

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

Filozofická fakulta

Katedra kulturologie



Bakalářská práce

Lenka Radová

Fenomén baťůžkářství: příspěvek k antropologii turismu

**The Backpacking Phenomenon: a contribution to the
anthropology of tourism**

Praha, 2012

Vedoucí práce: PhDr. Václav Soukup, CSc.

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala PhDr. Václavu Soukupovi, CSc. za cenné rady při psaní práce a své rodině za morální podporu.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 20. 8. 2012

.....

Lenka Radová

Abstrakt

Předmětem bakalářské práce je deskripce novodobého stylu cestování z pohledu společenských věd. Vývoj baťůžkářů se za posledních čtyřicet let posunul od několika málo tuláků k významnému globálnímu průmyslu. Baťůžkářství se stalo konvenční a institucionalizovanou alternativou k masovému turismu. Na základě teoretické analýzy dosavadního bádání se autorka snaží zachytit tento dynamický vývoj a popsat důležité charakteristiky fenoménu. Věnuje pozornost současným problémům baťůžkářství a profilu backpackera. Součástí práce je vlastní empirické šetření. Rozbor cestovatelské komunity baťůžkářů, její interakce a adaptace na lokální kulturní normy, je příspěvkem k relativně novému oboru – antropologii turismu.

Klíčová slova

Baťůžkář, baťůžkářství, cestování, globalizace, turismus

Abstract

The subject of the bachelor thesis is a description of the new style of travel from the perspective of the social sciences. Backpacking made a huge step during the last forty years – it developed from a few wanderers to a significant global industry. Backpacking became conventional and institutionalized alternative to mass tourism. On the basis of the theoretical analysis of the previous research, the author captures this dynamic development and describes the important characteristics of the phenomenon. She pays attention to the current problems of the backpacking and to the profile of the backpacker. Part of this work is empirical investigation. Analysis of the backpacking community, its interactions and adaptations on local cultural norms is a contribution to a relatively new field – anthropology of tourism.

Keywords

backpacker, backpacking, travel, globalization, tourism

Obsah

ÚVOD.....	8
1. Teoretická východiska.....	11
1.1 Cestování v lidském životě.....	11
1.2 Turismus.....	13
1.3 Zdroje a výzkumy.....	15
2. Backpackers.....	22
2.1 Vznik a vývoj.....	23
2.2 Profil baťůžkáře.....	24
2.3 Baťůžkář versus konvenční turista.....	25
2.4 Backpacking jako rituál přechodu.....	26
2.5 Příběh Lonely Planet.....	29
2.6 Baťůžkářské enklávy.....	34
3. Empirická část.....	39
3.1 Shrnutí dosavadního bádání v oblasti backpackingu.....	39
3.2 Vlastní empirické šetření.....	40
3.3 Shrnutí výzkumu.....	47
ZÁVĚR.....	51
SLOVNÍK POJMŮ.....	55
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	59
PŘÍLOHY	

Seznam použitých zkratk:

ATLAS	Vzdělávací asociace turismu
BBC	Britská rozhlasová a televizní stanice
BRG	Seskupení pro výzkum backpackingu
LP	Průvodce edice Lonely Planet
UNWTO	Světová organizace turismu
WCTR	Centrum pro výzkum turismu ve Walesu
*	Symbol odkazující na heslo ve slovníku

Úvod

„Vyvázat se, abychom lépe vychutnávali blízkost věcí.“

(Maffesoli, 2002, s. 95)

„...bloudění je nakonec určitá ‚extáze‘ v tom nejdůslednějším smyslu, extáze dovolující uniknout zároveň uzavřenosti individuálního času, principu identity a přidělení stálého sociálního a profesního bydliště.“

(Maffesoli, 2002, s. 143)

Cestování a putování v jakékoliv formě představuje nezbytnou součást lidské existence. Na dalekou cestu se dnes můžeme vydat několika způsoby. Nej pohodlnější variantu nabízejí cestovní kanceláře, které nám za určitý finanční obnos zprostředkují návštěvu cizí země s minimálním rizikem a námahou. Stačí si prolistovat barevný katalog nabízející organizované výlety do exotických destinací nebo si zadat své požadavky a nechat si sestavit dovolenou doslova na klíč. Agentura zajistí veškeré formality a my jako zákazníci jen zvolíme termín, zaplatíme fakturu, sbalíme zavazadla a dostavíme se včas na letiště. Podle novináře a cestovatele Ivana Breziny potom

„celou ‚exotickou dovolenou‘ prožijeme v umělém turistickém metasvětě, v dokonale sterilní bublině pečlivě chráněné před skutečnou atmosférou cizí země a kontakty s domorodci. Turistovi nedojde, že je podveden. Netuší, že mu cestovní kancelář místo slibovaného důkladného poznání cizí země a její kultury prodala předraženou kýčovitou iluzi prefabrikovaných pseudozážitků, předem naplánovaných virtuálních ‚dobrodružství‘ a přeslazené exotiky. Uhoněné zájezdy s cestovkami jsou proto jen drahým, zbytečným a bezcenným přesunem v prostoru, vyznačujícím se absolutní absencí poznání, pochopení a vhledu do cizí reality. Vždyť co se dá poznat a pochopit za čtrnáct úspěšných zájezdových dní?“ (Brezina & Brezinová, 1999, s. 6).

Další možností, jakousi střední cestou, jsou zájezdy s cestovními kanceláři, které tvoří alternativnější formu k masovým zájezdům a nabízejí klientům dobrodružnější rozměr v poznávání světa. Ale ti z nás, kteří touží nahlédnout do cizích krajů trochu intimněji, bez organizované skupiny, volí další variantu a tou je tzv. nezávislé cestování¹. A některým z nás se pak přihodí, že se na tomto typu cestování stanou takřka závislími. Hlavním podnětem výběru tématu bakalářské práce byla má vlastní zkušenost a záliba v *backpackingu*². Během období 2000–2012 jsem postupně navštívila asi 17 mimoevropských zemí, přičemž v každé z nich jsem s batohem na zádech cestovala přibližně od dvou do šesti týdnů.

Podle historika Jamese Clifforda (1997) se pozdně moderní společnost stává více neklidnou a pohyblivou a jedním z kulturních symbolů tohoto mobilního světa jsou tzv. *baťůžkáři. Baťůžkáři se nachází na každém rohu zeměkoule, od odlehlých vesnic v Hindu Kush až po centra Londýna nebo Paříže. Nenosi s sebou jen symbolický fyzický batoh, který jim dal jméno, ale také své kulturní zavazadlo. Jejich cesta je doprovázena průvodními jevy baťůžkářské *kultury – banánovými palačinkami, bary s nočními video představeními a levnými hostely (Iyer, 1988). Snahou této práce je přiblížit právě svět současných nezávislých cestovatelů, tzv. *backpackers*, a zmapovat fenomén jejich *globálního způsobu cestování.

Bakalářská práce je rozdělena do tří kapitol. Úvodní část je věnována rozboru cestování a turistického ruchu, představení dosavadních teoretických rámců a výzkumů v této oblasti. Ve druhé kapitole je již pozornost soustředěna na specifické projevy baťůžkářské scény. Následuje vlastní empirický výzkum, jehož účelem je zodpovědět dvě stanovené hypotézy. Analýza fenoménu baťůžkářství je příspěvkem k relativně novému oboru – *antropologii turismu. Rozvoj této tematické oblasti sociální a kulturní antropologie souvisí s přesunem velké části antropologie od původního výzkumu jinakosti těch „jiných“ do nitra západní společnosti a dále s proměnami způsobu trávení volného času.

1 Autorka chápe pojem jako turismus neorganizovaný cestovní kanceláří nebo agenturou.

2 Druh specifického nezávislého, nízkorozpočtového a mezinárodního cestování, jehož představitelem je *back packer* neboli baťůžkář. V práci používám jak českou, tak i anglickou verzi termínu.

Fenoménu backpackingu bylo v zahraničí věnováno několik studií a zájem o toto téma stále stoupá. V českém prostředí tvoří okrajovou záležitost s téměř nulovou pozorností. Proto převážnou část zdrojů této bakalářské práce tvoří zahraniční literatura. Backpacking vnímám jako kulturní a sociální fenomén a alternativní formu turismu, dnes již globálního charakteru. Tento socio-kulturní jev prošel dynamickým vývojem. V práci se promítne nový pohled na turistu jako na aktivního tvůrce svého turistického prožitku a snaha o dosažení hlubšího pochopení této kulturní praxe, s jejími pozitivními a negativními důsledky.

1. Teoretická východiska

1.1 Cestování v lidském životě

V posledních desetiletích se pozvolně zvyrazňuje hranice mezi volným časem a prací. I když podle amerického antropologa Erve Chamberse neexistují dostatečné důkazy asociace mezi cestovním ruchem a volným časem, mnoho raných studií tvrdí, že vznik volného času souvisí se vznikem kapitalismu a jako masový jev vznikl v období průmyslové revoluce v důsledku technického a sociálního pokroku (Chambers, 2010).

Pohyb a cestování provází lidstvo od nepaměti. Archeologická a historická zkoumání nejčastěji přikládala cestování význam primárního prostředku k naší druhové adaptaci a rozvoji, na cestování se pohlíželo spíše jako na náhodnou činnost. V dobách raných náboženských poutí a renesančních obchodních a objevných expedicí už se cestování začíná podobat více turistice spojené s ideály rekreace a volného času. Vodítka k současným západním přístupům spojených s moderním turismem poskytla rychlá globální expanze evropských kolonizátorů během 19. století (ibid.).

Vlivem prostoru a času na způsob života v pozdně moderních společnostech se zabývá francouzský sociolog italského původu Michel Maffesoli. Rozpracoval motiv novodobého nomádství jako vzpouru proti racionální dělbě práce. Vychází z předpokladu, že naše společenství je utvářeno blouděním, tuláctvím. Bloudění, které je hluboce zakořeněno v každém člověku, je výrazem dobrodružné touhy po neochočeném a otevřeném životě. Maffesoliho metafora bloudění se nevztahuje jen na cestování, ale i na bloudění v zaměstnání, milostném životě, v názorech a přesvědčení. „*Dynamismus a spontánnost nomádství tkví právě v pohrdání hranicemi a v konkrétním prožívání něčeho univerzálního. Neběží tedy o nic egoistického nebo uzavřeného do sebe, ale naopak o vzepětí ducha. To je nejvlastnější rys tulácké svobody: vyjadřovat silnou osobnost. Způsob, jak uniknout oné stádní osamělosti, jež je vlastní racionálnímu a mechanickému uspořádání moderního sociálního života.*“ (Maffesoli, 2002, s. 95).

Jev cestování můžeme z psychologického hlediska vnímat jako:

- cestování ve smyslu užívání cest, turistiky, rekreace v organizované podobě;
- odpočinek od každodenních povinností, přemístování se se záměrem změnit „podnětové pole“;
- cestování jako putování, hledání cest a poznání, hledání vyššího celku, hledání ducha míst, hledání sama sebe v kontaktu s *geniem loci* (Šípek, 2001, s. 100).

Při přípravě každé turistické akce lze použít několika hledisek – relaxačního, edukačního, psychologického, zdravotního, organizačního a bezpečnostního. Klienti cestovních kanceláří si chtějí většinou odpočinout, užít si, zažít změnu a pocit krásna, uspokojit svůj vkus vnímání světa. Menší část klientů si vědomě rozšiřuje své znalosti příslušné lokality. Zájmy klienta se nutně setkávají se zájmy cílové destinace – příliv kapitálu, posílení infrastruktury, zviditelnění lokálních pamětihodností, tradice atd. (Šípek, 2001).

Cestování a aktivní poznávání může významně pomáhat odbourávat stereotypy, které jsme si o světě kolem nás ve svých představách zkonstruovali. Navyklé způsoby vnímání ve své podstatě představují užitečný „vynález“ naší psychiky. Chrání nás totiž před nežádoucími tlaky se změnami v psychické reprezentaci okolí a světa, současně chrání i naši identitu sestavenou z množiny navyklých způsobů vnímání a hodnocení. Cestu je možno chápat jako jeden z archetypů hledání a nalézání moudrosti (ibid.).

Jinak vnímá význam cestování švýcarský filozof Alain de Botton: „*Vycházíme-li z předpokladu, že našim životům vládne touha nalézt štěstí, pak nám asi málokterá lidská činnost osvětlí zákony a dynamiku tohoto hledání – se všemi jeho vášněmi i protiklady – lépe než právě cestování. Vyjadřujeme jím, ač třeba nejasně, své představy o tom, jak by mohl vypadat život osvobozený od nutnosti pracovat a bojovat o přežití.*“ (Botton, 2010, s. 15).

1.2 Turismus

Turismus je stále výraznější lidská aktivita a jeho základní používané termíny definovala mezinárodní konference o turismu pořádaná Světovou organizací turismu (*World Tourism Organization*, dále jen UNWTO) v Ottawě v červnu 1991. Turista je dočasný návštěvník určité země, který se na jejím území zdrží alespoň 24 hodin a jehož cestovní motivy jsou některé z následujících:

- volný čas (zábava, dovolená, zdraví, studium, náboženství a sport);
- obchod, rodina, mise, konference;
- jde-li o kratší zdržení než 24 hodin, jde o výlet. (zdroj: unwto.org)

Vhodnější definicí, která poukazuje na souvislosti mezi turismem a společností, nabízí publikace *Cestovní ruch – Výkladový slovník* od Martiny Páskové a Josefa Zelenky (2002, s. 6–7):

„Cestovní ruch je komplexní, mnoha oblastmi a z mnoha hledisek se prolínající společenský jev bez jakýchkoli pevně stanovených hranic, který je synergickým souhrnem všech jevů, vztahů a dopadů v časoprostorovém kontextu, souvisejících s narůstající mobilitou lidí, motivovanou uspokojováním jejich potřeb v oblasti využití volného času, rekreace, cestování a poznávání, dále v oblasti sociální, kulturní a v dalších oblastech. Jevovou náplní cestovního ruchu jsou především souhrnné aktivity jeho účastníků, procesy související s budováním a provozováním zařízení poskytujících těmto účastníkům služby, aktivity spojené s rozvojem a ochranou zdrojů pro jeho funkci, souhrn politických a veřejnoprávních aktivit (politika, propagace a regulace cestovního ruchu, mezinárodní spolupráce apod.) a současně i reakce místních komunit a ekosystémů na uvedené aktivity (zpětná vazba).“

Erik Cohen definuje turistu jako „*dobrovolného, dočasného cestovatele, očekávajícího příjemnou formu novosti a změnu zažívanou na poměrně dlouhé a neopakovatelné cestě tam a zpět*”³ (Cohen, 2004b, s. 23).

Obecná definice UNWTO se s Cohenovou shoduje v časově ohraničeném vzdálení se z místa bydliště. Důležitý je úmysl vrátit se zpět domů, neboť ten nesplňují tuláci a poutníci. Z mého pohledu představují baťůžkáři zvláštní kategorii, kterou je možno vymezit vůči typu turistu i tuláka. Svou touhou po poznání jednoznačně odpovídají tulákům, ale většinou jde o poutníky na dobu určitou, tzn. že málokdy opouštějí svůj život na Západě. Cestují klidně rok či dva, ale pak se vracejí domů. Nicméně získávají hlubokou cestovatelskou zkušenost, kterou si nesou v dalším životě.

Cestovní ruch představuje tak složitý fenomén, že je nemožné ho analyzovat na základě jediné teoretické perspektivy. Studium vlivu turismu je výrazně interdisciplinární, lze se mu věnovat z úhlu pohledu několika věd, jako sociologie, antropologie, ekologie, psychologie nebo ekonomie.

Vývoj významu turismu od 50. do 90. let 20. století sleduje italská socioložka Roberta Maeranová (1996 podle Šípek, 2001). V 50. letech se dovolená podobala spíše cestám po významných městech a představovala luxus vyhrazený pro elity. V 60. a 70. letech se standardní organizovaný turismus stává dostupnějším pro další vrstvy obyvatelstva a přichází masovost. Ta se v 80. a 90. letech stává nezbytností, normou v sociálním chování a přináší s sebou individuální podobu turismu.

Rozmachu turismu také přispěla změna postmoralistního pojetí práce. Podle francouzského sociologa Gillese Lipovetského v 70. letech 20. století nastala etapa protipracovní individualistické reakce na předchozí fázi moralistního pojetí práce.⁴ Projevila se opadnutím zájmu

3 Překlad autorky.

4 Lipovetsky rozlišuje tři fáze pojetí práce a rodiny, kdy první dvě fáze vývoje moderní industriální společnosti byly založeny na moralistním pojetí práce – nutnosti úsilí, hodnotě dobře vykonané práce a hanebnosti zahálky.

o práci, demoralizací práce a zpochybněním profesního úspěchu. Do centra pozornosti se dostal soukromý život a hlavním požadavkem se stal volný čas. S příchodem společnosti masového konzumu a jejích norem individualistického blaha nastupují hodnoty zábavy, volného času a štěstí (Lipovetsky, 1999).

Nejviditelnější změny, které turismus v hostitelských zemích přináší, jsou materiální. Stavějí se nová letiště, hotely, obchody a celá související infrastruktura. Podstatnější jsou však vlivy na způsob myšlení a života místních lidí. Nevyhnutelně se mění kulturní a sociální hodnoty. V neposlední řadě globální turismus provází i negativní ekologické dopady. Světová organizace turismu na své konferenci v říjnu 1999 v Santiagu de Chile potvrdila Etický kodex cestovního ruchu, s jehož pomocí se snaží zmírnit negativní dopady turismu (Šípek, 2001).

1.3 Zdroje a výzkumy

Po dlouhou dobu intelektuální historie nebylo cestování považováno za podstatný rys lidského bytí. V západní sociologické tradici bylo s turismem zacházeno spíše jako s ekonomickým ukazatelem a dodnes sociologie turismu patří k marginálním proudům sociologie. Turistický ruch je nejen jeden z nejrychleji rostoucích sektorů ekonomiky, ale i sociální a kulturní fenomén. Výrazný růst turismu v období po 2. světové válce byl z velké části výsledkem různých ekonomických, technologických, sociálních a politických změn, které nastaly v rozvojových zemích. S vývojem globálního turistického průmyslu zároveň roste vědecký zájem o toto téma z různých disciplinárních perspektiv. Výzkum cestovního ruchu se pohybuje v rozsahu od mikrosociálně-psychologických, soustředěných na osobní motivace a zkušenosti, až po makrosociální přístupy, týkající se globalizace turismu. Antropolog turismu Jafar Jafari (1989) uvádí čtyři „turistické platformy“, které dominovaly studiu turismu v počátečních fázích. První stupeň bádání turismu (platforma „obhajoby“) byl patrný v raných studiích, které ukazují turismus jako pozitivní fenomén. Tento pohled byl podporován zejména národními vládami a obchodními zájmy. S přibývajícými výzkumy se začaly potvrzovat a zdůrazňovat různé ne-

gativní environmentální dopady a sociokulturní důsledky turismu („varovná“ platforma). Následovaly kritické studie, které zkoumaly tyto negativní dopady a jejichž výsledky sloužily k podpoře alternativních forem turismu (platforma „adaptace“). Na základě kritických debat těchto tří fází vznikla platforma „založená na znalostech“, považována za nezbytnou pro koherentní a sofistikované teoretické rozpravy (Wearing, Stevenson & Young, 2010).

Akademické úvahy o cestovním ruchu se staly více kritické a využívaly poznatky z více společenských oborů, včetně sociologie, antropologie a geografie. Nigel Morgan a Annette Pritchardová (Morgan & Pritchard, 1998) z Centra pro výzkum turismu v britském Walesu (WCTR) tvrdí, že je možné dosáhnout hlubšího pochopení turismu tím, že zvážíme skutečné zkušenosti turistů na cestách. Jejich pozornost se soustředí na vysvětlení turistické reality, životních rozměrů turismu. Dále navrhují jako nezbytnost opuštění dominantních charakteristik turistického ruchu a nový pohled na vztah mezi těmi, kteří navštěvují, a těmi, kteří jsou navštíveni. Cestovní ruch pak představuje „arénu interakce“, ve které se odehrává setkání s lidmi, místy a životními styly navštěvovaných destinací. Je zde patrný posun v konceptualizaci turismu z přístupu zakládajícího se na spotřebě k pohledu na turistu jako na aktivního tvůrce své cestovatelské zkušenosti.

Studium turismu je v současnosti objektem zájmu několika tradičních akademických disciplín, přesto je možné identifikovat jako významné dva široké přístupy. Prvním je výzkum zaměřený na turistický průmysl, včetně marketingu, managementu a politiky, s cílem posoudit ekonomické výnosy cestovního ruchu ve městech a regionech. Druhým je výzkum v humanitních a společenských vědách, včetně sociologie, psychologie a v kulturních studiích. Turismus je pak chápán jako společenská a kulturní praxe, která má značné pozitivní a negativní účinky na lidi a místa celého světa. Pohled společenských věd poskytuje širší a kritický kontext pro porozumění turismu.

Stephen Wearing z Technické univerzity v Sydney (Wearing, 2002) identifikoval dvě hlavní témata v sociologických studiích o cestování a cestovatelích samotných:

- důraz na turismus jako prostředek úniku z každodenního života;
- cestování jako prostředek osobního rozvoje, způsob jak rozšířit mysl, vyzkoušet si něco nového a obohatit svůj život.

Téma turistické zkušenosti bylo řešeno v několika studiích od 60. let 20. století s ohledem na umístění volného času a turismu jako nástroje pomocného k fungování západních společností a ekonomik. Současné výzkumy odpovídají postmodernímu obratu ve společenských vědách a ve společnosti obecně. Z funkcionalistické perspektivy byl turistický ruch viděn jako prostředek, jež podporuje sociální rovnováhu a *status quo*. Odměna za tvrdou práci, možnost úniku a regenerace udržovaly vysokou úroveň produktivity práce, posilovala společenské normy a hodnoty. Funkcionalismu lze též přiřít klasifikaci a kategorizaci turistů do typů podle určitých charakteristik a cestovatelských motivací a prožitků (Wearing, Stevenson & Young, 2010). Pro porozumění turistickým typům poskytuje výchozí rámec zakladatelská práce sociologa Erika Cohena (Cohen, 1972). Turismus vnímá jako projev lidské touhy navštívit místa a zažít kulturní, společenské a environmentální rozdíly, které existují na tomto světě. Tato touha však není konzistentní pro všechny typy turistů. Cohen navrhl čtyři typy turistů – *organizovaný masový*, *individuální masový*, *turista objevitel* a *turista tulák (drifter)*. Hlavní rozdíl tkví ve skutečnosti, že masoví turisté využívají pohodlí „environmentálních bublin“, zatímco objevitelé a tuláci se chtějí více ponořit do hostitelských kultur. Později Cohen navrhl fenomenologickou typologii podle turistických zážitků, ve které určil pět modelů turistických typů, od hledání potěšení na straně jedné a až po hledání smysluplných zkušeností na straně druhé. Tyto kategorie definoval jako rekreační (*recreational mode*), deverzijní (*deversinary mode*), zážitkový (*experiential mode*), experimentální (*experimental mode*) a existencionální (*existential mode*). Cohenův přístup zdůrazňuje rozmanitost a pluralitu turistických zážitků (Wearing, Stevenson & Young, 2010).

Globální průmysl se úspěšně rozvíjel k uspokojení potřeb a očekávání jednotlivých typů turistů. Marketingoví pracovníci hledali skupiny turistů postavené na základech společných preferencí (Swarbrooke & Horner 1999). Vývoj turistických typologií byl tedy užitečný v marketingových strategiích a poskytoval základy pro ekonomická měření. Nicméně kritici typologie turistů tvrdili, že skupiny jsou příliš popisné, obecné, prokazují metodologické nedostatky, absenci empirických výzkumů a nezohledňují genderové a kulturní rozdíly. Ačkoliv byly typologie turistů v úvodu studia turistického ruchu jako akademické disciplíny důležité, dnes jsou považovány za zastaralé a kulturně specifické. Přidělování turisty k jednomu typu může být problematické. Typologie jsou příliš zjednodušující, jsou postaveny na stereotypech a nezahrnují komplexní vzorce chování, které vidíme v reálném světě. Je nutné překonat omezující typologie směrem k analyticky flexibilnější konceptualizaci, jež umožní zkoumání předpokladů zahrnutých v turistickém pohledu, pobytu, destinaci, marketingové image a navrhnout jiné způsoby rozboru, lépe odpovídající rozsahu a rozmanitosti turistické zkušenosti (Wearing, Stevenson & Young, 2010).

Antropologie projevila zájem o cestovní ruch až později (Burns, 2004). Až na několik málo příspěvků, jako například *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (1989) od americké kulturní antropoložky Valene L. Smith, poprvé publikováno v roce 1977, se většina objevila teprve během několika posledních desetiletí. Nedávný zájem o cestování je částečně způsoben změnami v pohledu antropologů na kulturu jako proces probíhající spíše mezi lidmi nežli jako proces vázaný na skrytá místa nebo národy (Agar, 1994). Větší uznání turismu jako subjektu hodného antropologického výzkumu je spojeno s kalifornským historikem Jamesem Cliffordem (1997). Na turismus nahlíží jako na manifestaci globálního trendu k pokračujícímu a expandujícímu lidskému vysídlování. Americký antropolog Erve Chambers tuto úvahu vysvětluje na příkladu návštěvníka ze Západu, který přijede na sever Thajska a při bližším seznámení s místní komunitou zjistí, že mnoho vesničanů v současnosti žije v Kanadě a USA. Hranice mezi hostiteli a hosty se stává nejednoznačnou v tomto širším kontextu dočasného i trvalého vysídlování, ve kterém se nestálost stává samozřejmostí (Chambers, 2010). Dále se Chambers

věnuje problému „zromantizování“ usedlého charakteru předešlých společností. Tvrdí, že vysídlování není stav unikátní pro moderní dobu, cestování bylo nezbytnou součástí lidského bytí i v minulosti. Ptá se, proč tolik historického a archeologického zkoumání přikládá důležitost lidskému osidlování jako primárnímu prostředku naší druhové adaptace a proč je na cestování pohlíženo jako na činnost náhodnou, dokonce i v rozporu s vývojem minulých civilizací. Lidská osídlení tak nereflktují jen odpovědi spjaté s bydlením, ale také slouží jako pomníky a deponitáře myšlenek a artefaktů získaných v souvislosti s cestovateli. Pokud se antropologové soustředí na migraci a cestovní ruch, nezkuumají novou půdu, ale spíše do svého oboru přinášejí důležité korekce na důraz osidlování jako nepostradatelného prvku kultury. Jako hlavní podmínky pro formování turistického ruchu Chambers uvádí vzrůst kapitalistických ekonomik a osvícenské hodnoty spojené s vědeckou racionalitou. Cestování, kdysi primárně spojené s rizikem, bylo transformováno do něčeho, co je považováno za dobré, duševně prospěšné a zdravé, podporující vzestup a šíření naší civilizace (ibid.).

Několik teorií o cestovním ruchu a turistech se soustředilo na skutečnost, jak se turisté staví k objektům svých cest. Americký historik Daniel Boorstin popsal cestovní ruch jako pseudodállost, která provází současnou dobu. Turismus postrádá sofistikovanost nebo porozumění a reprezentuje připravenost turistů přijmout povrchnost a dokonce upřednostnit zinscovanou zkušenost a padělek před opravdovou cestovatelskou zkušeností. Turisté nejenže akceptují banální věci, ale dokonce je i pěstují (Boorstin, 1992). Podobný kritický přístup zastávají i George Ritzer a Allan Liska (1997), kteří tvrdí, že moderní i postmoderní cestovní ruch se čím dál více tvaruje procesem „McDisneyzace“, ve kterém jsou turisté nabádáni k vyhledávání cestovních zkušeností, které jsou pouhým odrazem neautentického, dehumanizovaného a povrchního života. Ztělesněním tohoto trendu je pak „kybercestování“, ve kterém má turista možnost cestovat bez jakéhokoliv diskomfortu a bez setkání s realitou. Antropolog a sociolog Dean MacCannell (1999) pohlíží na moderní turisty jako na ty, kteří hledají něco autentického ve světě, který se stává neovladatelným a nesouvislým. Turistické cesty představují nostalgický únik od následků moderního života založených na domněnce, že život byl tak

nějak skutečnější před nástupem průmyslového kapitalismu. Modernost vytváří pocity odcizení a neautentičnosti, ale zároveň touhu uniknout za něčím skutečným. Jinými slovy moderní turismus vyžaduje nejen prostředky k cestování, ale rovněž kulturně významné důvody k cestování.

Významný český sociolog Miloslav Petrušek (Petrušek, 2006) vidí turistu jako specifický produkt moderní doby a zbožnění turismu jako *signum* moderní a postmoderní doby. Svou úvahu opírá o výrok Roberta Runcie, arcibiskupa z Canterbury: „*Ve středověku byli lidé turisty kvůli náboženství, zatímco dnes jsou turisty proto, že turismus se stal jejich náboženstvím.*“ (Petrušek, 2006, s. 384). Za důvody našeho cestování stojí nejen touha získat nové zážitky, ale také skrze turistiku demonstrovat spotřebu. Svět turisty se často mění v objekt pro fotografické aparáty. Britský sociolog John Urry toto specificky turistické vidění světa označil termínem *tourist gaze*. V turistickém pohledu se většinou díváme okem kamery a získáváme krásné, nové, výjimečné a zajímavé dojmy. Turistický pohled je spíše výsledkem systematické práce „turistických konstruktérů“, kteří vymýšlejí trasy a vytvářejí náš potenciální způsob vidění světa než naším individuálním produktem. Urry vnímá masový turismus jako únik ze světa každodennosti, jako reakci na všednost (Urry, 2002).

Přes všechny tyto výhrady Petrušek připomíná podstatný fakt, že masový turismus je projevem svobody, který je možný jen v otevřené společnosti (Petrušek, 2006).

Někteří autoři tvrdí, že relativně nedávné posuny v myšlení týkající se turistického zkušení se opírají o postmoderní teze. Britský sociolog polského původu Zygmunt Bauman si všímá vzácné a nerovně distribuované komodity pozdně moderní a postmoderní doby, a tím je mobilita. K zachycení a vyjádření našich vnitřních stavů se nabízí vnější podoba světa. Záleží na stavu našeho vědomí, jak se vyvíjí a proměňuje, tak se mění i vnímání všeho, s čím se setkáváme. Svoboda pohybu se stává hlavním stratifikačním faktorem. V našem světě vzdálenost nehraje velkou roli, prostor přestal být překážkou a stal se neustálou výzvou ke svému popření. „*Člověk nemůže, zůstat trčet v pohyblivých píscích.*“ (Bauman 1999, s. 96). Přizpůsobujeme se produkci lákadel a pokušení, pokušení, které nepřetrvá okamžiku podlehnutí. Pro

honbu za novými touhami neexistuje jasná konečná hranice, protože představa „limitu“ předpokládá časové a prostorové dimenze. Konzumentská hra je vzrušením z nových a nebývalých dojmů a konzumenti jsou spíše sběrači prožitků než sběrateli věcí (Bauman, 1999, s. 101).

S Baumanovou myšlenkou nelze než souhlasit, konzumovat lze opravdu ledacos, dokonce i cestování. Pokud však budeme vycházet z předpokladu, že pro konzumního člověka je typická převaha potřeb nepravých nad těmi pravými, které mají přirozenou povahu (tj. nejsou umělým výplodem módního a reklamního průmyslu) a jejichž uspokojování prospívá emancipaci člověka (Urban, 2007), odpovídá kategorii konzumenta jednoznačněji klasický turista než baťůžkář. Konzum je o celkovém přístupu k životu, o jeho životních horizontech, o jeho hodnotovém systému a duševních hloubkách.

2. Backpackers

„Nejlepší je přestat snít o dálkách a číst cestopisy o dobrodružstvích, která prožil někdo jiný, a prožít si svá vlastní. Převzít prostě za svou cestu a zážitky odpovědnost sám. Stojí to samozřejmě dost námahy: vymyslet trasu, sehnat výzbroj, obstarat víza, zajistit dopravu... Odměnou za krok do neznáma je ale ‚otevřená cesta‘. Ta vám ukáže svět přesně takový, jaký je ve skutečnosti, a přinese vám syrové a opravdové zážitky, nesrovnatelně silnější než pohodlné a bezduché ploužení v houfu výletníků.“

(Brezina & Brezinová, 1999, s. 8)

Jako novodobí globální poutníci jsou v současnosti označováni tzv. *backpackers*. Mladí lidé, kteří cestují po světě delší dobu, a dočasně tak předcházejí další formě vzdělávání nebo zaměstnání. Jejich motivace jsou různé, ale mezi nejdůležitější patří prožívání místního prostředí, setkávání se s místními lidmi a kulturami. Dlouhodobé putování s flexibilními itineráři jim poskytuje velkou příležitost k poznání lokální destinace. V porovnání s ostatními turisty mají menší zájem o pamětihodnosti, užívají si spíše „spoluúčast“ na místní kultuře. Proto je backpacking často považován spíše za rituál přechodu než za pouhou formu trávení volného času. Jde o „světský rituál přechodu, který se podílí na vývoji reflexivní a potenciálně kosmopolitní identity mladých lidí“ (Matthews, 2008, s. 175). V tomto smyslu je cestování vnímáno jako snaha o sebezdokonalení skrze hromadění zkušeností (Desforges, 2000).

Koncepci backpackingu zahájil Cohen svou typologií turistů, která odlišuje mezi institucionalizovanými a neinstitucionalizovanými cestovateli. Dlouhodobě nezávislí cestovatelé byli definováni různými způsoby a označeni různými termíny, včetně kočovníků, tuláků, mladých cestovatelů, trampující mládeže, dlouhodobých cestovatelů s nízkým rozpočtem atd. V poslední době jsou nezávislí cestovatelé stále více vnímáni pod nálepkou backpackers. Tito turisté jsou převážně chápáni jako mladí příslušníci střední třídy, často dobře vzdělaní, jimž ces-

tování poskytuje přechodné období před rozhodnutím týkajícím se nové životní role, jako jsou kariéra nebo manželství. Pro tuto životní fázi vznikl i termín „*Gap Year*“ (mezní rok), přelomový rok neboli rok volna. Na „*Gap Year*“ nejčastěji vyjíždějí lidé mezi 18–24 lety, a to před, během či po ukončení univerzitního studia, nebo mezi 25–35 lety jako přestávka v pracovní kariéře a zároveň období před založením rodiny. Putování pak představuje příležitost pro osobní růst a vývoj. Cestování může být způsobem demonstrace nezávislosti a v důsledku interakce s cizími kulturami backpackers získávají pocit větší informovanosti a „světovosti“ (Wearing, 2010).

Greg Richards a Julie Wilsonová (2004) nedávno upozornili na vývoj backpackers za posledních 30 let, od hrstky tuláků k významnému globálnímu průmyslu. Backpacking se tak stal konvenční a institucionalizovanou alternativou k masovému turismu. Přiznání důležitosti a nárůst příslušníků tohoto fenoménu měl za následek posílení výzkumu tohoto typu cestování. Pozornost se zaměřuje na různé aspekty jevu, které odráží jeho sociální, ekonomický a kulturní význam. Stav backpackingu považují za důkaz rozsáhlých strukturálních změn, pravděpodobně charakteristických pro přechod k postmodernismu.

2.1 Vznik a vývoj

Nejstarší články věnované tématu backpackingu se objevily v roce 1970 (např. Cohen, 1973). Empirické výzkumy se rozšiřovaly spolu s nárůstem odborných publikací především koncem minulého století (např. Loker-Murphy, 1996; Murphy, 2001; Westerhausen, 2002). Převládající témata tvořily motivy, chování, vztahy a dopady baťůžkářů na hostitelské komunity (Elsrud, 1998). Americká socioložka Judith Adlerová (1985) tvrdí, že vzorem pro mladého cestovatele ze střední třídy cestujícího pro požitek se stal tramp z nižší třídy. Cohen (1973) sice přiznává určitý stupeň historické kontinuity mezi trampingem v minulosti a současným backpackingem, ale hlavní důvod vidí v pocitu odcizení západní mládeže v USA a Evropě. Tento stav kulminoval během 60. let a vedl ke studentským nepokojům a pokusům vytvořit alternativní životní styly. Stresy a nejistoty pozdně moderní doby jsou zase faktorem, který

vyvolává potřebu dnešních nomádů vzít si oddechový čas (Elsrud, 1998). Jejich nomádní existence je podporována zvyšujícím se komfortem mezinárodního cestování, rostoucí sítí levných hostelů, zvyšující se flexibilitou životní cesty a práce. Rostoucí poptávka po nezávislém cestování podnítila hustou infrastrukturu služeb, od lokálních výletů autobusem až po baťůžkářskou bibli – průvodce *Lonely Planet*. Globální nomád je tak začleněn do „McDonaldového“ systému konvenčního turismu (např. Westerhausen, 2002). Vývoj fenoménu za posledních třicet let shrnují v roce 2001 také Jim Macbeth a Klaus Westerhausen, a to jako cestu od potomků hippie kontrakultury až k hlavnímu proudu s nemalými zisky pro cestovní ruch. Během tohoto procesu se baťůžkářství roztrýšilo do několika hnutí s těžko definovatelnými hranicemi s jinými formami turismu. Nicméně vnitřní pouto této scény – hodnoty a ideály – zůstalo stejné jako v raných etapách. Tato společně sdílená ideologie je možná klíčem k porozumění baťůžkářské identitě (Macbeth & Westerhausen 2001).

2.2 Profil baťůžkáře

Pro další popis daného fenoménu považuji za naprosto nezbytné vyjasnit si základní charakteristiky hlavního aktéra – baťůžkáře. V knize *Globální nomád* německý etnolog Peter Welk identifikoval pět pilířů baťůžkářské ideologie (Welk, 2004):

- cestovat levně – týká se především třech základních potřeb cestovatelů (ubytování, jídlo a doprava), předpoklad pro dlouhou cestu;
- setkávat se s různými lidmi (zejména s jinými baťůžkáři, ale také s místními) – ideální projev myšlenky „globální vesnice“⁵, slouží jako zdroj informací a jako forma nejsilnějšího pouta k udržení komunity;

5 Pojem zavedený v 60. letech 20. století kanadským teoretikem komunikace Marshalllem McLuhanem, jímž chtěl mj. vyjádřit stupňující se vzájemnou propojenost světa pomocí elektronických médií.

- cítit se svobodně, nezávisle a otevřeně – egocentrická snaha zbavit se pout, závazků a tabu „normálního“ života a muset se přizpůsobit neustále se měnícímu prostředí cestovatelské scény;
- organizovat cestu individuálně a nezávisle – výzva k vlastní flexibilitě a odloučení od mainstreamových turistů;
- cestovat tak dlouho, jak je to možné – tato myšlenka je založena na předpokladu, že skutečné cestovatelské zkušenosti se nemohou vytvořit na krátkodobých dovolených.

Tyto ideje slouží baťůžkářům k odlišení se od typických konvenčních turistů a usilují o lepší přístup k cestování, zejména k více *autentickým zážitkům. Tyto body mohou být čteny jako základní symboly, s kterými baťůžkáři konstruují své cestovní identity a smysl komunity. Cestovatelé si však nemusí být tohoto procesu často ani vědomi a ani nepotřebují tyto názory implementovat do praxe (Loker, 1993).

Tato kritéria nejenže spojují baťůžkáře dohromady jako komunitu, ale také fungují jako rozlišující znaky vůči ostatním.

2.3 Baťůžkář versus konvenční turista

Pro baťůžkáře představují na symbolické úrovni nejpodobnější komunitu globálního charakteru mainstreamoví turisté. Baťůžkáři se vůči této skupině vymezují, konkrétně stojí v opozici vůči turistům. Odmítají vše, co je typicky „turistické“ a jako „anti-turisté“ tvrdí, že mají více autentické zážitky (Loker-Murphy & Pearce, 1995). Podle domnělých kritérií baťůžkáři sami sebe vnímají jako „lepší“ turisty a preferují pojmenování cestovatelé.

Podle Cohena (1973) je rozdíl mezi cestovateli a turisty pokračováním sociálního a generačního konfliktu. Kořeny tohoto konfliktu jsou spatřovány v *subkultuře hippie. Na rozdíl od svých ideologických předchůdců dnešní baťůžkáři postrádají důležitou hnací sílu tuláků: misi. Zatímco většina příslušníků hippie byla poháněna touhou změnit společnost, dnešní tuláci

nemají zdaleka takové aspirace. Pokud chtějí něco změnit, tak především sami sebe. Určitý pocit odcizení může být stále důvodem k cestování, ale není dost silným motorem k překročení vlastních hranic. Dnešní baťůžkářská komunita zahrnuje členy ze všech společenských tříd, stáří a politického přesvědčení, většina z nich se bude po návratu domů do společnosti opět plně integrovat (Uriely, Yonay & Simchai, 2002). Zde je patrné, že kontrakulturní funkce současného baťůžkářské scény se nevztahuje k většinové společnosti, ale výhradně k hlavním formám turismu. Baťůžkářství je jen přestávkou v konformním způsobu života. Během let se baťůžkářská infrastruktura v mnoha regionech stala tak sofistikovanou a institucionalizovanou, že je obtížné určit hranici mezi backpackingem a jinými formami turismu (Welk, 2004). Stejně jako turista má baťůžkář „pevné cestovatelské vzory, nastavené rutiny a systém turistických zařízení a služeb...“ (Cohen, 1973, s. 95).

2.4 Backpacking jako rituál přechodu

Několik vědců (Teas, 1988; Mevorach, 1997 podle Cohena, 2004a) přistupuje k baťůžkářství jako k soudobému rituálu přechodu. Model rituálu přechodu (*rites de passage*) byl původně formulován francouzským etnologem Arnoldem van Gennepem a později rozpracován skotským antropologem Victorem Turnerem.

Gennep ve svém nejznámějším díle *Přechodové rituály* (1996) vypracoval teorii rituálů přechodu jako univerzálního schématu obřadu, prostřednictvím něhož lidé různých společenství dosahují nového statusu ve společnosti. Ačkoliv jsou tyto obřady (křest, svatba aj.) součástí sakrálních aktivit, plní současně světskou funkci, neboť pomáhají překonat účastníkům obřadu napětí a nejistotu související se vstupem do nového životního období. Podle Gennepa většina přechodových rituálů zahrnuje tři samostatné, na sebe navazující etapy: Nejdříve jsou účastníci obřadu odděleni od stávajícího statusu, poté určitou dobu setrvávají na pomezí, aby nakonec byli přijati zpět do společnosti jako nositelé nového sociálního statusu. Na Gennepovo dílo navázal představitel symbolické antropologie Victor Turner, jehož zaujala zejména fáze pomezí, v níž je člověk zbaven sociálního statusu a existuje současně uvnitř a vně svět-

ské sociální struktury. „*Rysy liminality⁶ nebo liminální osoby* („člověka na prahu“) jsou nutně nejasné, protože toto postavení a tato osoba se vymykají nebo vypadávají ze sítě klasifikací, které za normálních okolností stavy a postavení umísťují v kulturním prostoru.“ (Turner, 2004, s. 96). V některých kulturách je tato liminální fáze rituálu spojena s bolestivými a těžkými zkouškami. Turner tento stupeň přechodu považoval za významný pro běžný chod společnosti a navrhl dva možné způsoby uvažování o sociální zkušenosti. „Struktura“ (*structure*) představuje společnost jako diferenciovaný a často hierarchický systém, zatímco „komunita“ (*communitas*) se vyznačuje nestrukturovanou a relativně nediferencovanou jednotou vzájemně si rovných jednotlivců. Podle Turnera v *communitas* převládají znaky liminality, kdy jsou jednotlivci odděleni od normálních sociálních statusů a rolí, kterými se odlišují ve strukturované společnosti. Vzájemné vztahy jsou v *communitas* založeny na sociální rovnosti a stávají se emotivnější. Prožitky *struktury* a *komunity* se střídají v životě každého člověka i skupiny. Turner tvrdí, že se stavem liminality je přítomen nejen v rituálech, ale také v subkulturách a kontrakulturách. V moderních západních společnostech jsou hodnoty *communitas* přítomny např. v chování tzv. generace beatníků a jejich následovatelů hippies (Soukup, 2005).

Pod vlivem těchto prací se upozorňuje na podobnost mezi životním přechodem a baťůžkářskou cestou, která může plnit úlohu „exitu“ z běžného života a oddělit cestovatele od jejich rodiny a komunity vstupem do neznámé situace v cizině. Baťůžkáři musí na cestě čelit problémům a rozhodovat se bez pomoci rodičů nebo jiných autorit. Jejich úspěšné řešení je indikátorem jejich kompetence řídit si své vlastní záležitosti samostatně. Samostatnost je významným ukazatelem dospělosti v západních společnostech a mladí lidé tak mohou být po návratu do vlastní společnosti vnímáni jako dospělí. Tento model byl úspěšně aplikován na případu izraelských baťůžkářů, kteří pravidelně vyrážejí na prodloužený výlet do zahraničí po ukončení povinné vojenské služby. Tito mladí lidé tak často poprvé v životě jednájí na vlastní pěst a spoléhají na vlastní rozum. Socioložka Darya Maozová (2005) na případu izraelských

6 Z latinského „limen“ – práh.

turistů indikovala podobnost backpackingu s rituálem přechodu, zvláště z rané do pozdější dospělosti.

Ačkoliv model rituálu přechodu je užitečným nástrojem k interpretaci dynamiky a funkce backpackingu, Cohen (2004a) vyjmenoval několik okolností, které zmírňují použitelnost tohoto jevu:

- Model *rite de passage*, jak byl navržen Turnerem, zahrnuje střední fázi mezi odloučením od komunity a návrat v novém postavení – liminální fáze, ve které se ztrácí individualita a vytváří se nediferencovaná *communitas*. Takové kompletní splynutí baťůžkářů s jejich spolucestovateli není referováno ani v literatuře, ani se skutečně neočekává. Baťůžkáři zůstávají spíše egocentricky koncentrováni na vlastní potěšení, prožitky a zábavu, dokonce i když jsou snadněji přístupní a uzavírají povrchní přátelství s ostatními členy enklávy (Murphy, 2001). Prchavá povaha těchto setkání brání vzniku trvalých intimních vztahů.
- Dnešní backpackeři investují do cesty méně úsilí než dřívější tuláci (Cohen, 1973). Zdánlivé přemístění domova na cestu a potřeba vypořádat se s neznámými a nebezpečnými situacemi byly zmírněny vznikem institucionální struktury, která baťůžkáře usazuje v důvěrné „environmentální bublině“, a přibližuje ho ke konvenčnímu turismu.
- Oddělení od domova je v současnosti méně důležité. Těžkopádné prostředky komunikace byly nahrazeny mobily a e-maily. Zvláště internet je mezi baťůžkáři oblíben, zůstávají v kontaktu s domovem a internetové kavárny se rychle množí.
- Vztah dítěte a rodiče je v současných západních společnostech odlišný od tradičních a kmenových společností, kde jsou rituály přechodu obyčejně praktikovány. Adolescenti dnes hledají nezávislost v ranější fázi a angažují se v aktivitách, o kterých rodiče ani často neví – v drogové subkultuře, na hudební scéně atd. Rozhodnutí odjezdu do vzdálených zemí je často v rozporu s rodičovským přáním, na rozdíl od tradičních společností, kde byl obřad přechodu prováděn často s aktivní účastí rodičů.

Nově nabyté zkušenosti a znalosti se stávají formujícími faktory nové identity cestovatelů po návratu do jejich domovů. Mohou ovlivnit jejich postoje ke společnosti, názor na svět, volby týkající se studia, zaměstnání nebo partnera. Značný počet může přijmout postmoderní „hybridní“ identitu, která zahrnuje současně dva kulturní světy – vlastní západní společnost a zemi jejich výběru (Ateljevic & Doorne, 2004). Rituál přechodu tak není úplný, a proto Richards s Wilsonovou navrhuji jako termín pro baťůžkářskou zkušenost spíše stav „pozastavení se (odkladu)“ než úplný obrat.

2.5 Příběh Lonely Planet

„Průvodce Lonely Planet udělal z kdysi dobrodružných cest zážitek, který si mohou dovolit téměř všichni. I turisté s tenčí peněženkou a menší odvahou. Kniha změnila svět cestování a sama se proměnila k nepoznání – z projektu hippies vyrostl globální turistický koncern. Víc než kdy dříve ale platí idealistické heslo z jeho počátků: Prostě jděte a objevte svět!“

(Lindner, 2012)

Pro představení této baťůžkářské bible jsem zvolila citaci z jejího českého vydání:

„Lonely Planet, světově proslulá edice průvodců, je nejlepší a nejoblíbenější pro svoji kompletnost, přehlednost a aktuálnost. Již po tři desetiletí se těší obrovskému zájmu všech, kteří nechtějí sedět doma, všech, které lákají dálky a nekonečný obzor a pro které je cestování tou správnou životní filozofií. Průvodci této cestovatelské bible pokrývají téměř celý svět. Jsou psány profesionálními cestovateli – specialisty pro jednotlivé oblasti – a každé dva až tři roky jsou pravidelně aktualizovány. Jsou plné praktických a užitečných informací, kvalitních map a plánek, objektivních doporučení. To vše z nich dělá nenahraditelné pomocníky na cestách; sníží vaše cestovní náklady na minimum a současně vám pomohou lépe porozumět kulturám v cizích zemích. Všem českým cesto-

vatelům je nyní dostupných více než 70 titulů v jejich mateřštině.“ (Lonely Planet, 2008).

Příběh tohoto světoznámého knižního průvodce se začal odvíjet v roce 1970, kdy se mladý Angličan Tony Wheeler seznámil v Londýně s dvacetiletou Maureen. O dva roky později společně vyrazili na svatební cestu na motorce z Evropy do Austrálie. Během devíti měsíců projeli Turecko, Írán, Afgánistán, Indii, Nepál, Thajsko a do Sydney dopluli se zbylými 27 centy v kapse. Toto „klasické cestovní dobrodružství“ se stalo jádrem jejich první knihy *Across Asia on the Cheap* (1975). Jejich začátky dodnes shrnuje rámeček otištěný na konci každého výtisku. Dnes jsou tyto cesty vnímány jako prototyp baťůžkářství.

Založení společnosti vlastně začalo nedorozuměním. Začátkem 70. let 20. století Tony Wheeler poslouchal píseň Joe Cockera „*Space Captain*“ a spojení *lovely planet* (krásná, příjemná planeta) pochopil jako *lonely planet* (osamělá planeta). Tento termín se mu zalíbil, a tak se zrodil název první baťůžkářsky orientované společnosti (Lonely Planet, 2005). O dvacet let později nabídl majitel impéria Microsoft Bill Gates za Lonely Planet 50 milionů USD. Tony Wheeler však odmítl. Paralely mezi oběma milionáři jsou víc než zřejmé. Gates spojil celý svět přes operační systém Windows, Wheeler spojuje baťůžkáře skrze průvodce Lonely Planet (Welk, 2004).

S prvními průvodci po cizích zemích s doporučeními na cesty a tipy na dobré ubytování přišel už londýnský nakladatel John Murray na počátku 19. století. Právě tehdy se stále častěji vydával dorost anglické elity na tzv. *Grand Tour*. V první polovině 19. století se také objevila první globální průvodcovská firma, německý Baedeker, který koncem století vycházel i ve francouzštině a angličtině. Po jeho rozšíření se všem cestovním průvodcům tehdy začalo říkat „bedekry“. Zajímavou úlohu sehrály průvodci během 2. světové války. Americká armáda si nechala přeložit do angličtiny Michelinova průvodce Francií z roku 1939 a rozdala ho vlastním důstojníkům před invazí do Normandie. Na druhé straně německá Luftwaffe chtěla vybombardovat všechny budovy pěti anglických měst, které dostaly v Baedekeru tři hvězdičky,

a tím zničit hezká místa. Cestovní průvodce tak nemusí sloužit jen zvědavým turistům, ale může se stát i nebezpečnou zbraní (Lindner, 2012).

Lonely Planet nikdy nebyl na trhu sám, v 70. letech již existovaly tzv. „budget“ průvodci zaměřující se na způsob levného cestování. Prvním průvodcem byl osobní zápisník z Indie, okopírovaný a distribuovaný hippie scénou. Průvodce *Let's Go* převládal na trhu v Evropě a Severní Americe od raných 60. let, ale zanedbal své pokrytí Asie. Na tuto mezeru se zaměřili právě Wheelerovi. Konkurenční boj se tak rozdělil mezi tyto dvě nakladatelství. V roce 1981 přibyl další velký hráč, a tím byl Rough Guides. Nesoupeřilo se pouze o podíl na nízkorozpočtovém cestovním trhu, ale také o ideologickou a intelektuální nadvládu na scéně. Zatímco *Let's Go* nabíralo především studenty z konzervativní Harvardovy univerzity v Massachusetts, výrazný počet autorů Lonely Planet, zvláště v počátcích, tvořili absolventi alternativní Berkeley univerzity v Kalifornii. V současnosti Lonely Planet dominuje trhu v Austrálii, Asii, Pacifické oblasti, Africe a Latinské Americe. *Let's Go* si udržuje lehkou převahu v Evropě a Severní Americe, což reflektuje skutečnost, že je tradičně více používán severoamerickými turisty (Welk, 2004).

Nejvýraznější problém, který s sebou používání průvodce Lonely Planet přináší, je dopad na lokální místa. Lonely Planet může vytvořit z místa buď „zlatý důl“, nebo ho zanechat v nemilosti. Tato knížka má obrovskou tržní moc a svými doporučeními zapříčinila nevraživost mezi místními poskytovateli služeb. Tento obrovský dopad, ať už pozitivního, nebo negativního charakteru, staví autory do pozice velké odpovědnosti. Jeden z nejstarších přispěvatelů do Lonely Planet Joe Cummings si uvědomuje, že tato doporučení pomáhají usměrňovat proudy cestovatelů do nově založených destinací. Jako příklad uvádí bangkokskou *Khao San Road*, která by se pravděpodobně nerozvinula takovým tempem a v takovém rozsahu, kdyby nebyla součástí prvního vydání Thajsko v roce 1980 (Cummings, 2005a podle Welka, 2008).

Naopak odmítá tvrzení, že průvodce pomáhá místům jakými jsou ostrovy Koh Phangan nebo Boracay k masivnímu přílivu turistů. Cummings Lonely Planet obhajuje tím, že ačkoliv zařazení do průvodce obvykle znamená automaticky doporučení, nemůže se do seznamu zapsat

každé dobré místo. Vyloučení ze seznamu nutně nezahrnuje kritiku (Cummings, 2003). Kritiku vysoké míry jistoty, s jakou zaměstnanci Lonely Planet určují, jaké subjekty se na seznam dostanou, odvrací s přesvědčením o jejich vyzrálých zkušenostech. „*Naši autoři jsou samostatní, nadšení cestovatelé ... osobně navštěvují tisíce hotelů, restaurací, kaváren, barů, galerií, paláců, muzeí a více – jsou hrdí podávat podrobnosti pravdivě a sdělovat, jak to je.*” (Cummings, 2005b, s. 18). Joe Cummings také vyjmenovává zásady nastavené pro dopisovatele Lonely Planet, jež mají sloužit k větší objektivnosti a nezájatosti:

- neodhalovat identitu,
- nepřijímat reklamu,
- nepřijímat slevu ani platbu za pozitivní reference jakéhokoliv druhu (Cummings, 2005b, s. 13).

Systém hodnocení bývá samozřejmě také zneužíván, ať už samotnými cestovateli, kteří se vydávají za pracovníky Lonely Planet, nebo poskytovateli služeb, kteří se představují jako cestovatelé za účelem ovlivnit hodnocení služby v rubrice cestovatelských příspěvků.

Nejznámějšího průvodce nepoužívají jen cestovatelé, ale i odborníci jako biolog Vojtěch Novotný z Jihočeské univerzity, který už sedmnáct let tráví několik měsíců v roce ve vzdálené Papui-Nové Guineji. Na Lonely Planet oceňuje vysokou úroveň kapitol o přírodě a kultuře: „*Daří se mu vystihnout základní charakter země, a to mi přijde nejdůležitější – důležitější než jakékoli podrobné informace.*“ (Lindner, 2012).

Tony Wheeler dnes potvrzuje roli jeho společnosti, kterou sehrála ve způsobu baťůžkářského způsobu cestování a ve zpřístupnění širšího rámce destinací (Friend, 2005). I když to není přímo Lonely Planet, ale baťůžkáři, kdo objevují nové destinace, jen průvodce je schopen otevřít místo publiku v masovém měřítku. Průvodce otevírá destinaci především nováčkům, referuje jim o úrovních cen, nabízí výběr hostelů, poskytuje orientaci detailními mapami a pomáhá jim přežít v cizí kultuře tipy na vhodné chování. Lonely Planet učí celé generace, jak se pohybovat světem sám a s jistotou (Friend, 2005).

Od doby, kdy Tony a Maureen Wheelerovi sepisovali prvního průvodce na kuchyňském stole, uplynulo čtyřicet let. Lonely Planet se mezitím stal největším vydavatelem turistických průvodců určených pro nezávislé cestovatele na světě. Jeho kanceláře se nacházejí v Melbourne (Austrálie), Oaklandu (USA) a v Londýně (Velká Británie). Podle majitelů se některé věci nezměnily: cílem je stále umožňovat cestovatelům dobrodružství – objevovat a porozumět světu. Ještě v polovině 80. let v jeho redakci v Melbourne pracovalo šestnáct lidí, dnes jich firma zaměstnává 450 a více než 200 autorů. Jakmile se Lonely Planet stal globálně milovanou značkou, manželé Wheelerovi dostali několik nabídek k prodeji. V roce 2007 našli partnera, kterému věřili, že dodrží jejich principy. *BBC Worldwide (British Broadcasting Corporation, dále jen BBC)* získala 75% podíl ve společnosti se závazkem dodržování zásad nezávislého cestování, důvěryhodného poradenství a redakční nezávislosti. V roce 2011 se BBC Worldwide stalo jediným akcionářem společnosti. Tony a Maureen jsou do činnosti Lonely Planet stále zapojeni a ve svém volném čase se věnují charitativním projektům. Společnost je nadále řízena filozofií: „*Vše, co musíte udělat, je rozhodnout se jet a nejtěžší část je za vámi. Tak do toho!*“

Tištěným průvodcům v posledních letech přibyl jeden velký konkurent, a tím je internet. Celkový prodej průvodců klesá, lidé si dnes mohou naplánovat a zajistit cestu s pomocí cestovatelských serverů. Společnost Lonely Planet více šetří a více reaguje na přání většiny turistů. Začala si zadávat výzkumy, které mají zajistit cestovatelské názory, potřeby a trendy. Změnu přiznávají i sami autoři, kteří v současnosti píšou pro širší skupinu čtenářů s větším cenovým rozpětím. Ceny nejlevnějších ubytovacích zařízení se postupně zvyšují, což je smutná zpráva pro batůžkáře, kteří chtějí putovat v co nejskromnějších podmínkách. Změnily se i pracovní podmínky autorů. Rowan McKinnon, který přispívá do Lonely Planet již více než 15 let, se o své postřehy podělil s českým týdeníkem Respekt: „*Všechno je mnohem strukturovanější. Píšete kapitoly tak, aby se daly co nejlépe použít do různých digitálních a webových aplikací. To vás tlačí k tomu psát hlavně fakta a informace. Mnohem těžší je dnes pojmout průvodce jako jedno velké vyprávění o zemi, dát do něj kus sebe. Příběhy a esejevé pasáže, typické pro původní podobu Lonely Planet, se mnohem hůř používají v nových aplikacích.*“ (Lindner, 2012).

2.6 Baťůžkářské enklávy

Mezi prvními, kdo signalizovali význam výzkumu baťůžkářských enkláv, byli Richards a Wilsonová (2004a). Navrhují věnovat více pozornosti roli těchto enkláv jako sociálnímu a mezikulturnímu prostoru a poukazují na změny v jejich vývoji. Enklávy vidí jako metaprostory, které umožňují baťůžkářům kombinovat důvěrnost domácího prostředí a anonymitu cizího prostředí. Enklávy by měly být viděny jako prostředníci pomáhající pochopit rozdíl mezi ideologií a praxí baťůžkářského způsobu cestování.

Různé koncepty enkláv spojuje myšlenka relativní uniformity a homogenního turistického prostoru (Edensor, 1998). Enklávy jsou křižovatkou, místem setkání s místními. Mohou být nacházeny v komerčních oblastech (např. Bangkok) nebo ve venkovských rájích s horší dostupností (Bali). Jako baťůžkář tento jev nepřehlédnete. Přes všechny jazykové, geografické a etnické rozdíly různých koutů světa, lze téměř všude nalézt vzájemně si velmi podobná místa, která oplývají podobnou atmosférou. Ať už se to týká oblečení, hudebního vkusu nebo stylu zábavy. Nezáleží na tom, zda se právě nacházíte v Českém Krumlově, Istanbulu, na pacifickém pobřeží Mexika, pod majestátními štíty Himálaje nebo na indonéských ostrovech. Téměř jistě zde narazíte na ubytovací zařízení určené pro backpackers či budget-travellers, kde se bude z reproduktorů linout hudba Boba Marleyho, Jimmyho Hendrixe, Manu Chao a mnohých dalších představitelů „alternativní“ hudby. Uvolnění mladí lidé si budou užívat více či méně bujaré večírky za konzumace piva a marihuany a léčit se z nich u různých variant „*English Breakfast*“.

Úvahy o enklávách vycházejí z přesvědčení, že baťůžkáři mají sklon podílet se na „mentálních mapách“ baťůžkářských destinací a do vzdálených lokalit cestují jen proto, aby dosáhli určité enklávy. Tyto mapy jsou posíleny formou ústní komunikace v jiných enklávách, neboť turistické plány a cesty jsou hlavním tématem konverzace mezi baťůžkáři (Murphy, 2001). Ačkoliv většina baťůžkářů cestuje samo nebo v párech, hledají především společnost jiných cestovatelů. Nevytvářejí však trvalé skupiny, enklávy jsou spíše místem prchavým, spontánním, ale i příjemným a přátelským (často dokonce intimním) setkáním. I když baťůžkáři oce-

ňují přátelskost místních zaměstnanců, vztahy s nimi jsou ve srovnání s ostatními baťůžkáři druhořadé. Existují významné rozdíly mezi městskými a venkovskými enklávami, zejména podle funkce a role v baťůžkářově cestě. Městská enkláva typu Khao San v Bangkoku je mnohem více komercializovaná než venkovská Pai⁷. Městské enklávy jsou především dopravními uzly, přes které baťůžkáři přijíždějí do navštěvované země a jsou jimi nuceni projít do destinace svého výběru (vzdálené venkovské enklávy). Městské enklávy slouží pomocným účelům, v rámci nichž se nově přijíždějící orientují, organizují své cesty a nakupují (Cohen, 2004a). S tímto tvrzením se však dá souhlasit jen částečně, některé města představují konečnou destinaci, jako např. Praha, Londýn nebo New York.

Oba druhy enkláv slouží jako místa setkávání a uspokojují baťůžkářské touhy jako konzumování jídla, pití, drog; zábavu a odpočinek. Ostrov Koh Phangan v jižním Thajsku dokonce získal pověst lokality prakticky neomezeného požitkářství, symbolizovaného tzv. *Full Moon Party*.⁸

Bangkokská ulice Khao San Road je asi nejlepším příkladem městské přestupní baťůžkářské enklávy. Tato slavná ulice má dokonce své vlastní webové stránky, na kterých se představuje jako místo brány do jihovýchodní Asie a skutečný *melling pot*⁹. Tato krátká ulice umístěná v centrální čtvrti Banglamphu je skutečnou legendou mezi cestovatelskými enklávami. Během posledních dvaceti let se místo původního hlavního rýžového trhu proměnilo ve světově známé baťůžkářské ghetto. Osobně jsem Khao San Road navštívila v březnu roku 2006 a na základě vlastní zkušenosti mohu konstatovat, že ulice nabízí veškeré služby, které turista po příletu vyhledává. Ať dorazí v jakoukoliv denní i noční dobu, návštěvník má možnost se ubytovat, nasytit v pouličních stáncích, napojit a pobavit v barech. Cestovní kanceláře lemující ulici

7 Městečko v severním Thajsku, vyhledávané baťůžkáři pro jeho relaxační atmosféru.

8 Proslulá party na pláži Haad Rin na ostrově Koh Phangan v Thajsku, konající se noc před nebo po každém úplňku.

9 „Tavicí kotel“ – představa splynutí etnicky rozdílných populací do nového celku, který bude obsahovat prvky různých kultur, a přece bude spojen překlenujícími společnými hodnotami.

prodávají mezinárodní i místní letenky, jízdenky na autobus a vlak, organizované výlety, falešné průkazy ISIC atd. Dále jsou zastoupeny směnárny, pobočky bank, masážní, kadeřnické a tetovací salóny, drogerie s miniaturním balením šamponů a sprchovacích gelů, prádelny, kavárny, restaurace, stánky s oblečením, slunečními brýlemi, šperky apod. Na místo, kde je koncentrováno tolik lákadel, stačí přicestovat s minimálním vybavením: batůžkem, pasem a platební kartou. Vše ostatní se dá sehnat a zajistit zcela pohodlně po příletu. V bohatém a turistům otevřeném městě, jakým Bangkok bezesporu je, není problém dostat se bez obtíží za slušnou cenu v noci do centra a vychutnat si ještě před usnutím smažené krevety a osvěžující „*fresh*“ džus. Khao San Road se jeví jako naprostý turistický ráj. Jenže i tento ráj se vzrůstajícím počtem cestovatelů ztratil mnohé ze svého půvabu. Jak uvádí i průvodce Lonely Planet Thailand z roku 2005, pokud neplánujete bydlet v malých špinavých pokojích se sdílenými sprchami a toaletami někde v přízemí, ubytujte se v okolních klidnějších ulicích.

Myšlenka funkce enkláv jako udržovací formy rovnováhy se věnoval Petri Hottola (2005) z Turistických studií na finské univerzitě v Joensuu. Enklávy analyzoval jako „bezpečné útočiště“ cestovatelů, kteří pobytem v nich čelí „kulturnímu zmatku“, jenž vládne venku. Tlak hostitelské kultury tak nutí batůžkáře shromáždit se v enklávách, které poskytují podporu, společnost a informace od ostatních cestujících. Enklávy často vytváří prostředí blízké domovu cestovatelů, a minimalizují tak prožitky kulturní rozdílnosti. Hottola zdůrazňuje, že pobytem na těchto místech není mnohdy naplněna touha po prožívání místní kultury. Popisuje enklávy jako příklady metasvětů, ve kterých návštěvníci mohou provádět skutečnou kontrolu nad situací. K podobnému závěru došel i Lloyd (2003) ve své studii vietnamských městských kaváren. „Café zóny“ fungují jako oázy, do kterých lze uniknout z hanojských rušných ulic, do bezpečné bubliny, ze které se cestovatelé mohou, obklopeni komfortem domova, kochat neznámým. Hottola zdůrazňuje, že batůžkáři se značně liší ve svých motivech a ve schopnosti zvládnout kulturní rozdílnosti. Prostory enkláv jsou tak rozděleny podle jejich požadavků a míry kontroly od soukromých prostor hostelového pokoje přes společenské místo v hostelu až po veřejné prostory (omezující vstup místních) barů, restaurací a turistických atrakcí. Hottolův rozbor batůžkářských enkláv jako metaprostorů představuje významný pokrok v analý-

zách baťůžkářského fenoménu. Poskytuje více holistický pohled na proces vytváření prožitků na cestě. Zkušenosti z enkláv jsou velmi rozdílné a závisí nejen na míře kontroly vykonávané cestovatelem, ale také na individuálních tužbách a potřebách. Většina baťůžkářů chce zažít zkrátka všechno, tzn. chtějí být zde a tam, chtějí být součástí lokální a globální kultury, chtějí být od všeho pryč a přitom v centru dění. Tato často protichůdná přání vytváří napětí v hledání prožitku a často odhalují mezeru mezi ideologií a praxí baťůžkářského cestování. Vzniká jakýsi pomyslný kruh, kdy se enklávy vyvíjejí prostřednictvím procesu interakce mezi lokálním a baťůžkáři, tato interakce je formována povahou enkláv a enklávy jsou zpět přeformovány touto interakcí. Tento dialektický vztah mezi prožitkem a prostorem formuje specifický typ prožitku v enklávě, který Richards s Wilsonovou nazvali „suspenze“ (Richards & Wilson, 2004). Baťůžkáři, spíše než k úplné izolaci nebo úplnému ponoření se do lokální kultury, inklinují k „pozastavenému“ stavu mezi lokální a globální kulturou, v prostoru, který není ani homogenní ani úplně heterogenní. Následkem tohoto zjištění vědci vnímají enklávu jako produkt dynamických sil, které se neustále mění. Přičemž suspenze nepředstavuje přesný střed řady protikladů. Pohyb záleží na motivacích a přáních cestovatelů, stejně jako na příležitostech a limitech nabízených enklávami. Jako prostory enklávy poskytují mnoho z „domácího komfortu“ a baťůžkáři často skončí v „důvěrně známém prostředí“ i v té nejexotičtější destinaci.

Časovou suspenzi enkláv popisuje Hottola (2008), který vidí baťůžkářovu cestu jako sérii setkání a kulturních zmatků promíchanou s obdobími ústupu k metasvětlu enkláv. Pobyt v enklávě pak představuje období volného času, které stojí v protikladu ke „kulturní činnosti“ prováděné na cestě a se „skutečnou prací“ prováděnou doma. Pro každou osobu je časový rytmus mezi „kulturní prací“ a „volným časem“ rozdílný.

Enkláva poskytuje společenský prostor, který nabízí přechodový stav mezi intimitou a anonymitou. Doma je cestovatel sevřen řadou vzorů chování a norem, vstupem do hostitelské kultury nahrazuje osobní identitu turistickými stereotypy. Může se pak více angažovat v chování, které odporuje normám jeho domovského prostředí, jako např. užívání drog nebo poflakování se. Stejně tak se ale ve stejný čas nepřizpůsobuje normám hostitelského prostředí.

Tato behaviorální suspenze poskytuje příležitost i místním, kteří mohou použít enklávu jako místo, ve kterém jsou normy lokality mírněny přítomností baťůžkářů (Dahles & Bras, 1999). Enklávy mohou být pro místní také dobrým odrazovým můstkem.

Pozastavená realita enkláv poskytuje hostům odpočinek od místního zmatku a zároveň nabízí nové možnosti, jako např. nová setkání a kosmopolitní mix lokálního a globálního. Únik z tohoto rozšiřujícího se institucionalizovaného systému je značně omezen. Cestovatelé jsou vedeni průvodcem Lonely Planet na stejná místa, která současně podporují jejich baťůžkářský styl. V enklávách se hosté s hostiteli setkávají kontrolovaným způsobem, pouze jako se zaměstnanci, které je neobtěžují. Na enklávy je však třeba pohlížet sofistikovanějším způsobem a zvážit, zda podobnou funkci jako Singapore nebo Bangkok mají i Londýn nebo Sydney, kde je kulturní vzdálenost mezi návštěvníky a místními kratší.

3. Empirická část

Jak uvádí socioložka Jana Duffková (2007), specifickým problémem, o kterém se v rámci sociologie začalo diskutovat relativně nedávno, je fenomén tzv. novodobého nomádství. Ten v protikladu k pevným sídlům patří do okruhu témat fyzického prostoru ve vazbě na životní styl. Každý životní styl se odehrává v určitém prostředí, prostoru. V rámci fyzického prostředí se nejčastěji zkoumají životní styly ve městě a na venkově a jejich případné odlišnosti. V posledních letech se do výzkumu zařadil i obecný rozdíl tohoto rozměru: prostor lokální a globální. V rámci sociálního prostředí jsou běžně sledovány v souvislosti s životním stylem úrovně makroprostředí (společnost), mezzoprostředí (komunity) i mikroprostředí (rodina a přátelé). Každý životní styl se kromě prostředí odehrává v různých časových dimenzích.

3.1 Shrnutí dosavadního bádání v oblasti backpackingu

Původní definice backpackingu byly založeny na kvantitativních marketingových výzkumech. Tyto studie přinesly přehled charakteristik backpackera, nemohly ale podat hlubší vhled do tohoto životního stylu. Jana Binderová z Katedry kulturní antropologie na Univerzitě Johanna Wolfganga Goetheho ve Frankfurtu (2004) zdůraznila důležitost kvalitativního výzkumu jako způsobu, který pomůže pochopit praktiky a procesy baťůžkářů. Cíle budoucích výzkumů by měly být založeny na konceptualizaci toho, jak baťůžkářské prožitky pasují na koncepty pozdně moderní společnosti. Jaké poslání dnes pro baťůžkáře plní nezávislé cestování? Jaký vliv má backpacking na každodenní život cestovatele?

Irena Ateljevicová a Stephen Doorne (2004) určili tři typické fáze, které formovaly výzkumy baťůžkářského turismu (v převážně anglicky mluvících zemích) za posledních třicet pět let:

- 1. fáze započala rokem 1970, kdy se mezinárodní turismus rozšířil ze Západu do „exotické periferie“, a tak upoutal pozornost antropologů a sociologů jako sociální a kulturní fenomén. Raná konceptualizace tuláka zdůrazňovala turistovu svobodu

a mobilitu jako protest proti rostoucí politické dominanci a kulturní homogenitě Západu. Obraz „driftem“ spíše asocioval nositele anarchistických hodnot a příslušníka drogové scény.

- 2. fáze se objevila v pozdních 80. letech a formulovala posun baťůžkářského typu cestování od toulání se k backpackingu jako zjevnému marketingovému nástroji s novou terminologií „svobodně nezávislého cestovatele“. Baťůžkářství se zkoumalo ve vztahu k jeho symbolickým konfiguracím modernity.
- 3. fáze představuje interpretaci baťůžkářského turismu postavenou na kritických přístupech spojených s problémy postmodernity. Jedná se o širší rámec a zapojení více rozmanitých pohledů.

Výzkumný program *Backpacker Research Group* (BRG) byl iniciován několika členy sdružení *Association for Tourism and Leisure Education* (ATLAS) v Hainanu v říjnu 2000. Vědci cítili potřebu vytvořit platformu pro diskuzi a vyvolat zájem o výzkumná šetření a vydávání odborných publikací. Výsledkem je též kniha *The Global Nomad*, která se stala jedním z hlavních pramenů mé bakalářské práce. Autoři vytyčili několik směrů výzkumu: motivace a chování nezávislých cestovatelů, backpacking jako (post)moderní fenomén, rozmanitost a změna backpackingu, antropologické pohledy na charakteristiky baťůžkářů atd.

Výzkumy upouští od pohledu backpackingu jako homogenního fenoménu a věnují více pozornosti rozmanitým projevům z hlediska věku, původu a pohlaví. Dosud převládající šetření zaměřená na cestovní styl a trasy se přesouvají na reflexivní pohled, týkající se způsobu, kterým baťůžkáři konstruují sami sebe.

3.2 Vlastní empirické šetření

Cílem této práce je úvodní zmapování a popis základních charakteristik fenoménu baťůžkářství. Výzkumnou otázku a související hypotézy jsem formulovala zejména na základě rozboru

dosavadní odborné literatury. Následně jsem se pokusila je zodpovědět pomocí kvalitativního výzkumu v empirické části práce.

Kvalitativní postup je užitečný zvláště v případech zkoumání života lidí a společenských procesů (Hendl, 2008). Používá induktivní logiku, přičemž výstupem je interpretace kulturní skutečnosti, formulace nových hypotéz nebo teorií. Cílem empirické části této práce není formulace nové teorie, ale pokus blížeji popsat fenomén a prozkoumat některé závěry a teoretické předpoklady ostatních autorů, a to vzhledem k limitovanému počtu respondentů bez nároku na zobecnění a korekci teorie. Cílem je pouze deskripce jevu a diskuze otevírající potenciál pro další výzkumy fenoménu v České republice.

V následujícím přehledu stručně popíši hlavní body výzkumného šetření:

1. Strategie výběru výzkumného vzorku

Informátory jsem získala z okruhu svých známých a dále metodou tzv. nabalování, tedy způsobem, kdy jsou další respondenti oslovováni na základě doporučení již zkoumaných jedinců (Hendl, 2008). Kritériem pro výběr určité osoby bylo splnění následujících podmínek:

- cestovat levně,
- organizovat cestu individuálně a nezávisle,
- procestovat výše jmenovaným způsobem minimálně deset různých zemí (převážně mimoevropských).

Z hlediska nedostatku času se podařilo získat pouze deset rozhovorů. Informátoři se pohybovali ve věku od 28 do 41 let, vzorek tvořilo osm žen a dva muži. Pět respondentů dosáhlo středoškolského vzdělání, pět vysokoškolského. Všichni byli příslušníky české národnosti. Na jednotlivých cestách pobývali od čtrnácti dnů až po šest měsíců. Rozhovory probíhaly v červenci a srpnu roku 2012.

Vybrané osoby byly informovány o průběhu a okolnostech výzkumu. Od všech jsem získala aktivní informovaný souhlas s účastí na studii.

2. Sběr dat

Pro získání bližšího obrazu tohoto fenoménu jsem zvolila polostrukturovaný rozhovor, který je vhodný pro úvodní zmapování problematiky a porozumění zkušenosti respondentů. Na jedné straně zachovává výhody kvalitativního zkoumání – ponechává dostatek prostoru pro vyjádření respondenta a odhalení nových, doposud neuvažovaných dimenzí zkoumaného jevu; na straně druhé umožňuje v relativně krátké době shromáždění informací k již předem definovaným hypotézám vyplývajícím z dosavadního zkoumání a související teorie. V kombinaci se subjektivní zkušeností – zúčastněným pozorováním v přirozeném prostředí (participací na činnostech studované skupiny) – byl výzkum během mnoha let cestování zaměřen na lepší pochopení fenoménu batůžkářství. Otázky jsem v průběhu výzkumu doplňovala.

3. Analýza dat

Získané rozhovory jsem se svolením informátorů nahrávala na diktafon a následně jsem je technikou doslovné transkripce převedla do písemné podoby. Ačkoliv se jedná o časově náročnou proceduru, pro podrobné vyhodnocení je transkripce podmínkou. Umožňuje srovnávat text nebo zdůrazňovat různá místa podtrháváním.

Jelikož kvalitativní postupy získávají informační materiál o realitě, vyžadují přesný a adekvátní popis dat (Hendl, 2008). Před zahájením analýzy jsem si získaná data důkladně pročetla a označovala jednotlivé jevy pojmy vyjadřujícími, o čem asi vypovídají. Dalším krokem byla kategorizace dat, tzn. uskupení podle příslušnosti k jevům. Pomocí interpretativní metody jsem hledala témata a pravidelnosti v narativních datech.

Úskalí výzkumu: krátké časové období sběru dat, omezený počet respondentů, nerovnoměrné zastoupení dle pohlaví a z toho vyplývající problematická zobecnitelnost získaných dat.

Hypotézy

Hypotéza 1. Současný český backpacker je plně zapojen do globálního institucionalizovaného backpackerského turismu.

Backpacking dnes představuje významný globální průmysl. Hranice mezi konvenčním turistou a backpackerem se prudce rozostřují. Tato alternativní forma cestování se institucionalizovala, backpackeři mají nastavené rutiny a používají systém stejných zařízení a služeb. Český backpacker do tohoto rozjetého vlaku „naskočil“ až po změně politických poměrů po roce 1989. Hypotéza vychází z předpokladu, že český backpacker v současnosti na svých cestách plně praktikuje předávaný způsob jednání a vztahů, který vývoj backpackingu přinesl, a bezproblémově se v něm orientuje. Tyto víceméně závazné vzorce chování mu dovolují jednání automatizovat, a tím mu zjednodušují orientaci a šetří čas i energii.

A: Základním prvkem, od kterého se backpackerská cesta odvíjí, je knižní průvodce z edice Lonely Planet. Všichni účastníci tohoto empirického výzkumu jej bez výjimky používají:

I1¹⁰: „*Impulsem k první cestě byla kniha Ivana Breziny Cesta na východ. Ted' jezdím podle LP.*“

I2: „*Cestovatelské tipy získávám z LP, z bible, bohužel ho používám, ale už je hrozně zprofanovaný ... průvodce jsou na jednu stranu super, na druhou stranu místa po čase zkazí. Třeba Koh Phangan doporučoval jako klidné místo, ale bylo to peklo...*“

„*LP je super, že existuje, asi bych bez toho nebyla schopná cestovat, kdybych jela poprvý. Na druhou stranu je i taková zbraň, ty lidi podle toho jedou. Je to taková masová turistika jako blázen. Bojím se, že to bude časem i v Etiopii, a ono to tam tak bude, protože když tam začnou lidi jezdit, tak jim podstrojujou, protože oni to ty lidi tak i vyžadujou. Mám z toho největší strach, spousta destinací tak dopadne.*“

¹⁰ I1 = informátor č. 1 atd, viz příloha.

I3: „LP používám na praktickou cestu, inspiraci získávám především z literatury. Bez LP ani nevím, jestli bych někam jela. Mám takovou teorii, že ta země, o které je vydaná LP, není ani nebezpečná. LP je užitečná pomůcka, specializuji se na hlavní body – zajímavosti, hledám ubytování, dopravu, jak dlouho cesta zabere. LP není můj hlavní zdroj informací o památkách, Rough Guides je myslím popsany víc. Bez LP si to ani nechci představit.“

I4: „Informace беру z LP, internetu, doporučení známých. LP mi vyhovuje, i bych řekla, že dneska, když přišel internet, tak ztrácí, informace nejsou až tak aktuální. Nejvíc používám ubytování, tipy na výlet, vysvětlení historie. Moc jsem neměla ráda ty restaurace, tam se právě sejdou všichni ty baťůžkáři, snažím se vybírat sama ty s místními ... když se mi hotel nelíbí, nejdu už podle LP, ale co se mi líbí.“

I5: „Vždycky jsem si koupila toho průvodce, v LP jsou highlights nebo od kamarádů. Na LP jsem si zvykla a když nám ho jednou ukradli, měli jsme jinej, nebylo to ono. Člověk si na to asi zvykne, neumím si představit, že bych jela bez něj. Když jsme ho na Filipínách neměli, šli jsme na letišti do knihkupectví si z něj opsat aspoň nějaký informace. Většinou LP na prvním místě. Nejčastěji historie, podívám se na mapu, highlights ... kombinuji to s doporučením od známých. Restaurace ve většině případů ne, zajdeme do těch, kde je hodně místních lidí, to je záruka, že se tam dobře vaří.“

I6: „Používám LP jako každej baťůžkář, specializovaný trekkingový průvodce, ted' internet. LP je na tyhle akce jeden z nejlepších zdrojů informací. Je třeba to brát s rozumem a uvědomit si negativa. Je to strašně populární, všichni o tom ví a každej tam jede. Místa, která jsou publikovaná v LP, se zkazí, začne tam jezdit víc lidí. Může nastat i to, že nějaký trek se pak vlada rozhodne zpoplatnit. V LP hledám hlavně atrakce, když o tý zemi nic nevím, organizace kolem toho, abych si udělal obrázek, jak dlouho to trvá z bodu A do bodu B, takový plánovací. Nepoužívám sekce s jídlem, to radši objevuju sám. Uvědomuju si, jaký má LP vliv na místní byznys.“

I7: „V současné době je to hodně zjednodušený internetem, koupím si LP a pak googluju a googluju. Trošku se stydím za toho LP, protože takovej baťůžkář by to podle mě ani dělat neměl. Průvodci jsou šikovní, užiteční. Možná se nepovažuji ani za baťůžkáře, místo cestovky mám knihu. Rád čtu kapitoly o přesunech z místa na místo. Někde to funguje velmi dobře, někde hůř. Co téměř nikdy nefunguje, jsou ceny, i když se snažím koupit co nejaktuálnějšího. Většinou je to dražší, než co tam píšou. Obecně mi ty průvodce fungují, myslím, že žádná jiná řada průvodců to nemá tak dobře zpracovaný jako LP. Restaurace podle LP téměř nehledám. ... když člověk vidí, jak to tam každé třímá, no nevím no ... myslím, že to je šílený byznys.“

I8: „Informace od kolegů, přátel, internet, turistický průvodce – LP. Použila jsem i Rough Guide, LP většinou vyhovoval. Hledám tam nejlevnější ubytování, zajímavá místa, restaurace moc ne. ... všimla jsem si síly LP, často se místní ptají, podle čeho jsme je našli.“

I9: „Tipy a informace z dokumentů, od lidí nebo literatura a filmy. Průvodce používám až třeba tam, ne vždycky vyjedu s průvodcem. Hlavně LP. Je užitečný na základní přehled – infrastruktura, kde, co a jak, zvyky. A jinak už ho nepotřebuju, o památkách se dozvím až na místě. Kapitola o jídle by pro mě vůbec nemusela existovat.“

I10: „LP většinou, někdy na internetu. Čtu všechno více méně od ubytování, sightseeing, ale i restaurace, bary, kultura, po historii. Mě zajímá všechno.“

B: Backpacker obvykle bydlí v levných ubytovacích zařízeních, která se nejčastěji nacházejí v baťůžkářských enklávách. Všichni zúčastnění vybírají ubytování především podle ceny, deset z deseti to nejlevnější, jejich minimální nároky se liší od střechy a okna až po klimatizaci. Někteří používají i *dormitory*¹¹, ale přiznávají, že s věkem a lepším finančním zázemím se nároky zvyšují (alespoň na vlastní sociální zařízení na pokoji). Ubytování v hostelech nepřednostňují, rozhoduje cena a čistota.

11 Společná místnost s více lůžky.

I3: „Ubytování podle ceny, když mám platit více než 10 USD, jsem nervozní. Hostely nepřednostňuju.“

I5: „Záleží na zemi, když je země dražší, třeba Austrálie, nevadí, když spí člověk v hostelu v dormitory bez příslušenství. Teď už bych chtěla vlastní koupelnu a postel. Vždycky se dívám prvně na nejlevnější – budget v LP a v dnešní době někdy i na internet.“

I6: „Bydlím podle ceny, jednoznačně ceny, stejně pro mě není ubytování nějaká přidaná hodnota. Pořád levný hostely. Má to i charakter, člověk tam potká lidi stejného ražení, dozví se, kam má jet.“

I7: „Má batůžkářská čest mi velí, abych se tam pokusil najít to nejlevnější. Žádný nároky na vybavení. Jasně, nejlevnější podle LP.“

Hypotéza 2. Backpacking je především přestávkou v konformním způsobu života.

I2: „Návrat ... nesnáším, střet s realitou, beznadějný, šedivý, nepříjemný lidi, zbytečný, uvědomuji si rozdíl života, že lidi tam ho mají možná kvalitnější než my ... vracím se kvůli práci ... neumím si představit, že bych tam žila, ale přemýšlím o tom. Změnit chování lidí je boj s větrnými mlýny, všechno tě tu semele, když se vrátím, tak si to uvědomuju strašně moc ... politika – na to kašlu, nemá cenu, beznadějný.“

I1: „Vždycky jsem počítala s návratem domů, maximálně s prodloužením. Cestování znamená oddechový čas, ‘výměna disku‘, pročistit hlavu, vzdělávat se dál, jsem za cestu vděčná, ale nenazvala bych to předělem, předěl – změna života nastává s příchodem dětí.“

I4: „Euforie, já jsem se těšila domů, že mám ty svoje věci a vlastně jsem pak žila z toho pocitu, že mám něco, co ostatní nemaj, jako v hlavě, že jsem zažila něco, dva tejdny potom byly úplně super ... nabylo mě to, i když to bylo třeba vyčerpávajícím jiným způsobem ... víš proč, já jsem většinou jezdila do zemí, kde lidi žijou hůř, a já jsem si uvědomila, jak se mám dobře, je to trošku zlý z mé strany, trošku sobecký, ale já si to pak zase znovu uvědomim ... ono je to takový relativní, ty seš na něco zvyklá a to ti vyhovuje, ono to zas nemusí vyhovovat lidem v tom Varanasi, co ty tady máš...“

I6: „Na začátku jsem se ke konci hrozně těšil domů, že tu mám věci, na který jsem byl zvyklý ... pak mě to přešlo, pak spíš smutek, že dovolená skončila. Připadá mi to tu drobet jinak. Typický příklad, na druhý cestě, když jsem byl v Indii, na první jsem jel po zemi, přechod byl postupný a když jsem tam byl podruhé letecky, bylo neuvěřitelné v Indii večer nastoupit do autobusu v tom mumraji a zmatku a za pár hodin vystoupit tady a jet metrem. A to srovnání mezi indickým autobusem a tím metrem tady je prostě neuvěřitelné. V tom indickém autobusem to žilo, lidi se bavili, kravál, horko, ty pachy, všechno to útočilo na ty tvoje smysly. Pak přijedeš sem do Prahy, člověk si to neuvědomí, ale zrovna, když přijedeš z tohoto místa, takový studený ksichty, když to tak musím říct, není to nic ve zlém, já proti tomu nic nemám, ale tak se ti to jeví, ty obličej, ticho, úplně hrobový ticho, každé si čte nějakou knížku a je to prostě neuvěřitelný přechod. Já jsem samozřejmě ten samej, co si čte v metru rád. Člověk vidí po návratu, ale za pár dní na to zapomeň, bez problému se s tím sžiješ, patří to tady k tej kultuře. ... každá země něčím vyniká, tak samozřejmě bych byl rád, kdyby všechno to dobrý, co jsem viděl, bylo tady, ale to je nereálný, že jo. Já mam jiný koníčky a zájmy, než abych energii věnoval na to, abych začal něco měnit.“

I7: „Člověk je utahaný z těch časových posunů, první den utahanost a pak mě baví se vrátit do toho máho života. Práce mi přijde zajímavější, těším se na kamarády a známý, těším se, jak jim o tom budu vyprávět, těším se jak, budu plánovat tu další cestu.“

3.3 Shrnutí výzkumu

Hypotéza 1. Současný český backpacker je plně zapojen do globálního institucionalizovaného backpackerského turismu.

Výše uvedené odpovědi potvrzují domněnku o zapojení současného českého baťůžkáře do globálního institucionalizovaného baťůžkářského turismu. Informátoři z mého výzkumu, stejně jako globální nomádi, využívají služeb průvodce Lonely Planet, navštěvují baťůžkářské enklávy, ubytovávají se na stejných místech. Samozřejmě, že míra participace je ovlivněna několika okolnostmi, jako jsou psychologické vlastnosti a zkušenosti jednotlivce, věk, finanční možnosti apod., ale cestovatelské návyky jsou v podstatě totožné. Cesta začíná pořízením průvodce Lonely Planet, který určí její podobu, směr a interpretuje nám cizí svět, do kterého

se vydáváme. Dostaneme informace o historii země, doporučení a rady, jak se chovat, jak se vyvarovat nebezpečí, kam zajít nakupovat nebo se bavit. Skalní cestovatelé a dobrodružnější povahy se snaží z těchto okovů občas vymanit. Ačkoliv většina dotázaných uvedla mezi své motivace pro baťůžkářství samostatnou a svobodnou organizaci cesty, ve skutečnosti jsou mnohokrát lapeni do okružních cest naprogramovaných autory Lonely Planet. Ti zkušenější již dokážou tuto záludnost odhalit a vypořádat se s ní tím, že průvodce slepě nenásledují. Důležité je pochopení role průvodce jako pomocného nástroje místo direktivního našeptávače. Na průvodce lze samozřejmě také úplně rezignovat. Cestování potom jistě nabývá dobrodružnějších a opravdovějších rozměrů. Tento styl současně vyžaduje mnohem náročnější přípravu a dlouhodobější pobyt, neboť užitečný rys, který Lonely Planet nabízí, je úspora času.

V odpovědích se také objevil specifický úkaz, a to absence Lonely Planet na českém trhu v 90. letech 20. století. Nakladatelství Svojtka & Co. vydalo první českou edici Lonely Planet až v roce 2001. Do té doby cestovatelé používali především jeho anglickou verzi nebo jiné průvodce. Legendou v českém prostředí se stala kniha *Cesta na východ* od Ivana a Ivy Brezinových. K sepsání příručky vedly vzpomínky na dobu těsně po listopadu 1989, kdy autoři poprvé vyrazili do Asie. Jak sami v úvodu vzpomínají, chyběly tehdy jakékoliv informace a oni si tak museli na všechno přijít za cenu mnoha omylů sami. Kniha není průvodcem v klasickém slova smyslu. „*Vycházíme z přesvědčení, že doslovné cestovní návody člověka paradoxně ochuzují o to, kvůli čemu se většinou do světa vydává – o svobodu, volnost a možnost vypadnout na chvíli ze světa, kde všechno funguje podle předem daného plánu. Souhrn těch nezákladnějších informací je zcela postačující a ostatní už by si měl každý objevit sám.*“ Vyprávění o „cestě po zemi do Indie za sto dolarů“ inspirovalo jednu z informátorek tak, že se v roce 1996 rozhodla opustit lukrativní zaměstnání a trasu následovat.

Je těžké odhadnout, zda na procesy ve vývoji backpackingu měl větší vliv Lonely Planet, nebo naopak, nepochybně je vliv jednoho na druhého výrazný. Vzájemná závislost baťůžkářů a jejich bible je hodnotnou částí, která pomůže porozumět celému fenoménu.

Hypotéza 2: Backpacking je především přestávkou v konformním způsobu života.

V druhé části výzkumu jsem se zaměřila na pocity baťůžkářů po návratu domů. Zajímalo mě, jakým způsobem se cesta promítla do jejich dalšího života. Zda znamenala hlubší zkušenost či dokonce přelom v jejich životě, nebo jen přestávku v jejich konformním způsobu života. Tato hypotéza se potvrdila částečně. Všichni respondenti odjíždí s úmyslem vrátit se domů. Dva z deseti občas uvažují, že by v některé z navštívených zemí zůstali a žili. Všichni se po návratu opět zařadí do běžného života společnosti. Zde ale odpovědi vykazují rozdíly: šest z deseti účastníků se zpět domů těší a po návratu zažívá radost a euforii, čtyři z deseti provází spíše deprese a stesk. Všichni informátoři sice shodně hodnotí vliv baťůžkaření na svou osobu pozitivně, vážný životní předěl však nepotvrdil nikdo. Jeden účastník zdůraznil, že mu to vzalo vnitřní klid, který ho nutí cestování opakovat; jiná respondentka jako životní zlom uvedla narození dětí. Jedna z žen před půlroční cestou podala výpověď a odešla ze zaměstnání, jeden muž se vzdal možnosti postupu na kariéřním žebříčku a začal pracovat na živnostenský list, aby měl ročně minimálně dva měsíce volna na cestování. Zbytek informátorů pracuje (nebo je na mateřského dovolené) a cestuje pouze v době dovolených nebo krátkodobého neplaceného volna. Ačkoliv všem backpacking přináší bohaté zkušenosti, radost, rozšíření obzorů, poznávání rozdílných kultur a nadhled, žádný z nich nemá ambice „rebelovat“ a výrazně protestovat proti zdejší společnosti.

Připouštím, že odpovědi mohou být zkresleny věkem většiny informátorů (devět z deseti se nachází v kategorii 30–41 let), kteří již podle svých slov na změny ve společnosti rezignovali. Dále zde nebyla zohledněna jejich výchozí pozice před zahájením backpackingu. Přikláním se tedy spíše k potvrzení hypotézy, i když pro někoho se backpacking stal natolik důležitou součástí života, že modifikoval, nikoliv však zavrhl, své zapojení do společenských procesů tak, aby mu nadále zůstával dostatečný časový i finanční prostor pro cestování. Baťůžkářství tedy nepředstavuje radikální odmítnutí západního konzumního způsobu života, ale může vést ke změně preferencí. Odpověď na druhou hypotézu proto vidím jako nejednoznačnou. Lze se rozhodně přiklonit spíše k chápání cesty jako oddechového času než jako k významnému pře-

chodovému rituálu. Oproti pouhému oddychu ovšem může přinášet i vliv na způsob, jakým si baťůžkář organizuje život, včetně kariérních a spotřebitelských preferencí tak, aby cestování mohlo být nedílnou součástí jeho prožívání světa.

Závěr

Každý rok se miliony lidských bytostí vydávají na cesty, aby poznaly fascinující místa naší planety. Maffesoli (2002) mluví o nomádkém instinktu, o určité antropologické struktuře, která přetrvává a najde si nějaký prostředek jak se projevit. Snahou práce bylo přinést obraz dnešních globálních nomádů, tzv. baťůžkářů a popsat dynamický vývoj tohoto fenoménu.

Současný příslušník baťůžkářské scény se chová odlišně od Cohenova „odcizeného individuálního cestovatele“ 70. let. Původní tulák utíkal do vzdálených krajů především před svou západní společností. Cestoval, aby hledal hodnoty, které postrádal. Dnešní nomád, ačkoliv splňuje určité rysy tuláctví, skončí často následováním davu a oblíbených baťůžkářských tras. Backpackeři, nejčastěji ve věku 18–35 let, kteří se rozhodli procestovat svět dříve, než se vrhnou na budování kariéry nebo rodiny, pocházejí vesměs z vyspělého Západu. Na jednu stranu tak demonstrují Baumanovu tezi o rozdělení postmoderního světa na základě možnosti volného pohybu, na straně druhé přinášejí vzorce chování odlišné od klasického turismu. Nejedná se o dovolenkáře, kteří unikají ze stereotypu všedního života týdenním pobytem v předem rezervovaném hotelu. Většinou to ale nejsou ani kerouackovsky nespoutaní poutníci v tom smyslu, že by na cestu přenesli kompletně celou svou existenci. Jedná se většinou o cestovatele, kteří vyrazí za poznáním cizích krajů na několik týdnů, měsíců či dokonce let, ale poté se opět navracejí domů, aby dokončili studium a našli zaměstnání. Kdekoliv se však objeví, přinášejí s sebou i svůj vkus, který pomáhá vytvářet globální síť navzájem si podobných míst.

Ačkoliv většina baťůžkářů vyjadřuje touhu po objevování jiných kultur, ve skutečnosti je na cestě vázána na kulturní normy svého důvěrně známého domácího světa. Západní cestovatelé se tak mohou v baťůžkářských enklávách „zastavit“ mezi kulturami, které kombinují prvky Západu a lokálního prostředí ve stravitelných dávkách. Svůj hlad po setkávání nasycují společně stráveným časem s ostatními baťůžkáři. Vzrůstající počet backpackerů s sebou logicky přináší i vzrůstající počet enkláv, které nabízejí bezpečné místo k vydechnutí od často náročného „chaosu“ na ulici. Backpackerské enklávy ve městech nabízejí zejména servisní a tranzitní body, zatímco venkovské jsou vyhledávané především pro více *autentické a relaxační zážitky. Nárůst těchto homogenních míst dopadá jak na lokální obyvatele, tak i na

samé cestovatele. Skalní baťůžkáři opouští některé dřívější baťůžkářské ráje, aby objevovali nové a méně frekventované destinace.

K propagaci backpackerských tras velkou mírou přispívá tzv. baťůžkářská bible – průvodce z edice Lonely Planet. Tento přehledný a velmi populární pomocník poskytuje cestovatelům vyčerpávající informace o orientaci v novém „terénu“ a otevírá tak destinace i těm méně pokročilým jedincům. Jak uvedli někteří účastníci empirického výzkumu, putování si bez něj prakticky nechtějí ani představit. Někteří si uvědomují jeho obrovskou tržní sílu. Zařízení zapsaná v Lonely Planet ve srovnání s těmi neuvedenými viditelně vzkvétají.

V současnosti je poměrně složité identifikovat typického představitele baťůžkářské scény. Jisté je, že se vymezují od klasických turistů, ale zároveň také vůči některým členům ze své skupiny. Tato komunita není zastoupena jednotnou masou, ale rozmanitými projevy chování. Baťůžkáři se liší jak ve svých motivech, tak ve schopnosti zvládnout kulturní rozdílnosti. Někteří volí hedonističtější způsob trávení času pobytem v enklávách, někteří se snaží více ponořit do hostitelské kultury. Během cesty jsou schopni brát na sebe jinou identitu a adaptovat se na nové podmínky – odkládají hodinky, ženy make-up a oblékají pohodlné oděvy z místních trhů. Čas jako takový je vůbec důležitým rysem backpackingu. Dlouhodobí cestovatelé se na rozdíl od klasických turistů mohou pokusit integrovat do „jiného“ času navštívené kultury. Čekání na příjezd vlaku v Indii je zkušeností, jež změní váš pohled na čas. Navíc si mohou dopřát takové luxusní aktivity, jakými je např. „nicnedělání“ nebo „očumování“ místních obyvatel. Jejich vliv na lokální destinaci se projevuje i díky mnohem bližšímu kontaktu, který si musí tito nemajetní cestovatelé vytvořit, aby dokázali na cestách realizovat své plány. Neúnavným úsilím o pronikání do místních cenových poměrů utvářejí kompletní alternativní nabídku služeb pro zahraniční návštěvníky. V kombinaci s často dlouhodobým pobytem a touhou pochytit a pochopit co nejvíce z místní kultury pomáhají zpochybnit častý stereotyp v uvažování místních obyvatel, a to že západní cizinec rovná se chodící balík peněz, který se vyznačuje arogancí k místním domorodcům

Jako užitečný nástroj k interpretaci funkce baťůžkářství je uváděn model rituálu přechodu. *Rites de passage* vyžaduje hlubší změnu vlastního stavu, a proto se nedá aplikovat na všechny baťůžkáře. Současná cesta do neznámých končin sice cestovatele odděluje od jejich rodin a představuje odchod z běžného života, nepředstavuje však tak „úplný“ zvrát jako v tradičních

nebo kmenových společnostech. Richards s Wilsonovou (2004) navrhuji vhodnější termín „pozastavení se“. Část batůžkářů volí spíše než úplné ponoření se do místní kultury „pozastavenou“ existenci mezi lokální a globální kulturou, jež jim přináší komfort a kontrolu nad situací.

Součástí bakalářské práce je i vlastní empirický výzkum, jehož výsledky jsem podrobně shrnula ve třetí kapitole. Na základě analýzy odborné literatury jsem formulovala dvě hypotézy:

1. Současný český backpacker je plně zapojen do globálního institucionalizovaného backpackerského turismu.

Tato hypotéza se výzkumem potvrdila. Dnešní backpackeři mají nastavené rutiny a používají systém stejných zařízení a služeb. Český backpacker je dnes plně adaptován, využívá předávaný způsob jednání a vztahů, který vývoj backpackingu přinesl. Tyto převzaté vzorce chování mu pomáhají své jednání automatizovat.

2. Backpacking je především přestávkou v konformním způsobu života.

Všichni zúčastnění informátoři se po návratu z cest bezproblémově zařadili zpátky do běžného života, ačkoli u každého z nich probíhalo zapojení do reality odlišně dlouho a s jinou intenzitou. Většina z nich ale nijak zásadně neodmítala hodnoty české společnosti. Přikláním se k potvrzení hypotézy, i když pro někoho se stal backpacking natolik důležitou součástí života, že modifikoval, nikoliv však zavrhl, své zapojení do společenských procesů tak, aby mu nadále zůstal časový i finanční prostor pro cestování.

Podle sociologa Erika Cohena (1972) turismus představuje projev lidské touhy navštívit místa a zažít kulturní, společenské a environmentální rozdíly. Touha však není konzistentní pro všechny typy turistů. Někteří využívají pohodlí „environmentálních bublin“, někteří se snaží více ponořit do hostitelských kultur. Batůžkářská komunita sice utváří svého druhu umělý svět, který si nese charakteristiky napříč světem, ale její příslušníci pronikají do mnohem bližšího kontaktu s realitou všedních dnů místních obyvatel než tradiční turisté. Domnívám se, že společenství batůžkářů a jeho interakce a adaptace na lokální kulturní normy hostitelských zemí by stály za bližší zkoumání. Jistě by bylo zajímavé věnovat pozornost pohledu místních obyvatel, zda batůžkáře odlišují od klasických turistů a jak jejich chování

vnímají. Dalším tématem výzkumu by mohlo být hlubší odhalení toho, jak je po návratu z cest ovlivněn reálný život batůžkářů a jakým způsobem se jim případně změní jejich hodnotový systém či preference v životě.

Tato práce se snažila o zmapování a popsání hlavních charakteristik fenoménu. Je jisté, že batůžkáři nejsou homogenní skupinou, ale její členové jsou rozporuplné osobnosti a každý z nich přináší do cestovního procesu jiné hodnoty, znalosti a očekávání, které následně ovlivňují jejich chování a zkušenosti na jednotlivých cestách.

Slovník pojmů

Antropologie turismu relativně nová tematická oblast výzkumů sociální a kulturní antropologie zabývající se cestovním ruchem jako specifickým typem kulturních kontaktů a s ním spjaté akulturace a kulturních změn. Antropologie turismu se začala rozvíjet od 70. let 20. století jako reflexe interakcí “turista – domorodec”. Antropologové studují turismus jako formu dočasně migrace, která přispívá k rozsáhlým kulturním kontaktům různých lidí, včetně kulturní difúze odlišných artefaktů, sociokulturních regulativů a kulturních idejí. Turismus ovlivňuje celou řadu aspektů každodenního života domorodců, od obchodu přes politiku k životnímu stylu a preferovaným kulturním hodnotám.

Autenticita původnost, reálnost, skutečnost, pravdivost. Zvláště se používá k hodnocení a popisu, například událostí či objektu.

Baťůžkář (backpacker) představitel specifického nízkorozpočtového, nezávislého a mezinárodního způsobu cestování. Pojmenování je odvozeno od cestovního zavazadla, velkého batohu, ve kterém si během svého putování nosí všechnu potřebnou výbavu a výstroj. K dalším charakteristikám baťůžkáře patří ubytování v levných hostelech, používání místní veřejné dopravy, častý styk s místním obyvatelstvem a vyhledávání dobrodružství. Termín byl poprvé v cestovatelské literatuře používán od roku 1970, předmětem vědeckého bádání se fenomén stal teprve nedávno.

Globalizace rostoucí vzájemná závislost různých národů, států a regionů celého světa. Multi-dimenzionální jev ovlivňující sociální, kulturní, politické, fyzické, institucionální a zejména ekonomické prostředí, kdy národní zdroje nabývají mezinárodního charakteru a národní ekonomiky se stávají více závislými. K rostoucí globalizaci přispívají tři hlavní faktory: liberalizace kapitálových trhů a deregulace finančních služeb, otevírání trhů obchodu zbožím a službami a investicím, rostoucí význam informačních a komunikačních technologií.

Hippies navázali v šedesátých letech na odkaz beat generation. Hlásali mír, lásku a nenásilí; jejich hlavním politickým tématem bylo odmítání války ve Vietnamu, imperialismu a rasismu. Název byl odvozen z angl. černošského slangu, kde *hip* znamenalo chytrý, dotyčná osoba dospěla ke skutečné životní moudrosti, má jasné a vtipné myšlení; hip je ten, kdo má “barev-

nou” fantazii a dívá se s ironickým odstupem na věci, které ostatní berou smrtelně vážně. Subkultura hippies propagovala volnost, krásu, lásku, mír, spontánnost, též drogy a pohlavní promiskuitu. Heslem této subkultury bylo: “flower – power”.

Hostel forma levného ubytování, kdy hosté společně sdílí téměř všechna příslušenství v ubytovacím zařízení (kromě postele), což vytváří nezaměnitelnou atmosféru. Za zakladatele je považován německý učitel Richard Schirrmann (1874-1961), který roku 1907 s pomocí svých žáků každý večer vystěhoval lavice ze školní učebny, aby přes noc a o víkendech mohla posloužit mladým cestovatelům jako přístřeší. Již tehdy mezi základní rysy pobytu v hostelu patřilo vzájemné vyměňování zkušeností a informací cestovatelů. Nezávislé soukromé hostely většinou nespolupracují s cestovními kanceláři, ale dávají přednost individuálním cestovatelům.

Instituce v antropologickém a sociologickém smyslu je v zásadě každý obecně praktikovaný a v dané kultuře předávaný způsob jednání. Představuje účinný prostředek odlehčení, jež zbavuje člověka nutnosti promýšlet případ od případu způsoby jednání vedoucí k uspokojení potřeb jednotlivců, skupin a celých kultur.

Kultura v antropologickém pojetí představuje systém idejí, sociokulturních regulativů a artefaktů, který nutí členy určité společnosti jednat, myslet a vlastnit určitým způsobem a který si lidé osvojují procesem enkulturace. Kulturu lze zkoumat v atributivním smyslu na úrovni lidského rodu, v distributivním smyslu na úrovni konkrétních kultur, subkultur a kontrakultur a na úrovni jednotlivce.

Liminalita (prahovost, z lat. “limen” - “práh”) značí prostřední stav, mezistav, pomezí u přechodového rituálu; antistrukturální, tvůrčí, neurčitý. Pojem používal Arnold van Gennep ve své teorii přechodových rituálů, jeho myšlenku dále rozvedl Victor Turner.

Postmodernismus přístup ke společnosti, který nelze jednotně definovat. Podle postmodernistů je pro postmoderní dobu charakteristické, že univerzálnost vystřídala pluralita. Společnost není uzavřeno jednotným principem či smyslem, nýbrž je to společnost otevřená.

Psychogeografie interdisciplinární oblast zabývající se o vztahy psychiky a prostoru. Na druhé osoby, prostor a objekty mohou být přenesené předvědomé i nevědomé obsahy naší psy-

chiky – naše zkušenosti a zvyky ve vnímání toho, jaký máme obraz o sobě a ostatních lidech, - pudová hnutí a efekty atp. Na tomto podkladě je možné vysvětlit mnohé mezilidské a společenské fenomény a jejich jevové podoby v turismu. Základním smyslem psychogeografických studií je osvobodit naše pojetí reality od naučených zkušeností a způsobů vnímání, např. i problémových, konfliktních, patologických.

Rituál přechodu (fr. rite de passage) souvisí se změnou stavu v životě jednotlivce a celých skupin. Do kategorie přísluší každé náboženské nebo světské chování vykazující trojfázový model zavedený Arnoldem van Gennepem.

Subkultura pojem zahrnuje soubor specifických norem, hodnot, vzorů chování a životní styl charakterizující určitou skupinu v rámci širšího společenství, příp. tzv. dominantní kultury, jíž je tato skupina konstitutivní součástí. Škála projevů vyjadřujících distanci od převládající kultury je široká, od drobných změn až k radikálnímu popření (kontrakultura). Zcela izolovaná však subkultura není od dominantní kultury nikdy. Čím komplexnější je kultura a čím diferencovanější je populace, tím je pravděpodobnější vznik různých s.

Turismus činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanovené. Hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě. Doba pobytu mimo běžné životní prostředí je v domácím turismu do šesti měsíců, v mezinárodním turismu do jednoho roku. Turismus se stal v poválečném období významným jevem s dopady do ekonomické oblasti, do sociokulturního prostředí i do prostředí fyzického. Rozvoj mezinárodního turismu je těsně vázán se vznikem a vývojem světové ekonomiky v moderním pojetí od konce 19. století. Vývoje turismu kopíruje vývoj světového hospodářství včetně propojení s globálními problémy světové ekonomiky. Turismus může přispívat k prohlubování i řešení globálních problémů světové ekonomiky.

Volný čas je čas v němž člověk nevykonává činnosti pod tlakem pracovních závazků či z nutnosti zachování svého biofyzilogického či rodinného systému. Často je charakterizován svobodnou volbou, očekáváním příjemných prožitků apod. Spojují jej následující funkce: zábavní, rekreační, rozvoj vlastní osobnosti, sociální kontakty I fyzická a psychická regenerace.

Životní styl skupiny představuje do určité míry vyabstrahované, typické společné rysy životního způsobu, resp. jeho hlavních, určujících momentů, které jsou příznačné pro převážnou většinu členů nějaké skupiny (častěji jde o větší či menší skupiny, jejichž členové se navzájem všichni neznají, ale obecně vzato mají společné něco, co je důležité pro vytváření životního způsobu/stylu. Výrazný životní styl může přejít v subkulturu.

Seznam použité literatury

Adler, J. (1985). Youth on the road: Reflections on the history of tramping. *Annals of Tourism Research*, 12(3), pp. 335-354. Dostupný z: <http://dlib.nyu.edu/undercover>.

Agar, M. (1994). The Intercultural Frame. *International Journal of Intercultural Relations*, 18(2), pp. 221-237. doi:10.1016/0147-1767(94)90029-9

Ateljevic, I., & Doorne, S. (2004). Theoretical Encounters: A Review of Backpacker Literature. In G. Richards, & J. Wilson (Eds.), *The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice* (pp. 50-76). Clevedon: Channel View.

Ateljevic, I., & Hannam, K. (Eds.). (2008). *Backpacker Tourism: Concepts and Profiles*. Clevedon: Channel View.

Bauman, Z. (1999). *Globalizace. Důsledky pro člověka*. Praha: Mladá fronta.

Binder, J. (2004). The Whole Point of Backpacking: Anthropological Perspectives on the Characteristics of Backpacking. In G. Richards, & J. Wilson (Eds.), *The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice* (pp. 92-108). Clevedon: Channel View.

Boorstin, D. J. (1992). *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Vintage.

Botton, A. de. (2010). *Umění cestovat*. Zlín: Kniha Zlín.

Brezina, I., & Brezinová, I. (1999). *Cesta na východ*. Praha: LINGAM.

Burns, G. L. (2004). Anthropology and Tourism: Past Contributions and Future Theoretical Challenges. *Anthropological Forum*, 14(1), pp. 5-22. doi: 10.1080/0066467042000189908

- Chambers, E. (2010). *Native tours. The Anthropology of Travel and Tourism*. Long Grove: Waveland Press.
- Clifford, J. (1997). *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Massachusetts: Harvard University Press.
- Cohen, E. (1972). Towards a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), pp. 164-182.
- Cohen, E. (1973). Nomads from affluence: Notes on the phenomenon of drifter-tourism. *International Journal of Comparative Sociology*, 14(1), pp. 89-103.
doi:10.1177/002071527301400107
- Cohen, E. (2004a). Backpacking: Diversity and change. In G. Richards, & J. Wilson (Eds.), *The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice* (pp. 43-59). Clevedon: Channel View.
- Cohen, E. (2004b). *Contemporary Tourism: Diversity and Change*. Oxford: ELSEVIER.
- Cummings, J. (2003). *Thailand* (10th ed.). Footscray: Lonely Planet.
- Cummings, J. (2005). *Thailand*. (11th ed.). Footscray. Lonely Planet.
- Dahles, H., & Bras, K. (1999). *Tourism and Small Entrepreneurs: Development, National Policy and Entrepreneurial Culture: Indonesian Cases*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Desforges, L. (2000). Travelling the world: Identity and travel biography. *Annals of Tourism Research*, 27(4), pp. 926-945. Dostupný z: <http://www.sciencedirect.com>.

- Duffková, J., Urban, L., & Dubský, J. (Eds.). (2007). *Sociologie životního stylu*. Praha: Politická akademie ČR.
- Edensor, T. (1998). *Tourists at the Taj: Performance and Meaning at a Symbolic Site*. London: Routledge.
- Elsrud, T. (1998). Time creation in travelling: The taking and making of time among women backpackers. *Time and Society*, SAGE. 7(2), pp.309-334. doi:10.1177/0961463X98007002008
- Friend, T. (2005, April 18). The parachute artist: Have Tony Wheeler's guidebooks travelled too far? *The New Yorker*. Dostupný z: http://www.newyorker.com/archive/2005/04/18/050418fa_fact_friend.
- Genep, A. van, (1996). *Přechodové rituály: systematické studium rituálů*. Praha: Lidové noviny.
- Hendl, J. (2008). *Kvalitativní výzkum. Základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál.
- Hottola, P. (2005). *The metaspacialities of control management in tourism: Backpacking in India*. *Tourism Geographies*, 7(1), pp.1-22. Dostupný z: <http://ingentaconnect.com>.
- Hottola, P. (2008). The Social Psychological Interface of Tourism and Independent Travel. In I. Ateljevic, & K. Hannam (Eds.), *Backpacker Tourism: Concepts and Profiles* (pp. 26-37). Clevedon: Channel View.
- Iyer, P. (1988). *Video Nights in Kathmandu and Other Reports from the Not-So-Far East*. New York: Vintage.
- Jafari, J. (1989). An English language literature review. In J. Bystrzanowski (Ed.), *Tourism as a Factor of Change. A Sociocultural Study* (pp. 17-60). Vienna: Centre for Research and Documentation in the Social Science.

- Jandourek, J. (2001). *Sociologický slovník*. Praha: Portál.
- Kubátová, H. (2010). *Sociologie životního způsobu*. Praha: Grada Publishing.
- Lindner, T. (2012, 32). Nejlepší cestovka světa. *Respekt*, pp. 46-52.
- Lipovetsky, G. (1999). *Soumrak povinnosti. Bezbolestná etika nových demokratických časů*. Praha: Prostor.
- Lloyd, K. (2003). Contesting control in transitional Vietnam: The development and regulation of traveller cafes in Hanoi and Ho Chi Minh City. *Tourism Geographies*, 5(3), pp. 350-366. Dostupný z: <http://tandfonline.com>. doi: 10.1080/14616680309717
- Loker, L. (1993). *The Backpacker Phenomenon II: More Answers to Further Questions*. Townsville: James Cook University of North Queensland.
- Loker-Murphy, L. (1996). Backpackers in Australia: A motivation-based segment study. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 54, pp. 23-45.
- Loker-Murphy, L., & Pearce, P. (1995). Young budget travellers: Backpackers in Australia. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 819-843. ScienceDirect. doi: 10.1016/0160-7383(95)00026-0
- MacCannell, D. (1999). *The tourist a new theory of the leisure class*. London: University of California Press.
- Macbeth, J., & Westerhausen, K. (2001). *The Development of Backpacker Tourism in Western Australia*. Dostupný z: <http://tourism.murdoch.edu.au/tourism/backpacker.htm>.
- Maffesoli, M. (2002). *O nomádství*. Praha: Prostor.

- Maoz, D. (2005). Young adult Israeli backpackers in India. In C. Noy, & E. Cohen (Eds.), *Israeli Backpackers: From Tourism to Rite of Passage* (pp. 159-188). New York: State University of New York Press.
- Matthews, A. (2008). Backpacking as a contemporary rite of passage: Victor Turner and youth travel practices. In G. St John (Ed.), *Victor Turner and Contemporary Cultural Performance* (pp. 174-189). New York: Berghahn Books.
- McLuhan, M. (2011). *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. Praha: Mladá fronta.
- Morgan, N., & Pritchard, A. (1998). *Tourism Promotion and Power: Creating Images, Creating Identities*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Murphy, L. (2001). Exploring social interactions of backpackers. *Annals of Tourism Research*, 28(1), pp. 50-67. ScienceDirect. doi: 0.1016/S0160-7383(00)00003-7
- Palatková, M. (2011). *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Grada.
- Pásková, M., & Zelenka, J. (2002). *Cestovní ruch. Výkladový slovník*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj.
- Petrusek, M. (1996). *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum.
- Petrusek, M. (2006). *Společnosti pozdní doby*. Praha: SLON.
- Radová, L. (2012). *Průvodce Lonely Planet*. [fotografie], osobní sbírka.
- Ray, N., & Yanagihara, W. (2008). *Vietnam*. Praha: Svojtka & Co.
- Richards, G., & Wilson, J. (Eds.). (2004a). *The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon: Channel View.

Richards, G., & Wilson, J. (2004b). Drifting Towards the Global Nomad. In G. Richards, & J. Wilson (Eds.), *The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice* (pp. 3-13). Clevedon: Channel view.

Ritzer, G., & Liska, A. (1997). 'McDisneyization' and 'Post-Tourism': Complementary Perspectives on Contemporary Tourism". In Ch. Rojek, & J. Urry (Eds.), *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory* (pp. 96-109). London: Routledge.

Smith, V. L. (Eds.). (1989). *Host and Guests: The Anthropology of Tourism*. (2nd ed.). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Smolík, J. (2010). *Subkultury mládeže: uvedení do problematiky*. Praha: Grada Publishing.

Soukup, M. (2009). *Základy kulturní antropologie*. Praha: Akademie veřejné správy.

Soukup, V. (2005). *Dějiny antropologie*. Praha: Karolinum.

Spreitzhofer, G. (1998). Backpacking tourism in South-East Asia. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 979 – 983. Dostupný z: <http://sciencedirect.com>.

Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer Behaviour in tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Šípek, J. (2001). *Úvod do geopsychologie. Svět a putování v něm v kontextu současné doby*. Praha: ISV.

Turková, E. (2012). *Khao San Road, Bangkok*. [fotografie], osobní sbírka.

Turner, V. (2004). *Průběh rituálu*. Brno: Computer Press.

- Urban, L. (2007). Člověk, společnost a sociální charaktery. In J. Duffková, L. Urban, & J. Dubský (Eds.), *Sociologie životního stylu* (pp. 91-110). Praha: Policejní akademie ČR.
- Uriely, N., Yonay, Y., & Simchai, D. (2002). Backpacking experiences: A type and form analysis. *Annals of Tourism Research*, 29, pp. 520-538. Dostupný z: <http://sciencedirect.com>.
- Urry, J. (2002). *The Tourist Gaze*. London: SAGE.
- Vodáková, A., Vodáková, O., & Soukup, V. (2000). *Sociální a kulturní antropologie*. Praha: SLON.
- Wearing, S. (2002). Re-centring the self in volunteer tourism. In G. Dann (Ed.), *The tourist as a Metaphor of the Social World* (pp. 237-262). Wallingford: CAB International.
- Wearing, S., Stevenson, D., & Young, T. (2010). *Tourist Cultures Identity, Place and the Traveller*. London: SAGE.
- Welk, P. (2004). The beaten track: Anti-tourism as an element backpacker identity construction. In G. Richards, & J. Wilson (Eds.), *The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice* (pp. 217-236). Clevedon: Channel View.
- Welk, P. (2008). The Lonely Planet Myth: 'Backpacker Bible' and 'Travel Survival Kit'. In I. Ateljevic, & K. Hannam (Eds.), *Backpacker Tourism: Concepts and Profiles* (pp. 82-94). Clevedon: Channel View.
- Westerhausen, K. (2002). *Beyond the beach: An ethnography of modern travellers in Asia*. Bangkok: White Lotus.
- Wheeler, T. (1975). *Across Asia on the Cheap*. South Yarra, Vic.: Lonely Planet.

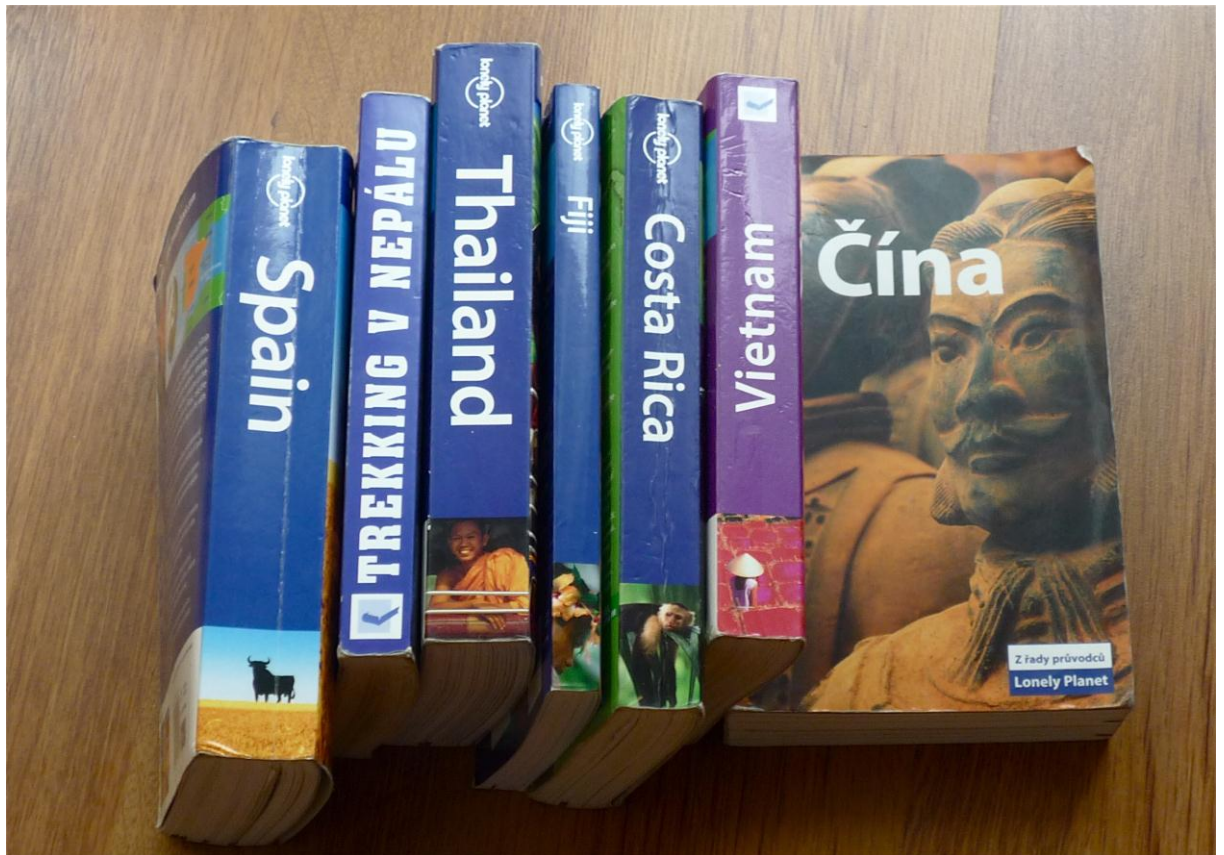
Wilson, J., & Richards, G. (2008). Suspending Reality: An Exploration of Enclaves and the Backpacker Experience. In I. Ateljevic, & K. Hannam (Eds.), *Backpacker Tourism: Concepts and Profiles* (pp. 9-25). Clevedon: Channel View.

www.lonelyplanet.com

www.svojtka.cz

www2.unwto.org

Přílohy



Průvodce Lonely Planet

foto: autorka



Khao San Road, Bangkok

foto: Eva Turková

Anonymizační formulář (Informovaný souhlas)

Dne jsem poskytl/a rozhovor Lence Radové v rámci výzkumného projektu Fenomén baťůžkářství. Tento výzkum probíhá v rámci bakalářské práce na katedře Kulturologie FF UK v Praze.

Pro účely analýzy v rámci uvedeného výzkumného projektu a pro účely na něj navazující výzkumné činnosti smí být tento rozhovor zpracováván*:

- spolu s mým jménem a kontaktem na mojí osobu
- jen v anonymizované podobě bez souvislosti s mým jménem a kontaktem na mojí osobu.

V případě, že úryvky z tohoto rozhovoru budou součástí publikací nebo veřejných prezentací výsledků výzkumu*:

- souhlasím s tím, aby byly uváděny v souvislosti s mým jménem
- smí být uvedeny jen anonymizované podobě bez mého jména a souvislosti s mojí osobou.

Po skončení výzkumného projektu Fenomén baťůžkářství, tento rozhovor*:

- smí být archivován a tím zprostředkován pro účely jiných výzkumů a dalších badatelů v plném rozsahu, včetně kontaktu na mojí osobu tak, aby mě další výzkumníci mohli v případě potřeby znovu oslovit, úryvky uvedené v publikovaných výstupech takových výzkumů budou anonymizovány
- smí být archivován a tím zprostředkován pro účely jiných výzkumů a dalších badatelů, ale pouze v anonymizované podobě, bez spojení s mým jménem a s mojí osobou
- smí být dále zpracováván jen výzkumníky jmenovanými v tomto souhlasu.

Na základě tohoto souhlasu smí být mé jméno, adresa a osobní údaje obsažené v tomto rozhovoru zpracovávány nejdéle 10 let.

Jméno:

Podpis:

*vyberte jednu z uvedených možností

Seznam informátorů

Informátor č. 1		datum: 25. 7. 2012	délka rozhovoru: 32min
Věk:	40		
Pohlaví:	žena		
Národnost:	česká		
Nejvyšší dosažené vzdělání:	SŠ		
Informátor č. 2		6. 8. 2012	35min
Věk:	31		
Pohlaví:	žena		
Národnost:	česká		
Nejvyšší dosažené vzdělání:	VŠ		
Informátor č. 3		6. 8. 2012	1h12min
Věk:	41		
Pohlaví:	žena		
Národnost:	česká		
Nejvyšší dosažené vzdělání:	SŠ		
Informátor č. 4		6. 8. 2012	33min
Věk:	37		
Pohlaví:	žena		
Národnost:	česká		
Nejvyšší dosažené vzdělání:	SŠ		
Informátor č. 5		11. 8. 2012	34min
Věk:	39		
Pohlaví:	žena		
Národnost:	česká		
Nejvyšší dosažené vzdělání:	VŠ		
Informátor č. 6		14. 8. 2012	40min
Věk:	41		
Pohlaví:	muž		
Národnost:	česká		
Nejvyšší dosažené vzdělání:	VŠ		
Informátor č. 7		14. 8. 2012	35min
Věk:	37		
Pohlaví:	muž		
Národnost:	česká		
Nejvyšší dosažené vzdělání:	VŠ		
Informátor č. 8		15. 8. 2012	24min
Věk:	28		
Pohlaví:	žena		
Národnost:	česká		

Nejvyšší dosažené vzdělání: SŠ

Informátor č. 9

15. 8. 2012

34min

Věk: 38
Pohlaví: žena
Národnost: česká
Nejvyšší dosažené vzdělání: VŠ

Informátor č. 10

18. 8. 2012

21min

Věk: 35
Pohlaví: žena
Národnost: česká
Nejvyšší dosažené vzdělání: VŠ