

Turismus a autenticita

[Marie Valentová](#)

Turismus preferuje rekonstruovaný objekt před objektem skutečným. A právě tato inklinace k napodobeninám je esencí postmoderního turismu, kde kopie je více než originál.
([Baudrillard 1983](#))

1.

Baudrillardův výrok předesílá, na jaké problémy se tato stať zaměřuje. Dotýká se kulturní autenticity turistických destinací v kontextu poznávacího turismu, jehož hlavní náplní a motivací je konfrontace s jinakostí a novými podněty, a v návaznosti na to otevírá diskuzi o limitech možného poznání autenticity jiného. Text se v první řadě snaží osvětlit, jak vztah turismu a autenticity chápe a vykládá sociologická teorie.

2.

Vztah turismu a autenticity je v článku demonstrován na příkladech ze zemí tzv. třetího světa. Volba příkladů právě z těchto zemí není náhodná. Je mnohem názornější hovořit o autenticitě turisticky komunikovaných objektů v kontextu, v němž jsou postavy turisty-návštěvníka a domorodce-hostitele snadno rozlišitelné, a důsledky vzájemné interakce proto podstatně čitelnější. V kontextu výše uvedeného můžeme záměr tohoto textu shrnout do jednoduché formulace: „Co vlastně poznává dychtivý a zvědavý turista, když projíždí neznámou zemí?“

Autenticita a turismus – co na to teorie?

3.

Turismus je součástí života lidské společnosti „již od nepaměti“. Organizovanou podobu a přívlastek „průmysl“ je mu ale možné přisuzovat až od začátku 19. století, kdy mimo jiné začal podnikat Angličan Thomas Cook. Ten z volnočasového cestování učinil komoditu, kterou lze výhodně prodávat ([Brendon 1991](#)). Do té doby bylo cestování kvalitativně odlišné. Návštěvy antických lázní či výjezdy Římanů do exotických kolonií se od moderní formy organizovaného cestování lišily tím, že byly více záležitostí nesystematickou, individuální a hlavně, co se týče sociálního postavení dobových „turistů“, exkluzivní. V těchto dobách najdeme i cestovatele – tuláky a dobrodruhy, ale je zřejmé, že se jejich počet a hlavně jejich motivace lišily od prototypu turistů dnešních dnů ([Cross 1990](#)).

4.

Již po dvě století tedy turisté podnikají organizované výjezdy ze svého každodenního světa. Motivace k tomuto konání jsou velice různorodé, někteří lidé například cestují, aby se oprostili od známého prostředí, komunity a jejích zvyků a aby se střetli s něčím novým, neznámým. A právě tento moment střetu je pro můj text klíčový. S jakým prostředím je vlastně turista při svých cestách konfrontován? Poznává turista reálný život navštívené komunity a jejích členů, nebo ho spíše obklopují Baudrillardovy napodobeniny? Co to vlastně

je autenticita hostitelské kultury? Jak se projevuje příchod turistů v každodenním životě domorodé komunity?

5.

V sociologické literatuře můžeme nalézt mnoho teorií o autenticitě, které se nějakým způsobem vztahují k problematice turismu. Existují různé úhly pohledů, z nichž můžeme tyto koncepty nahlížet a vykládat. Přístupy k autenticitě souvisí logicky s vývojem sociálních věd; v následujících kapitolách se pokusím proměny pohledů na autenticitu turismu chronologicky popsat od moderního/negativistického až k postmodernímu přístupu.

Negativistické teorie

6.

Prvním a chronologicky nejstarším teoretickým přístupem k autenticitě a turismu je tzv. negativistická teorie. Jak už z názvu vyplývá, teorie spadající do tohoto proudu akcentují negativní důsledky působení turismu na hostitelskou komunitu a její autenticitu. Do tohoto proudu patří především analýzy vlivu komodifikace na autenticitu, které vypracoval D. Greenwood. Autor spatřuje v komodifikaci kulturního bohatství hostitelské země destrukci tradiční, do určité míry idealizované identity. Vše je redukováno na vztah obchodní výměny. Komoditou se v navštěvované komunitě stává vše: lokální rituály, oslavy, zvyky, umění a předměty denní spotřeby, jídlo a jeho příprava či sexuální služby. Turismus okupuje veškeré sféry každodenního života hostitelské komunity a ty se posléze stávají komoditou i pro domorodce. Turismus je zdrojem obživy, a tím ztrácí podle Greenwooda svůj původní význam ([Lea 1988](#)).

7.

Greenwoodova koncepce odpovídá ve své podstatě modernistickému přístupu k tradici, kde existuje pouze polarita mezi tradičním/autentickým a moderním. Prostor mezi těmito protipóly zůstává neutěšeně prázdný. Buď existuje realita tradiční, nebo realita moderní. Vztah či mezistupeň mezi těmito dvěma se vylučuje. Při střetu může zvítězit pouze jedna skutečnost, druhá automaticky degeneruje.

Teorie rovnováhy

8.

Dalším pohledem na vztah turismu a autenticity hostitelské kultury je tzv. teorie rovnováhy. Ta zahrnuje koncepty, které ustupují od veskrze negativního pohledu na vliv turismu na život a autenticitu domorodé komunity. Destrukce původních významů tradičních rituálů a zvyků může být, dle zastánců tohoto přístupu, kompenzována paradoxním posílením tradičních kultur. Tohoto posílení lze dosáhnout tím, že si domorodá kultura prostřednictvím turismu uvědomí sebe sama a svou identitu a začne si jí vážit, a v důsledku toho chránit. Domorodci mohou pokračovat ve své tradici například tím, že studují své zvyky, rituály a tradiční výrobu, které by možná bez turistické poptávky dávno opustili pod vlivem jiných civilizačních faktorů.

9.

Lea ([1988](#)) uvádí jako jednoho z představitelů tohoto proudu zkoumání turismu a autenticity McKeana. McKean při studiu toho, jak domorodci na Bali prezentují svoji kulturu, zjistil, že při veřejných vystoupeních pro turisty je předváděna pouze část tradičního kulturního

arzenálu. Zbytek je pečlivě střežen. McKean ve svém díle uvádí, že tu část, která je předváděna na scénách pro turisty, chápou domorodci jako deformovanou. Existují však jiné zvyky a rituály, které už před publikem předváděny nejsou. Právě ty mohou nabýt na síle a důležitosti a mohou mít pro domorodce důležitější význam, než tomu bylo doposud. Podle McKeana tady dochází pouze k posunu v definici toho, co je autentické, nikoli k totální destrukci.

10.

Tento koncept ovšem stále pracuje s modernistickou představou existující „pravdivé“ a „trvalé“ autenticity/tradice. McKean však už počítá s aktivní interakcí mezi hostitelem a přichozím, nevidí domorodce pouze jako pasivní oběť turistického ruchu. Tímto pohledem na věc rozšířil autor studium vztahu mezi turisty a domorodci o interaktivní dimenzi. Právě tento krok později umožňuje Johnu A. Jaklemu pronést následující slova:

Identita nepřichází skrze izolovanost, ale skrze interakci s druhými, je zažívaná mimo nás. A turismus na rozdíl od televize, časopisů a novin, které jsou pasivní, umožňuje zažít tuto interakci plně a všemi smysly. ([Jakle 1985](#): 25)

Postmoderní koncepce

11.

Postmoderní koncepce (zabývající se vztahem autenticity a turismu) zdůrazňují fakt, že autenticita není rigidní pojem, ale jde o sociálně konstruovanou entitu, která není konstantní v čase a v měnícím se okolním prostředí. Autenticita či neautentičnost domorodé kultury, jak ji sleduje turista, závisí na turistovi samotném a na jeho konstrukci/interpretaci. Domorodci sami musí určit či vycítit, co pokládají pro sebe za autentické a co už nikoli. Domorodá kultura nemusí být, v kontextu tohoto teoretického přístupu, pokládána za zdecimovanou, zapojí-li do svého kulturního bohatství „neautentické“ entity, tedy skutečnosti, které antropologové připisují kultuře jiné. Pod vlivem těchto koncepcí musely analýzy turismu zahrnout do svých poznatků nejen to, že turistické atrakce jsou většinou pouze reprezentací žité reality, ale i fakt, že autenticita může být chápána jako stále probíhající proces symbolické konstrukce.

12.

V kontextu postmoderních pohledů na věc už není možné užívat termíny jako například „totální degradace autenticity hostitelské kultury“ či „ochrana autentické/tradiční kultury“. To jsou totiž normativní termíny, které předpokládají existenci pevného reálného bodu, který by sloužil jako vzor toho, co je autentické. Takový „vztažný bod“ však postmoderní autoři neuznávají. Neexistuje pevná autenticita, ale pouze její neustále se obměňující atributy. Neexistuje žádná inherentní identita, ale vztahovost. Nejsou žádné natolik internalizované hodnoty, které by neumožňovaly volbu různých strategií v různých kontextech. Turistická místa jsou uměle vytvořeným prostorem, ve kterém komunikují turisté a představitelé hostitelské kultury. Na této půdě je naivní se domnívat, že turista může spatřit čistou každodenní realitu navštívené oblasti. Wood uvádí na příkladu Bali, že „dnešní kultura státu Bali není kulturou, jak ji definují domorodci, ani kulturou, jak ji vykládají turisté. Je čím dál tím více funkcí vzájemného vztahu těchto dvou aktérů. Stále ovšem můžeme hovořit o balijské kultuře, která je jiná než ostatní“ ([Wood 1993](#): 67).

13.

Turisté jsou tedy zdrojem sociální změny v hostitelských zemích, ale zároveň jsou zpětně svými cestami také ovlivňováni. V tomto kontextu je však nutné vyzdvihnout, že se v této komunikaci nevytváří jakási homogenní kultura, kde není možné rozlišit, kdo je turista a kdo domorodec. Jde spíše o posun v „jinakosti“. Turisté a hostitelé jsou stále od sebe odlišitelní, jsou různí, ale ne už tak, jak tomu bylo před interakcí. Podle postmodernistů tedy nehrozí situace, kdy turisté, jejichž důvodem k cestování je často právě setkání s něčím, co je jiné než jejich každodenní realita, nenajdou v exotických zemích už žádnou „jinakost“. Je ale nutné počítat s tím, že tato jinakost hostitelských komunit není statická a že domorodá kultura neodhalí návštěvníkům vše ze svého každodenního života.

14.

Mezi představitele postmoderní turistické teorie patří například Dean MacCannell a Erik. Cohen. Oba autoři se věnují problematice autenticity, oba sdílejí postmodernistický úhel pohledu, každý se však zaměřuje na jiné skutečnosti. MacCannell se orientuje spíše na strukturu autenticity a na směry, kterými se posouvá reálný život „turismem zasažené“ tradiční komunity v postmoderní době. Cohen naproti tomu akcentuje otázku, co vlastně autenticita je, co je tím reálným životem komunity.

MacCannellova postmoderní koncepce

15.

MacCannellův koncept *staged identity* (MacCannell 1973: 13) teoreticky vychází z Goffmanových termínů *front stage* (jeviště, prezentovaná realita) a *back stage* (zákulisí, žitá realita). Podle MacCannella jsou turisté vtaženi do prostoru jeviště a očekávají, jak jim bude realita domorodci prezentována. Domorodci pouští turisty pouze do sfér, které ukázat chtějí, zatímco zbytek zůstává skrytý. V reálném životě je ovšem velmi těžké definovat hranice mezi reálným a konstruovaným. Oba světy mají mnoho společného a mnohdy sami domorodci nemohou přesně určit, kde jedno začíná a druhé končí.

16.

Díky marketingovým snahám cestovních agentur, subjektů zainteresovaných na rozvoji cestovního ruchu v daných oblastech, a romantickým či dobrodružným představám soudobých cestovatelů, se často daří motivovat turisty k tomu, aby se snažili poznat skutečný prostor zákulisí. K tomuto účelu jsou užívány prospekty cestovních kancelářů, pohlednice, suvenýry. Ve skutečnosti se však děje většinou to, že se turisté zprostředkují pouze exkurzy do vykonstruované reality (Selwyn 1996). Do napodobeniny reality, kde se ukazuje především to, co se žádá.

17.

Ne všichni turisté si však uvědomují, že jsou svědky pouhé konstrukce, prezentované reality, nebo užijeme-li Ecova pojmu, *hyperreality* (Eco 1989). Mnoho z nich se s ní spokojuje jako s realitou. Jiní turisté naopak mohou projít mnoha stupni, které jsou mezi konstrukcí a žitou realitou domorodé komunity, a dostat se tak do zákulisí. To ovšem závisí na každém turistovi a jeho touze a schopnosti poznávat.

18.

MacCannell patří do té skupiny autorů, kteří nevidí v zapojování se domorodců do soukolí světového trhu automatickou destrukci. Chápe tento proces jako přirozený stupeň vývoje. Možnost vydělávat si turismem se mu pro tvorbu identity některých kultur jeví příhodnější

než zavádění jiných, někdy ekologicky více zátěžových, odvětví průmyslu či zemědělství. Autor kritizuje modernistický přístup k tradici, který vedl k pocitům viny – moderní společnost si vyčítá zánik tradiční kultury svých předků. MacCannell říká, že modernistická dichotomie primitivismus versus modernita je zdrojem pocitů nenávratného vyhnání z ráje a zároveň jakési oidipovské viny. Moderna je touto kolektivní vinou provázána: „Pocit viny plynoucí z odpovědnosti za destrukci původního můžeme nalézt v každé kulturní formě moderny“ ([MacCannell 1973: 24](#)).

19.

MacCannell má osobitý názor na postavení turisty v procesu ovlivňování lokální kultury. Turista, především ten masový, nenavštěvuje podle MacCannella všechna místa třetího světa. Místa, která navštíví, jsou předem vybrána a pečlivě připravena na kontakt s turisty. Domorodci při styku s návštěvníky nasazují masku, stávají se „civilizovanými lidmi“, ironiky ve smyslu, jak tento pojem chápe Rorty ([1991](#)). Skutečný život domorodců se částečně přesouvá mimo turisticky okupovaná místa. Neoddiskutovatelnou skutečností však zůstává to, že turismus vyvíjí tlak na sebeurčení a vymezení domorodé komunity. Masku, kterou si domorodci při komunikaci s turisty nasazují, může být domorodci internalizována a v některých případech může dojít až k extrémnímu muzeování sebe sama. Tento proces je nazýván „zmrazenou identitou“ ([MacCannell 1984](#)). Domorodci přebírají prezentovanou identitu za vlastní a snaží se ji striktně udržovat a zamezit vnějšímu působení na ni.

20.

Některé z MacCannellových teoretických koncepcí lze ukázat na konkrétním příkladu dokumentárního filmu O'Rourkeho *Cannibal tours* (1986).

Cannibal tours

21.

Film popisuje situaci v domorodé papuánské komunitě, která je konfrontována se skupinou evropských a amerických turistů. Autor filmu se stává turistou s kamerou, který sleduje interakci domorodců-návštěvníků. Někdy vystoupí ze své pasivity a klade otázky. Ponechává také prostor neverbálnímu projevu aktérů – to nám umožňuje rozlišit mezi skutečností proklamovanou/verbalizovanou a skutečností žitou, tedy tou, která je prezentována chováním a jednáním zúčastněných. Režiséra zajímá hlavně moment střetu turistů/cizinců a hostitelů/domorodců. O'Rourke se pídí po motivech návštěvníků, po jejich očekáváních, zjišťuje, co je pro ně důležité a přitažlivé. Zároveň zkoumá jejich dosavadní zkušenosti s cestováním. U domorodců ho zajímají hlavně reakce na turisty a komunikace s nimi.

22.

Na základě analýzy tohoto dokumentu je možné vygenerovat obraz západního turisty, který „se zajímá“. Nechává si od průvodců vysvětlovat smysl jednotlivých míst, předmětů a chování lidí, a mnohé fotografuje. Jeden německý turista komentuje svůj vztah k cestování slovy: „Ano, byl jsem v Libanonu, Íránu, Indii, Thajsku, Barmě, Číně, Japonsku, Filipínách, Indonésii, Africe, Rhodesii, všude v Jižní Americe. Rád bych jel do Chile a příští rok mě čeká Střední Amerika.“ Při podrobnějším zkoumání chování turistů může zaujmout věta pronesená zmíněným turistou v momentu, kdy doprovázen dvěma domorodci vstupuje na posvátné obětiště a ptá se: „Kde přesně jste zabíjeli lidi? Přesně tady? Ti lidé byli zavražděni přesně tady? Teď bych potřeboval fotografii, ano, fotografii nás obou, na památku. Tady před tím kamenem. Ano, tímhle směrem.“ Poté turista stylizuje svého průvodce do pro něj přijatelné pozice a fotí.

23.

Hlavním poselstvím popsané scény může být jednak explorační touha turisty a jednak touha po tom potvrdit si svoji, již existující představu o primitivovi-domorodci. Domorodec se stává pouze zosobněním jinakosti. Turista v tomto případě selektivně percipuje pouze skutečnosti „jiné“ autenticity, *front authenticity*, která je turistům předváděna, nebo přesněji, prodávána. Turista vystupuje v roli režiséra výstupů, které chce vidět a fotografovat. Obecně lze konstatovat, že chování turistů v tomto dokumentu v mnohém připomíná návštěvu muzea či zábavního parku.

24.

Ve filmu je věnována velká pozornost nákupu rukodělných výrobků. Turisté procházejí kolem řady domorodců sedících na zemi, kteří nabízejí své produkty: dřevěné sošky, masky, části tradičního oděvu. Turisté berou předměty do rukou, hodnotí je a ptají se na cenu. Mnohdy nastupuje fáze smlouvání. Paradoxní je, že turisté pokládají smlouvání za součást „čisté“ tradice, přičemž smlouvání v této oblasti zavedli až bílí osadníci.

25.

Domorodci užívají pravidel západních tržních vztahů. Klíčová slova jsou: peníze, prodej, obchod, bohatství turistů. Je samozřejmé, že ptá-li se domorodců bílý muž s kamerou, dochází zákonitě ke stylizaci. Domorodci nemají důvod brát ho jinak než jako dalšího turistu, který si chce odnést jejich podobiznu. Před režisérem tedy domorodci vyjadřují pouze to, co před jakýmkoli jiným cizincem. Proto je možné předcházející výrok o klíčových slovech uvést pouze s následujícím upřesněním. Zmíněná slova jsou opravdu klíčová, ovšem pouze při komunikaci s cizinci.

26.

Zajímavým momentem v diskuzi o autenticitě je také používání anglických slov domorodci při komunikaci s turisty, ale i mezi sebou navzájem. Součástí jejich každodenního, tedy i verbálního života, se stávají západní pojmy a s nimi spojené jednání – v jejich kontextu dosud neexistující, a proto nepojmenované. Tato skutečnost nahledává naivní představu o „nezkaženém ráji“, kde tradiční kultura disponuje pouze pojmy a prostředky, které antropologové popisují jako vlastní této kultuře.

27.

Stará papuánská obchodnice, kterou režisér snímá v momentu, kdy sedí na zemi a prodává rukodělné suvenýry, například křičí anglicky: „Vy bílí máte spoustu peněz a já prodávám své zboží za druhou nebo třetí cenu [při smlouvání]. Ale když já jdu do města, nakoupím své věci za pevnou cenu.“ Komentuje tak existenci smlouvání, které bylo její kultuře implikováno. Smlouvá se jenom na platformě turistických styků – v turistické interakci. Právě tento moment může být důkazem toho, že v komunikaci turista-domorodec je vytvářen určitý subsvět, jeviště každodenní reality. Tento subsvět má svá vlastní pravidla a vyžaduje po svých aktérech, aby sehrávali zvláštní role.

28.

Domorodá žena pokračuje: „Proč nekupují moje zboží, mají tolik peněz a málo kupují, jenom si prohlízejí, ale nic nekoupí.“ Na záběru je vidět, že ji po těchto slovech někdo zpoza závěsu napomíná a uklidňuje, neukáže se však na kameru. Tato „závěsová“ scéna jako by přesně zapadala do MacCannellova teoretického konceptu stupňovité autenticity, který je popsán výše. Turista není svědkem všedního života domorodců, ale předváděné reality, ve které není místo pro vyjadřování skutečného vztahu domorodce k turistovi a postoje k jeho návštěvě. V

literatuře existuje mnoho takových příkladů, které ukazují odvrácenou stranu úsměvu domorodce na kameru nebo fotoaparát turisty. MacCannell například uvádí výpověď jednoho indiána kmene Menonimee:

Najednou jsem zjistil, že nenávidím bělochy. Když přijedou autobusy se spoustou turistů a ti přijdou sem a hledí na mě. Tehdy je nenávidím. Říkají mi „Injun“. Jako v televizi. Je to pro ně velká legrace. Říkají mi: „Jsi opilý Injun.“ Nesnáším to. ([MacCannell 1992](#): 17)

29.

Film *Cannibal tours* i příklad zmíněného indiána akcentují problematiku předstírané autenticity, zdůrazňují propast mezi předváděnou a skutečnou identitou domorodců. Tyto příklady nám pomohou při hledání argumentů podporujících myšlenku stupňovité autenticity. Z výpovědí dotazovaných domorodců totiž vyplývá, že část jejich tradice opustila prostor spirituální, který patřil jejich komunitě před příchodem civilizace, a rozšířila se o dimenzi „masek“, která spadá do hájemství trhu a obchodnického způsobu obživy. Neznamená to, že prostor autentického spirituálního neexistuje, jen se odehrává za závěsem a není už možná identický s životem dané komunity před sto lety.

Cohenova postmoderní koncepce

30.

Po tomto malém exkurzu do světa kanibalů se vraťme k postmoderní teorii turismu a autenticity a jejímu dalšímu představiteli, Eriku Cohenovi. Jak již bylo řečeno, Cohen obrací svoji pozornost k podstatě pojmu „autenticita“ – autenticitu chápe jako sociálně vyjednaný koncept. Například předměty, které byly dříve vnějšími pozorovateli pokládány za neautentické pro danou komunitu, mohou být v průběhu času za autentické uznány. Jako ilustraci lze zmínit směnný obchod v papuánské vesnici či používání anglických výrazů.

31.

Takové pojetí autenticity nazývá Cohen ([1984](#)) *emergent authenticity*, tedy autenticitou neustále se obnovující a pohyblivou. Autor se v souvislosti s autenticitou věnuje problému vztahu komodifikace, který turismus neoddelitelně provází. Komodifikace jednotlivých složek tradiční kultury nemusí zákonitě zničit význam kulturních produktů domorodé kultury, a to ani pro domorodce, ani pro turisty. Produkovávané výrobky mohou pro hostitele nabývat nových významů a mohou se stát známkou jejich identity a nástrojem sebeprezentace před externím publikem. Turisté tyto marketizované produkty přijímají jako autentické, i když si uvědomují, že jsou ovlivněny tím, že byly vyrobeny na prodej. Vždy však obsahují nějaké rysy, které jsou stále autentické. Právě tyto jednotlivé rysy činí produkt autentickým jako celek.

32.

Cohen ([1988](#)) ovšem, stejně jako MacCannell, zdůrazňuje orientaci a motivace turistů. Je-li jejich touha po poznání autenticity hluboká, jako je tomu například u antropologů a dalších sociálních vědců, potom jejich vnitřní přesvědčení o autenticitě prezentované reality není úplné. Většina turistů ovšem bere turismus jako druh hry, při níž nejde o intelektuální zkoumání identity domorodců, ale která je zaměřena na kontakt aktérů performance a diváků. Turisté přijímají, vědomě či podvědomě, pravidla hry „na jakoby“.

33.

I tady můžeme teorii doplnit příkladem – jsou jím chikatští indiáni, kteří svoji autenticitu „prodávají“, hrají jakoby sebe sama, přičemž jejich performance a předměty, které prodávají, mají zcela jiný význam, než měly *před* příchodem turistů. Cohen by zde pravděpodobně dodal, že jde o význam popravdě jiný, nikoli však odcizený. Turisté sledují představení, protože je zajímá indiánská kultura, i když vědí, že až představení skončí, indiáni se převléknou do jeansů a budou opět mluvit plynulou angličtinou.

Chikatští indiáni

34.

Chikatští indiáni žijí na území Aljašky. Poté, co bílí osadníci převzali vládu nad jejich teritoriem, kultura tohoto kmene zaznamenala postupný pád. Indiáni byli nuceni opustit svůj tradiční způsob života, přestěhovali se do rodinných domků, přijali křesťanskou víru, začali užívat anglický jazyk. Ve společnosti patřili mezi nejhudší vrstvy. Jako reakce na tento vývoj byla v roce 1912 ve spolupráci indiánů a skupiny bílých vzdělaných sympatizantů založena skupina The Alaska Native Brotherhood, která formulovala následující požadavky určené vládě: uznání plnohodnotného občanství, poskytnutí vzdělávacích grantů a dotací, podpora obnovení původních zvyků. Na základě těchto požadavků vznikl například v roce 1948 výcvikový asistenční fond Alaska Indian Arts, jehož cílem byl návrat k rukodělné výrobě ze dřeva a stříbra a prezentace indiánských tradičních tanců kmenů Tlingit a Haida. Mnoho příslušníků indiánské komunity obrátilo k této činnosti svůj zájem a založilo na ní svoji obživu.

35.

Jejich umění už dávno nemá původní účel a zakotvení v žitém kulturním kontextu minulosti. Původní motivace je pryč, ale kreativita jim musí umožnit prožívat jejich přítomnost, ne minulost. Jejich tvorba je ekonomickou realitou, ale zároveň je i jakýmsi identifikačním momentem a příspěvkem k pochopení indiánů. [...] největším uměním, které je takto tvořeno, je umění sebevědomí.“ ([Kelly 1977](#): 67)

36.

Podíváme-li se na příklad chikatských indiánů obecněji, je možné říci, že tradice zde přispívá k sebeidentifikaci a k nalezení místa v dnešní společnosti. Turisté představují pouze „finanční zdroje“ tohoto procesu. Můžeme mluvit o pozitivní úloze komercializované tradice, která v tomto případě vede k posílení kolektivního vědomí a komunitní sounáležitosti v souvislosti s turismem. Při této pozitivní revitalizaci komunitních vztahů dochází k proudivé a otevřené sebeidentifikaci, která umožňuje komunikaci s jinými. Příběh chikatských indiánů ukazuje, jak může být komunita otevřena změnám, integraci nových vlivů a transformaci v čase. Stává se z ní „živá skupina“, kterou Durkheim definuje jako seskupení se systémem praktik, hodnot a idejí a která se mění a je slučitelná s jinými komunitami širší společnosti ([MacCannel 1984](#)).

Závěrem

37.

Zrekapitulujeme-li uvedené konkrétní příklady, MacCannelovu koncepci stupňovité autenticity a Cohenovu hru „na jakoby“, dostáváme se opět k Baudrillardově výroku o adoraci napodobenin. Jak souvisí dosavadní diskuze s tímto výrokem? Z předchozího textu je zřejmé, že turistické výlety, byť i jednoznačně zaměřené na poznávání, nám málokdy mohou

poskytnout výlet do světa nedotčené tradice a autenticity, která by se navíc turistovi sama ochotně otevírala. Už existence samotné fungující interakce turista-domorodec a s ní spojená nutná výměna podnětů nejrůznějšího charakteru tuto představu o rigidní a neměnné podobě navštěvované komunity silně zpochybňuje. Z uvedených příkladů lze také vyčíst, že modernistické obavy negativistických teorií o zákonitém zániku „nedotčeného ráje autenticity“ domorodých kultur po střetu s turismem nejsou vždy oprávněné. Za prvé, je velmi složité nalézt onu čistou, pradávnu a pravdivou identitu domorodé kultury, protože identitu je nutné chápat jako postupující interaktivní proces. A za druhé, skutečnosti, které jsou turistům v daném okamžiku domorodými hostiteli předkládány, mnohdy nejsou věrohodným odrazem jejich současné identity. Domorodci totiž turisty do reálného, byť civilizací prosáklého, prostoru zákulisí jednoduše nepouštějí. Pro cizince je vyhrazena sféra „jakoby“.

38.

Turismus, zvláště pak turismus posledních dekad, pracuje velice intenzivně s tvorbou image hostitelských oblastí. Turisté jsou lákáni „autenticitou“ různých koutů světa a při svých cestách tyto kouty vidí, fotografují a filmují. Názory na to, nakolik získané obrazy odpovídají žité realitě komunity, se pokusil představit tento text.

Poznámka

1) Goffman užívá těchto termínů ve svých pojednáních o strukturálním členění sociálních performancí. Převedeme-li to do kontextu *front stage* a *back stage*, potom předvádějíci okupuje jeviště i zákulisí, kdežto divák je odkázán pouze na dění na jevišti a zbytek účastníků není součástí žádného z prostorů. Území mezi jevištěm a zákulisím je místem pro tvorbu konstruované reality, která může být falešná.

Literatura

BAUDRILLARD, J. (1983): *Semotext(e)*. New York: Simulations

BRENDON, P. (1991): *Thomas Cook: 150 years of popular tourism*. London: Secker and Warburg

BONIFACE, P. / FOWLER, P.J. (1993): *Heritage and tourism in 'the global village'*. London: Routledge

BRUNER, E.M. (1989): Cannibals, tourists, and ethnographers. *Cultural Antropology*, 4, 4, 438-445

BURNS, P. / HOLDEN, A. (1995): *Tourism: A new perspective*. London: Prentice Hall

CLIFFORD, J. (1993): On collecting art and culture. In: L. During, ed.: *The cultural studies reader*. London: Routledge

COHEN, E. (1984): Sociology of tourism. *Annual Review of Sociology*, 10, 373-392

- COHEN, E. (1988): Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15, 1, 371-386
- CROSS, G. (1990): *A social history of leisure since 1600*. Oxford: Venture Publishing
- ECO, U. (1989): *Travels in hyperreality: Essays*. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich
- FEINTUCH, B. (1988): *The conservation of culture*. Kentucky: University Press of Kentucky
- JAKLE, J.A. (1985): *The tourist travel in twentieth-century North America*. Lincoln: University of Nebraska Press
- KELLY, E.M. (1977): *Domestic and international tourism*. Wellesey: ICTA
- KUMAR, M. (1992): *Tourism today and Indian perspective*. Delhi: Kanishka
- LANFANT, M.F. / ALLOCK J.B. / BRUNER E.M., eds. (1995): *International tourism: Identity and change*. (Studies in international sociology; 47). Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage
- LEA, J. (1988): *Tourism and the development in the third world*. London: Routledge
- MacCANNELL, D. (1973): Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 73, 3, 589-603
- MacCANNELL, D. (1984): Reconstructed ethnicity: Tourism and cultural identity in third world communities. *Annals of Tourism Research*, 11, 375-391
- MacCANNELL, D. (1992): *Empty meeting grounds: The tourist papers*. London: Routledge
- RORTY, R. (1991): Kontingencia liberálneho spoločenstva. In: E. Gál, M. Marcelli, eds.: *Za zrkadlom moderny: Filozofia posledného dvadsaťročia*. Bratislava: Archa. Str. 209-239
- SELWYN, T. (1996): *The tourist image, myths and myth making in tourism*. New York: John Wiley and Sons
- WOOD, R. (1993): Tourism, culture and the sociology of development. In: M. Hitchcock, ed.: *Tourism in South-East Asia*. London: Routledge