

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Diplomová práce

Český turista na pozadí pandemie

Martina Vítková

Plzeň 2021

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra antropologie

Studijní program Sociální a kulturní antropologie

Diplomová práce

Český turista na pozadí pandemie

Martina Vítková

Vedoucí práce:

Mgr. Jan Kapusta Ph.D.

Katedra antropologie

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2021

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, červen 2021

Poděkování

Děkuji vedoucímu své diplomové práce Mgr. Janu Kapustovi Ph.D.za jeho rady, trpělivost a čas, který mi věnoval.

Taktéž děkuji všem respondentům, kteří mi poskytli potřebné informace.

Obsah

1	Úvod	6
1.1	Cíl výzkumu	7
1.2	Použité metody	7
2	Historický a kulturní rozměr pláže	9
3	Teoretická východiska	13
3.1	Turismus jako protiklad všedního dne	13
3.2	Turismus v kontextu lidských potřeb a instinktů	15
3.3	Prolínání turismu a každodennosti	20
3.4	Shrnutí	22
4	Prostorové aspekty pláže	25
4.1	Vymezení veřejného prostoru	25
4.2	Pláž jako veřejný prostor	26
5	Češi a plážová destinace: vývoj turisty obyvatele	31
6	Tematická analýza	38
6.1	Moře jako živel	38
6.2	Pláže jako veřejné symboly	41
6.3	Pláž jako místo pobytu	44
6.4	Proč Bibione?	47
6.5	Rutina	51
6.6	Zdraví a děti	55
6.7	Pandemie a cestování	57
7	Závěr	63
8	Použitá literatura	68
9	Resumé	70

1 ÚVOD

Cestovní ruch byl v roce 2019 celosvětově třetím nejrychleji rostoucím ekonomickým odvětvím. Turismus je, či donedávna byl natolik rozšířenou formou trávení volného času, že v daném roce skýtal zaměstnání 10% světové populace a generoval cca 10% hrubého světového produktu (WTTC, 2021). Cestování, poznávání světa a trávení volnočasové části roku mimo domov je jevem od moderní západní společnosti prakticky neodlučitelným. Dovolena tvoří integrální součást každodenního života, přičemž významný podíl cest připadá přímořským oblastem, kde je turismus převážně fenoménem masovým.

Nejiné tendence vykazuje cestovatel z Čech, který při cestě za mořem pravidelně překonává značné vzdálenosti. Pro českého turistu je dovolená u moře specifická též nutností překročení hranic. Jeho cesta k moři je tedy neodlučitelně spojená s opuštěním komfortní zóny a pobytem v cizím prostředí mimo známý kulturní rámec. Záměrem této práce je poodhalit kořeny touhy po moři, vedoucí člověka k překonávání uvedených bariér. Každoročně téměř čtvrtina české populace zamíří na delší zahraniční cestu¹ do klasických přímořských zemí v čele s Chorvatskem, Itálií, Řeckem a Egyptem (ČSU, 2021). Při dotazníkovém šetření provedeném v rámci této práce dokonce 50% respondentů uvedlo, že jezdí k moři pravidelně každý rok a dalších 34% jednou za 2 až 3 roky (viz příloha č. 2).

Tato práce se zakládá na předpokladu, že způsob trávení volného času zrcadlí hodnoty společnosti a dovolená jakožto prostředek identifikace s určitou sociální vrstvou je též jedním z faktorů formujících společenskou strukturu. S ohledem na to se práce zaměřuje na přímořský turismus jakožto fenomén, který se v rámci české společnosti prudce rozvinul od počátku 90. let po otevření hranic. Konkrétně se část výzkumu soustřeďuje na italské přímořské letoviště Bibione, jakožto příklad zahraniční lokality, na které Češi

¹ V pojetí Českého Statistického úřadu je delší cestou myšlen rozsah čtyři a více dní.

zdomácněli. Bibione, které český turista masově navštěvuje téměř 30 let, reprezentuje jednu z prvních a typických porevolučních přímořských destinací českého turismu. Vzhledem k tomu, že primárním cílem přímořského turismu je mořská pláž, bude výzkum do velké míry též zaměřen na její kvalitativní a prostorové aspekty ve smyslu prožívání prostoru a utváření vztahu k němu.

Výzkum probíhal v kontextu pandemie virové choroby COVID 19, tedy v situaci značně nestandardní co se možnostmi zahraničního cestování týče a to jak v ohledu strukturálních omezení, tak sociální regulace. Způsoby, jakými aktuální situace a bariéry cestování s ní související ovlivňují navyklé jednání jedinců a volby trávení volného času, skýtají výjimečný náhled na význam cestování a dovolené jako takové, potažmo na preference a hodnoty společnosti.

1.1 CÍL VÝZKUMU

Cílem práce je ze sociokulturní perspektivy identifikovat a analyzovat (a) motivy vedoucí k výběru určitého způsobu trávení dovolené, (b) souvislosti dané volby s hodnotami a způsobem života české společnosti a (c) vlivy pobytu v cizím prostředí na symbolický kapitál, normy a postoje aktérů. Práce proto prozkoumá, jaké představy, praktiky a performance oddělují/spojují život doma a na dovolené, a přehodnotí zavedenou představu turismu jako vykročení z každodennosti, sociálních struktur a kulturních vzorců vlastní společnosti. V neposlední řadě práce znovu prošetří vztah turismu a hodnot, především pojetí spokojenosti, pohody a štěstí.

1.2 POUŽITÉ METODY

Za účelem shromáždění relevantních dat bylo provedeno 10 hloubkových polo-strukturovaných rozhovorů s účastníky turistického ruchu, přičemž některé proběhly v rámci terénního výzkumu v přímořské destinaci, jiné v neutrálním prostředí mimo čas dovolené v České Republice. Dále bylo uskutečněno 5 kratších rozhovorů na téma vztahu k moři a pro dotvoření

kontextu též několik rozhovorů s pracovníky cestovních kanceláří. Dalším zdrojem empirických dat bylo zúčastněné pozorování a terénní výzkum v letovisku Bibione. Doplnující informace byly zajištěny prostřednictvím anonymního dotazníkového šetření s 82 účastníky. Ti byli zajištěni metodou sněhové koule, přičemž úspěšnost dotazníku byla 80% (viz příloha č. 2). Takto získaná data pak byla zpracována formou tematické a narativní analýzy.

2 HISTORICKÝ A KULTURNÍ ROZMĚR PLÁŽE

Nesmělé počátky praxe navštěvování mořského pobřeží spadají do Británie první poloviny 18. století (Holden, 2005, 30). Moře bylo v rámci západního světa po převážnou část lidské historie vnímáno negativně jako zdroj všech možných nebezpečí od nepřátelských invazí po mořské netvory. Postupná proměna vnímání moře a růst jeho oblíbenosti má přinejmenším velmi komplexní pozadí. Za významné v tomto ohledu lze považovat změny v přístupu ke zdraví, které nastartovalo období osvícenství. V daném období v rámci Evropy převažující chápání nákazy byla kombinace kontagionistického modelu, ve smyslu přenos z těla na tělo a současně ve spojení s určitým místem, centrem nákazy, a teorie miasmatu, která již od dávných dob zdůvodňovala výskyt chorob zkaženým vzduchem. Ultimátní podíl v odůvodnění nákazy nicméně stále zaujímal Boží vůle, tedy nemoc jakožto trest Boží. Osvícenství znamenalo posun ve směru vědeckých přístupů a hledání všeobecných zákonitostí (Lupton, 1995, 21). Racionalizace medicíny a víra v možnost odhalení vzorců fungování přírody, tedy v její předvídatelnost, implikuje možnost prevence. Lidstvu po staletí nucenému k nouzovým, často drastickým opatřením ex post, tak svítla šance takovým situacím předcházet. Výrazné zaměření na prevenci bylo vskutku součástí nového konceptu sociální medicíny, který se začal formovat v rámci 18. století, též ve spojení s paternalistickými trendy směrem k vyššímu zapojení státu v regulaci obyvatel (Lupton, 1995, 22). Rozvoj sociální medicíny byl podmíněn zvýšením autority lékařských pracovníků, potažmo jejich vlivu na populaci. Cíle sociální medicíny včetně možnosti prevence se postupně stále více dostávaly do povědomí společnosti. V centru rétoriky „politiky zdraví“ rozvíjející se dle Foucaulta v 18. století byla péče o dítě. Rodina již nemohla být jen sítí vztahů, příbuzenským systémem, musela se stát vhodným prostředím pro produkci dospělých jedinců v co možno nejlepší psychické i fyzické kondici. Došlo k intenzifikaci vztahů a elementů v rámci nukleární rodiny, jejímž hlavním cílem se stal zdraví vývoj dítěte (Foucault, 2014, 118). Důraz na zdraví a adekvátní péči o dítě pokračoval do 20. století

nesouce s sebou stálé zvyšování sociální kontroly nově s důrazem na chování matky (Lupton, 1995, 44). Zatímco zakládajícím principem sociální medicíny v průběhu 18. století byla víra v přirozené právo občanů na zdraví, přičemž veřejné zdraví bylo zodpovědností státu (Lupton, 1995, 22), ve 20. století se tato zodpovědnost přesunula na občany. Dodržování zdravého životního stylu se stalo postupně normou, v určitém smyslu povinností. Nemoc je tím větším stigmatem vzhledem k tomu, že v dnešním pojetí jde na vrub jedincova nezodpovědného chování, tedy nedodržování zdravého životního stylu (Lupton, 1995, 71). Ve vztahu k dítěti v sobě nemoc, potažmo zanedbání zdravého životního stylu, nese též potenciální aspekt zanedbání péče. Morální odsudek a stigma je v této souvislosti nesrovnatelně vyšší.

Období osvícenství v každém případě nastolilo více než příznivé prostředí pro další šíření a vstřebávání vědeckých léčebných a preventivních metod a trendů, přičemž jednou ze souběžně vznikajících byly právě koupele v mořské vodě. Víra v ozdravnou moc venkovského prostředí a vzduchu byla v souvislosti s vlivem teorie miasmatu např. v Británii výrazná již v 16. století (Lupton, 1995, 22). Co se týče léčivých účinků slané mořské vody, povědomí a zmínky o nich lze vysledovat již do období starověkého Egypta či Řecka (Urbain, 1996, 77). V rámci novověku se stala převratnou publikace Dr. Richarda Russela o využití mořské vody k léčbě onemocnění žláz z roku 1752, která otevřela cestu dalším pracím a diskuzím na dané téma (Urbain, 1996, 78). V průběhu 19. století se již návštěvy pláže a koupele staly všeobecně přijímanou preventivní a léčebnou metodou. Koupání, jeho metodika a plážový život byly organizovány okolo diskurzu zdraví. Léčba mořskou koupelí konstituuje zásadní historický milník v ritualizaci plážové praxe. Normalizace koupání prostřednictvím ustanovených pravidel, tabu a metod přispěla k překonání odporu k moři i vědeckému zmorálnění koupacích praktik a paradoxně připravila cestu pro pozdější posouvání hranic tolerance a pro liberalizaci (Urbain, 1996, 77).

Posun myšlení a vnímání světa v rámci evropské společnosti během osvícenství a romantismu postihl ovšem všechny oblasti života. Došlo

k obratu ve směru poznávání světa, k desakralizaci krajiny prostřednictvím zesvětštění, k racionalizaci a posléze literární romantizaci divoké přírody a venkova oproti městu (Bannikov, 2021). Divoká krajina, dřívější území démonů a draků, získala romantický nádech neobjevených míst, jejichž objevování se stalo intelektuálním zájmem a módou evropských elit. Souběžně s odhalováním léčebného potenciálu mořského pobřeží stejné změny v myšlení společnosti vedly k odbourávání strachu z hrozeb s ním spojených a k objevování radostí, jež mohlo skýtat.

Možnosti a chuť k úniku do pobřežních oblastí byly od počátku určovány směsí ekonomických a sociálních faktorů, mezi nimiž šíření kulturního kapitálu obeznámenosti s benefitem přímořského prostředí zaujímá přední místo, přičemž nutným předpokladem je dostatek volného času a financí. Pionýři na mořském pobřeží se tak dlouhou dobu rekrutovali z řad šlechty a bohatých intelektuálů, měšťané a další vrstvy obyvatel začaly napodobovat danou volnočasovou praktiku tak, jak šíření přístupu k ekonomickému a kulturnímu kapitálu dovolovalo.

Později, s příchodem 20. století, se začaly uznávat též terapeutické přínosy slunečního svitu, aneb helioterapie. Koncem 20. let se stala sluneční terapie populární kúrou téměř na vše od únavy po tuberkulózu. Znovu zaujetí zdravím stálo u počátku masového přijetí trendu opalování a naprostého převrácení charakteristik přináležení k určitým vrstvám společnosti. Již ne bělostná pokožka charakterizující šlechtu, ale opálená kůže se stala známkou vysokého statusu a dobrého zdraví (Půtková, 2019, 81). Praktika užívání pláže a slunění je v současnosti natolik hluboce zakořeněna, že ani v posledních desetiletích odhalené a potvrzené škodlivé vlivy slunce na zdraví v mnoha případech neodradí milovníky pláže od slunění. A to ani přes konstantní urgování a alarmování ze stran lékařských institucí. Jak prokazuje Jean-Claude Kaufmann ve svém průzkumu plážových praktik, důvodem není neuvědomělost, slunící se jsou si rizik vědomi velice dobře, lákání pláže je jednoduše příliš silné (Kaufman, 2007, 23). Případně, jak poznamenává Lupton v kontextu veřejného diskurzu zdraví, imperativy promující zdravý

Životní styl se stávají integrální složkou zakázaných potěšení, kdy právě imperativ zintenzivňuje požitek plynoucí z jednání, jež zakazuje (Lupton, 1995, 155).

Lásku k pláži v průběhu jejího rozvoje postupně podpořilo mnoho faktorů. Moře skýtá zdravotní benefity, prožitek tělesného potěšení, radosti i zdroj sociálního kapitálu. Mnohostrannému charakteru benefitů působícím dlouhodobě v synergii zjevně není snadné odolat. I přes rozsáhlý rozvoj dalších odvětví turismu pláž disponuje stabilní schopností koncentrovat každoročně masy osob různého věku, profesí, rodinného uspořádání a sjednocovat je v jejich různorodosti.

3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

3.1 TURISMUS JAKO PROTIKLAD VŠEDNÍHO DNE

V dnešní době je turismus součástí životního stylu většiny světa, jež alespoň z části žije podle vzorců nastavených západem. Hlavní charakteristikou naší koncepce turismu je jeho vymezení jako opak práce a každodennosti. Jedná se o rekreaci, relativně nový vynález, v rámci jehož má člověk doplnit, resp. znovu získat síly do dalšího pracovního života (Graburn, 1989, 22). Život sestává z delších pracovních období střídaných kratšími úseky dovolené, přičemž obě alternativy jsou standardně asociovány se svým obvyklým prostředím: práce s domovem a všedností, a dovolená s nevšedními zážitky spojenými s pobytem mimo domov, tedy s cestováním. Trávení dovolené doma je z pohledu moderní společnosti nestandardní a je veskrze spojováno s určitým negativem či slabostí, jako například nedostatek finančních prostředků, nemoc, či neznalost resp. deficit kulturního kapitálu. Obdobně je bytí doma spojeno s prací, kdo nepracuje, nezapadá do kategorie plnohodnotný člen společnosti (Graburn, 1989, 23). Oba atypy jsou obdobným způsobem stigmatizovány, přičemž tato stigmatizace získává dále na významu v souvislosti s dětmi a politikou zdraví viz výše.

Turismus a běžný pracovní život stojí dle mnoha autorů v kontrastu proti sobě jakožto nevšednost a každodennost. Urry vymezuje turismus jako volnočasovou aktivitu, která předpokládá svůj opak, tedy regulovanou a organizovanou práci. Turismus se odehrává mimo běžné místo pobytu a práce a poskytuje vůči práci kontrastní *pohled* (Urry, 1995, 132).

Turismus Urry nahlíží jako způsob smyslové spotřeby prostřednictvím *pohledu*, který je této spotřebě centrální. Turistův pohled zprostředkovává zkušenost, jejímž zásadním rysem je, že odděluje turistu od běžné reality a rutiny. Tato zkušenost je determinována výběrem lokality na základě anticipace prožitku spojeného s obrazem určitého místa. Očekávání a fantazie o intenzivním potěšení ve spojení s určitými místy jsou

konstruovány prostřednictvím reklam, filmů a dalších médií (Urry, 1995, 132). Urry rozlišuje dva typy turistů s ohledem na charakter požadované turistické zkušenosti. Vzhledem k tomu, že turismus v jeho pojetí je spotřebou vizuální, dělí turistu dle druhu preferovaného pohledu. Romantický pohled konstituuje jako ideální objekt turistova pohledu nenarušenou přírodní krásu. Oproti tomu kolektivní turistův pohled vyžaduje přítomnost turistů. Další lidé dodávají místu jeho atmosféru, jejich prezence indikuje, že to je správné místo, kde být. Tento druh míst je veskrze utvářen jako veřejný prostor a jeho eventuální prázdnota naznačuje, že je něco v nepořádku (Urry, 1995, 138). Princip kolektivního pohledu je jádrem masového turismu. Ideálním místem jeho uplatnění jsou kupříkladu právě evropská přímořská letoviště, kde je dokonce kolektivita a priori dána geografickým omezením relativně malého prostoru v kombinaci s vysokou koncentrací návštěvníků.

Dle Graburna je dovolená oproti profánnímu běžnému životu časem posvátným a oba úseky po vzoru Van Gennepa Graburn odděluje přechodovými rituály, dva alternující se mikro-životy oddělené malou smrtí odjezdu, cestou a návratem neboli oživením. Turismus je nahlížen jako nejlepší způsob žití, vzhledem ke své výjimečnosti ve smyslu skýtání vzrušení, obnovy a naplnění. Vnímáme jej jako segment našeho života, nad kterým máme maximální kontrolu (Graburn, 1989, 28). Ale máme ji? Dle Jana Kapusty mezi cestováním pro zábavu a cestováním z donucení nevede ostrá hranice, vždy je člověk nějak tlačěn (Kapusta, 2011). Graburn sám dochází k závěru, že základní motivace k turismu pramení z lidské *potřeby* rekreace. Otázka, zda je plnění takových potřeb svobodnou volbou pod kontrolou člověka, by se dočkala rozporuplných odpovědí nejen na poli antropologie. Potřebu odpojit se od každodennosti a „učinit život hodným žití“, která jakoby byla inherentní součástí lidského charakteru, považuje Graburn za demonstraci Berlynem definovaného „lidského explorativního jednání“, jehož základní funkcí je veskrze změna stimulačního pole a zavedení nových, nepoznaných stimulů (Graburn, 1989, 28). Turismus skýtá kontrast každodennosti a udržuje život v rovnováze. Vnímání dovolené jakožto potřeby je též dle Urryho standardním způsobem uvažování moderní

společnosti o turismu, jež reflektuje lidský náhled na zdraví a dobrý život (Urry, 1995, 130).

3.2 TURISMUS V KONTEXTU LIDSKÝCH POTŘEB A INSTINKTŮ

Potřebu stimulů a vzrušení řadí psycholog Eric Fromm mezi základní psychické *existenciální potřeby* člověka, tedy takové potřeby, které pramení ze základních podmínek lidské existence, čímž je myšlen existenciální rozpor mezi instinktivní determinací a sebeuvědoměním, rozumem a představitivostí, vedoucí k trvalé poruše vnitřní rovnováhy (Fromm, 2019, 228).

Při srovnání s klasickou Maslowovou teorií motivace vyvstává komplexnost Frommova pojetí potřeby stimulů. Maslowova hierarchie základních lidských potřeb počíná fyziologickými, jejichž splnění podmiňuje nástup vyšších úrovní, jimiž jsou: potřeba jistoty, následuje potřeba sounáležitosti a lásky a dále potřeba uznání. První čtyři potřeby označuje Maslow jako nedostatkové. Jako další následují potřeby růstové: potřeba seberealizace a s ní související kognitivní potřeby a potřeby estetické a dále pak potřeba sebetranscendence, jejímuž uspokojení dle Maslowa dochází spíše výjimečně. Důležitým momentem u každé úrovně je právě splnění těch předcházejících, které je předpokladem vyvstání vyšších potřeb. Stručně řečeno, uspokojená základní potřeba přestává být aktivním motivátorem, ale je střídána vyšší úrovní (Maslow, 1970, 41).² Uspokojení vyšších potřeb je méně urgentní, ale na druhou stranu čím vyšší potřeba tím hlubší subjektivní prožitek její uspokojení přináší. Stupeň uspokojení základních potřeb přímo koreluje s úrovní psychického zdraví jedince, přičemž vyšší úroveň potřeb vyžaduje pro svůj vznik a uplatnění kvalitnější vnější životní podmínky (Maslow, 1970, 99).

² Hierarchii potřeb nelze aplikovat absolutně, v této práci je využita spíše jako orientační schéma. Hierarchie je individuální a existují situace, kdy potřeby růstové předběhnou uspokojení potřeb nedostatkových včetně základních fyziologických, řadu výjimek objasňuje i sám autor (Maslow, 1970, str. 51) s tím, že není možné se stupnice striktně držet ve všech případech.

Maslow řadí potřebu stimulace a vzrušení do první základní úrovně, tedy mezi potřeby fyziologické, Frommovo pojetí nicméně zahrnuje taktéž významnou složku poznávací a produktivní, odpovídající vyšším kognitivním potřebám, seberealizaci a duchovním potřebám.

Potřeba podnětů je dle Fromma mezi ostatními specifická, neboť je nejen psychického původu, ale i fyziologického. Nervový systém si žádá procvičování, potřeba podnětů u dětí byla prokázána mnoha badateli, přičemž schopnost mozku obnovovat a reorganizovat své funkce nemizí ani s dospělostí. Fromm v této souvislosti klade důraz na rozlišování podnětů prostých a aktivizujících (Fromm, 2019, 240). U prostého podnětu člověk reaguje, ale nejedná, tedy nevyvíjí složitější činnost, která by přesahovala nutnou minimální aktivitu. Aktivizující podnět oproti tomu stimuluje k jednání aktivním a zúčastněným způsobem, mobilizuje úsilí a oproti prostému podnětu nemá bod definitivního uspokojení, tudíž jeho podněcující schopnost zůstává zachována dlouhodobě. Schopnost produktivně reagovat na aktivizující podněty podmiňuje uspokojení růstové potřeby seberealizace. Zásadním rozdílem je rozvoj rezistence na stimuly prosté, jež je nutno překonávat neustálou změnou obsahu a intenzity (Fromm, 2019, 242). V ekonomice založené na spotřebě je člověk již z principu zahlcován podněty prostými, ježto je celý náš hospodářský systém zaměřen na vytváření tužeb za účelem růstu produkce a spotřeby. Pak snadno dojde ke stavu, kdy je člověk na prosté podněty navyklý v převažující míře a přijímá je s mnohem větší lehkostí než nucení k produktivitě v podobě aktivizujících stimulů, které jsou z hlediska spotřeby vlastně spíše kontraproduktivní. Pak je nasnadě souvislost mezi potřebou stále nových a silnějších stimulů a donedávna neustávajícím až bezhlavým růstem turistického odvětví, jakožto jednoho z nástrojů léčby nudy, dle Fromma symptomatické pro moderní společnost.

Další ve vztahu k turismu relevantní existenciální potřebou je potřeba orientačního rámce, tedy představa světa a představa o místě člověka ve světě, která je vnitřně soudržná (Fromm, 2019, 231). Orientační rámec taktéž

koresponduje s klasickými základními psychickými potřebami dle Maslowa (Maslow, 1970, 39), a to s první nadstavbou fyziologických potřeb, konkrétně s potřebou jistoty a bezpečí, jejichž splnění v podstatě podmiňuje. Turismus je způsobem poznávání světa, tedy na jednu stranu rozšiřování a upevnování orientačního rámce člověka, na stranu druhou, může být jeho jednotnost ohrožena právě efektem kontaktu s přílišnou jinakostí. Tento druh potřeb se tedy v určitý moment dostává vůči turismu i do kontradikce.

S ohledem na turistickou motivaci je vhodné uvést též potřeby estetické, které Maslow uvádí mezi posledními. Dle Maslowa bylo dané téma ve smyslu potřeby obklopit se krásou v jeho čase minimálně vědecky zpracované. Nicméně vycházejíce z vlastní zkušenosti, uvádí, že prokazatelně existují jedinci napříč kulturami, kteří estetické potřeby vykazují, přičemž přesah podnětů estetických byl též v rámci klinické praxe prokázán v široké škále psychických potřeb zahrnující kognitivní, konativní či neurotické (Maslow, 1970, 51). Impulzy estetické uvádí též Fromm mezi podněty aktivizujícími člověka k produktivitě a tvořivosti.

Pojetí turismu jako uspokojování lidských potřeb koreluje s pojetím volnočasových aktivit dle skalního zástupce Frankfurtské školy Herberta Marcuse, které dále umocňuje pohled na člověka jako loutku bez vlastní kontroly ať už o dovolené či mimo ni. Dle Marcuse jsou falešné potřeby populaci podsouvány prostřednictvím médií a státních institucí v zájmu fungování hegemonního hospodářského systému, přičemž falešné jsou proto, že v konečném důsledku nevedou k reálnému naplnění a satisfakci (Holden, 2005, 49). Obdobně je na tom upokojení nudy s pomocí prostých podnětů. Oba autoři Fromm i Marcuse čerpají z marxismu a Freudovy psychoanalýzy, není tedy překvapivá podobnost jejich myšlenek.³ Ať už přijmeme pojetí hegemonního systému jako nadaného tak rozsáhlou organizační schopností, aby podsouval potřeby účelově na odvrácení pozornosti od principu vykořisťování jedinců, na němž je založen, či budeme generování falešných potřeb považovat jednoduše za průvodní jev tržní

³ Viz Frommův monocelebrální a Marcuseho jednorozměrný člověk.

ekonomiky, nelze popřít, že formování iluzí k současnému turismu nevyhnutelně patří ať již ze strany nabídky či turistů samých.

Jak poznamenává Daniel Boorstin, prostřednictvím vyživování přehnaných očekávání člověk utváří poptávku po iluzích, kterými se klame. A nechává se za své peníze oklamávat: „...chceme iluze a věříme iluzím, protože trpíme přehnaným očekáváním“ (Boorstin, 1987, 3). Charakter i účel cestování se dle Boorstina s rozvojem tržní ekonomiky a s nástupem turismu v masové míře výrazně změnil. Boorstin věří, že zatímco dříve cestování katalyzovalo změny a rozvoj myšlení a vášní, současný turismus na našem myšlení a cítění téměř nezanechá stopu. Cestovatel byl aktivně pracujícím člověkem, v současnosti s přeměnou cestování na komoditu, se z cestovatele stal pasivní pozorovatel (Boorstin, 1987, 84). Ač se Boorstinův pohled může zdát jako příliš černobílý, komodifikace cestování měla pro jeho význam řadu důsledků.

I v minulosti byly cesty prostředkem kumulace určitého druhu kapitálu, v případě obchodníků jednoduše finančního, s érou poznávání světa v průběhu renesance se stal Grand Tour tradiční cestou za poznáním a za vzděláním (Holden, 2005, 19) a jeho prostřednictvím za kapitálem symbolickým. Cílem bylo tedy získání kulturního kapitálu, který utvářel významnou složku symbolického kapitálu⁴, přičemž součástí takové cesty byly též logicky nové známosti a kontakty, tedy kapitál sociální. V současné spotřební společnosti vzdělávací složka cestování oproti minulosti ustupuje do pozadí, cestování je objektem spotřeby, je zbožím, jež člověk dobrovolně nakupuje pro své potěšení a je komerčním produktem. V zájmu obchodovatelnosti jsou zdůrazňovány atraktivní charakteristiky na úkor reality, je vytvářena určitá iluze o produktu a jeho spojení s určitou sociální vrstvou. Produktu je propůjčována identita, která pak přechází i na jeho nového majitele. Prostřednictvím spotřeby se uživatel spojuje a identifikuje s určitou sociální vrstvou, získává tak sociální kapitál. V případě turismu to

⁴ Termín symbolický kapitál je zde používán ve významu prostředku získání explicitního nebo praktického uznání (Růžička & Vašát, 2021).

znamená, že může ukázat, kde byl a co viděl (Kapusta, 2011, 33). Současně nabývá odznaku určité úrovně finančního kapitálu, která ve všeobecném povědomí koresponduje s navštíveným místem. Obě uvedené formy kapitálu se staly v souladu s hegemonním konzumním životním stylem současné společnosti převažujícími složkami aktuální podoby kapitálu symbolického. Dovolená má tak schopnost uspokojovat, či poskytnout alespoň iluzi uspokojení, další z nedostatkových potřeb dle Maslowa, a to potřeby úcty.

Frommův vhled do psychiky moderního člověka podporuje myšlenku, že v jádru turistovy motivace lze hledat univerzální psychickou potřebu člověka. A to potřebu změny obsahu a intenzity podnětů působících na člověka ve smyslu kombinace potřeby kognitivní s estetickou i neurofyzickou. Takovou, kterou se turista snaží uspokojit, obdobně jako dle již zmíněných a dalších teoretiků turismu, hledáním jinakosti, nových zážitků a estetických dojmů. Různorodost forem turismu pak může být zapříčiněna faktory situačními, ale hlavně různorodou charakterovou strukturou cestovatelů potažmo jejich dalších potřeb, od nichž se odvíjí jeho očekávání a nároky.

Na druhou stranu v díle Herberta Marcuse lze nalézt inspiraci též k poněkud odlišnému pohledu na turistovu motivaci. V souvislosti s lidskými potřebami je relevantní Marcuseho výklad Freudovy teorie, konkrétně transformace principu potěšení v princip reality. Dle Freuda je historie člověka historií represe. Kultura potlačuje jeho biologické instinkty ve prospěch dlouhodobého pokroku. Obětování libida ve prospěch sociálně účelných aktivit je základem civilizace. Dosažení civilizace stojí na přeměně hodnotového systému společnosti ve smyslu přechodu od okamžitého uspokojení tužeb resp. instinktů k odložení satisfakce, od radosti k práci, od přijímání k produktivitě a od absence regulace k bezpečí. Individuum pak existuje v konfliktu těchto dvou dimenzí charakterizovaných různými mentálními principy, podvědomí ovládané původním principem potěšení je kontrolováno a modifikováno principem reality (Marcuse, 1966, 13). Není od věci se domnívat, že dovolená, na které člověk dochází k prožitku radosti a potěšení, znamená dočasný odklon od převládajícího principu reality ve

prospěch právě principu potěšení. Bez ohledu na to zda je satisfakce tužeb iluzorní či opravdová.⁵ Obrat k principu potěšení reprezentuje návrat k původu člověka, převládnutí jeho niterných instinktů nad racionálními postupy uspokojování potřeb. Z tohoto pohledu lze mezi pohnutkami samozřejmě též hledat potřeby fyziologické, ale též potřebu lásky a sounáležitosti.

Oba myšlenkové proudy mohou pomoci odůvodnit dva protikladné způsoby přemýšlení o turismu. Inspirace Frommem je vodítkem k pohledu na turismus jako hledání jinakosti a novosti, ať už tyto prostředky banalizujeme na podněty prosté či naopak. Následování Marcuse může vést k pojetí turismu jakožto příležitosti k obratu zpět ke kořenům a vlastně k tomu, co už známe, do našeho nitra. Tyto dvě tendence v zásadě reprezentují zásadní dichotomii mezi proudy antropologie turismu: (1) turismus jako cesta za jinakostí či (2) jako cesta k jádru všedního života. Druhý proud je v centru zájmu mimo jiné zástupců performativního směru.

3.3 PROLÍNÁNÍ TURISMU A KAŽDODENNOSTI

Michael Haldrup a Jonas Larsen se vymezují vůči Urrymu a dalším pojetím turismu v opozici k běžnému životu. Zdůrazňují smyslovou mnohostrannost turistické zkušenosti, důležitost tělesna. Odhalují komplexnost propojení turismu a každodennosti v mnoha ohledech, přičemž významnou roli zde hrají tělesné praktiky a habituální činnosti. Rutina je zásadním aspektem každodennosti, kterou si každý turista přináší s sebou na svou cestu. Praktiky jako běžná socializace a péče o naše blízké jsou posilovány právě v rámci společných dovolených. Turistův únik je plný takových každodenních praktik a denních rituálů, které jsou vtělením domova a ten je jejich prostřednictvím vytvářen i kdekoliv na cestách (Haldrup & Larsen, 2010, 25). V případě plážových destinací je častým jevem opakovaná návštěvnost stále týž míst, turistovi se pak takové letoviště fakticky stává druhým domovem.

⁵ V návaznosti na Marcuseho skepticismus se lze domnívat, že právě iluze návratu k principu potěšení je v jádru fungování falešných potřeb.

Technologie a globální tok informací přináší vzdálená místa do našich obývacích (Haldrup & Larsen, 2010, 23), jinakost se tak stává součástí našeho známého světa. A naopak globalizace západnímu turistovi zprostředkovává pocit domova téměř kdekoli již nejen v západním světě. Obzvláště v rámci masového turismu a hotelových resortů jsou turisté obklopeni dalšími turisty podobného smýšlení a veškerým pohodlím, na které jsou z domova zvyklí, včetně západní kuchyně. Turistickou bublinu pak zastřešuje téměř všudypřítomná angličtina (Edensor dle Haldrup & Larsen, 2010, 32).

Prolínání turismu a každodennosti je základním východiskem pojetí turismu Jean-Didiera Urbaina, který analyzuje běžné každodenní praktiky návštěvníků mořské pláže a prozkoumává vztah člověka k moři a pláži a jeho důvody k pobytu na ní. Urbain zásadně odlišuje plážového turistu od turisty cestovatele. Návštěvník pláže, na rozdíl od turisty vyhledávajícího více krátkodobých cílů, cestuje za účelem nehybnosti. Cestování tedy vlastně turismus jako takový není jeho cílem, jeho cílem je zastavit se a dlít na místě, které si pro tento účel vybral - pláž (Urbain, 1996, 3). Ekvivalentní rozlišení dvou typů turisty bude využíváno i v rámci této práce. Uvedené typy budou pro účely práce pojmenovány turista *cestovatel* a turista *obyvatel*, vzhledem k tomu, že pro charakter plážového turismu je aspekt obývání zásadní. V rámci dotazníkového šetření byl na přímořském turismu zjištěn téměř dvojnásobný podíl turisty *obyvatele* oproti *cestovateli* (viz příloha č. 2). Právě *obyvatel* je v centru zájmu tohoto textu a to konkrétně obyvatel pláže.

Dle Urbaina je pláž variabilním rituálním prostorem, který je prázdný a nezatížený autenticitou či tradicemi a vnějším světem. Pláž je místem bez identity, bez kořenů, bez původních obyvatel a bez historie, identitu získává prostřednictvím individuí, které ji obývají a budují zde svůj plážový svět. Do tohoto prostoru jeho dočasný *obyvatel* vnáší zjednodušenou verzi svého domova, transplantuje sem jeho znaky, zvyky a hodnoty i své sny. Urbain situaci charakterizuje pojmem *simulacrum* ve smyslu modelu, který generuje realitu, aniž by se sám na realitě zakládal (Baudrillard, 2021). Pláž je místem nových začátků, je dějištěm umožňujícím objevit základní sociální vazby

prostřednictvím zjednodušeného modelu sociability obnažené a očištěné od materiálních a morálních omezení běžného života (Urbain, 1996, 191). Předpokladem takového zintenzivnění každodennosti je současně oddělení se od světa, resp. od všeho, co je vně pláže. Mořská pláž je tedy tvořivým produktivním místem, které stimuluje k aktivitě ve smyslu reprodukce, tvorby a docenění základních sociálních vazeb, jejichž logika fungování je v běžném životě zakryta každodenním ruchem a starostmi. Na rozdíl od cestování a vyhledávání jinakosti a poznávání světa je místem odtržení od světa, kontempace a obrácení se do vlastního nitra. Paradoxně pro odpůrce plážového nicnedělání se z tohoto úhlu pohledu dá pláž přirovnat k podnětu aktivizačnímu, který člověka vede k aktivní účasti a vnitřní produktivitě.

Mořská pláž se každoročně stává dočasným útočištěm lidí z mnoha zemí světa, včetně takových, jako Česká Republika, které žádné moře nemají. V čem tkví kouzlo pláže, které přiměje lidské masy každoročně k překonání tisíců kilometrů, aby zde strávili dny či týdny v nečinné otupělosti? Urbain nahlíží pláž jako místo potěšení, místo bez precedentu, uměle vytvořenou inovaci. Navzdory snům a iluzím spojujícím pláž s autenticitou a spontaneitou, entusiasmus davů každoročně spěchajících za plážovými radovánkami dle Urbaina ve skutečnosti tkví v nedávno osvojeném rituálním jednání (Urbain, 1996, 28).

3.4 SHRNUÍ

Turismus bývá mnohými autory, mezi nimiž Graburn a Urry, vymežován jako protiklad k běžnému životu. V principu je dělení dvou dimenzí života turismu a každodenní rutiny paralelní k turnerovské dichotomii liminalita versus strukturovaný systém (Turner, 2004, 105), na kterou též daní autoři odkazují.

Zástupci performativního směru Haldrup a Larsen zdůrazňují naopak vzájemné propojení obou dimenzí života prostřednictvím jednak vnášení každodenních praktik do průběhu dovolené a jednak postupující globalizace a rozvoje informačních technologií, které přinášejí exotično domů.

Tato práce se vydává středem následující přístup Urbaina, který v rámci své studie plážového turismu poukazuje na to, že součástí turismu jsou jednak mechanismy oddělení se od světa a jednak i každodennost, přičemž výsledkem takového spojení je mimo jiné reprodukce základních sociálních vazeb.

Následující kapitoly detailně prozkoumají aspekty cestování a dočasného cíle pobytu, které uschopňují mechanismy tohoto oddělení i reprodukce a soustředí se na nalezení souvislostí s psychologickými potřebami či sociálními motivacemi, které stojí u zrodu daných mechanismů a pomáhají je uvádět do chodu..

V návaznosti na Urbainovo rozlišování turisty, jehož cílem je cestování samotné, a turisty, jehož cílem je trávení času na jednom místě, bude pro analytické účely této práce rozlišován typ turisty analogicky na *cestovatele* a *obyvatele*. Jeví se totiž jako zřejmé, že od typu turisty se odvíjí nejen potřeby, motivace a očekávání s dovolenou spojené, ale také její výsledné přínosy. Konkrétní spojitosti mezi motivací, typem turisty a výstupem dovolené jsou klíčovým tématem tohoto výzkumu.

V případě turisty *cestovatele* bude prozkoumána teze inspirovaná mimo jiné Graburnem a Frommem, že za podstatu jeho motivace lze považovat potřebu nových stimulů. Tato potřeba je pojata komplexně dle Erica Fromma. Obsahuje tedy dle Masowovy stupnice nejen složku fyziologickou, ale i potřeby kognitivní a estetické z oblasti hierarchicky vyšších potřeb růstových.

Turista *obyvatel*, zaměřený na oblast tělesných prožitků, praktik a obnovování vztahů s blízkými, nabízí naopak pojetí motivace spojené s dočasným návratem k principu potěšení jakožto dle Freuda původního principu fungování společnosti. Cílem dovolené je tedy volnost, svoboda, svobodné přijímání radosti i příjemných fyzických prožitků. K tomu neoddělitelně patří i emoce související s trávením volného času s osobami blízkými a formování vztahů s nimi. S ohledem na to bude ověřeno spojení

motivace s potřebou sounáležitosti a lásky a potřebou jistoty a bezpečí potažmo orientačního rámce.

Dále bude pro oba typy turisty ověřena role dovolené jakožto prostředku pro nabytí symbolického kapitálu, tedy naplnění potřeby uznání.

Denison Nash uvádí, že klíčem k ustanovení volnočasových aktivit jako turismu je vysoká produktivita společnosti jakožto zdroj volného času a dostatku zbytných finančních prostředků, které dovolenou umožňují (Holden, 2005, 25). Tato práce cílí na prohloubení tohoto argumentu tím, že do jádra rozvoje turismu klade lidské potřeby. Jejich uspokojování dle hierarchie Abrahama Maslowa koreluje s politickým rozvojem i rozvojem hospodářství a produktivity společnosti. Turismus, jeho druh a vývoj pak koresponduje s plněním základních a navazujících potřeb v rámci společnosti a tím, jakým motivacím dávají nově vyvstálé potřeby působnost.

4 PROSTOROVÉ ASPEKTY PLÁŽE

4.1 VYMEZENÍ VEŘEJNÉHO PROSTORU

Pláž, resp. konkrétně městská pláž je specifickým typem veřejného prostoru, který do určité míry obrací naruby některé z jeho typických charakteristik. Pavel Pospěch v pojednání o městském veřejném prostoru shrnuje jeho základní rysy a mechanismy fungování. Z nich zásadní pro potřeby této práce jsou následující:

- V první řadě negativní vymezení veřejného prostoru vůči soukromé sféře. Podstatou veřejného je, že se nejedná o soukromé, jde o prostor viditelného oproti skrytému, sféru dobrovolné participace oproti sféře uspokojování potřeb. Důsledkem relačního vymezení je oboustranná závislost definice jednoho na druhém (Pospěch, 2013, 72).
- Základní vzájemně se posilující charakteristiky veřejného prostranství města jsou heterogenní skladba osob a sociálních rolí a jejich vysoká mobilita, potažmo neustálá obměna. Takový prostor pak nutně obsahuje prvek konfrontace s rozdílností, úměrně s jinakostí rostou nároky na aktéra v ohledu jeho poznávacích schopností. V různorodosti a neznámu tkví též atraktivita veřejného prostoru pro jeho uživatele. Sociální heterogenita je zdrojem duality a rozporuplnosti veřejného prostoru, jejíž jednou stranou je přitažlivost společnosti druhých, kouzlo nepředvídatelnosti zprostředkovávající prožitek autenticity: „V zážitku veřejného, v setkání s cizinci na místě, kde se může stát kdykoli cokoliv, je prvek nostalgie, prvek znovu okouzlení, který uniká kleci moderní racionality“ (Pospěch, 2013, 82). Druhou stranou je pak pocit nejistoty a ohrožení pramenící též právě z přítomnosti neznámých druhých, kde nedostatek sdílených závazků davu cizinců dává vzniknout potenciálu nebezpečí (Pospěch, 2013, 83).
- Regulační mechanismy, které umožňují člověku vyrovnat se s nepředvídatelností a rozporuplností veřejného prostoru Pospěch

dělí na vnější, což je sociální kontrola, a vnitřní. Vnitřní regulace neboli „městský řád“ je sdílený komplex neformálních norem chování. Hlavními pilíři městského řádu jsou: (1) zdvořilost ve smyslu neadresné zdvořilosti, respektu vůči řádu; (2) anonymita, která je umožněna právě heterogenitou prostředí a mobilitou jedinců v prostoru; (3) signalizace alokace zaujetí, tedy povinnost přítomných aktivně komunikovat druhým povahu svého zaujetí, vzhledem k tomu, že pobyt ve veřejném prostoru vyžaduje smysluplnou činnost; a nakonec (4) lhostejnost, jakožto „tichá výměna darů samoty a soukromí,“ (Pospěch, 2013, 86).

Některé z vlastností veřejného prostoru jsou v rozporu s charakterem pláže, jako například prolínání soukromé a veřejné sféry, které má důsledky pro způsoby vzájemné interakce osob v rámci daného prostoru i pro vztah k němu. Takové diskrepance budou analyzovány v další části.

4.2 PLÁŽ JAKO VEŘEJNÝ PROSTOR

Analýza aspektů pláže jako veřejného místa v porovnání s klasickými charakteristikami veřejného prostoru může být zásadní pro porozumění některým benefitům a prožitkům, které pláž člověku skýtá.

Pláž je typem veřejného prostoru, charakterizovaným naopak výraznou homogenitou a to jak v oblasti znaků sociálního statusu či rolí, tak ve smyslu účelu pobytu. Homogenita pláže se netýká jen aspektů vizuálních. Dle Urbaina je pláž prostorem sociálně, kulturně a jazykově homogenním jakožto výsledek nepřímé socioekonomické diskriminace. Principem distribuce a koncentrace přímořských turistů není přímá exkluze, ale ‚vyhýbací taktika‘. Ať se jedná o výběr přímořských letovisek odpovídající ekonomickým možnostem turisty, či resorty preferované členy LGBT komunity, rodinné pláže, či kupříkladu party střediska pro mladé, přímořský turismus je formou trávení volného času v rámci hranic určité sociální homogenity, která je pro některé volbou a jinými je tolerována (Urbain, 1996, 208). Beztrždní společnost pláže je tedy spíše iluzí založenou na jejím mono třídním charakteru.

I tak se pro charakteristiku pláže s ohledem na absenci struktury a existenciální charakter nabízí jako příznačný Turnerův koncept *communitas* (Turner, 2004, 129). Přirovnání je spolu s konceptem liminality časté při snaze vyjádřit „unikátní vazbu mezi cizinci spojenými faktem, že se nacházejí společně na dovolené v cizím prostředí“ oddělení od standardních sociálních struktur a rolí (Holden, 2005, 148). Pláž posiluje analogii turismu a liminality o další příslušné rysy. Komunita slunících se je spojena stejným cílem, oděvem resp. jeho absencí stírající znaky rozdílných společenských statusů, společnou pozicí mimo obvyklé společenské vrstvy - na pláži jsou si lidé rovni. Pokud je pláž jako veřejné prostranství charakterizovaná vysokou homogenitou, je možno vyslovit tezi, že i pocit ohrožení z neznáma je redukován úměrně se sociální heterogenitou. Cizinec je na pláži doma mezi ostatními cizinci, vzájemná podobnost účastníků a nízká strukturovanost prostředí výrazně snižuje jeho náročnost na poznání. Dle Simmela vedla komplexita a rychlost změn moderního městského prostředí k racionalizaci mentálního života, kdy bylo původní rozhodování na základě emocí a instinktů nahrazováno racionalitou v zájmu ochrany proti emočnímu narušení a zjednodušení orientace v prostředí obsahujícím neustálé změny a diskontinuity (Simmel, 2021). Dá se předpokládat, že nyní po více než 100 letech je rozpínavost metropolitního života spojená s vyloučením instinktivní a iracionality ještě intenzivnější a v rámci západního světa se již zdaleka neomezuje jen na město. Pláž svou vizuální jednoduchostí a předpokládanou jednostranností účelu pobytu může člověku skýtat alespoň dočasnou příležitost návratu k „původním lidským rysům určujícím formu života zevnitř“ (Simmel, 2021). Přičemž snížení náročnosti co se poznávacích procesů týče při současném uchování přitažlivosti společnosti druhých i potěšení z ní může být jedním z důvodů magnetismu pláže.

Plážový řád umožňuje jednání, které by v jiném druhu veřejného prostoru bylo vnímáno jako více než nevhodné, jedná se o praktiky patřící spíše do oblasti soukromí než na veřejnost. Nahota, vzájemné natírání nahých těl krémem, pozice v lehu, nehybnost těl a prevalence pohodlí vedoucí k ztrátě obav z viditelnosti vlastních fyzických nedostatků. Na první dojem pláž

zdaleka nevyžaduje takovou míru obezřetnosti a sebekontroly jako jiná veřejná místa. Pobyt na pláži nemusí být provázen smysluplnou činností, zdá se, že není třeba signalizovat okolí účel pobytu. S ohledem na to, že hlavní zaujetí - tedy slunění a pobyt ve vodě je předpokládáno, stačí rozložit osušku a lehnout si na ni, netřeba zaměstnávat mysl dalším. V souladu s tím se vyjadřují informátoři na otázku, co jim pláž přináší: „*pohoda, klid, nic se neřeší...*“, „*odpočinek a pryč z reality...*“, „*...dokážu úplně vypnout*“. Všudypřítomné teplo a slunce ukolébává osazenstvo k otupělosti, pláž je jedním z mála veřejných prostranství, kde je legitimním zaujetím nečinně sedět, ležet, stát, či se zaobírat triviálními aktivitami bez jasného cíle, vše relativně bez ohledu na čas a okolí.

Též další zásadní charakteristika veřejného prostranství, mobilita (Pospěch, 2013), je v rámci pláže výrazně redukována. Naopak nehybnost formuje etiku pláže, pasivní se poddání vegetativní otupělosti a přijímání tělesných prožitků je základním principem užívání pláže (Kaufman, 2007, 96). A není to jen tento typ bezprostřední nehybnosti, jež zamezuje mobilitě. V rámci daného turnusu se na pláži formují relativně trvalá susedství, k tomu vede jednak systém rozdělování pronajatých slunečníků, kdy daný klient má pro celý pobyt stejné místo a slunečník, a jednak i na volných plážích zjevná tendence jejich obyvatel usadit se každý den pokud možno zhruba na stejném místě. Často dochází i k záměrnému označování místa zanecháním vlastního slunečníku, či prostřednictvím jeho zabydlování vlastními výtvary. Hrady z písku či zdánlivě bezúčelně kopané hluboké jámy se stávají prostředkem domestikace materiálního prostředí, jehož inkorporace do každodenní rutiny je prostředkem utváření místa k pobývání (Haldrup & Larsen, 2010, 27). Haldrup a Larsen obdobně jako další autoři, například i Urbain, zde čerpají z Heideggerova pojmu *bydlení* ve smyslu budování prostřednictvím pečování, pěstování a stavění (Heidegger, 1993). Prožívání prostoru je formou konstrukce jeho smyslu, utváření vztahu k němu. Yi-FuTuan ve svém pojednání o prostoru a místech jakožto kontrastní k veřejným symbolům, jejichž význam je spojen s vnější podobou, představuje koncept *pole péče*, jejichž esence je poznávána zevnitř. Právě

obývání místa je základem utváření vztahu k němu. Emoce prožívané vzájemně mezi lidmi v rámci určitého materiálního kontextu v něm nacházejí ukotvení. Sdílení intimního prostoru nachází vyjádření v materiálním prostředí, přičemž opakování má zásadní význam: „domov je místem, kde je běžný den multiplikován těmi předchozími“ (Tuan, 1979, 418). Oproti veřejným symbolům *pole péče* nemají vizuální identitu, v tomto ohledu i pláž viděna zvnitřku je vizuálně spíše generického charakteru. Též Urbain hovoří o pláži jakožto místě bez identity, tu mu dodávají právě jeho *obyvatelé* viz výše. Ti pláž obývají a utvářejí zde svá místa bytí, své dočasné domovy, ve velmi těsném a relativně trvalém sousedství ostatních v jádru na podobném principu jako domovy formované v běžném životě. Přičemž vzhledem ke generickému charakteru pláže lze předpokládat přenositelnost její identity, vztahu k ní a emocí v ní ukotvených z konkrétní pláže na jakoukoliv jinou prostřednictvím asociací obdobných multi-smyslových prožitků, tedy vůní, zvuků i vizuálních vjemů.

Heterogenita a mobilita omezeny na minimum vydávají pláž všanc sdílené intimitě. Sdílení intimity dává šanci určité míře uspokojení zvědavosti. Potěšení plynoucí z možnosti nahlédnout za bariéru toho, co člověku běžně zůstává skryto, identifikuje Lemi Baruh jako *trait voyeurism* (Baruh, 2010). Běžný osobnostní rys vlastní v různém rozsahu všem individuům Baruh odlišuje od patologického voyeurismu specifického kompulsivní formou a sexuálním podtextem. *Trait voyeurism* je zjednodušeně řečeno ztotožnitelný s touhou otevřít Pandořinu skříňku, známou lidstvu již po staletí (Hesiodos, 1976, 12). Anonymita veřejného prostranství nemizí kompletně, doznává jiné formy, lidé se vzájemně poznávají jako členové jedné komunity - pláže, znají své sousedy v jejich nahotě, takřka si vidí navzájem do talíře, dají se snáze do řeči, zůstávají nicméně nepoznání co se života doma a společenského postavení týče. Zachována je významná složka anonymity, život na pláži zůstává skryt a oddělen od struktur domácího prostředí. Intimita je sdílena dobrovolně a, co je též významné, kontrolované jen s určitou skupinou osob ve vzájemnosti, zůstává ochráněna před vnějším světem. Vědomost a vzájemnost sdílení soukromí vyrovnává síly a tím zbavuje účastníky obav

ze zneužití pohledu do soukromí a současně jim umožňuje mít pod kontrolou úroveň odhalení. Sdílení intimity nastává v rámci kontrolované situace, která navozuje pocit bezpečí a skýtá tak možnost uspokojení požitku při zamezení potenciálních negativních aspektů.

V rámci prostředí charakterizovaném rysy *communitas* - rovností, stejnorodostí a oddělením od domova, intimita zjevně nepředstavuje takovou hrozbu jako v rámci klasického veřejného prostranství. Pláž svým obyvatelům dovoluje bezprecedentní úroveň svobody a uvolnění, co se tělesných praktik v kontextu veřejného prostranství týče. Současný konsensus a aktivní participace druhých dosvědčuje patřičnost jinak privátních praktik v daném typu veřejného prostoru. Jak odhaluje Kaufmann, svoboda je sice pouze zdánlivá, jako každé veřejné prostranství i pláž má své mechanismy vnitřní regulace (Kaufman, 2007, 244), podstatné ale je, že ze stran obyvatel pláže osvobození od navyklých rutinních struktur a norem vede k subjektivnímu vnímání svobody: „*mám tu klid, nic nemusím*“. Očekávání tolerance a svobody plodí toleranci. Svoboda je spoluutvářena obyvateli pláže, kteří si ji prostřednictvím vysoké míry tolerance, zdvořilosti a lhostejnosti skýtají navzájem, s nevědomým cílem naplnit svou představu ideální dovolené. Pláž je prostorem sdílené intimity v bezpečí relativní anonymity, kombinuje kouzlo společnosti neznámých druhých se svobodným oddáním se smyslovým prožitkům.

5 ČEŠI A PLÁŽOVÁ DESTINACE: VÝVOJ TURISTY OBYVATELE

Českou společnost vzhledem ke geografické pozici a omezenějšímu dosahu tehdejších informačních toků větší povědomí ohledně cestování k moři v jeho prvopočátcích až na výjimky minulo. Jisté je, že v době největšího rozvoje plážového turismu (cca od 60. let 20. století) byl Čechům přístup k moři problematizován restrikcemi spojenými s aktuálním politickým režimem. Přesto se najdou mnozí, kteří si tehdy cestu našli, dnes většinou se shovívavým úsměvem vzpomínají na návštěvy NDR, Bulharska, Rumunska či polského pobřeží Baltu a nejoblíbenější Jugoslávie. Cestování za mořem bylo v dané době spíše sporadické a těch, kteří by byli zvyklí na každoroční týden či dva na mořské pláži, bylo minimum. Zásadní obrat znamenala porevoluční 90. léta v České Republice, kdy došlo k naprosto bezprecedentnímu rozmachu cest do zahraničí k moři. Tehdejší český turista zdá se být pravým opakem Nashova stereotypu turisty imperialisty z produktivního západního metropolitního centra, jehož nárokům a zvykům se podřizují lokální struktury v mnoha případech natolik, že turismus může vést k deformaci lokální kultury a tradičních způsobů života (Nash, 1989, 39). Český turista byl světa neznalý a nesmělý, byl často omezen jazykovou bariérou i limitovanými finančními zdroji. Jeho životní úroveň byla výrazně nižší oproti západním turistickým lokalitám, do kterých přicházel, i tak ale jeho masová přítomnost vedla postupem času k určitým změnám v lokální infrastruktuře.

Jedno z měst, které ve velkém poznalo českého turistu a vždy bude spojeno s porevolučním rozkvětem české zahraniční turistiky, je severo-italské Bibione. Menší město s přibližně 2500 stálými obyvateli bylo založeno roku 1956. Původně bažinatá delta řeky Tagliamento bývala řídce obydlena rybáři v typických rákosových chatrčích nazývaných *casoni*. Některé z nich zde zůstaly i po rozsáhlých sanacích delty, které proběhly na začátku 20. století za účelem ozdravení teritoria a jeho zbavení přemnoženého hmyzu a bažin. Právě tyto kultivace napomohly odhalení přírodního bohatství, ze kterého

Bibione těžší dodnes - zlatavý písek pokrývající celé pobřeží dodal v 50. letech podnět k stavbě prvních hotelů a založení letoviska prakticky na zelené louce, respektive v daném případě na zlatém písku. Název města Bibione byl oficiálně uznán roku 1960 a jeho uvedení v ročence italského Touring Clubu (Touring Club Italiano, 2021) přiznalo Bibione roku 1961 statut přímořského rekreačního střediska.

Aktuálně lokalitu navštíví ročně více než 800 000 turistů, z čehož největší část tvoří Italové (cca 247 000) a Němci (260 000), dále Rakušané (134 000) a na 4. místě turisté z České Republiky (39 000). Mezi dalšími zeměmi jsou Maďarsko, Polsko, Slovensko, Švýcarsko či Rusko (Sistema statistico regionale, 2021). V roce 2020 s ohledem na pandemickou situaci klesly celkové počty turistů zhruba na polovinu, přičemž Čechů přijela méně než 1/5 obvyklého počtu (viz příloha č. 1, tab 1). Stejně jako v České Republice, i v Itálii se letní sezóna v době epidemie omezila převážně na vnitrostátní turismus.

Češi Bibione masově navštěvují již zhruba 30 let. Dle pamětníků z řad pracovníků CK Češi do Bibione začali jezdit již před revolucí. Družstva a odborové organizace či zájmové skupiny (např. hasiči) jezdily do Chorvatska a postupně hledaly další alternativy. Počátky českých turistů v Bibione tedy spadají cca do roku 1985. Opravdový boom českých návštěvníků nastal nicméně až v 90. letech, kdy dle vzpomínek informátorů z řad českých CK návštěvnost razantně stoupla na více než 100 000 Čechů během letní sezóny. Informátoři se orientují dle týdenních počtů autobusů, a výrazně se rozcházejí s údaji regionálního turistického centra, které uvádí cca 40 až 50 tisíc Čechů za letní sezónu. Důvodem nesrovnalostí je s největší pravděpodobností rozšířená tendence nepřiznávat pronájmy a potažmo nedanit příjmy ze strany italských ubytovatelů, jež zkresluje většinu oficiálních statistik až do roku cca 2014, kdy byly fiskální kontroly razantně zpřísněny.

Český turista na svou první dovolenou v Bibione usilovně šetřil, týden u moře pro celou rodinu mohl v prvních letech běžně znamenat tři i čtyři měsíční

platy. A to v plně okupovaném apartmánu v mnoha případech užívaném společně s cizími lidmi. Potraviny přivezené kompletně z domova včetně surovin i hotových jídel, někdy zamražená sekaná či svíčková, jindy parní hrnce, pánve a fritézy, neb přímořské apartmány bývají na vybavení potřebné pro komplikovanější českou domácí kuchyni skoupé. Oběd na pláži sestával v prvních dnech z dovezených, ještě v Čechách smažených řízků, chleba a obligátních plechovek českého piva. Večeře pak v apartmánu taktéž z dovezených surovin. Tyto stereotypy, utkvívající dosud v myslích pracovníků cestovních kancelářů, kteří dané období pamatují, potvrzují i někteří informátoři svými vzpomínkami z dětství. České plechovky piva, mimochodem často drží svůj prim i v současnosti, již ne toliko z důvodů ceny, ale preferencí. Výjimečné nebyly skupinové zájezdy s českým kuchařem, který si taktéž vzal veškeré suroviny a polotovary z Čech, chladicí tašky v takovém případě zaplnily polovinu nákladního prostoru v autobuse. Navštěvování lokálních restaurací a využívání dalších místních služeb bylo pro mnoho Čechů, kterým se tak tak podařilo uspořít na ubytování a cestu, mimo dosah.

Rozdílná životní úroveň stojí pravděpodobně u kořenů nepříliš lichotivého obrazu tehdejších českých turistů: *„Dříve věci z apartmánů normálně mizely. Lidí si vozili sušáky vodsud, chromový nádobí, to v Čechách nebylo. Třeba se stalo, že ředitelka základní školy ukradla kalhoty v obchodě pro manžela. Ted' už se to asi posledních 10 let nestává,*“ vysvětluje dlouholetý pracovník CK v Bibione. S nárůstem životní úrovně v České Republice se situace postupně mění a normalizuje: *„I když nemůžu říct, že by se to nedělo vůbec. Ted' asi 3 roky zpátky skupina Čechů kradla kola a rozebírala na náhradní díly,*“ (muž, pracovník CK, 55 let) S vyrovnáním se životní úrovně a všeobecnému obeznámení se s lokalitou došlo k vymizení drobné hromadné kriminality u běžné populace a mírnému rozvoji té organizované, ovšem ve standardním měřítku, slovy informátora z CK: *„Tak jako doma...“*

Po prvotním rozmachu v 90. letech má každopádně počet českých turistů klesající tendenci (díky neustále se rozšiřující nabídce destinací, poklesu cen

letenek, rostoucí informovanosti a autonomii českých turistů), pro mnohé nicméně Bibione stále symbolizuje typickou plážovou dovolenou. V současnosti je pro českého turistu převážně symbolem nízkonákladové destinace, jako takové je ve velké míře nouzovou metou méně majetných obyvatel. Průměrné náklady na ubytování českých návštěvníků zde v současnosti oscilují okolo 3000 Kč na osobu a pobyt, po přičtení dopravy z Čech lze průměrný náklad na osobu zaokrouhlit na cca 5000 Kč (Nev-Dama, 2021).

Oblíbenost Bibione nicméně netkví jen v jeho nízké ekonomické náročnosti. Jeho zásadním určujícím atributem je pláž a její materiální charakter: 10 km dlouhá, přes 200 m široká s desítkami řad slunečníků a kilometry mělkého moře. Její benefity lze snad nejlépe popsat slovy dlouholetého místního pracovníka české CK: *„Je tam mělko, není příliv, ani velký vlny, tak ta voda je prohřátá na začátku i na konci sezóny.“* Mělkost moře je ideální pro neplavce a zásadní hlavně pro rodiny s dětmi. Materiální forma pláže zajišťuje, že malému dítěti či batoletu prakticky nehrozí nebezpečí utopení, může být ponecháno bez bezprostředního dohledu relativně bez větších obav. Šíře pláže skýtá dostatek prostoru pro množství slunečníků s rozestupy postačujícími na to *„aby se lidi nemačkali,“* ale současně měli možnost cítit se součástí plážové komunity. V této souvislosti vyvstává na mysli Urbainův popis mechanismu plážové kolektivity prostřednictvím jevu *paradox dikobrazů v zimě*: dikobrazi v chladném počasí tíhnou k shromažďování, aby se zahřáli, ovšem v úplné blízkosti jim brání jejich ostny. *„Jsou spolu, aniž by byli spolu“* (Urbain, 1996, 185). Rozlehlost a šíře pláže v Bibione umožňuje rozdílné vyměření vzdálenosti zohledňující touhu po společenskosti v kombinaci s individuálními preferencemi ohledně proximity.

Bibione je oblíbené rodiči, protože: *„Děti si tu nemůžou nic udělat“* (žena, 30 let), je oblíbené i některými cestovateli: *„Jezdíme aspoň dvakrát za týden na výlety, je tu spousta výletů v okolí: Benátky, Caorle, Verona...“* (žena, 30 let), taktéž sportovci: *„Jedí nám tam desítky skupin volejbalistů“* (žena

pracovnice CK, 44 let) a velmi častými návštěvníky obzvláště v okrajové sezóně jsou senioři: „*Pro ty babičky je to v okrajích sezóny akorát levné, není tam moc horka a hlavně ten vstup do vody je mírný a nejsou vlny, takže tam nepopadají jako třeba v Numaně*“ (žena, pracovnice CK, 44 let).

Historie města a jeho tradice bývá zásadní součástí jeho atmosféry, odráží se v architektuře, urbánní struktuře, jejímž prostřednictvím determinuje do velké míry využití prostoru a ovlivňuje životy jeho obyvatel včetně těch dočasných. Bibione je v tomto ohledu specifické, za existenci vděčí své pláži, ta je důvodem jeho vzniku a zároveň prvotním a hlavním základním zdrojem obživy. Pláž strukturuje život města jak v časové tak prostorové rovině. Existence města je od pláže a jejího charakteru odvozena, stejně tak jako jeho prostorové uspořádání či typologie jeho návštěvníků po stránce ekonomické i sociální. Vzdálenost od pláže určuje cenu pozemků i způsob jejich využití, přičemž ten je pak spolu s pláží určující pro rozložení další infrastruktury. Rytmus využití pláže determinuje dynamiku života dalších prostor města. Ulice plné restaurací a obchodů s plážovými artikly tvoří nezbytné zázemí tisícům apartmánů každoročně hostícím statisíce návštěvníků.

Plážový život se svým pomalým rytmem, den po dni stále se opakujícími činnostmi, připomíná pravidelné převalování líných vln klidného Jadranu v chráněném zálivu zlatého písku, podobně jako ony ukrývá břímě jednotvárnosti. Po mnoha desetiletích rozvoje nejen plážového turismu každé větší evropské přímořské letovisko zná nutnost kompletovat klid a nehybnost rozptýlením a ruchem. Dle Fromma v dnešní době jeden z hlavních lidských cílů spočívá v úniku nudě. Nudu shledává jako důsledek neschopnosti moderního člověka reagovat produktivně na aktivizující podněty, přičemž pokládá za možné, že nuda je nemocí dnešní průmyslové společnosti, resp. *patologií normalnosti* (Fromm, 2019, 244). Nejjednodušším a v současnosti i nejrozšířenějším způsobem „léčby“ jsou podněty prosté, které nevyžadují žádnou námahu, sebekázeň ani vytrvalost, a v ekonomice spotřeby jsou všudypřítomným artiklem.

Přímořské letoviště se svou prosluněnou a nehybnou pláží v jádru ukrývá nudu par excellence. Jeho centrum včetně pěší zóny poskytuje potřebný kontrast prostřednictvím specializace na prosté podniky. Pěší zóna je prostoupena vůněmi, barvami, tvary a zvuky, vše vstupuje do cesty procházejícímu turistovi, který rozptýlení někdy s potěšením, někdy se skepsí, očekává. Jinakost je v evropském notoricky známém kontextu těžké předstírat, to, co zbývá majitelům jednotlivých obchodů v intuitivní honbě za klientem, je odlišení se skrze navýšení intenzity smyslových vzruchů v rámci daném místními pravidly a vyhláškami. Kromě všudypřítomných poutačů restaurace a kavárny lákají vůněmi a stolky umístěnými na chodníku do cesty proudícím davům, obchody hudbou a barvami, herny hlasitými zvuky a blikajícími světly. Tak jako v mnoha turistických městech nejsou výjimkou číšníci či jiní pracovníci restaurací oslovující turisty s nabídkou přímo na ulici. Klient, který se nechá nalákat, je veskrze pasivním příjemcem, dostane naservírovanou odpovídající porci rozptýlení. Ať již je ve formě jídla, alkoholu, italské zmrzliny či videoher, vše se obejde bez nutnosti investice investice či námahy. Prvky místní infrastruktury v mnoha aspektech odpovídají Boorstinovu pojetí turismu jako *pseudo-události*,⁶ jsou přizpůsobeny pojetí turisty jako pasivního „hledáče potěšení“, který očekává, že pro něj zážitky a dobrodružství budou vytvářeny. Turistická infrastruktura se zde formovala v kontextu celospolečenské proměny, v rámci které cestování přestává být aktivitou, ale stává se komoditou (Boorstin, 1987, 85). Tomu do velké míry odpovídají turistické atrakce, v některých případech čím extravagantnější tím lépe, ve spíše konzervativním Bibione, je vrcholem extravagance lunapark, který splňuje poptávku po iluzi dobrodružství, při dodržení norem garantujících jeho bezpečný provoz.

Tim Enderson popisuje charakter západních měst prostřednictvím kontrastu k indickým ulicím plným bohatých smyslových zážitků. Západní města jsou oproti tomu vysoce regulovaným a funkčním prostorem, jsou poznamenána

⁶ Boorstin definuje *pseudo-událost* v souvislosti s tvorbou novinových událostí jako za účelem prodeje uměle vykonstruovanou událost, jejíž charakter je utvářen na míru poptávce, zásadním aspektem takové události jsou její reprodukovatelnost, absence spontaneity a ambivalentní vztah k realitě. Tento koncept v další fázi aplikuje i na novodobý turismus.

absencí smyslovosti. Rozdíl odpovídající rozdílu mezi dionýskou a appolónskou kulturou koresponduje s Edensorovým rozlišením disorganizovaného a organizovaného turistického prostoru. V západním světě komodifikované krajiny je diverzita vyráběna a kontrolována za účelem zachycení zákazníka. Člověk hledá rozmanitost, potřebuje potěšit smysly. Turistická místa tak nabízejí turistovi fingovanou dionýskou kulturu, naplňují jeho potřebu vstoupit do magického dionýského prostoru (Edensor, 1998, 210). Bibione jsou nepopíratelně západní lokalitou, je tedy na tomto základu možno definovat jako organizovaný turistický prostor.

Bibione nicméně nic nepředstírá, večerní směsice zvuků, světel, barev, vůní a materiálních objektů v prostoru turistického centra a okolí je věrná svému účelu, nesnaží se o simulaci. Poutače jednotlivých obchodů, každý dle vkusu svého majitele, jednoduše volají klienta se snahou překřičet konkurenci. Bibione je tak autentické, jak to jen lze, vzniklo za účelem turismu, turistům slouží a současně z nich žije, to je jeho historie i jeho současná identita, která je známá jak obyvatelům, tak návštěvníkům. Evropská vyšší úroveň regulace prostoru prostřednictvím vyhlášek a znaků do jisté míry provoz omezuje, projektové plánování veřejných prostor staví lokálními aktivitami do cest bariéry, nicméně pouliční ruch není simulovaný ani centrálně organizovaný, vzniká přirozeně působením jedinců a dané hranice přerůstá. Místní podniky, restaurace, obchody, herny a další posouvají bariéry a ve vzájemné interakci i v interakci s turistou utváří neorganizovaný chaos dionýského turistického prostoru, který rezonuje s jeho Edensorovým popisem pouze bez puncu exotična. Jednoznačným benefitem Bibione s ohledem na české turisty je jeho přímočarost a potažmo srozumitelnost.

6 TEMATICKÁ ANALÝZA

Pro účely výzkumu bylo uskutečněno 10 hloubkových polo-strukturovaných rozhovorů a 5 kratších doplňujících rozhovorů, dále pak i několik rozhovorů s pracovníky cestovních kanceláří za účelem dotvoření kontextu. Též bylo provedeno krátké dotazníkové šetření (viz příloha č. 2).

Mezi respondenty byli jak pravidelní návštěvníci Bibione či podobných plážových letovisek, veskrze *obyvatelé* pláže, tak i turisté *cestovatelé*,⁷ kteří se dle svých slov podobným masovým lokalitám spíše vyhýbají. Pět rozhovorů bylo provedeno přímo v kontextu pláže a pět rozhovorů proběhlo v České Republice. Respondenti byli vybráni tak, aby skladba byla pokud možno různorodá. Rozhovory byly provedeny s ženami i muži ve stejném poměru, věkovém rozsahu cca od 25 do 70 let, s dětmi i bezdětní a žijící v páru i samostatně.

Kratší doplňující rozhovory a rozhovory s pracovníky CK byly taktéž provedeny dílem v Bibione v rámci terénního výzkumu a dílem v Čechách.

Následující část práce se věnuje analýze centrálních témat rozhovorů souvisejících s druhem zkušenosti, kterou dovolená a pobyt u moře zprostředkovává. Analyzovaná témata budou též porovnána s výstupy zúčastněného pozorování. Ve vztahu k nim budou rovněž prozkoumány hlavní charakteristické aspekty letoviska Bibione.

6.1 MOŘE JAKO ŽIVEL

Výpovědi dotazovaných naznačují tendence k rozdílnému vnímání moře ze stran žen a mužů. Fascinace a respekt vůči moři jakožto nevyzpytatelné přírodní síle je vyjadřován veskrze spíše muži: „*Jako já vnímám tu sílu, jak je obrovský to moře. A taky nemám potřebu si jít tam zaplavat, vykoupat se.*

⁷ Je nutno brát v úvahu, že rozlišení na cestovatele a obyvatele není absolutní, ale může být situační. Turista cestovatel se může stát obyvatelem a naopak podle dle kontextu a typu zkušenosti očekávané od lokality, kam má namířeno. Rozlišování je nicméně důležité pro potřeby analýzy, protože od typu turisty se odvíjí aktuální očekávání a preference i druh zkušenosti.

A často přemýšlím, když bylo tsunami, co to má za sílu to moře“ (muž, 42 let). Paradoxně v mnoha případech stejní respondenti vyjadřující respekt vůči moři, se často věnují různým sportům včetně šnorchlování či potápění, které dle jejich výpovědí zprostředkovávají člověku pocit jinak nedosažitelné pozice a způsobu pohybu ve světě: „Tam mám pocit, že jako lítáš, že vzduchoprázdno“ (muž, 45 let). Přičemž někdy v takových situacích nicméně figuruje obava z hloubky: „Ale koukat pod vodu, z toho mám respekt. To nekonečno, nemám to rád. Třeba i u nás na Orlíku, jsem jednou doplaval na matraci doprostřed, podíval se dolů a běhal mi mráz po zádech“ (muž, 40 let). Příliš hluboká voda navozující nejistotu se zdá být relativně častým motivem v rozhovorech bez rozdílů pohlaví. Úzkost spojená s hloubkou vody v mnoha případech není racionálně zdůvodnitelná. Respondenti, často dobří plavci, neprojevují obavy při hloubce 3 či 10 metrů, ačkoli riziko utopení je stejné jako při 1000 metrech. Jde o hloubku, která je blíže nepoznaná, reprezentuje neznámo, do kterého se možná promítá vzdálena ozvěna dávno překonaného strachu z podmořských netvorů živeného po staletí.

Moře přináší radost z pohybu a hry: „Baví mě blbnout ve vlnách“ (muž, 40 let). V mnoha případech právě aspekt výzvy zvyšuje emoční prožitek: „Mám rád, když je moře rozbouřené a má vysoký vlny. To je jako pro mě nejvíc, když si v tom můžu zaplavat“ (muž, 45 let). Překonání výzvy přináší uspokojení z vlastních schopností: „Tak já jsem dobrej plavec, takže já prostě s tím nemám problém,“ ovšem jedině v případě, že je protivník vnímán jako silný: „Podvědomě mám z moře, jako mám ho rád, ale mám z něj respekt“ (muž, 40 let).

Naopak ženy ohledně moře jakožto objektu respektu působí spíše lhostejně. Síla moře je většinou vnímána pozitivně: „Mě to přijde takový majestátní, když vidíš prostě velký vlny nebo velký vodopády. Tu energii prostě, co to má ta voda“ (žena, 31 let). A při konkrétní otázce je eventuální nebezpečí spíše banalizováno: „Ale to já si myslím, že to je spíš vlivem jako médií, co prostě, nebo filmů. Že člověk kouká na ty filmy se žralokama“ (žena, 35 let). Živel je vnímán přátelsky: „Moříčko to je moje láska. Já tam vždycky tak ráda

v něm plavu a cvičím si tam, to je moje tělocvična“ (žena, 65 let), a pozitivně: „Mě to přijde jako takový jednoznačný, prostě že je to příjemný, lidi rádi choděj do vody si zaplavat“ (žena, 31 let).

Veskrze se u respondentek moc neprojevují tendence k pokoření moře, červená či dokonce černá vlajka jsou jasným znamením, že do vody není přístup. V optice člověka, jehož mysl je přednastavena tak, že porušování bezpečnostních omezení nepřipadá v úvahu, nebezpečí zůstává mimo rámec pravděpodobnosti, není uvědomováno jako reálné.

Oproti tomu v mužském pojetí je konfrontace očekávána a někdy i vítána. Obrazně řečeno výraznější barva vlajky zintenzivňuje výzvu: *„Tam byla černá vlajka, to samozřejmě bylo zakázaný, ale já jsem se v tom vykoupal“ (muž, 45 let), „Takovýhle štěstí jsem měl jen málokrát. Pro mě je to úžasný ty vlny, protože mě to baví v tom“ (muž, 40 let).* Právě vědomý kontakt s potenciálním nebezpečím a jeho překonání zvyšuje užitek. Uvědomování si reálného setkání s nebezpečím je předpokladem takového prožitku. To platí i v případě, kdy takové setkání je pouze vizuální: *„Hodně se mi líbilo, když jsem byl poprvé u Atlantiku v Bretani. Velký respekt, je to jiný, oceán... třeba mě bavilo mnohem víc na to koukat“ (muž, 40 let).* I po estetické stránce je kladen důraz na dramaticnost a sílu mořského živlu.

Na čistotu mořské vody je nahlíženo s vysoce rozdílnou mírou tolerance v závislosti na odlišných zkušenostech a osobních preferencích. S vyšší zcestovalostí se zvyšuje náročnost v ohledu estetických kvalit, které ovlivňují i výsledný fyzický prožitek kontaktu s vodou: *„Nejhezčí koupání bylo vždycky z těch lodí, ta voda, úplně průzračná“ (žena 55 let).* V každém případě je ale mořská voda co do čistoty vnímána zásadně odlišně od jakýchkoli vodních ploch v Čechách včetně bazénů. Řasy a písčiny ovšem nejsou ideální, ale stále je to moře.

V jádru zkušenosti koupajících je fyzické potěšení. Teplá voda je příjemná, studená pro někoho taktéž skýtá příjemný kontrast k teplu a slunci. Slaná voda nadnáší, zprostředkovává jiné tělesné vnímání pohybu. Lehkost a odlišná dynamika pohybu ve vodě skýtá příjemnou fyzickou zkušenost.

Přítomen je též aspekt exotična, jinakosti: „*Moře je něco, vedle čeho jsme nikdy nevyrostali, že jo*“ (žena, 31 let), která posiluje vnímání zvláštnosti prožitku. Současně v souvislosti s horkem a obnaženými těly je též vnímán element erotična, který je nicméně zmiňován jen výjimečně: „...*a podle všech kamarádů je na moři zajímavé to, že každá žena je uvolněnější, vláčnější a přítulnější* (smích)“ (muž, 55 let). Všudy přítomná příměs humoru v rámci jakéhokoliv argumentu týkajícího se i vzdáleně erotična potvrzuje tendenci k banalizaci takového tématu, kterou identifikuje Kaufmann jako nutný mechanismus a aktivní proces zjednodušující a umožňující bezproblémové (nejen) plážové soužití (Kaufman, 2007, 139).

Rozdíl ve vnímání moře ze stran žen a mužů, jeho na jednu stranu „*pozitivní energie*“ a na druhou nevyzpytatelné síly, naznačuje rozdílná očekávání s ním spojené. V prvním případě převládá klid a relaxace a v druhém je častěji přítomna určitá míra dobrodružství.

6.2 PLÁŽE JAKO VEŘEJNÉ SYMBOLY

Pobyt na pláži je komplexní smyslovou zkušeností. Estetická složka je z hlediska preferencí velmi variabilní. Obdobně jako výše se hodnocení odvíjí od cestovatelských zkušeností a též od souvisejícího praktikovaného charakteru dovolené. Respondenti upřednostňující cestování před dlením na pláži zdůrazňují vizuální atributy jako je průzračnost moře a bělost písku, dále pak přítomnost či absenci zeleně, útesů apod., jejichž specifická formace se podílí na výjimečnosti vizuálního zážitku: „*Byla tam vidět taková ta špičatá skála, kterou mají na všech billboardech. Ale bylo to prostě krásný! Když k ní scházíš po těch schodech a koukáš na tu krásnou pláž, to je pro mě hrozně jako uspokojení*“ (muž, 45 let). Některým cestovatelům tak dovolená skýtá dokonce vrcholné zážitky, krátké a prchavé momenty extáze a inspirace, zprostředkovávající naplnění potřeby sebetranscendence. Tu pokládá Maslow na samý vrchol své pyramidy potřeb. Naplňování takové potřeby je jen výjimečné a je často spojeno s kreativním charakterem jedince (Maslow, 1970, 165).

Zaměření na zvnějšku pozorovatelné aspekty naznačuje fixaci turisty *cestovatele* na veřejné symboly, charakteristické formace materiálního prostoru, které turista zná často již předem z fotografií a letáků a vidět je, je jedním z jeho hlavních cílů: „*Ta pláž Pelosa byla úžasná, to moře vypadalo jak bazén, to bylo neuvěřitelné a tam teda ten písek byl ultrabílejší úplně jako na fotkách*“ (muž 45 let). Estetický zážitek resp. ohromení krásou je ve vyprávění respondentů *cestovatelů* všudypřítomné a nelíčené, ve většině případů svědčí o silné estetické motivaci. Ta se též často vyskytuje ve spojení s potřebou sdílení: „*Chtěl bych se tam podívat znovu a ukázat to tam ženě, ona tam ještě nikdy nebyla*“ (muž 40 let). Touha po sdílení zážitků se svými blízkými naznačuje jednak sounáležitost či štědrost a lásku k nim, čili chuť zajistit jim možnost, aby to krásné zažili též. Na druhou stranu může odhalovat potenciální symbolickou hodnotu zážitku na poli sociálních vztahů.

Úroveň bělosti písku, čistoty a průzračnosti vody jsou jedním z aspektů, které utvářejí symboliku místa. Cestování v marketingovém pojetí láká na radost, zábavu, komfort, exotiku, luxus, atributy reflektující určitý všeobecně preferovaný životní styl. Konkrétně bělost písku a čistota moře je v přímé úměře k předpokládanému luxusu a výjimečnosti, podobně jako výška hory a strmost skály koresponduje s úrovní dobrodružství. Výlet na místo z reklamní fotografie skýtá možnost nahlížet na sebe tak jako na ty hezké a usměvavé tváře ze stejného letáku. Zprostředkovává identifikaci s dobrodruhem visícím na laně nebo s ženou v bikinách na jachtě, ale i s nomádem s batohem na zádech. Pomáhá člověku vidět se, potažmo cítit se a být takovým, jakým by být chtěl. Fotografie z uskutečněné dovolené pak tento obraz uchovávají pro jeho okolí. Při probírání fotografií z pláží s respondenty *cestovateli* jsou ne nadarmo veskrze na prvním místě obrázky s nejmodřejším mořem, nejbělejší písek a s pokud možno co nejméně dalšími lidmi. Symboly, které jsou veskrze spojovány s luxusem či exkluzivitou. Zážitek cestovatele je neoddělitelný od symboliky místa. Dovolená tak podobně jako jiné spotřební statky, kterými se člověk prezentuje, je prostředkem budování symbolického kapitálu, tedy identifikování se s určitou skupinou osob s preferovaným životním stylem

a pokud možno zařazení se do dané skupiny. Styl turisty *cestovatele* je proto často spojen právě s vyhledáváním veřejných symbolů, které v sobě koncentrují významy infuzované jim idealizovanými letáky a reklamními materiály a tyto významy propůjčují dále svému návštěvníkovi ve formě nabyté identity.

Souvisejícím často zmiňovaným aspektem je prezenze či spíše absence ostatních lidí: „*Prostě, bylo tam minimum lidí, žádný řady slunečníků, každé si hrcnul, kam chtěl. Žádný stánky ani černoši*“ (muž, 45 let). Romantický pohled, jak jej koncipuje Urry, výrazně převládá u turistů *cestovatelů*: „*Já vždycky radši jezdím někam, kde nejsou ty davy a není to tak zprofanovaný prostě*“ (žena, 55 let), tedy čím méně lidí, tím lépe a to i na úkor pohodlí ve smyslu relativní absence služeb v izolovanějších lokalitách. Nepřítomnost dalších turistů umocňuje pocit výjimečnosti obdobně jako bělost písku a zvyšuje symbolickou hodnotu zážitku.

Na druhou stranu představa izolace absolutní též není ideálním obrazem dovolené: „*Jako, že bych chtěl být na té pláži úplně sám, to teda ale ne*“, úplná absence ostatních lidí vzbuzuje nejistotu a obavy: „*...nevím, asi bych měl menší pocit bezpečí*“ (muž, 45 let). Tak zvané „hlava na hlavě“ je všeobecně zatracovaným extrémem, který zabraňuje docenění i sebekrásnější pláže či místa, přítomnost lidí ve velkém měřítku dělá z výjimečné zkušenosti zážitek profánní a vzbuzuje spíše frustraci. Možnost opačného extrému ale většinou respondentům ani nepřichází na mysl, liduprázdnost ve spojení s pláží je v jejich představách reprezentována přítomností alespoň malého množství lidí: „*...asi tři páry tam byly*“ (muž, 40 let), přítomnost určitého množství ostatních je předpokládána a da se říci, že je pro správný prožitek potřebná. Utrzuje účastníka ve správnosti situace, v neznámém prostředí je přítomnost ostatních turistů indikátorem, že je vše, jak má být, že se člověk nachází na bezpečném a vhodném místě.

6.3 PLÁŽ JAKO MÍSTO POBYTU

Respondenti, kteří tráví své dny na pláži, zvažují vizuální aspekty z jiného úhlu: „*Pro mě je to přesně to, že koukám na druhou stranu a nic nevidím. Pro mě moře znamená tu dálku, nemám ráda, když vidím na protější břeh*“ (žena, 55 let). Pohled je dán fyzickou pozicí a převažující pozice cestovatele přicházejícího na neustále nové místo jej předurčuje k oceňování pláže zvenku, jako obrazu zahrnujícího moře a okolní útvary. Oproti tomu obyvatel pláže pohlíží okolo sebe a z pláže ven, převážně na moře, jež je jedním z vjemů utvářejícím jeho zážitek: „*Je to takové jako (moře)...kde to končí, že? A ještě to vypadá, že je to do kopce, že? Kopec vody! Je to takové neskutečné*“ (muž, 60 let). Minimalistický vizuální charakter pláže nahlíží též Urbain jako surreální (Urbain, 1996, 154). Právě surrealita vizuální podoby moře a pláže dle Urbaina působí jako jeden z prostředků odpoutání se od reality: „*To jsem potřebovala, vypadnout a na nic nemyslet*“ (žena, cca 30 let při příchodu na pláž a prvním pohledu na moře). Odpočinek od světa a oddělení se od něj je základním principem pláže: „*Tady je člověk jakoby za nějakou zdí, není to jen o moři asi, ale o celkové filozofii*“ (muž, 60 let).

Estetické aspekty jsou sice též brány v úvahu, ale spíše jsou omezeny na průzračnost moře a barvu písku, jako určitý kvalitativní aspekt prostředí. V případě Bibione téměř nikdo z *obyvatel* pláže tyto aspekty neřeší. Na odpočinkovou funkci pláže zjevně nemají žádný vliv. Oddělit se od světa je možné na pláži v Bibione stejně snadno jako na bělostných plážích Karibiku.

Pocit bytí mimo svět je podporován kromě vizuálního i dalšími smyslovými vjemy. Vzhledem k výrazně delšímu pobytu vnímá slunící se *obyvatel* pláže s vyšší intenzitou zvuky, vůně, hmatem písek, kteréžto aspekty formují jeho smyslový prožitek bytí na pláži jinak i s ohledem na to, že svou činnost často provozuje se zavřenýma očima, tedy s omezením smyslu, kterého *cestovatel* využívá naopak v maximální míře. Materiální charakter prostředí ovlivňuje i kvalitu zvukových vjemů. Písek pohlcuje zvukové vlny a tlumí hlasitost, obdobně působí rozloha pláže spolu s absencí odrazových ploch a mořské vlny, s jejichž pravidelným šumem splývá křik hrajících si dětí, hovor páru od

sousedního slunečníku i smích skupinky mužů s plechovkami piva a hudba přenosného reproduktoru nedaleko se bavících teenagerů. Výsledným vjemem je: „*klid, ticho dá se tu spát i odpoledne*“ (muž, 60 let), třebaže je pláž plná lidí „...člověk tu má svůj klid všude“ (muž, 65 let). Vnímání klidu či ruchu je otázkou vysoce relativní stejně tak jako proximita, pro každého jedince bude plná pláž vypadat jinak. Přesto konkrétně v případě Bibione lze až na polovině okupovaných lehátek vidět ležící a spící osoby v těsném sousedství ostatních zvukově aktivních obyvatel. Trefné je srovnání použité jedním z respondentů: „*Třeba na koupališti v Ostravě je dvacet lidí a je tam kravál až hrůza. A tu je lidí a každéj má svoje zázemí a klid*“ (muž, 65 let). Výjimečný akustický charakter pláže posiluje pocit neskutečnosti prostředí, kde je člověk ve společnosti dalších a současně může být každý sám ve své bublině, unášen do izolace rytmickým šuměním moře a směsicí zvuků v pozadí.

Pro *obyvatele* pláže je tato místem odpočinku a úniku z reality, zprostředkovaným stále stejnými vjemy a ritualizovanými činnostmi, které jsou v rámci pláže provozovány. Činnosti lze rámcově rozdělit na odpočinkové a organizační, zahrnující péči o blízké a zajištění zázemí nutného k provozování aktivit odpočinkových. V rámci organizačních činností se obzvláště v případě rodin rýsuje rozdělení rolí na mužské a ženské. Muži přinášejí těžší předměty, instalují slunečníky, lehátka. Pod většinou slunečníků jsou tašky obsahující výbavu plážového domova: jídlo, osušky, opalovací krémy apod. a nakládání s ní je převážně doménou žen. Co se týče péče o děti, je tendence v dělení rolí obdobná. Ženy zajišťují praktickou stránku, tedy subsistenci a ochranu před sluncem či chladem prostřednictvím krémů a oblečení. Muži oproti tomu jsou často viděni ve společnosti svých potomků u tvořivých činností či her. Nedá se říci, že by stavění hradů či kopání jam v písku bylo ryze jen doménou mužskou, nicméně převaha otců v těchto aktivitách je jasně viditelná, přičemž v některých případech je zaujetí dokonce takové, že otec zůstává sám u dané činnosti i poté, co se jeho ratolest znudí a odejde. Otcové k tomu často poznamenávají, že jinak na hraní s dětmi nemají čas. Organizační

činnosti jako příprava jídla a základní péče jsou aktivitou nezbytnou, vykonávanou jak doma tak i zde na pláži. Oproti tomu hra je záležitostí volného času a vůle k ní, v každodenním shonu je tedy výrazně vzácnější. Pláž tak svědčí hlavně vztahům s pozitivním emočním nábojem formovaným prostřednictvím hry a tvořivé činnosti.

Z výše uvedeného vyplývá, že sociální homogenita pláže zdaleka není absolutní. Základní rozdělení sociálních rolí přetrvává navzdory stírání rozdílů. Je tedy nutné upřesnit, že v rámci komunity pláže se v liminální sféře neocitá jedinec, ale rodina jakožto jednotka, která i při setření vnějších rozlišovacích atributů zůstává vnitřně strukturována. Dochází k izolaci a zdůraznění sociálních rolí v rámci rodiny či dané skupiny, přičemž ostatní role zůstávají mimo pláž. Na tomto principu je možno pláž identifikovat jako místo reprodukce, eventuálně i generování základních sociálních vazeb. Potěšení ze hry umocňuje emoční náboj nejen vztahu mezi hrajícími si jedinci, ale i vztahu k dějišti hry. V prostoru pláže posilovaná a uvědomovaná emoční pouta jsou projektována i do vztahu k pláži samotné a utvářejí vztah k ní způsobem, který popisuje Tuan svým konceptem *pole péče* (Tuan, 1979).

Mantra pláže: „Klid, nic neřešit, nad ničím nepřemýšlet,“ je na jednu stranu prostředkem odpoutání se od reality, na stranu druhou je její podstatou provozování bezmyšlenkových rituálních činností, jež se, při absenci nutnosti práce a jiných povinností, skládají hlavně z každodenní péče o své blízké a společných zájmových aktivit s nimi. Průvodním jevem pak může být právě posílení pout v rámci rodiny či dané skupiny a vytvoření korespondujícího vztahu k místu, přičemž symbolická kvalita místa v tomto případě nehraje takový význam jako u turisty *cestovatele*. O tom svědčí mimo jiné i fotografie, které si *obyvatel* pláže přiváží domů. Namísto dech beroucích panoramat jim dominují smějící se obličejové bezzubých dětí na hnědém pozadí bahňatého písku. Vzhledem k zaměnitelnosti pláže, jejího materiálního prostředí, zvuků a vůní, vztah k místu může být samovolně projektován téměř na jakoukoliv jinou. Tento přenos emočního náboje je

zdrojem uklidňujícího efektu, jenž má na obyvatele i pláž dosud neznámá. Po prvotním obeznámení se s místem a vytyčení teritoria (viz dále) dochází v rámci pobytu k rychlé aklimatizaci a přivlastnění okupovaného místa a automatickému podlehnutí výše uvedeným rituálům a mechanismům oddělení od reality.

Opačný je nicméně princip vztahu k pláži z vnějšího retrospektivního hlediska, který již není spojený s bezprostřední tělesnou přítomností. Při vzpomínání na své plážové zkušenosti respondenti nejvýše na stupnici oblíbenosti jmenují pláže spojené s nejvýraznějšími zážitky: „*Všechno mělo svoje, ale asi Korfu, mám ho spojené s romantickéjma zážitkama. A komárama (smích). Jak to bylo pěkný, tak jsem měl poštípanej zadek*“ (muž, 40 let).

Filozofii pláže na jednu stranu dominuje svoboda, ve smyslu oddání se nicnedělání a fyzickým potěšením: slunečním paprskům prohřívajícím tělo a uspávajícím mysl, horkému písku a chladné vodě přinášející úlevu kdykoli třeba a všudy přítomnému šumění moře. Svoboda jako základní pravidlo pláže rezonuje s návratem fungování na základě principu potěšení. Na druhou stranu pláž není místem anarchie, společný pobyt na pláži je řízen sdílenými rutinními mechanismy v mnoha ohledech obdobně, jako jiné veřejné prostory viz výše. Návrat k původnímu principu okamžitého uspokojení instinktů je tedy pouze iluzorní, nicméně v rámci pláže je to bez ohledu na realitu právě víra ve svobodu, která formuje její charakter a význam.

6.4 PROČ BIBIONE?

Pro mnohé Čechy má letovisko Bibione negativní konotace jakožto zprofanovaná lokalita plná Čechů, s kalným mělkým mořem a tisíci slunečníků: „*Vadí mi ta masová obsazenost, když přijdu na pláž, která je plná lehátek, tak chci jít pryč*“ (žena, 65 let). Bibione jakožto česká turistická destinace je fenoménem, který znají všichni dotazovaní. V pohledech na něj je těžko objevit neutralitu. Ti, kteří zde nebyli, by sem nikdy nejeli: „*Znám*

z vyprávění, brrr (otřese se), nejel bych tam“ (muž, 40 let). U zástupců negativního pohledu na lokalitu je znalost prostředí převážně spíše zprostředkovaná. Stejnou zkušenost potvrzuje i zástupkyně CK, která Bibione prodává. Na její častou otázku klientům: „Vy jste tam byli?“ se jí pravidelně dostává odpovědi: „Ne, já jsem slyšela...“ Nicméně jsou i tací cestovatelé, jejichž despekt vůči Bibione a přilehlým letoviskům se zakládá na reálné zkušenosti: „Ta voda tam není čistá, to je v Bibione to samý, ale tenkrát se nám to líbilo. Až když jsem vyjela do tá Campanie, to jsem koukala! To je úplně jiná Itálie! To krásný pobřeží! To čistý moře! Ted' už na sever (Itálie) nejezdíme“ (žena, 65 let). Je zjevné, že odliv českých turistů z Bibione je souběžný s procesem objevování vzdálenějších lokalit a postupnému bližšímu obeznamování českého porevolučního turisty se světem. A též s nástupem nové generace turistů, kteří již v globalizovaném prostředí vyrůstali.

Současní návštěvníci Bibione sem nicméně s oblibou jezdí opakovaně: „*Ted' jsme tu dlouho nebyli, ale jezdíme sem asi 25 let“ (žena, 55 let). Informátorka z CK vysvětluje: „Ti lidi, kteří tam dneska jezděj, jsou z velký části lidi, který tam vozili jejich rodiče jako děti.“ Češi vskutku do Bibione jezdí již po dvě generace a jiní sem zas jezdí na celé léto jako na chatu. Nízká ekonomická náročnost dovoluje pronajmutí apartmánu na celou sezónu a současně relativně pohodlnou vzdálenost z Čech lze snadno překonat i několikrát během léta.*

Celkově umírněné finanční podmínky i v rámci ostatních služeb se odrážejí i na vyšší úrovni samozřejmosti, s jakou je služeb střediska, například obchodů a restaurací využíváno: „*Můžeme chodit na večere, člověk tady nemusí tak přemýšlet o cenách“ (muž, 30 let). Tento aspekt se podílí i na zvýšení sebevědomí a nároků místní české klientely. V 90. letech bylo, dle vyprávění pracovnice české CK, běžnou praxí místních vlastníků apartmánových domů přidělování různé kvality apartmánů s ohledem na národnost, přičemž chudému českému turistovi byl pravidelně přidělován apartmán „nad kuchyní restaurace a s výhledem do zdi.“ V současnosti čeští*

návštěvníci takové jednání již jen tak nepřipustí, s vyrovnáním ekonomické úrovně se zvyšuje sebevědomí klienta a potažmo očekávaná úroveň služeb, té se lokální nabídka postupně přizpůsobuje.

Všechna negativně vnímaná adjektiva příznivci Bibione znají, nicméně v jejich případě se tato mění v pozitiva. Dlouhodobá masová přítomnost Čechů vedla v průběhu let k počeštění menu v restauracích a k zájmu místních provozů o české zaměstnance, výsledkem je usnadnění pobytu v oblasti komunikace, které je vnímáno s povděkem: „...*tam se dorozumíte jakkoliv česky... nó.. protože ty prodavači a všichni, tím jak je tam ta česká klientela.. i jídelní lístky jsou tam v češtině... co se týká dorozumění, vůbec není žádný problém*“ (žena, 65 let). Mělké moře se sice snadno zakalí pískem, na druhou stranu je bezpečné pro děti a pohodlné pro seniory, či ty, kteří mají pohybové znevýhodnění, a množství lehátek buď v ceně ubytování či za velmi přístupné ceny pak zajistí všem, že nemusí sedět v písku.

Většina místních návštěvníků si je vědoma negativního ohlasu, které Bibione v českém kontextu vyvolává. Hlavním faktorem volby této lokality je z daného pohledu cena. Bibione bylo od dob svého největšího boomu jednou z nejlevnějších alternativ pobytu u moře a to i vzhledem k vzdálenosti z České Republiky a jako takové bylo ve velké míře voleno z finančních důvodů. Češi frekventující Bibione tak mnohdy v očích jiných nedobrovolně získávají nálepkou toho, „kdo si nic jiného nemůže dovolit.“ Někteří návštěvníci jsou vůči takovému nálepkování lhostejní jsouce si vědomi jeho zcestnosti. Jiní naopak vykazují různou míru citlivosti a nelibosti v tomto ohledu.

Typickým pravidelným návštěvníkem, který se podvědomě i vědomě zaobírá tímto hanlivým potenciálem Bibione, je paní Kateřina. Jezdí sem téměř každoročně od roku 2003 s dcerou a vnoučaty, občasné pauzy v návštěvnosti byly způsobeny stěhováním a dostavbou rodinného domu a dvakrát dovolenou v Řecku, jak paní Kateřina říká: „...*abychom nejezdili pořád do toho Bibione*“.

Jaká byla před první cestou motivace výběru právě Bibione, paní Kateřina víceméně neuměla racionálně zdůvodnit: *"Asi to tenkrát bylo, protože jsme tam asi ještě nikdy nebyli v tom Bibione konkrétně, v Itálii to jo..."* (v rozporu s tím později uvádí, že dovolená v Bibione byla jejich první cestou do Itálie). Paní Kateřina vědoma si zaškatulkování Bibione jako lokality nízkonákladové několika způsoby explicitně popírá, že by z její strany šlo o volbu z důvodů finančních, právě naopak: *„...když my jsme jeli na dovolenou, tak jsme se snažili, aby prostě to bylo na nějaký úrovni, ne abych tam se válela v písku a nemohla si lehnout ani na lehátko, že jo.“* Extrémní finanční dostupnost Bibione masám je zjevně vnímána negativně a s tendencí opakovaně se distancovat od obrazu českého porevolučního turisty, který si vozí potraviny a vaří, aby ušetřil: *„... to bylo takový tamto, že tam ty Češi přijeli a vezli si s sebou konzervy a kdesi cosi, vaříče a takový, to byla doba, kdy my jsme tam vůbec jako ještě nejezdili, ... jako já bych tam nikdy nevařila a nikdy jsme to nedělali, něco tam vozit nebo něco si tam jako ze surovin, který si přivezu, to vůbec!“*

Rysy lokality, které vnímá jako potenciální nedostatky, paní Kateřina sama od sebe vyjmenovává a charakterizuje ze svého pohledu jako irelevantní: *„Tak samozřejmě prostě tam prouděj davy lidí a někomu to vadí. Mně to teda nevadí.“* Banalizace vnímaných nedostatků typu: *„Takže vono nebylo moc čistý to moře, ale mě vyhovovalo.. mě nevadilo,“* působí jako jednoduchý mechanismus obrany proti vnímanému potenciálu stigmatizace, prostřednictvím přesvědčení sama sebe i okolí o neexistenci důvodů k ní. Skrze popírání eventuálních negativ a distancování se od potřeby šetřit paní Kateřina sobě i posluchači objasňuje, že nejezdí do Bibione, protože je to levné, takové jednání pravděpodobně vnímá jako znak příslušnosti k určité sociální vrstvě, za jejíhož člena nechce být považována. Chudoba či respektive nemožnost dovolit si určitý standard je v tomto případě zjevně vnímána jako společensky nežádoucí.

Nutno uvážit, že ve srovnání s ostatními respondenty je přístup paní Kateřiny jedním z komplikovanějších. Bibione totiž není místem, kam by *cestovatel*

jezdil budovat svůj symbolický kapitál. Je místem, kam si *obyvatel* jezdí užívat pláže, která mu z nějakých důvodů vyhovuje, či prostě a jednoduše za mořem bez přívlastků: „*Tak to je to jediný, co nám chybí v republice, kdybychom tam měli, tak člověk nemusí nikam jezdit, že*“ (muž, 60 let).

Mnozí návštěvníci ani nevnímají pobyt v Bibione tak úplně jako zahraniční dovolenou, ale spíše obdobně jako pár týdnů prázdnin s dětmi na příklad na Lipně, či na chatě, po kterých bude následovat ta opravdová dovolená v Řecku, na Sardinii, nebo třeba v Asii. V Bibione jsou *obyvateli* a svůj symbolický kapitál eventuálně mají příležitost doplnit na další dovolené, v rámci které se stávají *cestovateli*.

6.5 RUTINA

Některé ze zásadních kladných aspektů dovolené v Bibione, které respondenti uvádí, tkví v jejich podobnosti domácímu prostředí. Již zmíněná možnost dorozumět se i přes neznalost místního jazyka, či podmínky ubytování připomínající pohodlí domova: „*Bylo to prostě jako rodinnej domek, když jste doma. Takže on (vnuk) se tam cítil velice dobře, takže z toho důvodu možná i mně se tam zalíbilo*“ (žena, 65 let).

Podobně i pohostinné chování místních obyvatel navozující pocit přijetí: „*...vždycky byli milí, příjemný a jako i ta národnost jako Italů mě přijde taková velmi vstřícná... Takže já si myslím, že je to daný i tou mentalitou, že ty Italové jsou takový prostě.. vstřícný, že vám pomůžou, když něco potřebujete nebo tak*“ (žena, 55 let) umožňuje návštěvníkovi cítit se v daném prostředí adekvátně, tedy jakoby sem patřil.

Kombinace uvedených aspektů má na mnoho lidí uklidňující vliv, čím více se prostředí zdá známé a přijímající, klesá pravděpodobnost nutnosti čelit neznámým stimulům a situacím nesoucím s sebou stres a diskomfort. Při opakované návštěvě se lokalita stává objektivně známou a výše uvedený pozitivní efekt se umocňuje, odtud vysoká návratnost návštěvníků Bibione. Turista hledající oprostění od rutinní sociální struktury ve smyslu liminality, tak jak jej popisuje např. Urry, je zde skutečně přítomen jen částečně.

Součástí dovolené je sice změna místa pobytu vytvářející kontrast k běžnému životu, současně je ale vyhledáváno opakování a podobnost domácímu životnímu prostředí, zprostředkovávající pocit klidu a jistoty. Takové preference popsal také Erik Cohen (Cohen, 1972, str. 166), dle Cohena člověk je natolik zásadně modelován svou nativní kulturou, že většinou není připraven ponořit se do kompletně cizího prostředí. Většina turistů, aby se necítili ohroženi, potřebuje něco známého kolem sebe, co jim bude připomínkou domova. Performativní obrat v sociálních vědách tuto myšlenku dovádí do logického vyústění v tom smyslu, že člověk na dovolené prostřednictvím rutinních činností svůj domov reprodukuje. V případě Bibione je reprodukce domova multiplikována vysokou návratností klientů, ústící ve faktické vytvoření druhého domova. Čeští klienti jsou zde jako doma a i se tak cítí: „*Vždycky bydlíme ve stejném apartmánu, znají nás tu*“ (muž, 55 let).

Objevování nového a neznámého by dle sdíleného povědomí v každém případě mělo být alespoň okrajovým elementem turistické zkušenosti (Cohen, 1972, str. 166), v souladu s tím informátoři vykročení z rutiny a poznání jiného vnímají jako nezbytnou součást dovolené: „*Tak je to dovolená, tak by si člověk měl něco jakoby dopřát, aby nemusel... vypadnout z té rutiny vlastně a mohl někam*“ (žena, 65 let). Potřebu takového vybočení naplňují obzvláště v ohledu na děti prostřednictvím opakovaných výletů do Benátek či zábavních parků: „*Pak jsme s nima dělali třeba výlet, aby zase pořád nebyly v tom Bibione*“ (žena, 55 let). Z uvedených absolvovaných výletů extrémním případem byl jednodenní výlet z Bibione do Říma, minimálně 6 hodin cesty autobusem tam i zpět v jednom dni dává tušit enormní význam přikládany takové cestě za poznáním. Paradoxně se nicméně většina výletů a podobných odchylek od rutiny postupně stává součástí právě rutinní struktury dovolené, mnoho pravidelných návštěvníků Bibione do Benátek jezdí téměř v rámci každé dovolené a podobně třeba do zábavního parku Guliverland či alespoň do sousedního Caorle. Dalo by se říci, že v mnoha případech jde o alternativu víkendových výletů praktikovaných standardně v průběhu pracovního života.

Na dovolené stejně jako doma žije člověk své dny v zajetí každodenní rutiny, s tím rozdílem, že v tomto případě jde o rutinu dobrovolně vytvořenou i podstupovanou, tedy s aurou svobody: „*Tady máme takovou tu volnost. Absolutní úplnou volnost, jo*“ (muž, 55 let). Ranní snídane, pak na pláž, na oběd do apartmánu či do restaurace schovat se před poledním sluncem, zpět na pláž, s posledními paprsky „*domů*“ na večeři a poté procházka městem se zmrzlinou, sklenicí vína, nákupy, videohrami či jinou zábavou. I častý bezděčný zvyk nazývání pronajatého apartmánu *doma* dokumentuje, jak se pouhé bydlení může účastnit utváření cizího místa jako domova.

Apartmán je skutečně místem spojujícím dovolenou s domovem, právě tam se ve velké míře odehrávají běžné každodenní činnosti propojující obě reality. Navíc zde do hry vstupuje i domácí česká kuchyně, bez které si respondenti často dlouhodobý pobyt neumějí představit: „*Vaříme si na apartmánu, někdy jdeme třeba na ty špagety, to je dobré, ale tak jednou, dvakrát za týden*“ (žena, 35 let). Kuchyně a někdy i konkrétní potraviny jsou pevným spojením s domácími návyky: „*Musíme vždycky dovézt české chleba, protože tady ty jejich, to je odpoledne už o ničem*“ (muž, 65 let).

Pro obyvatele pláže se struktura života na doma a na dovolené podobá sice jen v některých aspektech, zásadním rovnítkem je ale právě přítomnost struktury. Oproti Turnerovským pojetím života doma versus na dovolené ve smyslu opozice struktury versus absence struktury život a rytmus dní zde v plážovém letovisku je strukturován. Uspokojování základních fyziologických potřeb tedy stravování, očista a spánek je veskrze strukturováno obdobnými způsoby jako doma, odlišným aspektem může být omezení společnosti v rámci této aktivity na členy skupiny účastníci se dovolené, což může znamenat jak zúžení rodiny tak rozšíření o další členy. Trávení volného času se od domova liší, mimo jiné proto, že souvisí s místem pobytu, resp. je jeho účelem a taktéž proto, že není omezeno nutností práce. Nicméně volný čas na pláži je ovládán sledem ritualizovaných praktik. Ty zahrnují například činnosti jako instalace plážového sezení. V této souvislosti Urbain aplikuje na pláž metaforu kmenové společnosti, kde kmeny / rodiny

začínají vymezovat svá teritoria vztyčením totemu / slunečníku a dále prostřednictvím soustavy ritualizovaných činností (Urbain, 1996, 217) zahrnujících rozkládání osušek a nafukovacích plážových pomůcek a vybalování další plážové výbavy. Procesy vymezování teritorií jsou jedním z mála aspektů plážového života postrádajícím obvyklou vysokou míru tolerance. Například okupování místa zanechanými osuškami v období nepřítomnosti je vnímáno s nevolí jako sobecké přivlastnění si prostoru: „*Obsazují ty lehátka na úkor ostatních, když tady nejsou*“ (žena, 65 let). Pláž má být svobodná a patří všem, její přivlastňování ohrožuje svobodu, která je *obyvateli* vnímána jako základní princip pláže.⁸

Opalování je ritualizováno pravidelným otáčením se zády resp. břichem vzhůru, pravidelným koupáním a následným často vzájemným používáním opalovacího krému, a tak dále. Čas příchodu a odchodu z pláže je řízen sluncem a teplotou, jejíž výkyvy jsou spíše výjimečné, a individuálním režimem stravování korespondujícím s běžným životem.

Několikadenní pozorování odhalí pevný rytmus pláže: ranní úklid a přípravu, její postupné naplňování, které vrcholí mezi 10. a 11. hodinou, po poledni naopak vyprazdňování pláže, v rámci kterého část obyvatel míří připravovat oběd do apartmánů a část do plážových kiosků, které mezi 12. a 14. hodinou pulzují životem. Lehátka, která odpoledne zůstávají obsazena ručníky a méně hodnotnými součástmi výbavy plážového domova, se začínají okolo 14. hodiny znovu zaplňovat s vyprazdňováním kiosků, později po 15. hodině se vracejí i *obyvatelé* z apartmánů, množství osob kulminuje okolo 16. hodiny, kdy je pláž plná malých stavitelů a jejich dospělých pomocníků a v pruhu pláže mezi mořským břehem a slunečníky se kříží trasy chodců z vody, do vody i korzujících podél břehu. Zhruba od 18. hodiny rodiny s malými dětmi již proudí po plážových chodnicích směrem na městečko, stavební výtvořky z písku jsou většinou opuštěny, zbylá ještě nevyprázdněná lehátka jsou zaplněna většinou spícími jednotlivci a páry, s ubývajícím

⁸ Tento argument ovšem odpadá s placenými lehátkami, kde je vzdálenost od pláže a konkrétní umístění slunečníků organizováno na základě vnějších principů, například dle cenových kategorií či prostřednictvím rezervačního systému.

horkem pohyb a aktivity reprezentují míčové hry v podání starších dětí a mládeže a všudypřítomné po kotníky ve vodě postávající a procházející se postarší dámy. S vyprazdňováním pláže se život přesouvá do dosud poloprázdných ulic města.

Rituály jsou přítomny taktéž mimo plážový život, možná ve vyšší míře než doma, kde si člověk každodennost snaží zpestřit. Turista *obyvatel* si své známé body, které dle Cohena potřebuje (viz výše), sám buduje v průběhu pobytu. Zde v letovisku *obyvatelé* s železnou pravidelností navštěvují své oblíbené restaurace, stále týž supermarket či prodejce: „*Mám na trhu svého stánkaře, kam chodím pro sýry, známe se už leta*“ (muž, 55 let). V některých případech pravidelnost hraničí s kompulzním jednáním: „*Sem chodíme na zmrzlinu každé večer, je tu v celém městě nejlepší*“ (žena, 35 let). Jak již bylo řečeno, opakování je v utváření domova zásadní. Bibione je pro mnohé druhým domovem se vším všudy. V tomto ohledu jako by v rámci dovolené *obyvatel* prožíval domov dokonce více než doma.

6.6 ZDRAVÍ A DĚTI

Zdraví bylo v rámci rozhovorů nejčastěji se opakujícím argumentem proč jezdit k moři. Atopické ekzémy, astma, chronické záněty průdušek či prostě jen víra v preventivní ozdravnou schopnost mořského vzduchu a slané vody. V rámci dotazníkového šetření 30 % respondentů uvedlo léčivý potenciál jako vůbec hlavní důvod cestování k moři (viz příloha č. 2).

Při vyloučení bezdětných respondentů bylo zásadním motivem zdraví ve spojení s dětmi. A to zdraví jako takové: „*Asi jsme to dělali hlavně kvůli Kubovi, protože on byl alergik, takže jsme chtěli, aby šel jakoby k moři*“ (žena, 65 let) a dále též jejich zdravý vývoj: „*Pro ty děti všechno jsou podněty, že jim ukazujete něco jiného, nějaký, jo, letí letadlem, takže vůbec jako vidí, co to je letadlo, dokáže si to představit, jak to lítá. Vidí tam na tržišti nějaký cizokrajný ovoce, nějakou chobotnici tam vidí, nějaký ty rybky*“ (žena, 62 let), otázka stimulace intelektuálního rozvoje dítěte je sice méně častá, ale vyskytuje se. Na druhou stranu povědomí o ozdravném vlivu mořské vody

a vzduchu bylo hlavním faktorem stojícím u zrodu přímořského turismu již v 18. století. V současnosti je tedy pojetí moře jako ozdravného prostředku v povědomí společnosti hluboce zakořeněno, o čemž svědčí neustále se opakující motivy ve výpovědích respondentů: „*Jezdíme si sem odpočinout a taky syn má atopický ekzem, takže to mu pomáhá*“ (žena, 35 let). Opakovaný motiv naznačuje vnímání přímořské dovolené ve spojitosti s dětmi jako něčeho samozřejmého, téměř jako povinnost poskytnout dětem potřebné podmínky k zdravému vývoji: „*Ten Tomáš, že má vlastně to astma a potřebuje se nadejchat toho vzduchu*“ (žena, 55 let). Dané téma je ve velké míře exkluzivitou žen, matek, spíše výjimečně se podobně vyjadřují otcové, což odráží pečovatelskou roli matky posilovanou systematicky v rámci diskurzu zdravého životního stylu již od 18. století.

Péče o děti je například centrálním zájmem i paní Kateřiny v souvislosti s dovolenou. Na jedné straně se jedná o starost o vnoučata, aby si dovolenou užila, tomu je podřízena většina dovolenkových aktivit. Na straně druhé starost o dceru / matku dětí, aby si odpočinula. Za tím účelem, jak uvádí, jezdí na dovolenou s dcerou i paní Kateřina: „*Proto jsem tam já i jakoby jela, aby oni (dcera s přítelem) na tý pláži si odpočinuli a mohli ležet nebo jít se koupat a někdo hlídal to dítě, že jo.*“

Dle výpovědí respondentů je Bibione pro rodiny s dětmi ideální lokalitou. Moře je dostatečně mělké, s jemným pískem - nehrozí utopení či zranění a není třeba neustálé kontroly. Kromě pláží je městská infrastruktura účelně uzpůsobena k zabavení dětí: „*Atrakce, lunapark, pak ty hrací automaty, to bylo úžasný, to oni zbožňovali*“ (žena, 65 let). Systém orientovaný na spotřebu zajišťující snadnou zábavu bez nutnosti vynaložení větší námahy či nápaditosti ze strany dospělých je velmi pozitivně oceňován, rodiče bez váhání platí za obveselení svých potomků prostřednictvím mechanických atrakcí k tomu určených. Hrací automaty, lunapark a podobné jsou standardní součástí každovečerního programu: „*Nejdřív chodíme do těch, tam se voni (dětí) vyřádí a pak si dáme tu zmrzlinu, a jdeme na procházku ještě, vesměs třeba chodíme k tomu lunaparku, takže oni ještě jdou do toho*

lunaparku se svízt na nějaký tý atrakci, tam koupíme třeba nějaký blbosti, sladkosti, po cestě si dají tu zmrzlinu a to, no a pak se jde domu“ (žena, 55 let).

Děti jsou jeden z hlavních faktorů ovlivňujících výběr místa a způsobu dovolené a v případě některých respondentů i vůbec hlavním důvodem dovolené jako takové: „*Když byly děti malý, tak byla dovolená u moře. Jednak kvůli záruce počasí, aby se ty děti vykouply, a jednak prostě moře je moře“ (žena, 62 let).* V tomto ohledu soudě na základě výpovědí lze sledovat určitý posun v přístupu v průběhu tří generací: „*My jsme byli vychovávaný, že jako někam jezdit k moři, nebo něco, to vůbec. Takže já jsem vlastně poprvé u moře byla až s dcerou, když jí bylo těch 6 let“* respondentka (65 let) objasňuje, že bylo doporučeno od lékaře již tenkrát taktéž vzhledem k dceřinému astma. V dnešní době respondentka jezdí s dcerou a jejími dětmi k moři každoročně, protože: „*Kuba prostě každéj rok k tomu moři potřebuje“ (žena, 65 let),* ubytování vybírají tak, aby se děti cítily dobře, a trávení dovolené taktéž odpovídá potřebám dětí (výlety, atrakce atd.).

Dovolená u moře jakoby oscilovala mezi povinností a potěšením, přičemž když začne tíhnout spíše k povinnosti, rodiče hledají cesty, jak si ulehčit; těchto cest jim Bibione, destinace zaměřená na děti, nabízí bezpočet. Průběh dovolené tak může mít lehce paradoxní charakter. Ač je dovolená momentem užívání volného času se svými blízkými, aktivity a způsob trávení dovolené je v některých případech voleno tak, aby byly děti zabaveny s minimalizovanými nároky na čas dospělých, kteří tak mají čas „*v klidu ležet“*, či si pokud možno nerušeně užít vlastních aktivit.

6.7 PANDEMIE A CESTOVÁNÍ

V březnu roku 2020 prudce zasáhla turistický sektor pandemie nemoci COVID 19. Část globálního hrubého domácího produktu přisuzovaná turismu zaznamenala mezi roky 2019 a 2020 pokles z 10,4 % na 5,5% tedy o 49 %. Počet pracovních míst v rámci turismu celosvětově poklesl o 18,5 %, enormní změny pro odvětví, které doposud každoročně vykazovalo stabilní

cca 4 % růst (WTTC, 2021). Nejiná nastala situace v rámci Evropy. Schengenský prostor, mezi jehož základní principy patří, mimo jiné, právo svobodného překračování vnitřních hranic, změnil svou tvář prakticky ze dne na den. Ve většině Evropy byly opět zavedeny hraniční kontroly a země hledaly další způsoby, jak zamezit pohybu obyvatel a šíření nemoci. Nejvíce postižené části Evropy, konkrétně Itálie, kde byl rozjezd epidemie nejrazantnější, se staly toxickými. V Čechách byla severní Itálie a její Alpská lyžařská střediska zhusta medializována jako hlavní zdroj nákazy (Spěváčková, 2020), přičemž od půlnoci 12. března byla nařízena 14 denní karanténa pro každého Čecha vracějícího se ze zahraničí. 16. března pak došlo k úplnému uzavření státních hranic, které trvalo až do 23. dubna, i pak se ale navrátilce musel prokazovat testem či zůstat v povinné karanténě. Povinnost testu po návratu skončila až s ukončením nouzového stavu 17. května. Znovuotevření hranic bylo nicméně provázeno nejasnostmi ohledně opatření a restrikcí v okolních zemích, jejichž mediální prezentace (Zmatek na hranicích, 2020) přispěla spíše k posilování nejistoty, přičemž varování ministerstva zahraničí, doporučující českému občanovi do zahraničí necestovat, zůstalo uveřejněno na oficiálních webových stránkách až do jara 2021. Turista se ocitá v bezprecedentní situaci: omezení pohybu, dříve nepředstavitelná, jej zbavila i základní jistoty - práva na svobodný vstup do vlasti, vyplývající z listiny práv a svobod. Vyvolaná nejistota znamená značné narušení orientačního rámce, člověk se již nemůže spoléhat na to, co považoval za samozřejmé, co se dle jeho měřítek rovná zdravému lidskému rozumu.

Okolní země prošly každá jiným vývojem dle denně aktuálních počtů nakažených. Konkrétně traumatizovaná Itálie se k relativně normálnímu stavu a uvolnění restrikcí včetně otevření restaurací a hotelů navrátila mezi evropskými zeměmi asi jako jedna z posledních až s prvními červnovými dny. I přes relativní zklidnění situace s příchodem léta atmosféra nejistoty ve společnosti již zůstala. Turistická přímořská letoviska se dlouho vyhláženého návratu do normálu nedočkala. Tomu odpovídají mimo jiné i statistiky příjezdů do jednotlivých letních letovisek, kdy například konkrétně spíše

konzervativními návštěvníky vyhledávané Bibione zaznamenalo v letní sezóně 2020 celkový pokles zahraničních příjezdů o 60 %, přičemž pokles českých turistů dokonce o 82 % (viz příloha č.1, tab. 2) tedy z necelých 40 tisíc z roku 2019 na cca 7 tisíc roku 2020 (Sistema statistico regionale, 2021). Na pláži je to znát, i aktuálně redukovaný počet lehátek je obsazen méně než z poloviny. Z dotazníkového šetření vyplývá, že v sezóně 2020 téměř 75% pravidelných návštěvníků mořských pláží si tento požitek odřeklo a 32% z nich se nechystá k moři ani letos. Že byl pokles poptávky po zahraniční dovolené bez ohledu na uvolnění restrikcí dramatický, prokazují i data Českého statistického úřadu. U delších zahraničních cest došlo k propadu o 68% vůči roku 2019 (ČSU, 2021).

Kdo jsou lidé, kteří i při oslabení orientačního rámce ve vztahu k vnějšímu světu opouštějí relativní bezpečí domova a vyráží do zahraničí? Dle dlouholeté delegátky CK v Bibione se jedná právě o pravidelné klienty, a to natolik pravidelné, že je delegátka při příjezdu všechny běžně pozná a u velké části si vzpomene i na jméno. Veskrze jde o ty, kteří sem jezdí již několik desetiletí, a ty kteří sem jezdí každoročně. Turisté, kteří jsou s místními podmínkami obeznámeni natolik, že se již vlastně nepovažují za turisty, ale spíše za domácí. Bibione je pro ně takovou českou enklávou, na kterou se vztahují jistoty a pravidla domova. Většina z nich nepocítila ohledně cesty žádné pochybnosti, jedinou nejistotou bylo, kdy se sem budou moci dostat: „*Jen jsme čekali, až to otevřou (hranice) a jeli jsme*“ (muž, 65 let). Svou váhu v tomto ohledu samozřejmě má i snadná dostupnost vlastním vozem. Ale faktem zůstává, že dotazovaní *obyvatelé* pláže v Bibione podnikli svou dovolenou, aniž by nad tím více uvažovali, asi tak jako jiní cestu na Lipno.

Oproti tomu nikdo z dotazovaných turistů *cestovatel* v sezóně 2020 na zahraniční dovolené nebyl: „*Uvažovali jsme, že bychom třeba někam... ale, je to moc komplikované... Rušily se nějaké lety... a taky bysme třeba tam mohli zůstat*“ (muž, 45 let). Z obav z potenciálních problémů na hranicích, v destinaci, či při návratu většina odložila dovolenou na další rok: „*Zůstali*

jsme doma, byli jsme na kolech v Jizerkách a na Šumavě“ (žena, 65 let). Pokud je pro člověka cílem cesty jinakost a nové zážitky v neznámém prostředí, promítne se ztráta jistot a oslabení orientačního rámce do úmyslu cestovat mnohem více než v případě pobytu na místě, které pravidelně obýváme. Aspektem rozdílné tendence cestovat v dané sezóně je též rozdíl mezi vztahem turisty *obyvatele* k jeho dovolené, založeným vlastně na budování druhého domova, tudíž hlubším než je vztah *cestovatele* k objektům jeho cest, který je zprostředkovaný skrze fotografie z katalogů a na překonání případných překážek nestačí.

Nejistotu pocítují velmi důrazně též podnikatelé a firmy v odvětví turismu činné. Jedná se o jejich přežití a budoucnost. Zavřené hranice a omezené služby znamenají mnohamilionové ztráty. V rámci některých italských přímořských středisek dochází pod tlakem obav ze ztráty příjmů k paradoxnímu jevu, který se následně v ještě větší míře opakuje v zimě u alpských lyžařských středisek - kultivaci nového elementu podporujícího disciplinární moc státních institucí. Tím jsou právě zasažení podnikatelé sami. Turistické asociace ve spolupráci s hoteliéry a dalšími podnikatelskými subjekty samy plánují a navrhují ke schválení vědecko-technické komisi při ministerstvu zdravotnictví program omezení a restrikcí, kterým se mají řídit za účelem toho, aby jim vůbec bylo dovoleno fungovat (místní zdroj, 2021).

Tato aktivní účast na vlastním omezení v letní sezóně nese své plody.⁹ Nejviditelnějším příkladem jsou slunečníky na plážích, které jsou rozděleny pravidelně vyměřenými širšími rozestupy. Konkrétně v Bibione je počet standardních pevných slunečníků snížen z 18 000 na 7000, aby byl mezi nimi dostatečný prostor. Volné pláže¹⁰ jsou nově obdařeny stejně vyměřeným systémem kolíků, u kterých je nutné si místo rezervovat prostřednictvím aplikace. Určitá část spontaneity pláže a jejích vnitřních mechanismů regulace je nenávratně pryč, vytlačena vnější institucionalizovanou kontrolou. Jedna z drobností, kterou návštěvníci dle

⁹ Zimní sezóna 2021 se kolegům z hor vzhledem k rozšíření epidemie zachránit nepodařila.

¹⁰ Pláže, na kterých nejsou předem připravené slunečníky s lehátky, bývají standardně prázdné a návštěvníci se mohli vždy usadit kdekoli bylo volno.

svých výpovědí sice zaregistrovali, ale bez výraznějších komentářů akceptovali. K tomu dopomohla pravděpodobně i aktuálně nízká návštěvnost, tedy absence hrozby nedostatku míst, což se sice v budoucnu snad změní, nicméně místní pracovníci počítají s tím, že „*pak už na to lidé budou zvyklí.*“

S podobnými nenápadnými posuny od spontaneity k regulaci se lze setkat v moderním světě na každém kroku, přičemž epidemie výrazně rozšiřuje pole působnosti institucionalizace regulace běžného života a toleranci vůči takovým omezením. Nelze se pak mnoho divit rozmachu konspiračních teorií odkazujících se na pokřivené pojetí Foucaultovy disciplinární moci (Kostičová, 2021). V současné situaci je rozvoj a růst popularity různých alternativních teorií povzbuzován ztrátou základních jistot. Právě naše potřeba orientačního rámce nás dělá ovlivnitelné. Dle Fromma čím více nějaká ideologie předstírá schopnost s jistotou zodpovědět všechny otázky, tím silnější je její přitažlivost. Jen budoucnost ukáže, kam to vlastně společnost dovede. V současnosti je nicméně jisté, že ti, kteří se cestování nevzdali, postupně zdolávají překážky, které jim instituce vkládají do cesty, právě poddáním se jim, aby si svou dovolenou mohli užít, a dané omezení a restrikce jsou jejich akceptací postupně normalizovány a integrovány do běžného života jako jeho každodenní součást.

V souvislosti s pandemií COVID 19 je vhodné krátce zmínit i další efekt epidemické situace, který v rámci této práce sice nebyl podrobně zkoumán, ale souvisí s tématem utváření druhých domovů. Jedním z opatření omezující možnosti přenosu nemoci bylo rozšíření praktiky práce z domova doporučené zaměstnavatelům ze stran státu. Dočasné zavedení práce z domova umožnilo některým firmám odhalit efektivitu tohoto konceptu a vedlo k jeho implementaci i v rámci standardní praxe. Práce z domova a prostřednictvím internetu umožnila rozmach výskytu digitálního nomádství, jehož podstatou je vlastně kompletní přesun každodenního života včetně práce do dovolenkové lokality. Z druhého domova, fungujícího na principu potěšení se stane domov hlavní. Tohoto trendu se jako záchranného lana

chytily a propagují je i samy stagnující turistické destinace zvýhodněnou nabídkou celo-sezónního ubytování.

Ač se to na první pohled v mnohém jeví jako velmi přitažlivý způsob života, tak jako všude i zde lze nalézt negativní aspekty. Logickým důsledkem takové fúze dovolené a všedního dne je setření rozdílů mezi oběma alternativami. Dovolenu postihne ztráta aureoly liminality, postupně přestane být vzácností, stane se každodenností a realita znovu převezme vládu nad potěšením. V určitém smyslu dochází k uzavření jedné únikové cesty z reality.

7 ZÁVĚR

Pláž je veřejným prostorem vyznačujícím se vysokou homogenitou co do vnímaných sociálních rozdílů, předpokládanou jednostranností účelu pobytu a vizuální jednoduchostí. Tyto rysy výrazně snižují náročnost pobytu na ní, co se poznávacích procesů týče. Oproti klasickému městskému veřejnému prostoru je pláž místem, které své obyvatele mnohem méně ohrožuje neznámem, přesto si díky latentní tušené heterogenitě uchovává aspekt atraktivity. Pláž je prostorem kolektivity a sdílené intimity v bezpečí relativní anonymity, kombinuje kouzlo společnosti neznámých druhých se svobodným oddáním se smyslovým prožitkům. Proto je také vnímána jako místo svobody, která je spoluutvářena obyvateli pláže, ti si ji prostřednictvím vysoké míry tolerance, zdvořilosti a lhostejnosti skýtají navzájem s nevědomým cílem naplnit svou představu ideální dovolené.

Pláž popisuje Jean-Didier Urbain jako neobývané místo bez historie a tudíž bez identity, kterou jí dodávají až dočasní *obyvatelé*. Obýváním pláže se svými blízkými do ní projektují emoce zde prožité. Emoce dle Yi-Fu Tuan získávají své ukotvení v materiálním prostředí. Je to generický charakter pláže, který pak zajišťuje přenositelnost tohoto vztahu i na jiné, tím je zprostředkována láska k pláži ve všeobecném smyslu. Minimalistický vizuální charakter pláže spolu s neustále se opakujícími ritualizovanými činnostmi dle Urbaina odívá pláž do hávu surreality či dokonce hyperreality, tato její neskutečná atmosféra je katalyzátorem mechanismů oddělení se od reality a vnějšího světa. V rámci této práce bylo ukázáno, že tento mechanismus ještě prohlubuje specifický akustický charakter pláže, která svou schopností pohlcovat a tlumit okolní zvuky umožňuje *obyvateli* vnímat svůj prostor jako izolovaný od ostatních i přestože je obklopen lidmi. Pocit úniku z reality a zmíněná homogenita pláže jsou spojeny s absencí znaků rozdílných společenských statusů a společnou pozicí mimo obvyklé sociální vrstvy. Jediné sociální role zachované v rámci pláže jsou role existující v rámci dané skupiny, typicky rodiny. Zdůraznění základních rolí a jejich

izolace je zdrojem posilování základních sociálních vztahů, ke kterým se vážou prostřednictvím opakování činností k nim náležejícím. Tyto rutinní činnosti týkající se hlavně péče o své blízké a volnočasových aktivit s nimi jsou neustálou připomínkou domova a prostředkem jeho bezděčné reprodukce jak v prostředí pláže tak i celkově v průběhu dovolené. V návaznosti na takové zjištění lze vyvrátit tradiční vymezení dovolené vůči každodennosti, jako liminální oblasti charakterizované absencí struktury. Tento koncept je rozvíjen autory jako např. Graburn, navazujícími na Van Gennepoovo pojetí přechodových rituálů či Turnerův koncept liminality a *communitas*. Život plážové dovolené je strukturován a to mimo jiné ritualizovaným využíváním pláže či frekventovaným vnášením každodenních habituálních činností. Absence struktury i svoboda pláže jsou iluzí, která nicméně pro plážové *obyvatele* konstruuje realitu.

Pravděpodobně i s ohledem na aspekt obývání pláže ve smyslu utváření domova jsou lokality navštěvované *obyvateli* pláží typické tendencí k vytváření druhých domovů. Bibione je jednou z takových typických lokalit navštěvovaných rodinami po generace. Na jednu stranu je pro českého turistu pobyt v Bibione po finanční a kulturní stránce jednou z nejméně náročných alternativ, jak vyhovět standardům moderní společnosti, mezi něž přímořská dovolená bez pochyb patří. Na druhou stranu je Bibione místem koncentrujícím pozitivní emoce radostných zážitků s rodinou a blízkými a jeho význam je multiplikován opakovanými pobyty.

Podstata motivace turisty *obyvatele* rezonuje s dočasným návratem k Freudovu principu potěšení. Spočívá v emocích zprostředkovaných pláží tkvících ve svobodném odevzdání se smyslovým prožitkům, spontánním ocenění základních sociálních vazeb a jejich bezděčné reprodukci. Tento návrat je nicméně pouze částečný a do větší míry iluzorní. Jednak je totiž jeho uskutečnění umožněno právě racionalitou a odkládáním uspokojení potřeb v rámci běžného života a jednak jsou lidské instinkty neustále pod vlivem externí reality (Marcuse, 1966, 11), tedy formovány kulturou a civilizací, jíž jsou v běžném životě obklopeny.

Jiná je situace v případě turisty *cestovatele*, jehož hlavním cílem není pobyt, ale možnost spatřit a obdivovat určité prostorové formace, či prožít určitou výjimečnou zkušenost. Ta je v různé míře zprostředkována též symbolickou hodnotou navštěvovaného místa. Takovéto zkušenosti jsou pak zdrojem symbolického kapitálu, uchovávaného prostřednictvím fotografií suvenýrů apod.

Dalo by se říci, že motivace turisty *cestovatele* osciluje mezi budováním symbolického kapitálu a potřebou nových podnětů a stimulů, která, tak jak ji formuluje Eric Fromm, zahrnuje potřeby kognitivní, estetické a i vrcholnou zkušenost sebetranscendence (Maslow, 1970, 165).¹¹

V momentě ohrožení orientačního rámce, který veskrze koresponduje se základní potřebou jistoty a bezpečí definovanou Maslowem, upadá do pozadí v Maslowově systému dále postavená potřeba intelektuálního rozvoje, resp. poznávání a chápání (Maslow, 1970, 49) tvořící díl výše definované potřeby nových stimulů. Dle Maslowovy teorie potřeb se další potřeby vynořují a uplatňují až v momentě uspokojení potřeb jim předcházejících, z daného principu lze logicky odvodit, že pokud náhle přestane být uspokojována základní potřeba jistoty, nadstavbová touha po poznání ustoupí ze zřetele před znovu vynořenou aktuální urgencí základních jistot. Je tedy logické, že turismus v duchu *cestovatele* cílící na objevování nového je v momentě ohrožení základních jistot taktéž upozaděn. Člověk se soustředí na uhýbání před neznámem a vyhledávání bezpečí a stability. Je nasnadě, že turismus *obyvatel* v jejich druhých domovech, kteří se pohybují v intimně známém prostředí, je turbulentním vývojem méně dotčen.

Motivace cestování koresponduje s potřebami generovanými aktuálním existenčním kontextem. Současný společenský kontext začal krystalizovat v období osvícenství a s ohledem na přímořský turismus jsou jeho hlavními

¹¹ Již bylo upřesněno výše, že Maslow k potřebě sebetranscendence uvádí, že k jejímu uspokojení dospěje jen velmi malé množství lidí. V tomto ohledu je složení potřeby podnětů a stimulů nutno vnímat jako vysoce individuální.

složkami kultura zdravého životního stylu, celková racionalizace myšlení společnosti a odklon od nadpřirozena k vědeckým zdůvodněním, související zesvětštění přírody a dominance hospodářství založeného na spotřebě.

Z tohoto pohledu lze nahlížet podstatu motivace např. poutnictví za svatým cílem a návštěvy Muzea Louvre stejně, jakožto důsledek souběhu potřeb generovaných daným existenčním kontextem. V případě poutnictví jde o potřebu sounáležitosti, lásky a přijetí, která je základem náboženství a taktéž úcty, vzhledem k tomu, že posvátný cíl je zdrojem symbolického kapitálu. V evropském kontextu můžeme poutnictví zasadit hlouběji do minulosti, do doby uspokojení fyziologických potřeb a potřeb jistoty, kdy v rámci společnosti již byl více méně zajištěn způsob obživy i určité stabilní místo k životu a myšlení společnosti dominovalo náboženství. Návštěva Louvre taktéž odpovídá potřebě adekvátní své době a kontextu. Současná doba skýtá relativní dostatek možností k uspokojení základních fyziologických potřeb, dále potřeby bezpečí, potřeby lásky a sounáležitosti.¹² Jako prioritní tedy vyvstávají potřeby uznání uspokojované v tomto případě prostřednictvím hromaděním symbolického kapitálu a dále potřeby seberealizace, kognitivní, estetické, potažmo duchovní.

Turismus je v současnosti nepochybně jednou z preferovaných aktivit. Je prioritní volnočasovou praktikou sdílenou v rámci západní společnosti a odpovídá celé škále lidských potřeb fyziologickými počínaje a duchovně konče. Cestování skýtá cestu ke zvýšení psychického zdraví jedinců, neboť, jak tvrdí Maslow, s vyšším stupněm uspokojovaných potřeb roste též úroveň psychického zdraví jedince (Maslow, 1970, str. 67). Dovolena je prostředkem sblížení se s blízkými a současně oddělení od reality. Čerpání nových sil, zkušeností i prestiže. Komodifikace cestování a nakládání s dovolenou jako s tržním artiklem hrozí zplošťováním jejího významu a efektu. Marketingové strategie redukuje charakter destinace na aspekty symbolizující cílovou skupinou preferovaný životní styl a na užitnou hodnotu materiálního

¹² Například ve smyslu intenzifikace vztahů v rámci nukleární rodiny viz kap. 2 a taktéž sounáležitosti podporované národnostní politikou apod.

prostředí. Souběžně se vyskytujícím jevem je postupný posun dovolené z oblasti potěšení a radosti do oblasti povinnosti. Dovolená se stává součástí každodennosti, která je kontrolována principem reality.

8 POUŽITÁ LITERATURA

- Bannikov, K. (2. 5 2021). *Anthropology of Tourism*. Načteno z Montblanc Press:
<https://montblanc.press/en/articles/51/159/>
- Baruh, L. (2010). Mediated Voyeurism and the Guilty Pleasure of Consuming Reality Television. *Media Psychology*, stránky 201-221.
- Baudrillard, J. (23. 5 2021). *Simulacra and Simulation*. Načteno z Stanford.edu:
https://web.stanford.edu/class/history34q/readings/Baudrillard/Baudrillard_Simulacra.html
- Boorstin, D. J. (1987). *The Image*. New York: Atheneum.
- Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*, stránky 164 - 182.
- ČSU. (5. 6 2021). *Cestovní ruch - časové řady*. Načteno z Český statistický úřad:
https://www.czso.cz/csu/czso/cru_cr
- Edensor, T. (1998). The culture of the Indian street. V N. Fyfe, *Images of the Street: Planning, Identity and Control in Public Space* (stránky 201-216). Routledge.
- Foucault, M. (10 2014). The politic of health in the eighteenth century. *Foucault Studies*, stránky 113-127.
- Fromm, E. (2019). *Anatomie lidské destruktivity*. Praha: Portál.
- Graburn, N. H. (1989). Tourism: The Sacred Journey. V V. L. Smith, *Host and Guest* (stránky 21-36). Philadelphia: University of Pennsylvania.
- Haldrup, M., & Larsen, J. (2010). *Tourism, Performance and the Everyday*. Abingdon: Routledge.
- Heidegger, M. (1993). Building, Dwelling Thinking. 343-364.
- Hesiodos. (1976). *Železný věk*. Praha: Odeon.
- Holden, A. (2005). *Tourism Studies and Social Sciences*. Taylor & Francis e-Library.
- Kapusta, J. (2011). Poutnictví nebo turismus? Přehodnocení náboženských a sekulárních cest za nevěšedností. Ústav etnologie, FFUK.
- Kaufman, J.-C. (2007). *Corpi di donna, sguardi d'uomo*. Milano: Raffaello Cortina.
- Kostičová, Z. (10. 6 2021). *Virus jako konspirace*. Načteno z Náboženský infoservis:
<https://info.dingir.cz/2020/04/virus-jako-konspirace/>
- La nostra storia*. (2. 1 2021). Načteno z bibione.eu: <https://www.bibione.eu/scopri/la-storia/#anni-50>
- Lupton, D. (1995). *The Imperative of Health*. London: Sage.
- Marcuse, H. (1966). *Eros and Civilisation*. Boston: Beacon Press.

- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row Publishers.
- Nash, D. (1989). Tourism as a Form of Imperialism. V V. L. Smith, *Host and Guests* (stránky 37-52). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Nev-Dama. (nedatováno).
- Pospěch, P. (2013). Městský veřejný prostor: interpretativní přístup. *Sociologická časopis*, stránky 75 - 96.
- Půtková, B. (2019). *Antropologie turismu*. Praha: Karolinum.
- Růžička, M., & Vašát, P. (2021). Základní koncepty Pierra Bourdieu. *Antropowebzin*, stránky 129-133.
- Simmel, G. (30. 6 2021). *The Metropolis and Mental Life*. Načteno z Blackwell Publishing: http://www.blackwellpublishing.com/content/bpl_images/content_store/sample_chapter/0631225137/bridge.pdf
- Sistema statistico regionale*. (10. 6 2021). Načteno z Regione del Veneto: http://statistica.regione.veneto.it/banche_dati_economia_turismo.jsp
- Spěváčková, M. (23. 3 2020). *Nákazu sem zavlekli lyžaři*. Načteno z Seznam zprávy: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/pernes-nakazu-sem-zavlekli-lyzari-seniorum-jde-o-zivot-to-neni-legrace-95164>
- Touring Club Italiano*. (2. 1 2021). Načteno z Touring Club Italiano: <https://www.touringclub.it/chisiamo/la-nostra-storia>
- Tuan, Y.-F. (1979). Space and Place: Humanistic Perspective. V S. Gale, & G. Olsson, *Philosophy in Geography* (stránky 387–427). Dordrecht: Springer.
- Turner, V. (2004). *Průběh rituálu*. Brno: Computer press.
- Urbain, J.-D. (1996). *At the Beach*.
- Urry, J. (1995). *Consuming places*. Taylor & Francis Group.
- WTTC. (5. 6 2021). *WTTC*. Načteno z World Travel & Tourism Council: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact/economic-research/economic-impact-analysis>
- Zmatek na hranicích*. (24. 4 2020). Načteno z Novinky.cz: <https://www.novinky.cz/koronavirus/clanek/zmatek-na-hranicich-kazdy-rika-neco-jineho-40321674>

9 RESUMÉ

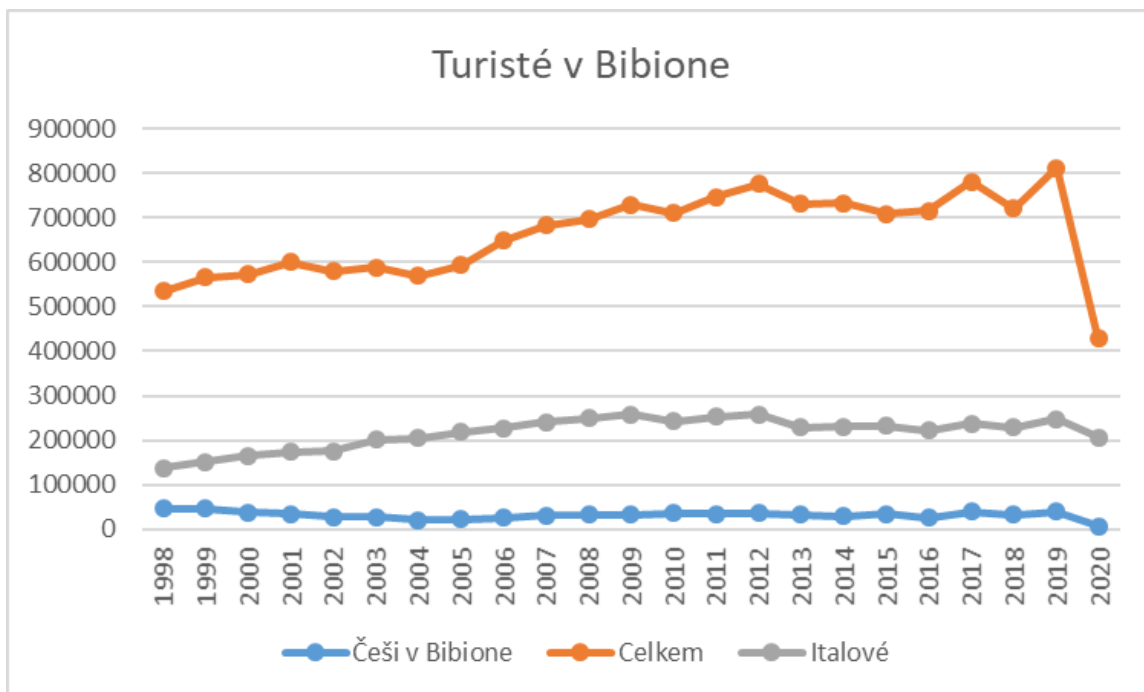
This work is based on the idea that the way of leisure reflects the values of society. The work focus on the phenomenon of coastal tourism developed massively within Czech society since the early 1990s after the opening of the borders. Specifically the research focuses on the Italian seaside resort Bibione, an example of a foreign location which has been visited by Czech tourists en masse for almost 30 years and represents one of the first and typical post-revolutionary destinations of Czech tourism. As the primary goal of coastal tourism is a sea beach, research will be largely focused on its quality and spatial aspects in terms of experiencing space and forming a relationship with it.

The aim of the work is to identify and analyze the motives leading to the selection of some ways of spending holidays, the relationship of these choices with the values and way of life of Czech society and the impact of staying in a foreign environment on symbolic capital, norms and attitudes of actors. The work therefore examines what ideas, practices and performances separate, resp. they splice life at home and on holiday, and reconsider the established notion of tourism as a step out from everyday life, the social structure and cultural patterns of their own society.

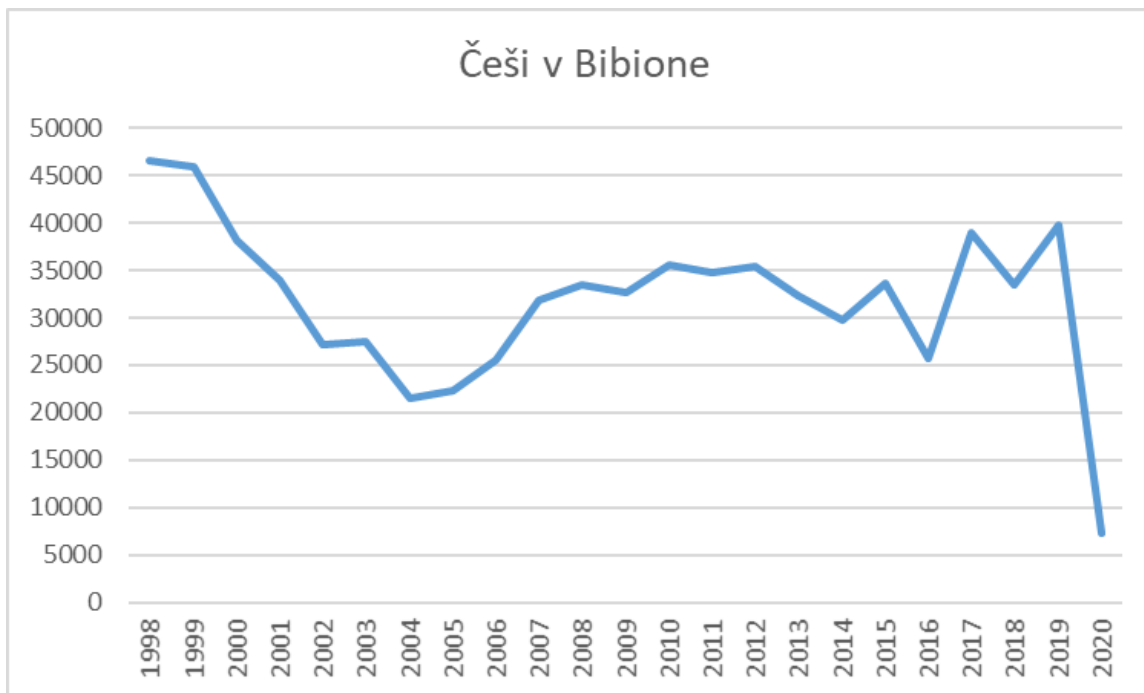
Tourism is currently a priority leisure practice shared within Western society and meets the full range of human needs from physiological to spiritual. Traveling provides a way to increase an individual's mental health, as Maslow argues, with a higher degree of satisfied needs also the level of individual mental health increases. A beach holiday is a means of strengthening of basic social bonds and also detaching from reality. Drawing new strength, experience and prestige. The commodification of travel and the treatment of holidays as market items can lead to a flattening of their meaning and effect. Holidays become part of everyday practice controlled by the reality principle.

Příloha č. 1

Tabulka 1, Srovnání počtů příjezdů turistů do Bibione za uvedenou letní sezónu - vývoj za uplynulých 22 let (Sistema statistico regionale, 2021)

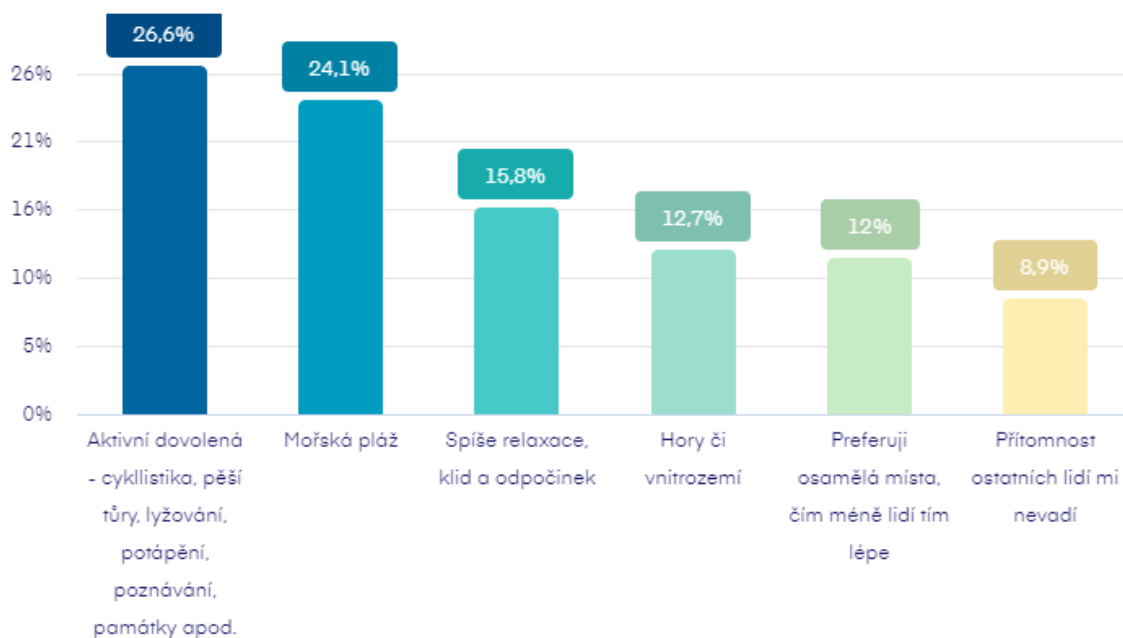


Tabulka 2, Počty příjezdů českých turistů do Bibione za uvedenou letní sezónu - vývoj za uplynulých 22 let (Sistema statistico regionale, 2021)

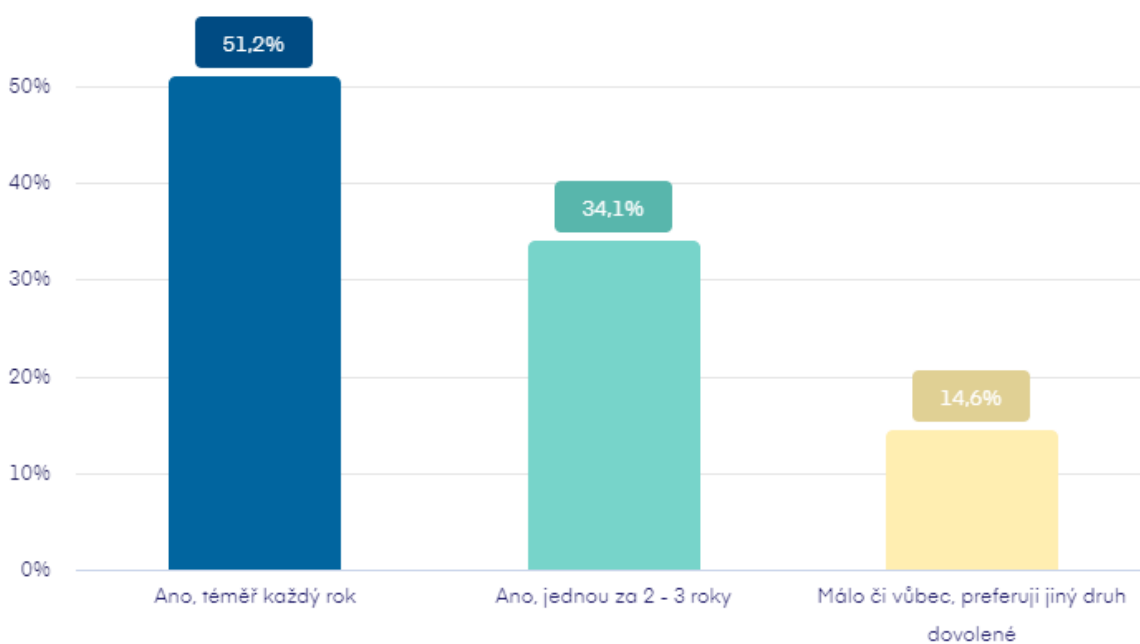


Příloha č. 2: Výsledky dotazníkového šetření

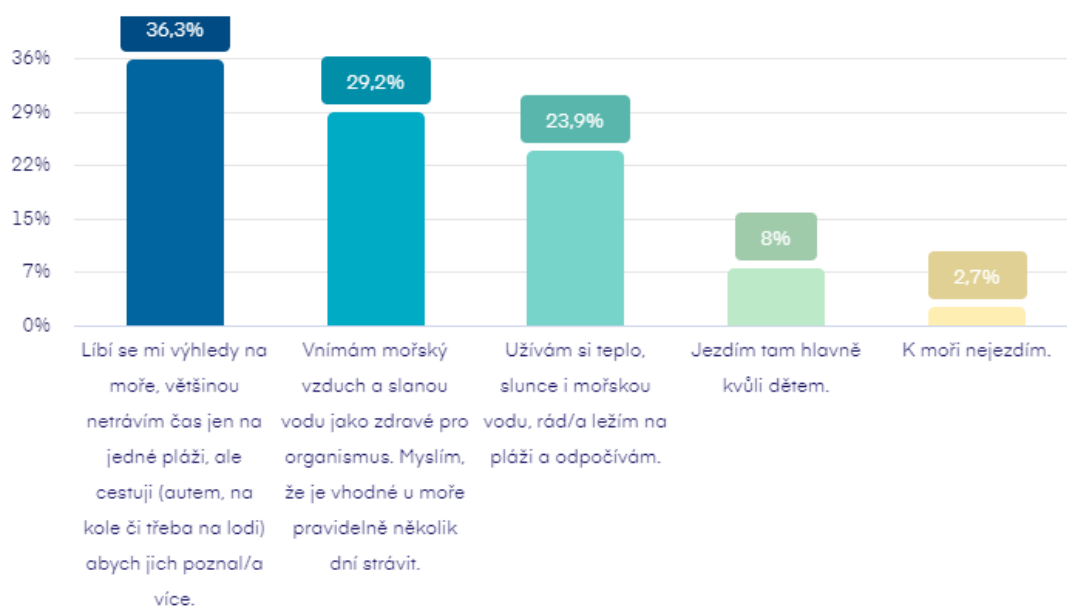
1. Jaký druh dovolené preferujete?



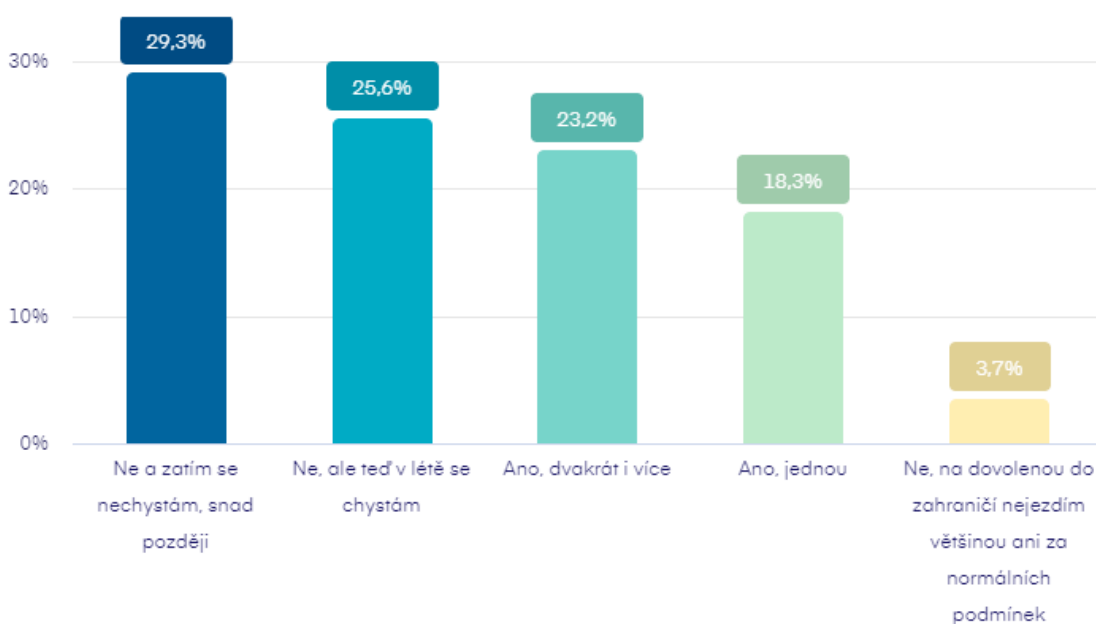
2. Jezdíte pravidelně na dovolenou k moři?



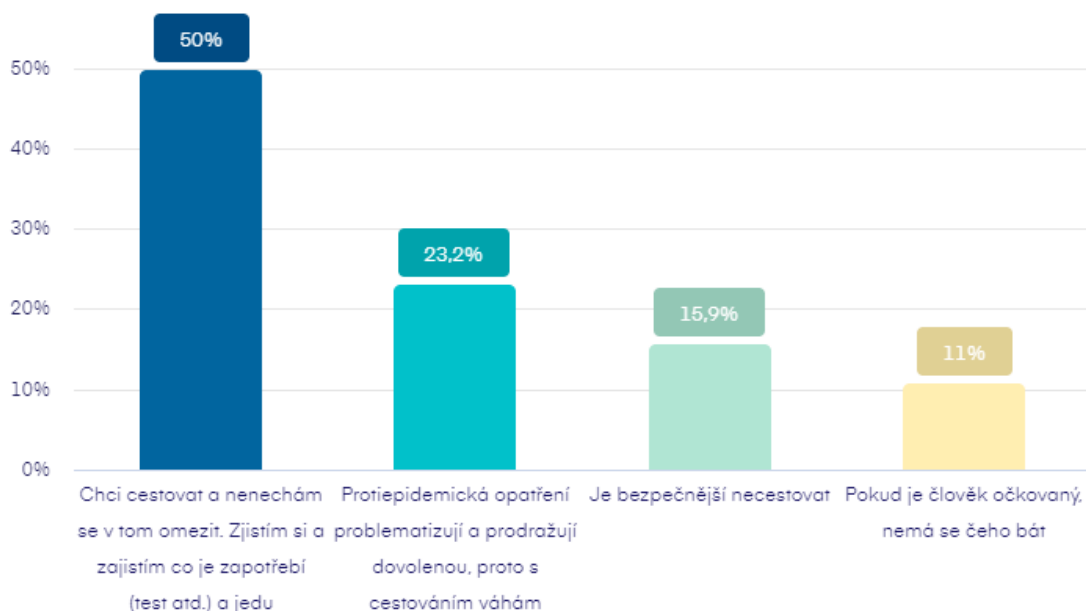
3. Pokud jezdíte k moři, jaké důvody k tomu máte?



4. Byl / byla jste od počátku epidemie Covid 19 (jaro 2020) na dovolené v zahraničí?



5. Jakým způsobem vnímáte cestování do zahraničí ve spojení se současnou pandemickou situací?



6. Jaký máte názor na očkování proti Covid 19?

