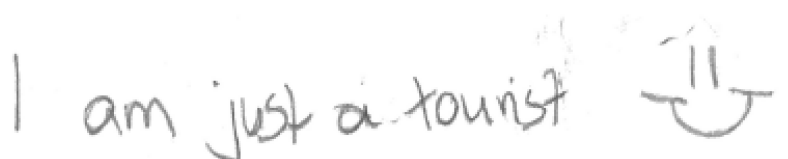
García Canclini (2005: 129) zavádí pojem monumentalizace. Jde o proces systematického vynalézání subjektu skrze reprezentace. Monumentalizace Mayů probíhá



upevněním jejich reprezentací turisty, k čemuž dochází sociokulturní interakcí mezi turisty a reprezentacemi. Posvátný charakter těchto reprezentací je dán vzájemným působením a kontaktem turistů s turisty, zprostředkovateli zážitků a samotnými indiány. Tyto reprezentace v duchu romantického zobrazení triumfální mayské civilizace jsou všudypřítomné v Chiapasu, Quintana Roo i Yucatánu. Jsou všude kolem – v architektuře, reklamách, názvech obchodů, dekoraci, plakátech, pohlednicích, muzeích, knihovnách, výzkumných centrech či na turistických autobusech. Turistické zázemí se změnilo v „obřadní místa“ (ceremonial places či monuments), která obsahují symboly identity, předměty a suvenýry vztahující se ke slavné mayské civilizaci a na kterých dochází k ritualizaci Mayů. Mezi materiální reprezentace patří veškeré artefakty, se kterými se turisté setkávají (např. suvenýry a fotografie). Dále turistické představy formují kulturní média jako je kino, divadlo a dokumentární pořady. Turističtí průvodci představují daná místa pomocí shodných obrátů, zmiňováním shodných faktů a i volením podobných jazykových prostředků.

Z mých rozhovorů a pozorování ve všech lokalitách jsem došla k závěru, že turisté již před reálným setkáním s Mayi - ať už historickými nebo současnými – mají ve svých myslích vykonstruovaný obraz mayského indiána. Shrnutím tedy potvrzuji hypotézu, že obraz velkolepého mayského indiána je „vynalézán“ pomocí nepřímého setkání turistů s indiány skrze materiální předměty, kulturní média a turistické průvodce a přímé setkání se současnými Mayi či historickými památkami tento obraz pouze utvrzuje a nijak výrazně nepřetváří. Mexičtí a latinskoameričtí turisté si zážitkem „Mayů“ – ať již živých v Chamule či historických v Chichén Itzá a Tulumu – utvrzují příslušnost ke svému národu a jejich povědomí o Mayích se tímto zážitkem rozšiřuje výrazněji než u mezinárodních turistů.

Na konci své práce se loučím komentářem německé turistky, která popsala zážitek z výletu do Chichén Itzá slovy „Jsem pouhý turista :-)“. Tento sebereflexivní postoj ilustruje pocity turistů ze setkání s „těmi druhými“, uvědomění si silného vlivu turistického průmyslu a menší ironické pohrdání se zařazením sebe samé mezi turisty, kterými turisté jsou a zároveň jimi opovrhují.



I am just a tourist ☺

## Seznam literatury



Anderson, B. (1991). *Imagined Communities*. New York, NY: Verso.

Appadurai, A. (1997). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. London, UK: University of Minnesota Press

Barthes, R. (1981). *Camera Lucida. Reflections On Photography*. New York: Hill And Wang.

Batalla, G. B. (1996). *México Profundo: Reclaiming a Civilization*. Austin, TX: University of Texas Press

Bosk, Ch. L. (1979). *Forgive And Remember: Managing Medical Failure*. Chicago: University of Chicago Press.

Brendon, P. (1991). *Thomas Cook: 150 Years of Popular Tourism*. London: Secker And Warburg.

Cancian, F. (1965). *Economics and Prestige in a Mayan Community*. Stanford, UK: Stanford University Press (pp. 238)

Canclini, N. G. (1993). *Transforming Modernity. Popular Culture in Mexico*. Austin: University of Texas Press.

Canclini, N. G. (2005). *Hybrid Cultures. Strategies for Entering and Leaving Modernity*. Minnesota: University of Minnesota Press.

Carley, K. (1990). *Content Analysis* In R. E. Asher (Ed.) *The Encyclopedia of Language and Linguistics*, Edinburgh: Pergamon Press.

Chambers, E. (2000). *Native Tours: The Anthropology of Travel and Tourism*. Long Grove, IL: Waveland (pp. 137)

Chambers, E. (2000). *Native Tours: The Anthropology of Travel and Tourism*. Long Grove, Illinois: Waveland Press, Inc. (pp. 137)

Clifford, J. (1992). *Traveling Cultures*. In *Cultural Studies*, Ed. Lawrence Grossberg, Cary Nelson, and Paula Treicher. New York: Routledge. (pp. 96-116)

Clifford, J. (1997). *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Cambridge, London: Harvard University Press (pp. 408)

Clifford, J. (2013). *Returns: Becoming Indigenous in the 21<sup>st</sup> Century*. Cambridge, London: Harvard University Press (pp. 366)

Clifford, J., Marcus, G. (1986). *Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography*. Berkeley: University of California Press. (pp. 305)

Cohen, E. (1974). *Who is a Tourist? A Conceptual Clarification*. *Sociological Review* 22: pp. 527,55.

Cohen, E. (1979). *A Phenomenology of Tourist Experiences*. *Sociology*, Vol. 13, No. 2, (pp. 179-201).

Cohen, E. (1984) *The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings*. In *Annual Review of Sociology*, No. 10 (pp. 373 – 392)

Cohen, E. (1988). *Traditions in the Qualitative Sociology of Tourism*. In *Annals of Tourism Research*. Special Issue. (pp. 15: 29-46)

Colby, B. (1966). *Ethnic Relations in the Chiapas Highlands of México*. Santa Fé: Museum of New México Press (pp. 76)

Commaroff, J., Commaroff, J. (1993). *Modernity and its Malcontents: Ritual and Power in Postcolonial Africa*. Chicago, London: The University Of Chicago Press (pp. 233)

Cook, T.D., Campbell, D.T. (1979). *Quasi-Experimentation: Design and Analysis for Field Settings*. Chicago, Illinois: Rand McNally, 1979. (pp. 405)

Cortés, H. (1986). *Letters from Mexico*, translated, edited by A. Pagden. New Haven: Yale University Press

Crang, M. (1999). *Knowing: Tourism and Practices of Vision*. In Crouch, D. (Ed.) *Leisure/Tourism Geographies*. London: Routledge (pp. 238-56)

Creswell, J.W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications. (pp. 403)

De Vos, J. (1986). *San Cristobal: Ciudad Colonial*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia

Denzin, N.K., Lincoln, Y.S. (1994). *Introduction: Entering the Field of Qualitative Research* In: N.K. Denzin, Y.S. Lincoln (Eds.). *Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage. (pp. 1-19)

Disman, M. (2002). *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele, 3. vyd.*, Praha: Karolinum (pp.132)

Eade, J., Sallnow, M. (Eds.). (1991) *Contesting the Sacred. The Anthropology of Christian Pilgrimage*. London: Routledge, 1991. (pp. 158)

Fetterman, D. (1998). *Ethnography: Step-By-Step: Step By Step* (Applied Social Research Methods). 2nd Ed. Thousand Oaks, California: Sage Publications. (pp. 165)

Foster, L. V. (2007). *Brief History of Mexico*. NY: Checkmark Books.

Franklin, S., Lury, C., Stacey, J. (2000). *Global Nature, Global Culture*. London: Sage Publications. (pp. 246)

Geertz, C. (1988). *Works and Lives*. Stanford, UK: Stanford University Press

Geertz, C. (2000). *Interpretace kultur*. Přeložili Václav Hubinger, Hana Červinková, Hedvika Humlíčková. Praha: Slon. (pp. 565)

Gennep, A. v. (1997). *Přechodové rituály*. Praha: Nakladatelství Lidové Noviny. (pp. 201)

Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modernity Age*. Standford California: Standford University Press. (pp. 256)

Gossen, G. H. (1974). *Chamulas in the World of the Sun: Time and Space in a Maya Oral Tradition*. Prospect Heights, Illinois: Waveland Press, Inc. (pp. 382)

Gossen, G. H. (1999). *Telling Maya Tales: Tzotzil Identities in Modern Mexico*. New York, London: Routledge (pp. 309)

Gossen, G. H. (2002). *Four Creations. An Epic Story of the Chiapas Mayas*. Ed. and translated by Gossen, Garry H. Norman: University Of Oklahoma Press. (pp. 1134)

Graburn, N. (1989). *Tourism: The Sacred Journey*. In Valene L. Smith, Ed. *Hosts and Guests* (pp. 21 – 36) Philadelphia: University Of Pennsylvania Press.

Graburn, N. H. (1983). *The Anthropology Of Tourism*. In *Annals Of Tourism Research*. (10(1): pp. 9-33)

Graham, D., Jacobsen, J. (2002). *Leading the Tourist by the Nose*. New York: CABI

Hammersley, M., Atkinson, P. (1995). *Ethnography: Principles in Practice*. 3rd Ed. London, New York: Routledge (pp. 323)

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

- Hendl, J. (2005). *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace*. Praha: Portál (pp. 408)
- Hobsbawm, E., Ranger, T. (1992). *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press. (pp. 320)
- Horne, D. (1984). *The Great Museum*. London: Pluto. (pp. 265)
- Jafari, J. (Ed). (2000). *The Encyclopedia of Tourism*, London, New York: Taylor & Francis (pp. 683)
- Jameson, F. (1997). *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. Duke University Press, 1997. (pp. 438)
- Kane, A. E. (1996). *The Centrality of Culture in Social Theory*. In *Social Theory And Sociology: The Classics and Beyond*, Ed. Stephen P. Turner. Massachusetts: Blackwell Publishers. (pp. 161-180)
- Kašpar, O. (2005). *Počátky organizovaného studia etnografie a antropologie v Mexiku* In *Český lid*, 2005, roč. 92, č. 3, (pp. 243-258)
- Leach, E. (2004). *The Structural Study of Myth and Totemism*. London: Routledge, (pp. 185)
- Lévi-Strauss, C. (1966). *Smutné tropy*. Z Fr. Originálu *Tristes Tropiques* vydaného v Paříži: Librairie Plon, 1955. Přeložil Jiří Pechar. Praha: Odeon. (pp. 296)
- Lincoln, Y.S., Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. London: SAGE.
- Longhena, M. (2006). *Mexiko: Mayové, Aztékové a další předkolumbovské národy*, Dobřejovice: Rebo (pp. 288)
- Lury, C. (1997). *Prosthetic Culture: Photography, Memory and Identity*. London: Routledge. (pp. 256)

Maanen, J. v. (2011). *Tales of the Field*. Chicago, IL: Chicago University Press

MacCannell, D. (1973). *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourism Setting*. In *American Journal of Sociology*. (pp. 586-604)

MacCannell, D. (1989). *The Tourist: a New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken. (pp. 215)

Mácha, P. (2003). *Modernizace, demokratizace a nacionalismus v indiánských obcích Mexika*. In *Český lid*. (90: pp. 313-334)

Mácha, P. (2004). *Indiáni a volební demokracie. Politické proměny indiánských obcí Mexika*. Ostrava: Filozofická Fakulta, Ostravská Univerzita

Mácha, P. (2005). *O psaní slova „indián“, neexistenci lidských ras a záludnosti rasového myšlení*. In *Český Lid*, 2005, Roč. 92, č. 3 (pp. 231-241)

Maxwell, J. A. (1992). *Understanding and Validity in Qualitative Research*. *Harvard Educational Review*, 62: 3 (pp. 279-299)

Maxwell, J. A. (1996). *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*, 2nd Edition, Thousand Oaks, California: Sage (pp. 153)

Milbrath, S. (1999). *Star Gods of the Maya: Astronomy in Art, Folklore and Calendars*. Austin, TX: University of Texas Press (pp. 18, 200)

Morley, S. G. (1976). *Mayové*. Praha: Orbis (pp. 277)

Morris, W. (2000). *Living Maya*. New York: Harry N. Abrams (pp. 224)

Nash, D. (1989). *Tourism as a Form of Imperialism*. In Valene L. Smith, Ed. *Hosts And Guests* (pp. 37-52). Philadelphia: University Of Pennsylvania Press

- Nash, D. (1996). *Anthropology of Tourism*. New York, NY: Emerald Group Publishing Ltd.
- Nietzsche, F. (2001). *Radostná věda*. Z něm. originálu Die Fröhliche Wissenschaft přeložila Věra Koubová, Praha: Aurora (pp. 260)
- O'Donohoe, S. (1997) *Leaky Boundaries: Intertextuality and Young Adult Experiences of Advertising*. In *By This Book*, Ed. Mica Nava Et. At. London: Routledge (pp. 257-275)
- Opatrný, J. (2003). *Mexiko: Stručná historie států*. Praha: Libri
- Palmquist, M. and students (Carol Busch, Paul S. De Maret, Teresa Flynn, Rachel Kellum, Sheri Le, Brad Meyers, Matt Saunders, Robert White). (2005). *Content Analysis*. Writing@Csu. Colorado State University Department of English  
Dostupný na <http://writing.colostate.edu/guides/research/content/>.
- Pimentel, F. (1864). *Cuadro Comparativo de las Lenguas Indígenas de México*. México. (pp. 217 – 218)
- Powdermaker, H. (1966). *Stranger and Friend*. New York, NY: W. W. Norton
- Pozas, R. A. (1962). *Juan the Chamula. An Ethnological Re-Creation of the Life of a Mexican Indian*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press. (pp. 115)
- Rappaport, R. A. (1999). *Ritual and Religion in the Making of Humanity*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. (pp. 562)
- Salzmann, Z. (1991). *O psaní slova INDIÁN*. In *Naše řeč* 74/1991 (pp. 106-107)
- Selwyn, T. (1996). *The Tourist Image: Myths and Mythmaking in Tourism*. NY: Wiley (pp. 280)
- Shields, R. (1990). *Places on the Margin*. London: Routledge (pp. 334)



Silverstein, M. (2006). *Treasure Hunt: Inside the Mind of the New Global Consumer*. Portfolio. (pp. 267)

Smith, V. L. (1989). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press (pp. 341)

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

Soukup, M. (2014). *Terénní výzkum v sociální a kulturní antropologii*. UK Praha: Karolinum (pp. 93)

Švaříček, R., Šedová, K. a kol. (2007). *Kvalitativní výzkum vědách*. Praha: Portál (pp. 17).

Svoboda, M. (1999). *Psychologická diagnostika dospělých*, 2. vyd., Praha: Portál.

Thompson, E. (1971). *Sláva a pád starých Mayů*. Praha: Mladá fronta

Torres, J. C. (2001). *Un Paseo por la Ciudad Maya de Chichén Itzá*. Cancún, MX: Editorial Dante (pp. 120)

Turner, V. (1973). *The Center Out There: Pilgrim'S Goal*. In *History of Religions* (12: 191-230).

Turner, V. (2002). *The Ritual Process*. Harmondsworth: Penguin (pp. 213).

Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze*. 2nd Edition. London: Sage Publications (pp.183)

Van Den Berghe, P. (1994). *The Quest for the Other: Ethnic Tourism in San Cristóbal, Mexico*. Seattle&London: University of Washington Press (pp. 169)

Van Den Berghe, P., Colby, B. N. (1961) *Ladino-Indian Relations in the Highlands of Chiapas, México*. In *Social Forces*. (40 (1): pp. 63-71). Van Den Berghe, P., Keyes, Ch. F. (1984).

*Introduction. Tourism and Re-Created Ethnicity.* In *Annales of Tourism Research*, Vol. 11 (pp. 343-352)

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

Vogt, E. Z. (1969). *Zinacantán. A Maya Community in the Highlands of Chiapas.* Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press (pp. 733)

Wagner, R. (1981). *The Invention of Culture.* Chicago, IL: Chicago University Press (nové vydání 2016)

Wernick, A. (1992). *Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression.* London: Sage (pp. 208)

West, N. (2000). *Kodak and the Lens of Nostalgia.* Charlottesville: University of Virginia Press (pp. 242)

### **Souhrnná díla a tematická literatura:**

American Psychological Association (1994). *Publication manual of the American Psychological Association* (4th ed.). Washington, DC.

Dostupný na <http://www.apastyle.org>

Arnold, P. (2003). *Mayská kniha mrtvých.* Praha: Eminent (pp. 272).

Bradáč, A. (1999). *Mexiko: Mayové a souvislosti.* Praha: Doplněk (pp. 155)

Chládek, S. (2014). *Rtuální jeskyně starých Mayů.* Praha: Academia (pp. 423).

Coe, M. D. (2005). *The Maya*, 7th ed. London, UK: Thames & Hudson (pp. 161)

Domenici, D. (2006). *Mayové: poklady starobylých civilizací*. Praha: Knižní klub. (pp. 207)

INEGI (2000). *Anuario de estadísticas por entidad federativa*. México: INEGI

INEGI (2013). *Anuario de estadísticas por entidad federativa*. México: INEGI

*Ottova encyklopedie obecných vědomostí* (2003). Praha: Argo

Rejzek, J. (2001). *Český etymologický slovník*. Voznice: LEDA

Restall, M. (1997). *The Maya World. Yucatecan Culture and Society, 1550-1850*. Stanford: Stanford University Press

Stingl, M. (2010). *2012: Mayové, jejich civilizace a zánik světa*. Praha:

*The Mayas* (1995). Mérida, MX: CONACULTA

Vilímková, O. (2014). *Mayové – Guatemala: Transformace indiánské společnosti od 60. let 20. století do současnosti*. Praha: Smart Press (pp. 320)

### **Závěrečné práce:**

Bendová, J. (2013) *Antropologie turismu v kontextu balijské kultury*. Diplomová práce. Univerzita Karlova V Praze, Katedra kulturologie

Konopíková, M. (2015): *Kavky a kosatce. Antropologie turismu, prostoru a identity v Maroku*. Disertační práce. Univerzita Karlova V Praze, Katedra kulturologie

Konvalinová, M. (2004) *Washington jako poutní místo: antropologie turismu*. Bakalářská práce. Univerzita Karlova V Praze, Fakulta humanitních studií.

Kučerová, P. (2014): *Batoh, pohorky a řasenka: Analýza ženského nezávislého cestování z perspektivy antropologie turismu*. Diplomová práce, Univerzita Karlova V Praze, Fakulta humanitních studií.

Nuñez, J. O. B. (1995) *El Turismo Étnico. El Caso de los Tzotziles de Chamula. Interacción Étnica y el Sistema Turístico en los Procesos y Manifestaciones del Cambio Socio-Cultural*. México. Diploma Tesis. Instituto Politecnico Nacional.

Radová, L. (2012) *Fenomén baťůžkářství: příspěvek k antropologii turismu*. Bakalářská práce. Univerzita Karlova V Praze, Katedra kulturologie

Redlová, P. (2008). *Fragmenty Setkávání Turistů, Indiánů a Antropologů v San Cristobalu de las Casas v Mexiku*. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova V Praze, Filosofická Fakulta, Katedra Etnologie.

Řeháčková, K. (2012): *Kultura a umění nativního severozápadního pobřeží a vliv turismu na jejich revitalizaci*. Rigorózní práce. Univerzita Karlova V Praze, Filosofická Fakulta, Katedra Etnologie.

Součková, K. Praha, 2009. *Mayský indián jako turistický konstrukt: etnický turismus ve vesnici San Juan Chamula v Mexiku*. Diplomová práce. Univerzita Karlova V Praze, Fakulta humanitních studií.

Součková, K. (2006). *Druhy turismu: případová studie karibské lokality Tulum*. Bakalářská práce. Univerzita Karlova V Praze, Fakulta humanitních studií.

### **Průvodci cestovatele:**

Allan, D., Luft, W. (2006). *Průvodce do Kapsy Berlitz: Mexiko*. Přel. Jaroslava Novotná, Jiří Ulbrich. Bučovice: Ro-To-M A.S. (pp. 255)

Caistor N, Doulton M. a kolektiv (2009). *Mexiko - Společník cestovatele*. Praha: Ikar (pp. 408)

Fisher, J., Jacobs, D., O'Neillová, Z., Whitfield. (2008). *P. Rough Guide Mexiko*. Přel. Lucie A Jiří Potůčkovi a kol. Brno: Jota (pp. 947)

Müller-Wöbcke, B. (2008) *Merian Live! Mexiko Yucatán*. Přel. Alice Kavinová. Havlíčkův Brod: Jan Vašut S.R.O. (pp. 128)

Sucha, M. S. (2008). *Průvodce Na Cesty Mexiko*. Praha: Freytag & Berndt (pp. 223)

Svojtka&Co. (2009). *Lonely Planet Mexiko*. Přel. Tereza Hornátová, Jaroslava a Petr Křivský, Daniela Orlando, Jan Styblík, Pavel Wurm. Praha: Svojtka (pp. 1112)

*Tulum and Cobá Tourist Guide* (2006). Cancún, MX: Editorial Dante

### **Internetové zdroje:**

<http://www.aaanet.org/committees/ethics/ethcode.htm>

<http://www.iubik.com/aventuras/indigenous-chiapas-san-juan-chamula-and-zinacantan/>

<http://www.mayadiscovery.com/> a <http://www.elmundomaya.com>

<http://en.proverbia.net/citastema.asp>

<http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/chiapas/municipios/07023a.htm>

(Enciclopedia de los Municipios de México)

<https://maya.nmai.si.edu/es/los-mayas/el-mundo-maya>

<http://www.mundomaya.travel/arqueologia>

<http://larutamayaonline.com/tours/index.php>

<http://mundomaya.travel/es/arqueologia/paises.html>

[http://www.ped.muni.cz/wpsy/koh\\_dotaznik.htm](http://www.ped.muni.cz/wpsy/koh_dotaznik.htm)

<http://www.statista.com/topics/840/smartphones/>

<http://www.buzzfeed.com/hunterschwarz/how-many-photos-have-been-taken-ever-6zgv#.sgAOxaMRz>

<http://blog.greenhousing.cz/statistiky-internetu-pro-rok-2011/>

<http://www.wikipedia.com/>

<http://www.mediar.cz/umberto-eco-v-tydeniku-lespresso-kamery-nas-pripravuji-o-prozityky/>

<http://www.gob.mx>

[www.anthropologyoftourism.pl](http://www.anthropologyoftourism.pl) (Graburn, N. (2015). *Fifty Years of Tourists and Tourism: Some Problems of Approaches, Disciplines and Methods*)

# Přílohy



## Příloha 1

Tab. 1.1.1 Počet návštěvníků archeologické zóny Chichén Itzá (zdroj: Oficina de Turismo, Chichén Itzá)

ZONA DE MONUMENTOS ARQUEOLOGICOS DE CHICHEN ITZA

ESTADISTICAS DE VISITANTES

REPORTE MENSUAL DE VISITANTES 2014

| MES          | VISITANTES       |
|--------------|------------------|
| ENERO        | 388,724          |
| FEBRERO      | 180,565          |
| MARZO        | 194,218          |
| ABRIL        | 143,970          |
| MAYO         | 117,432          |
| JUNIO        | 132,333          |
| JULIO        | 176,723          |
| AGOSTO       | 182,829          |
| SEPTIEMBRE   | 120,214          |
| OCTUBRE      | 124,500          |
| NOVIEMBRE    | 160,148          |
| DICIEMBRE    | 156,818          |
| <b>TOTAL</b> | <b>2,078,474</b> |

REPORTE MENSUAL DE VISITANTES 2015

| MES          | VISITANTES       |
|--------------|------------------|
| ENERO        | 184,133          |
| FEBRERO      | 150,160          |
| MARZO        | 167,674          |
| ABRIL        | 152,379          |
| MAYO         | 136,597          |
| JUNIO        | 152,694          |
| JULIO        | 203,512          |
| AGOSTO       | 205,850          |
| <b>TOTAL</b> | <b>1,352,999</b> |

Tab. 1.1.2 Počet návštěvníků archeologických zón INAH roku 2011 (INEGI, 2013) pro celé Mexiko

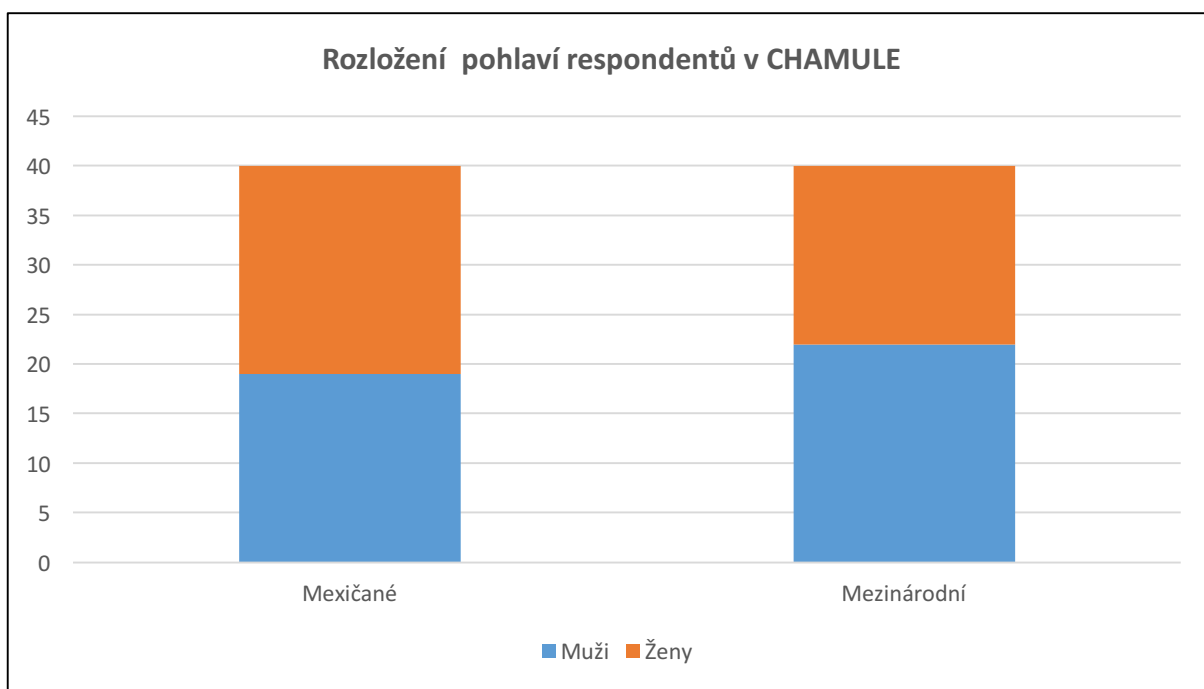
| Mexičané  | Cizinci   | Celkem     |
|-----------|-----------|------------|
| 7 743 600 | 2 954 800 | 10 698 400 |

## Příloha 2

### 2.1 Rozložení pohlaví

Tab. 2.1.1 Rozložení pohlaví respondentů v CHAMULE

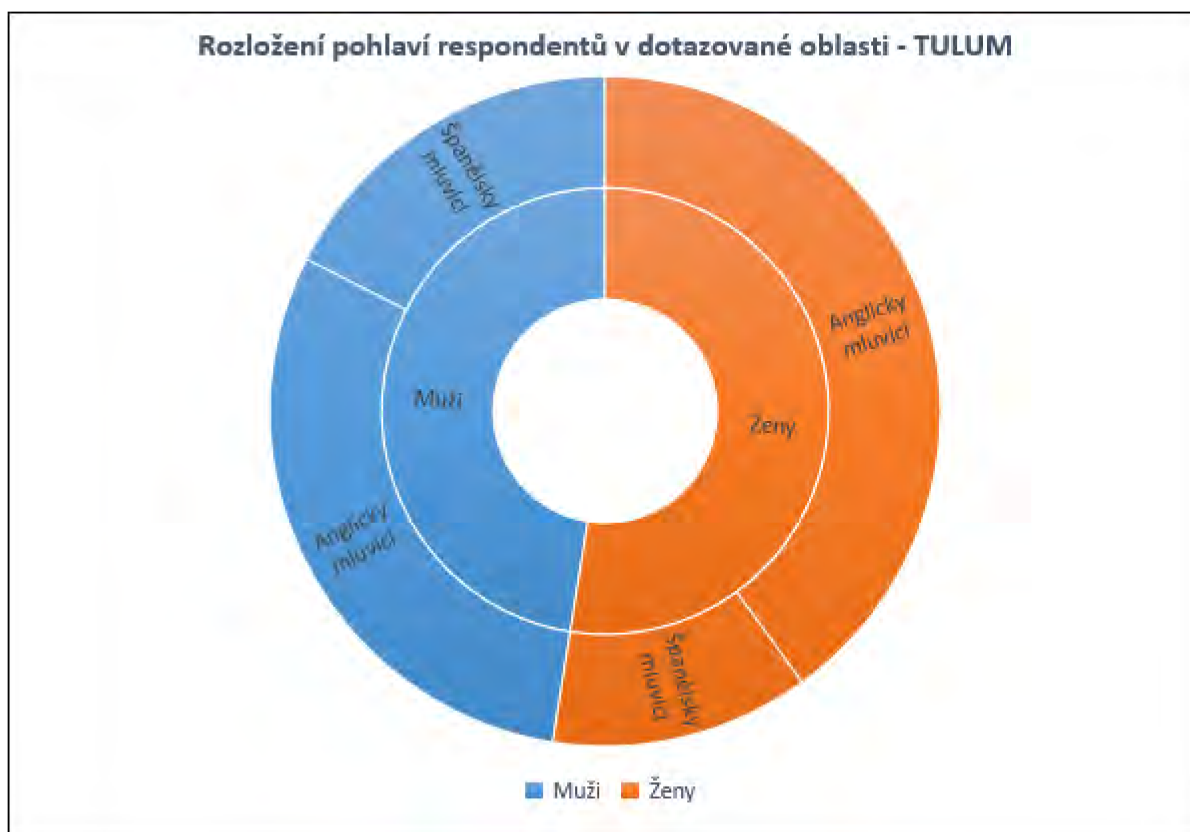
|                                  | <b>Mexičané</b> | <b>Mezinárodní</b> |
|----------------------------------|-----------------|--------------------|
| Muži                             | 19              | 22                 |
| Ženy                             | 21              | 18                 |
| <b>Celkový počet respondentů</b> | <b>40</b>       | <b>40</b>          |



Tab. 2.1.2 Rozložení pohlaví respondentů v TULUMU

| <b>Pohlaví/Turisté</b> | <b>Španělsky mluvící</b> | <b>Anglicky mluvící</b> | <b>Celkem dle pohlaví</b> |
|------------------------|--------------------------|-------------------------|---------------------------|
| Muži                   | 7                        | 12                      | <b>17</b>                 |
| Ženy                   | 5                        | 16                      | <b>21</b>                 |
| <b>Celkem</b>          | <b>12</b>                | <b>28</b>               |                           |





Tab. 2.1.3 Rozložení pohlaví respondentů v CHICHÉN ITZÁ

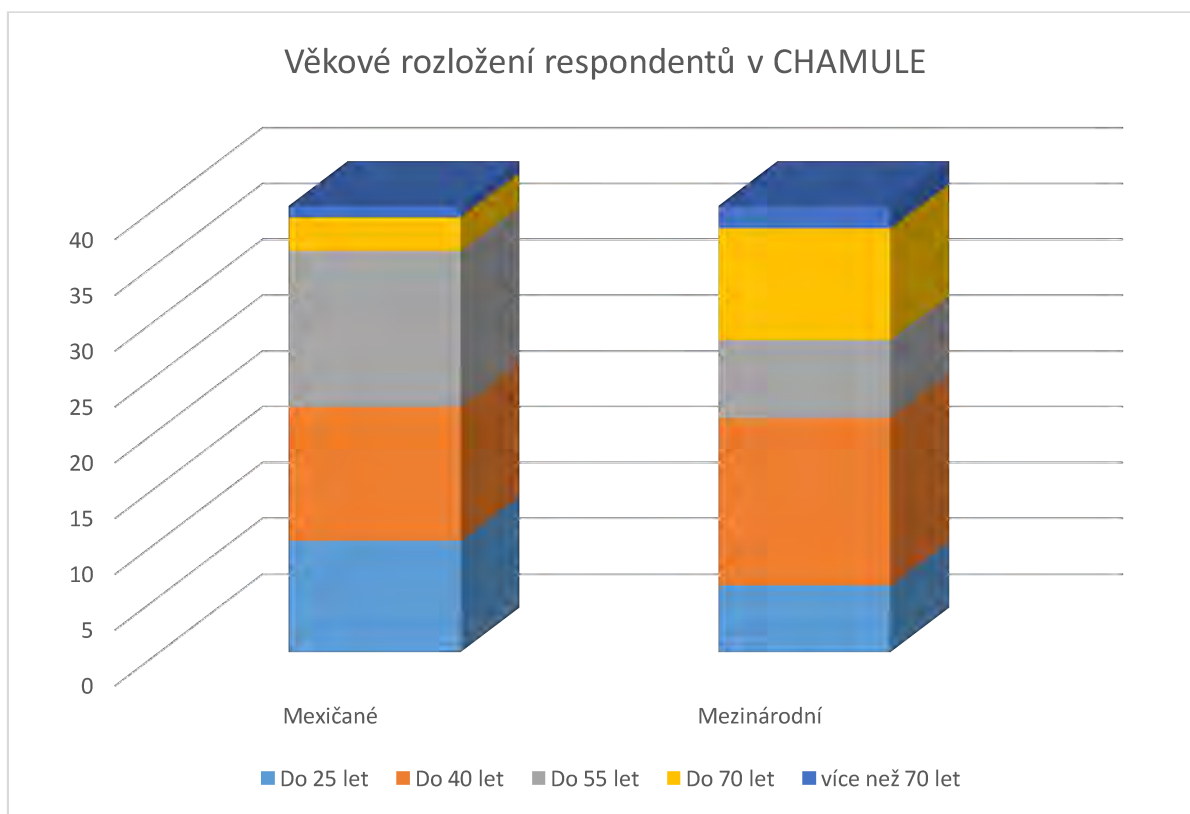
| Pohlaví/Turisté | Španělsky mluvící | Anglicky mluvící | Celkem dle pohlaví |
|-----------------|-------------------|------------------|--------------------|
| Muži            | 22                | 38               | <b>60</b>          |
| Ženy            | 33                | 50               | <b>83</b>          |
| Neuvedeno       | 15                | 22               | <b>37</b>          |
| <b>Celkem</b>   | <b>70</b>         | <b>110</b>       |                    |



## 2.2 Věkové rozložení

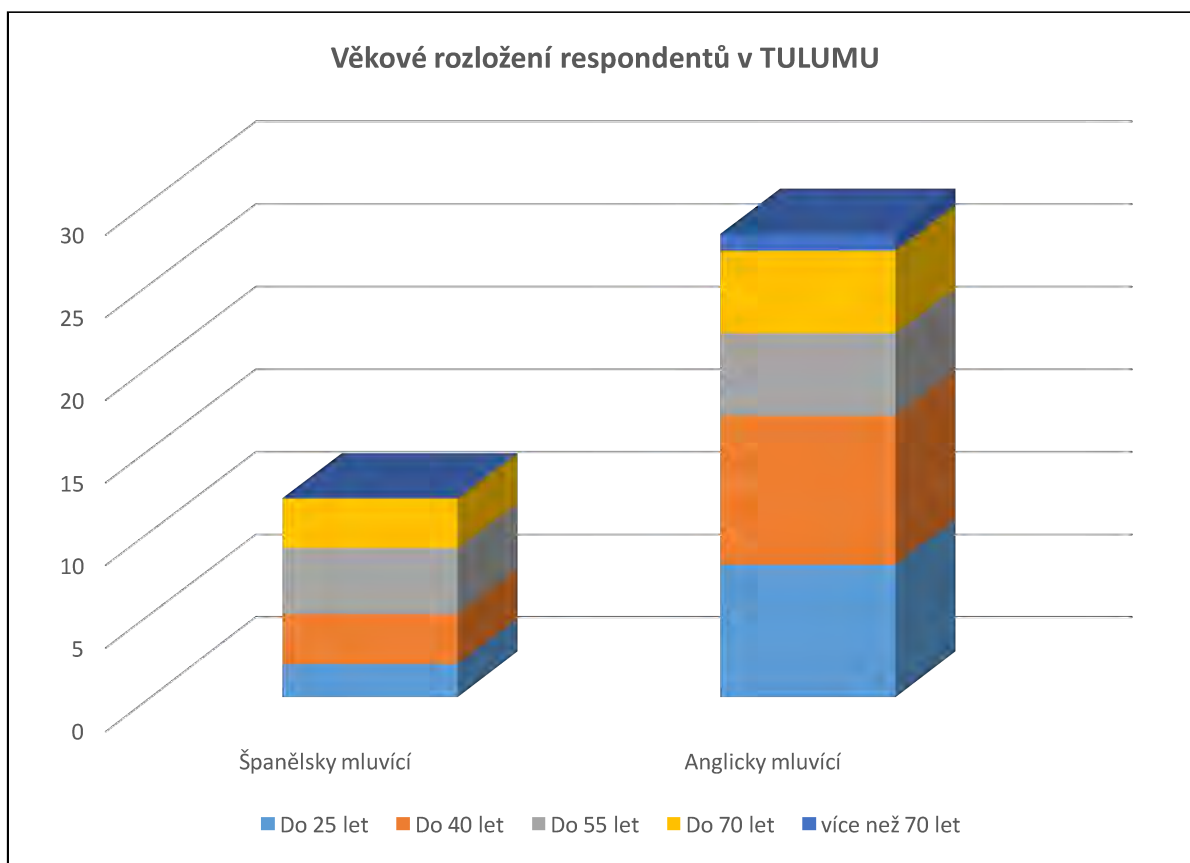
Tab. 2.2.1 Věkové rozložení respondentů – výzkum v CHAMULE

| Věkové skupiny/Turisté | Mexičané  | Mezinárodní |
|------------------------|-----------|-------------|
| Do 25 let              | 10        | 6           |
| Do 40 let              | 12        | 15          |
| Do 55 let              | 14        | 7           |
| Do 70 let              | 3         | 10          |
| 70 let a více          | 1         | 2           |
| <b>Celkem</b>          | <b>40</b> | <b>40</b>   |



Tab. 2.2.2 Věkové rozložení respondentů – výzkum v TULUMU

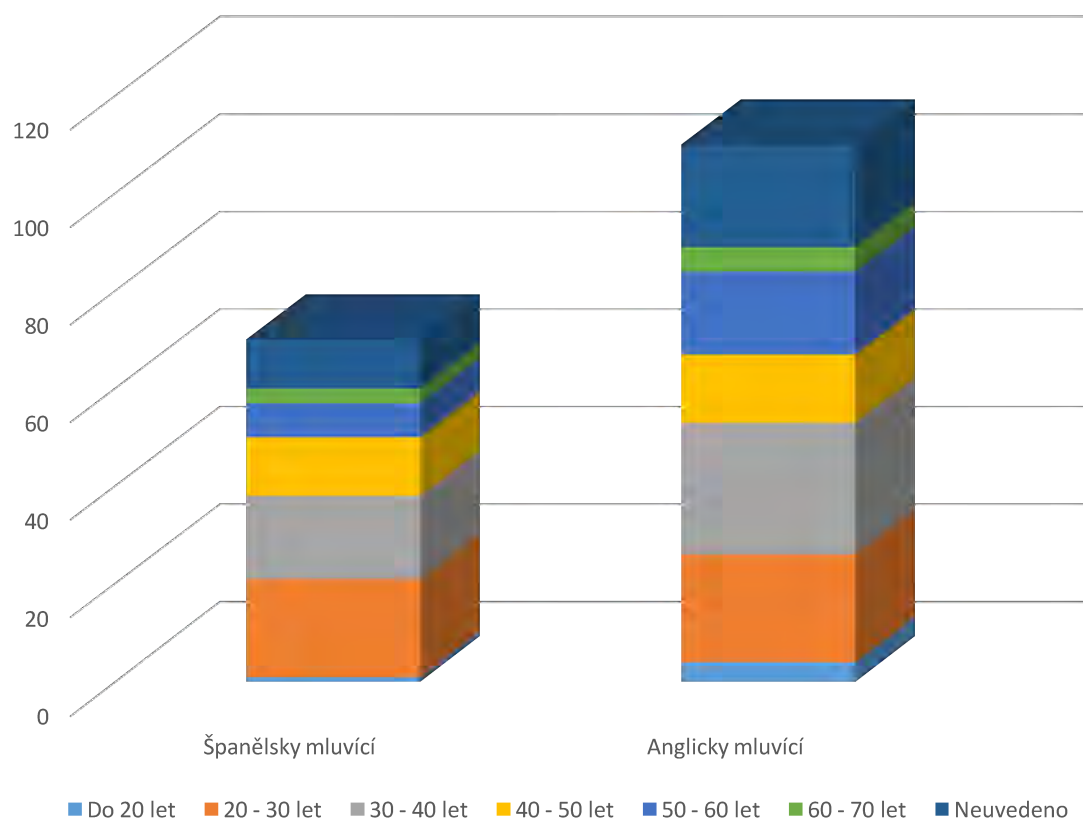
| Věkové skupiny/Turisté | Španělsky mluvící | Anglicky mluvící |
|------------------------|-------------------|------------------|
| Do 25 let              | 2                 | 8                |
| Do 40 let              | 3                 | 9                |
| Do 55 let              | 4                 | 5                |
| Do 70 let              | 3                 | 5                |
| 70 let a více          | 0                 | 1                |
| <b>Celkem</b>          | <b>12</b>         | <b>28</b>        |



Tab. 2.2.3 Věkové rozložení respondentů – výzkum v CHICHÉN ITZÁ

| Věkové skupiny/Turisté        | Španělsky mluvící | Anglicky mluvící |
|-------------------------------|-------------------|------------------|
| Do 20 let                     | 1                 | 4                |
| 20 – 30 let                   | 20                | 22               |
| 30 – 40 let                   | 17                | 27               |
| 40 – 50 let                   | 12                | 14               |
| 50 – 60 let                   | 7                 | 17               |
| 60 – 70 let                   | 3                 | 5                |
| neuveveno                     | 10                | 21               |
| <b>Celkem</b>                 | <b>70</b>         | <b>110</b>       |
| <i>z toho: před návštěvou</i> | <i>40</i>         | <i>65</i>        |
| <i>po návštěvě</i>            | <i>30</i>         | <i>45</i>        |

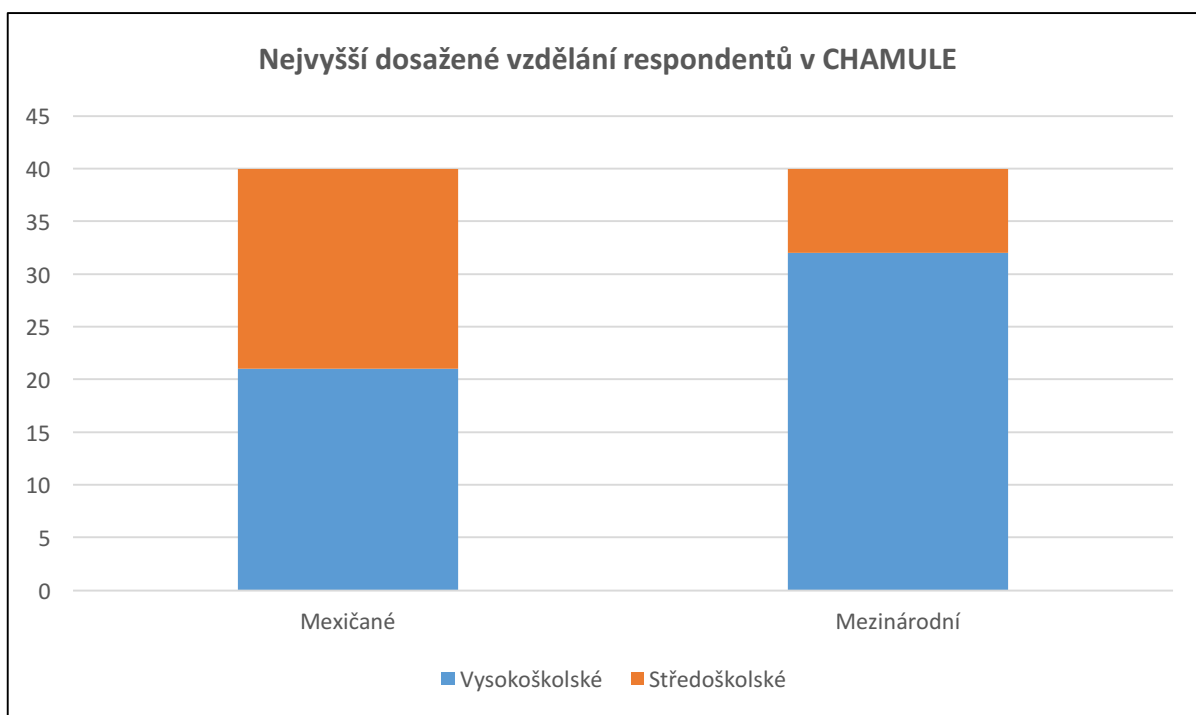
### Věkové rozložení respondentů v CHICHÉN ITZÁ



## 2.3 Rozložení podle vzdělání

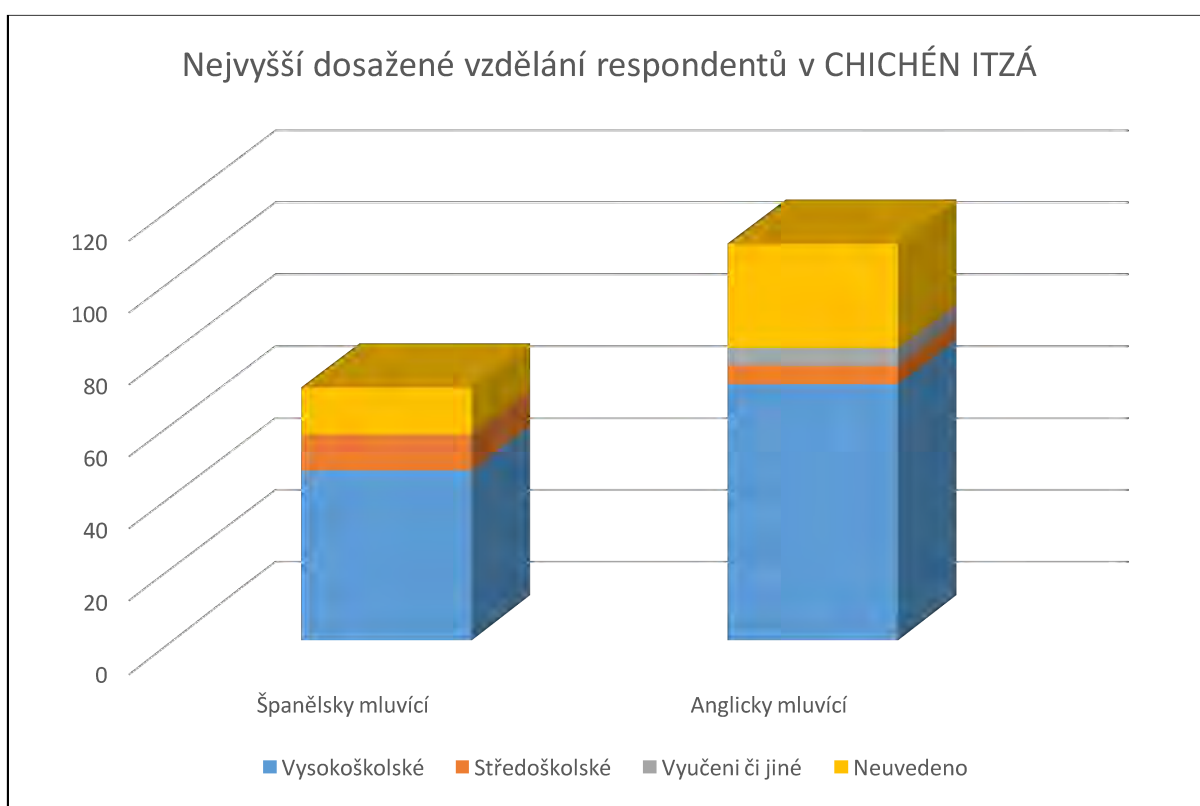
Tab. 2.3.1 Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů v CHAMULE

| Vzdělání/Turisté | Mexičané  | Mezinárodní | Celkem dle vzdělání |
|------------------|-----------|-------------|---------------------|
| Vysokoškolské    | 21        | 32          | <b>53</b>           |
| Středoškolské    | 19        | 8           | <b>27</b>           |
| <b>Celkem</b>    | <b>40</b> | <b>40</b>   |                     |



Tab. 2.3.2 Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů v CHICHÉN ITZÁ

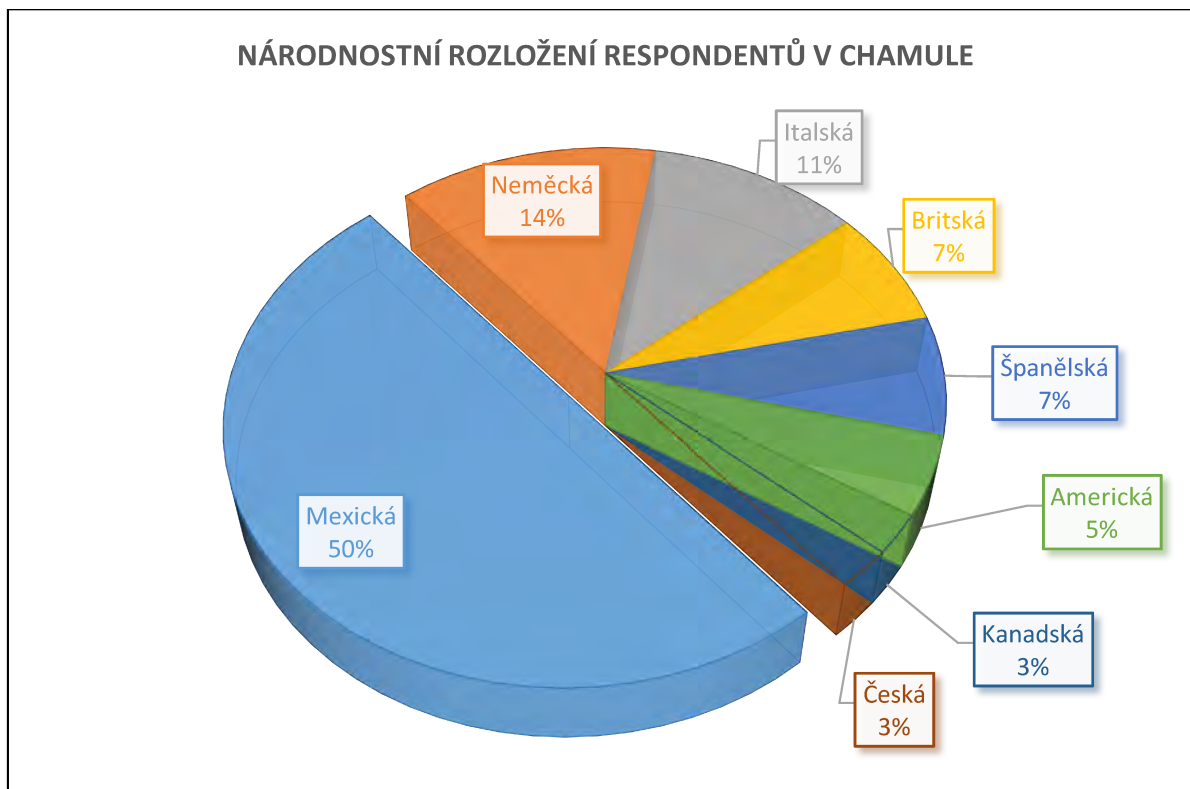
| Vzdělání/Turisté | Španělsky mluvící | Anglicky mluvící | Celkem dle vzdělání |
|------------------|-------------------|------------------|---------------------|
| Vysokoškolské    | 47                | 71               | <b>118</b>          |
| Středoškolské    | 10                | 5                | <b>15</b>           |
| Vyučení či jiné  | 0                 | 5                | <b>5</b>            |
| Neuvedeno        | 13                | 29               | <b>42</b>           |
| <b>Celkem</b>    | <b>70</b>         | <b>110</b>       |                     |



## 2.4 Rozložení podle národností

Tab. 2.4.1 Národnost respondentů v CHAMULE

| Národnost | Počet turistů |
|-----------|---------------|
| Mexická   | 40            |
| Německá   | 11            |
| Italská   | 9             |
| Britská   | 6             |
| Španělská | 6             |
| Americká  | 4             |
| Kanadská  | 2             |
| Česká     | 2             |





Tab. 2.4.2 Národnost respondentů v TULUMU

| <b>Národnost</b>          | <b>Počet turistů</b> |
|---------------------------|----------------------|
| <b>Španělsky mluvící:</b> | <b>12</b>            |
| Mexiko                    | 4                    |
| Kolumbie                  | 3                    |
| Španělsko                 | 2                    |
| Argentina                 | 2                    |
| Brazílie                  | 1                    |
| <b>Anglicky mluvící:</b>  | <b>28</b>            |
| Kanada                    | 6                    |
| Německo                   | 6                    |
| USA                       | 5                    |
| Francie                   | 3                    |
| Nizozemí                  | 2                    |
| Čína                      | 2                    |
| Japonsko                  | 1                    |
| Itálie                    | 1                    |
| Rakousko                  | 1                    |
| Velká Británie            | 1                    |
| <b>Celkem</b>             | <b>40</b>            |

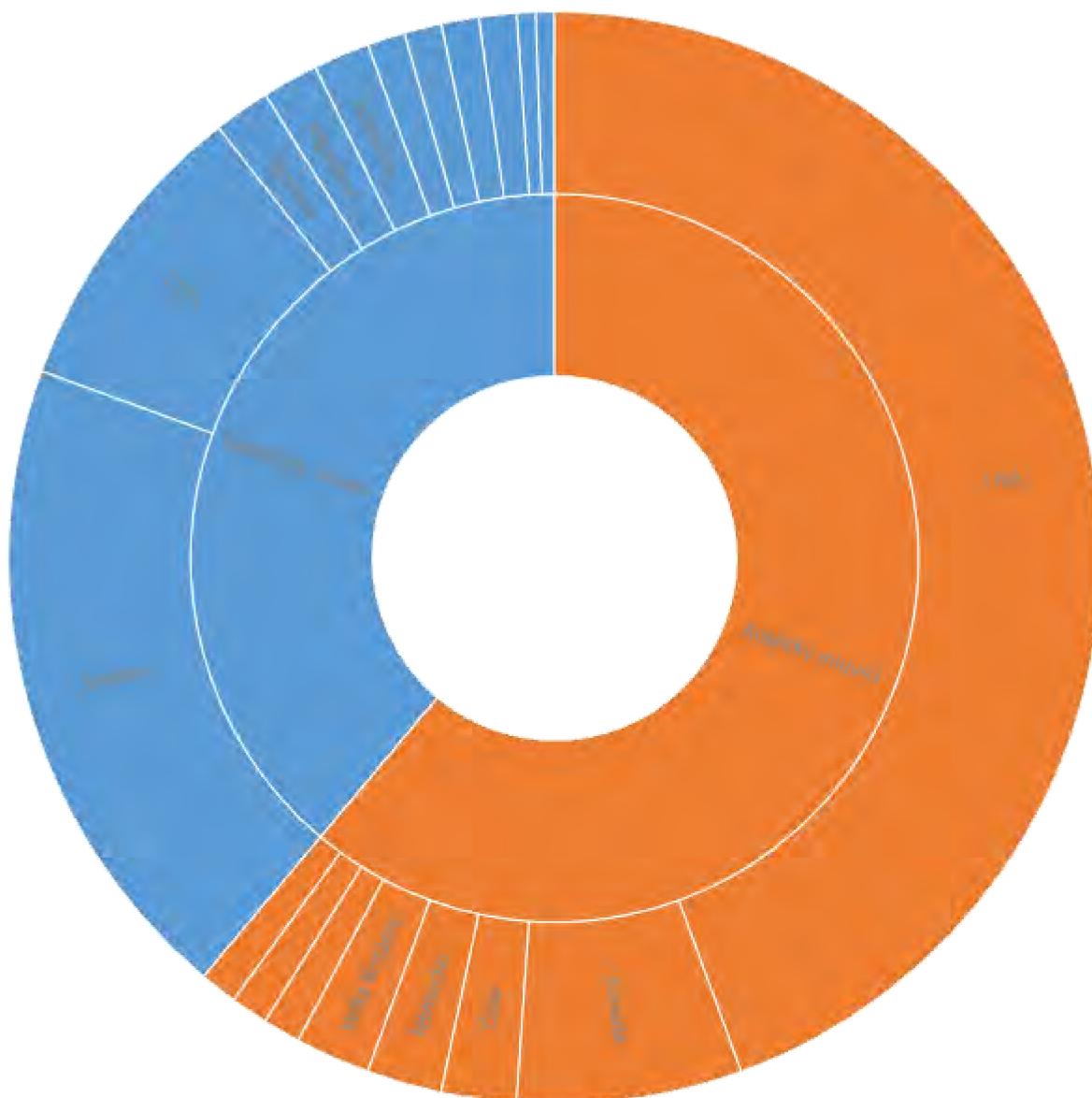
## Počet respondentů v TULUMU dle národnosti a jazyka



Tab. 2.4.3 Národnost respondentů v CHICHÉN ITZÁ

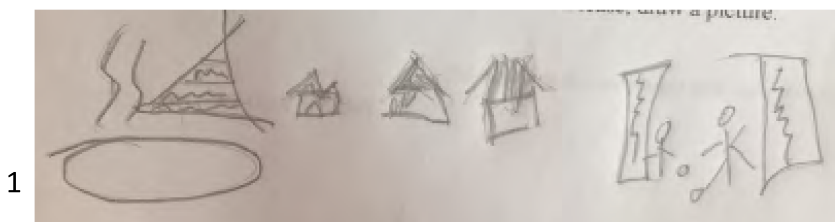
| Národnost                 | Počet turistů      |
|---------------------------|--------------------|
| <b>Španělsky mluvící:</b> | <b>70 celkem:</b>  |
| Mexiko                    | 35                 |
| Chile                     | 16                 |
| Kolumbie                  | 3                  |
| Argentina                 | 3                  |
| Panama                    | 3                  |
| Uruguay                   | 2                  |
| Ekvádor                   | 2                  |
| Kostarika                 | 2                  |
| Španělsko                 | 2                  |
| Honduras                  | 1                  |
| Peru                      | 1                  |
| <b>Anglicky mluvící:</b>  | <b>110 celkem:</b> |
| USA                       | 80                 |
| Kanada                    | 12                 |
| Velká Británie            | 4                  |
| Německo                   | 4                  |
| Čína                      | 4                  |
| Francie                   | 2                  |
| Japonsko                  | 2                  |
| Indie                     | 2                  |

Počet respondentů v CHICHÉN ITZÁ dle národnosti a jazyka

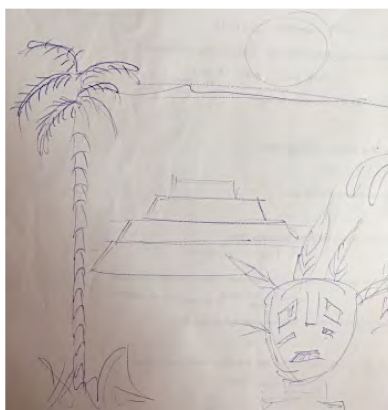


### Příloha 3

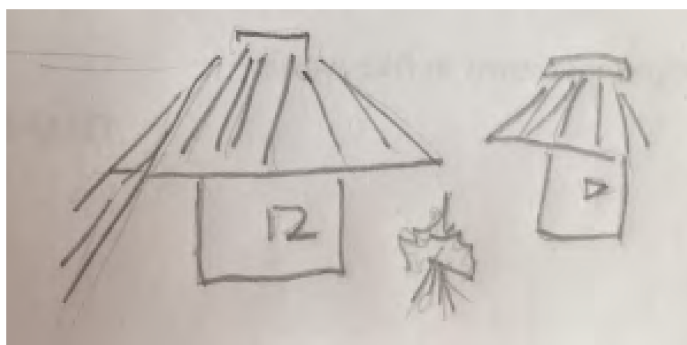
Kresby 1 – 6 anglicky mluvících respondentů zachycující mayské stavitelství



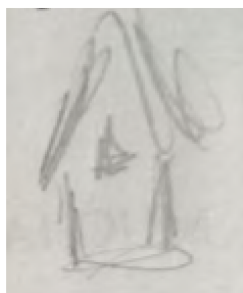
1



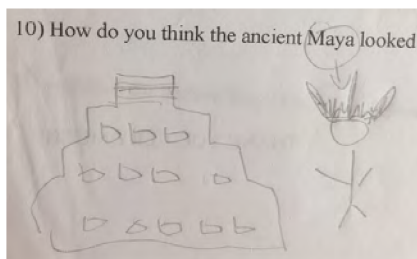
2



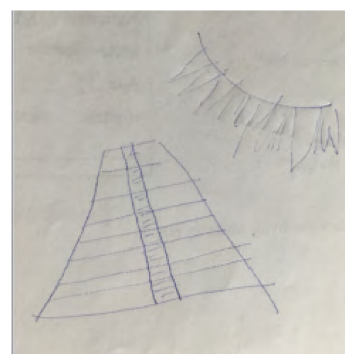
3



4



5



6

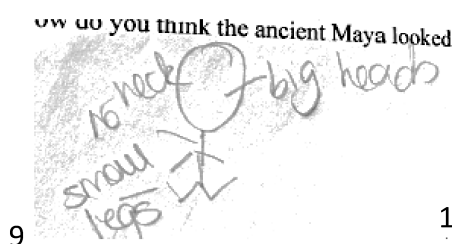
Kresby 7 – 17 anglicky mluvících respondentů zachycující celou postavu Maye



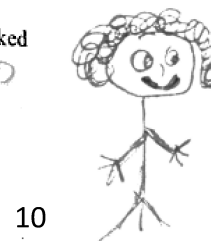
7



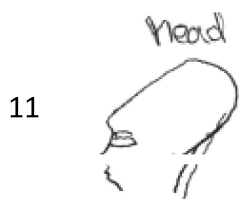
8



9

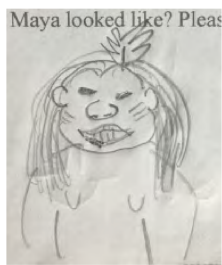
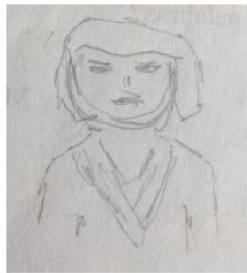


10

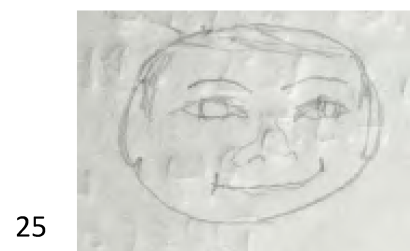
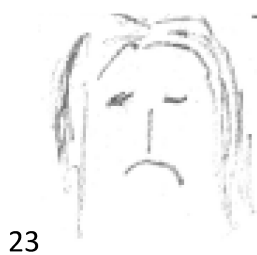
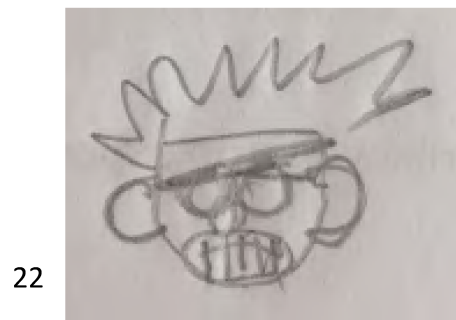
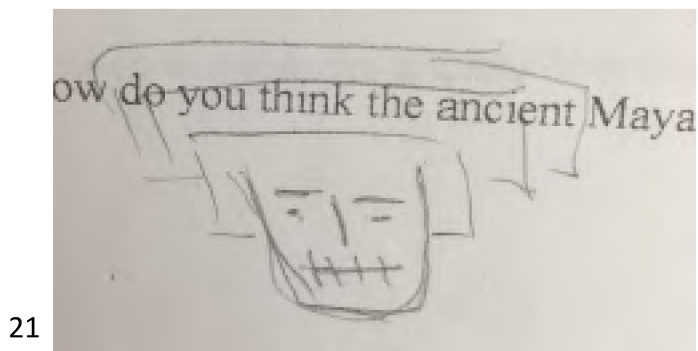
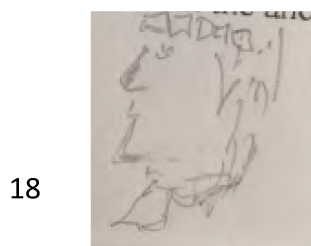


11





**Kresby 18 – 31 anglicky mluvících respondentů zachycující obličej Maye**





26



27



28

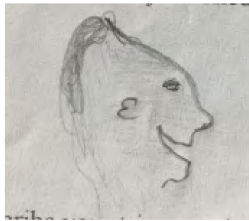


29

like an Alien



30



31

Kresby 32 – 44 španělsky mluvících respondentů zachycující celou postavu Maye



32

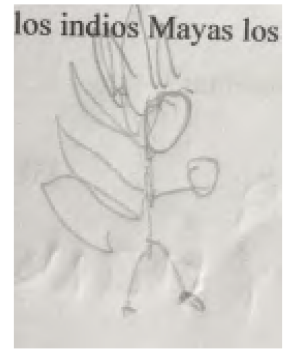


33

34



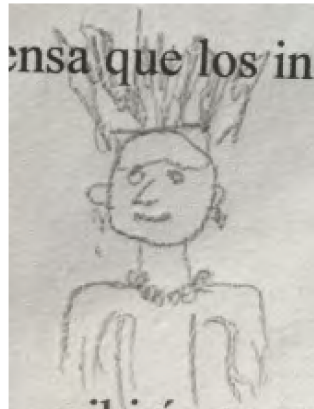
35



36



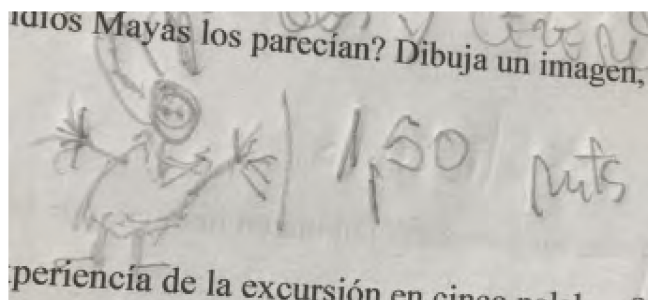
37



38



39



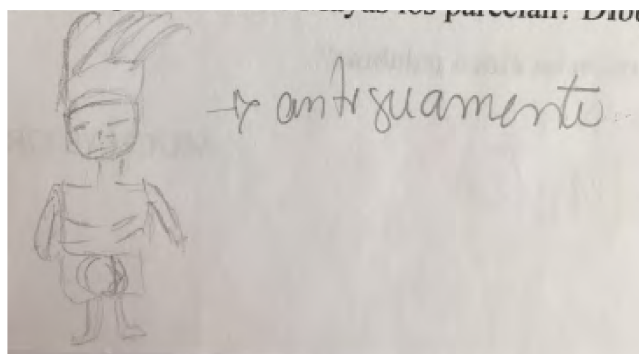
40



41



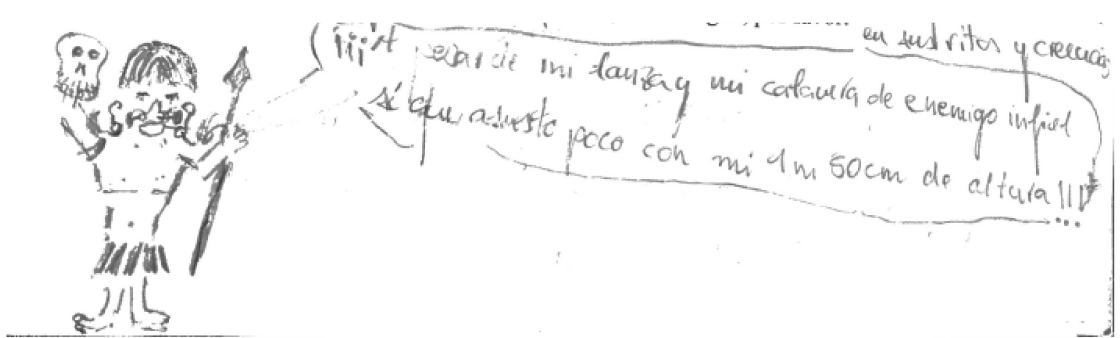
42



43





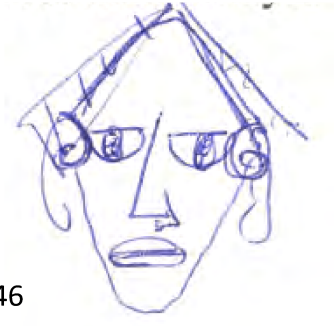


44

Kresby 45 – 50 španělsky mluvících respondentů zachycující obličej Maye



45



46



47



48

Muy bajas



49



50