

o zapomenutém zakladateli empirické sociologie, který po dlouhá léta pro odbornou sociologickou veřejnost v USA neexistoval jen proto, že nebyl běloch. Současná realita je ovšem taková, že dnes má DuBois svoje vlastní diskuzní sekce na sociologických konferencích, ale jako autora Invaze z Marsu máme dosud zafixované jiné jméno, než jaké si s údivem přečteme v recenzované knize.

Co říci na závěr? Z obou publikací, o nichž zde referujeme, je patrná snaha jejich autora porozumět světu a motivacím aktérů, se kterými se na jejich stránkách setkáváme. Kdo přesně byli a jsou Peter Katzenstein, Elisabeth Noele-Neumannová, Paul Lazarsfeld, Marie Jahodová, Paul Neurath, Herta Herzogová, Elihu Katz? Každý z nich se stal součástí nejméně jednoho z příběhů, o nichž knížky vypravují. Vlastně nejbližším spojením obou drobných publikací zůstává právě vyprávění příběhů ze života úspěšných žen, na něž se zapomnělo, stejně tak jako příběhů z autorova výzkumnického života. A protože lidé příběhy milují, lze očekávat, že se obě knihy setkají se zájmem studentů i studentek, výzkumníků a výzkumnic, čtenářů i čtenářek.

Šárka Tesařová

DOI: 10.14712/23363525.2020.25

**Barbora Půtová: *Antropologie turismu*.
Praha: Karolinum, 2019, 217 s.**

Kulturní antropoložka a historička umění Barbora Půtová ve své zcela nedávno vydané knize *Antropologie turismu* si klade za cíl seznámit především odbornou čtenářskou obec s velice aktuálním tématem turismu, respektive s jeho zakotvením v moderní antropologii. Autorka si vybrala problematiku, která je skloňována pozitivně i negativně, ať již v odborných kruzích, či mezi obyvateli měst, jichž se turismus týká. Půtová se v rámci činnosti na akademické půdě zajímá mimo jiné o témata spojená s kulturním dědictvím, přičemž právě tento široký záběr ji umožňuje psát knihu z pohledu odborníka na danou oblast a zároveň zapojit pozici angažovaného občana žijícího přímo v centru

turisticky velmi exponované Prahy. Jiné publikace podobného ražení dosud v českém jazyce napsány nebyly, což s sebou nese jistě nevýhody, pokud jde o srovnatelné výsledky, bezesporu však i výhody, neboť taková monografie může v jistém smyslu razit cestu dalším publikacím na toto téma.

Jelikož se jedná o zcela ojedinělou publikaci v českém jazyce, navíc vydanou českým autorem, Půtová záměrně zvolila velmi široké pojetí a kniha se nesoustředí pouze na jediné téma. Vzhledem ke skutečnosti, že problematika antropologie turismu není v českém jazyce v podstatě odborně nijak zpracována, představuje každá kapitola částečně samostatnou část rozsáhlejšího spektra. Kniha tak není pouhým souhrnem či letným seznámením s antropologií turismu jako samostatným odvětvím antropologie, nýbrž především historickým exkurzem do počátků turismu, včetně objasnění jeho vzniku. Autorka se při svých odborných cestách do zahraničí sama částečně stává i turistou, a proto dokáže popsat obsah této role jako nedílnou součást světa turismu.

Půtová rozděluje publikaci na osm kapitol a rozhodla se v tomto směru pro velmi zdařilé členění, neboť čtenář se nejprve seznamuje se samotným vznikem moderního pojmu turismu. Vše začíná již minimálně ve starověkém Řecku a Římě, kdy movitější občané v rámci poznávacích a obchodních cest navštěvovali Egypt a další exotické země na jižní straně Středomořského moře (s. 11). O tom, že cestování má mnoho podob a neexistuje jednoznačná definice turistů, se čtenář záhy dozví na základě zmínky o poutnickém turismu. Zainteresovaní badatelé spatřují význam těchto cest nikoliv pouze ve způsobu hledání boha, jak byla vnímána středověkými poutníky, ale zdůrazňují rovněž opuštění stavu původní každodennosti a možnost vstupu do liminálního prostoru popsaného předním holandským etnologem Arnoldem van Gennepem (s. 13).

Přes kavalírské cesty šlechticů nás autorka na stránkách své knihy přesunuje do éry léčebných pobytů, především pak do přímořských lázní, které se značnou měrou podílely na rozvoji masového turismu. Ve světle nedávného krachu cestovní kanceláře Thomas Cook nejeden čtenář

jistě ocení popis vzniku prvních organizovaných zájezdů, jež měl bývalý misionář Thomas Cook v polovině 19. století na starosti. Díky síti kontaktů a precizního plánování se cestování stávalo dostupnější i pro střední třídu, a to včetně žen, pro které tak cesty do vzdálenějších lokací již z hlediska bezpečnosti nepředstavovaly nepřekonatelnou překážku. Rozvojem železniční a v polovině 20. století pak především letecké dopravy Pütová vysvětluje postupný vznik a diverzifikaci různých typů turistiky a turistických pobytů, až po dnešní válečnou, temnou turistiku a problematiku sdíleného ubytování Airbnb.

Druhá kapitola se však již nese ve zcela odlišném duchu. Pokud první kapitola byla jakousi historickou výpravou za vznikem turismu, kapitola druhá klade na čtenáře mnohem větší nároky a vzdělaná čtenářská obec zejména z řad historiků, sociologů a etnologů si zde zajisté najde svá stěžejní témata. V této souvislosti je třeba vyzdvihnout zdařilou grafickou úpravu díla, neboť v knize jsou některé myšlenky či koncepty antropologie turismu znázorněny pomocí nákrešů či grafů, které značně usnadňují pochopení určitých navrhovaných teorií. Navíc je často k tématu přiložena i fotografie z příslušného teritoria, o němž se v kapitolách aktuálně hovoří. Vzhledem k tomu, že antropologie turismu se jako samostatná subdisciplína antropologie konstituuje poměrně nedávno, autorka uvádí řadu případů, kdy si tento podobor své místo v rámci antropologie musel vydobýt. Jak Pütová zmiňuje, nelehká počáteční úloha antropologů turismu spočívala rovněž v tom, že masová turistika se začala ve světě šířit až v 70. letech 20. století, a proto badatelé před touto dobou v podstatě ještě ani neměli kompletní materiál pro svá studia k dispozici. Autorka při této příležitosti uvádí dvě jména, jež se budou v rámci studií antropologie turismu ještě mnohokrát opakovat, a to přední antropology turismu Jafara Jafariho a Valene Smithovou, kteří zásadním způsobem ovlivnili pozdější vývoj.

Komplexní a již značně deskriptivní pohled přináší třetí kapitola knihy, soustřeďující se na popis typologie turismu. Také zde, ostatně jak je pro celou tuto monografii typické, přichází Pütová s komplexním pojetím turismu a nesnaží se o zjednodušující teorie, jež se mohou nabízet.

Naopak se usiluje o jasný popis a vysvětlení, které se však může lišit podle toho, je-li na turismus nahlíženo spíše jako na určitý systém, jenž v sobě zahrnuje určitou kombinaci různých aktivit, nebo jako na jistou aktivitu jednotlivých turistů, kteří se v cílových destinacích mohou pohybovat od jednoho dne až po jeden rok. I přesto, že na formování počátků antropologie turismu měli vliv přední badatelé z různých vědních disciplín, jako jsou sociologie, historie, religionistika, i dnes dochází ke změnám, které neustále mění pohled a antropologie turismu tak nezůstává statickou a dogmatickou.

Jeden z prvních přístupů, s nímž antropologie turismu pracovala, zahrnoval vnímání klasického přechodu mezi profánním každodenním životem těžce pracujícího člověka a posvátným turistickým liminálním časem, jak jej v mnoho teoriích zpracovali významní badatelé jako Mircea Eliade, Arnold van Gennep, Victor Turner, Émile Durkheim a další.

Z hlediska moderního pojetí se v rámci tohoto přístupu tedy jedná o jakousi poutní cestu, během níž díky načerpaným zkušenostem a znalostem v cílové destinaci nastává určité kulturní a duchovní obohacení turistů. V pojetí sociokulturním dochází v rámci akulturace ke kulturnímu driftu, kdy během pobytu turisty v dané lokalitě nastávají pozitivním i negativním jevům a také k dočasné změně chování hostitele k turistům, především k těm z ekonomicky vyspělejších zemí. Těmito teoriemi se zabývají badatelé v rámci studií neokolonialismu a imperialismu, neboť na tomto poli panuje přesvědčení, že mezi hostiteli a turisty převažuje asymetrický vztah (s. 61).

Autorka se v práci zmiňuje o dalším velice aktuálním a kontroverzním teoretickém přístupu v antropologii turismu, a to utváření a formování etnických hodnot a identit v mezinárodním chápání, ale i v rámci jednotlivých hostitelských zemí. Jak Pütová uvádí, turismus v tomto případě může napomáhat při formování národní identity, zároveň však bohužel dochází ke komodifikaci kulturních jevů, tak aby se přizpůsobily turistickým potřebám. Neposlední řadě zmiňuje zcela prozaický únik od běžného do nevšedního života, kdy má turista potřebu v podstatě pouze uniknout pracovní rutině,

odpočinout si od zavedených zvyklostí a kontaktů. Zajímavá je i zmínka o přístupu k turismu jako formě posilování svého ega, získání vyššího společenského statusu a celkově k posílení vlastní identity, čemuž značně napomáhají sociální média, jejichž prostřednictvím lze sledovat pohyb osoby takřka v přímém přenosu.

Další, již čtvrtá kapitola knihy se zabývá samotnou typologií turistů. Ve velmi hrubých rysech můžeme rozlišovat v podstatě dva typy turistů, pro něž ovšem existuje dle různých typologií různé pojmenování a často se i některé rozdíly mezi nimi smazávají. Vzhledem k tomu, že turista je pochopitelně nedílnou součástí turismu, typologie turisty vznikala zhruba ve stejném období přelomu 60. a 70. let, jako se to dělo v případech typologie turismu, a její teoretické zakotvení vychází ze stejných společenskovedních oborů. Přes všechnu snahu o jasné rozdělení dle různých kritérií autorka správně na začátku kapitoly uvádí, že toto není v mnoha případech možné. Názorným příkladem je smazávání rozdílů například mezi cestovatelem, *wanderlust* turistou, batůžkářem a slovy Valen Smithové například objevitelem.

Pátá kapitola se nese v duchu turistických představ a hledání pravé autenticity v místě hostitelské země. Opět se zde dostáváme na poněkud tenký led, neboť jako vlastně celá antropologie turismu, tak i hledání autenticity představuje relativní pojem. Velmi zjednodušeně řečeno, autenticitu vnímá každý turista jinak. Co jednomu přijde jako autentický výjev, druhému může přijít jako pro turisty vykonstruovaná realita, která má plnit jeho přání a tužby, s nimiž má danou destinaci již předem spojenou. Celkově je tato kapitola psaná čtivým jazykem a doplněna mnoha konkrétními případy a různorodými představami zažívanými různými kategoriemi turistů. Jejich pohledy na danou lokalitu se tudíž mohou velice odlišovat, a to podle mnoha nej-různějších kritérií.

Za ryze pragmatický, ovšem bezesporu pravdivý lze považovat pohled na autenticitu jako na něco, co je třeba prezentovat tak, aby turista dostal, co očekává, aniž by záleželo na tom, jaká daná země ve skutečnosti je. Jak trefně uvádí autorka několika citacemi antropoložky Amandy Stronzaové hned na několika příkladech,

hostitelé při prezentování určitých částí své kultury se je snaží utvářet tak, jak se jim to zrovna hodí. Dokonce na základě momentální komunikace s hosty dochází i k takovým úpravám, které mají dosáhnout toho, aby hosté byli přesvědčeni, že dostali to, co požadují, a hostitelé měli pocit, že dokáží svou kulturu představit tak, jak sami chtějí, aniž by to přítom odpovídalo realitě.

Následující kapitola se zaobírá samotným obrazem destinace, což jsou zjednodušeně řečeno náhled a představy turisty o místě, kam pojedje, jeho utváření a změny v průběhu pobytu a rovněž jeho vlastní deskriptivní a komplexnější náhled na příslušnou destinaci poté, až se z pobytu vrátí zpět do svého každodenního života. Stejně jako v případech turistických představ o cílové destinaci, také obraz destinace samé je vytvářen na základě složité osobnosti, která si tak na pozadí svých preferencí, nálad, vzdělání apod. formuje ucelený pohled na destinaci a jistým způsobem tak vytváří její obraz. Důležitou součástí je i značkování (branding) destinace, tedy v podstatě způsob, jakým chce být destinace prezentována v mezinárodním kontextu. Ten by měl vystihovat to nejlepší z dané destinace a vytvářet ten nejlepší obraz o ní. Bohužel, stejně jako v případech pragmatických zájmů hostitelské komunity v souvislosti s autentickými představami turistů, také zde při formování značky destinace, dochází z důvodu globálních zájmů k naprosté ignoranci potřeb lokální komunity, neboť na vytváření značky se podílí globální investoři, kteří mají pro místní obyvatele jen malé pochopení.

Na interakci mezi hosty a hostiteli se podrobněji zaměřuje sedmá kapitola. Tato část monografie nám na mnoha místech připomíná skutečnost, že hostitelé nemusejí pocházet z místa, kde se turista nachází, ba co víc, často se může jednat i o cizince, kteří v dané lokalitě pouze pracují. Proto sociokulturní změny, k nimž v takových případech dochází, se často nacházejí za hranicemi předvídatelnosti. Za částečně úsměvný, ale bezpochyby pravdivý, lze považovat Doxeyho iritační index, jenž ve zjednodušené formě říká, že přes počáteční nadšení a přílivu investic do dané turisty navštěvované lokality dochází po pěti stupních až k tak negativním interakcím, že se turisté z místa vytratí a navštěvují místa jiná. Velmi diskutovaným

tématem práce pojednaným v této kapitole je také míra akulturace, respektive submisivní role hostitelů a nadměrné přijímání prvků kultur od hostů, včetně značných rozdílů mezi metropolí a ostatními oblastmi méně zasaženými turistickým ruchem (s. 137). Opět se tak v příslušných pasážích setkáváme s několikrát již zmiňovanou vykonstruovanou či přetvářenou etnicitou za cílem realizace zisku při prodeji komodit. Do tohoto okruhu patří i jakákoliv jiná činnost, která je uskutečňovaná pouze s cílem uspokojit touhy turistů. Tím se dostáváme až ke komodifikaci kultury, která její části přetváří v podstatě na zboží, jež si turisté mohou zakoupit na trzích coby zaručeně „pravé a nativní“.

Zajímavá je ovšem Cohenova myšlenka, na jejímž základě naopak není například prodej určitých suvenýrů považován za úpadek kultury, nýbrž za jednu z možností, jak tradiční části kultury zachovat a v některých případech dokonce znovu oživit pro mladou domorodou populaci. Tento pozitivistický trend se v antropologii turismu začal šířit především v 90. letech minulého století, částečně však přetrvává dodnes, neboť v mnoha oblastech je skutečně nárůst turismu spojen se znovobjevováním vlastních ztracených kultur hostitelů a s ekonomickými výhody v případě pozitivní reakce turistů.

Poslední kapitola volně navazuje na tu předešlou a zevrubněji se zabývá typologií suvenýrů jako komodit. Důležité je přitom znovu si uvědomit, že někde mohou komodity být považovány za suvenýr a jinde mohou představovat formu umění. Z velké části lze ovšem říci, že suvenýr představuje pro turistu, který jej zakoupil, vzpomínku na danou lokalitu a zajisté i v mnoha případech znak sociálního statusu. Když navíc turisté darují suvenýry svým známým nebo kamarádům, stávají se všichni součástí jakéhosi rituálu, kdy předávající jednak darem stvrzuje, že danou destinaci skutečně navštívil, především tím ale uzavírá kruh, kdy darující se vrátil z cest a nyní se vřazuje zpět do běžného každodenního života. Všechny typologie suvenýrů se přes různé rozdíly shodují v tom, že si dnes bez nákupu suvenýrů cestování dokáže představit jen málokdo.

Půtové publikace nenachází konečné odpovědi na ožehavá témata antropologie turismu

a bylo by chybou se domnívat, že by vůbec měla. Recenzovaná monografie představuje svým pojetím i zpracováním na našem trhu knihu zcela unikátní, doufejme však zároveň, že bude schopná nastavit odborná měřítká podobných prací i do budoucna. Publikace se vyznačuje velmi dobrou čtivostí a domnívám se, že také díky tomu může být dobře srozumitelná i mimo akademickou obec, neboť vychází z jazyka populárně-naučných knih, v čemž spatřuji, mimo jiné přednosti, její velký přínos. Lze ji doporučit antropologům, tak i historikům a sociologům, vlastně celkově komukoliv ze čtenářů, kdo se chce poučit v různých úskalích antropologie turismu. Knihu zajisté ocení rovněž odborníci podílející se na chodu i změnách v turistickém ruchu velkých měst, včetně Prahy nebo jiných významných domácích destinací. Třebaže může čtenář při četbě mnoha pasáží zapochybovat, v čem tedy vlastně spočívá přínos masového turismu v exponovaných místech, jakými jsou například centra Prahy, Českého Krumlova nebo Karlových Varů, autorčin přístup čtenáře minimálně navnadí na další diskuzi, již je zajisté v této oblasti zapotřebí. V neposlední řadě představuje velkou výhodu monografie ucelený pohled, který si neklade nároky na konečné rozřešení stěžejních a palčivých témat, ale dokáže často nahlížet na turismus jak z pohledu turisty, tak především hostitele. Půtová nezaujímá jednostranně kritickou pozici, svoji publikaci namísto toho zaměřuje pragmatickým směrem a snaží se tím pro českého čtenáře především objevovat cesty, jakými k jednotlivým teoriím antropologie turismu dospěla.

Petr Buchtyar

DOI: 10.14712/23363525.2020.26

Jakub Beneš: *Workers and Nationalism: Czech and German Social Democracy in Habsburg Austria, 1890–1918*. New York, NY: Oxford University Press, 2017.

Kniha amerického historika Jakuba Beneše přináší nové poznatky o dělnickém hnutí v Rakousku-Uhersku. Autorova první monografie se tak stává zásadním příspěvkem nejen