

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

Turismus a lokální kultura v interakci

Martina Vítková

Praha 2018

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra antropologie

Studijní program Antropologie

Studijní obor Sociální a kulturní antropologie

Bakalářská práce

Turismus a lokální kultura v interakci

Martina Vítková

Vedoucí práce:

Doc. Petr Lozoviuk Ph.D.

Katedra antropologie

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Praha 2018

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně. Veškeré použité podklady, ze kterých jsem čerpala informace, jsou uvedeny v seznamu použité literatury a citovány v textu podle normy ČSN ISO 690.

V Praze, dne 22. 4. 2018

..

.....

Martina Vítková

Poděkování

Děkuji Doc. Petru Lozoviukovi Ph.D., vedoucímu mé bakalářské práce, za odborné vedení, cenné rady, trpělivost a čas, který mi věnoval.

Dále děkuji za vstřícnost všem dotazovaným, bez nichž by se tato práce neobešla a v neposlední řadě řediteli skiareálu Pejo, Simone Pegolottimu za poskytnutí potřebných informací a pomoc při vyhledání respondentů.

Obsah

1. Úvod
 - 1.1. Cíl výzkumu
 - 1.2. Použité metody

2. Teoretická část
 - 2.1. Teoretická východiska
 - 2.2. Historie a reálie

3. Praktická část
 - 3.1. Charakteristika dotazovaných
 - 3.2. Rozbor témat
 - 3.3. Analýza

4. Závěr

1. Úvod

1.1. Cíl výzkumu

Cestovní ruch je fenoménem s neustále rostoucím vlivem na mnoho oblastí života. Představuje významný faktor ekonomického růstu, politických, kulturních i environmentálních změn. Změny odehrávající se v důsledku turismu mívají na exponovanou lokalitu často i negativní dopad v podobě narušení lokálních tradic či poškození životního prostředí. Taková situace nastává hlavně v případech, kdy se jedná o modernitou dosud relativně nedotčené teritorium. Identifikace faktorů, které rozvoj turismu v lokalitě determinují a analýza jejich souvislostí s dopady turismu, je důležitým základem pro tvorbu nástrojů vhodných k omezení negativních vlivů, jež může turismus zprostředkovat.

Antropologie turismu je poměrně mladé odvětví (první významnější studie v oboru vznikaly od 70. let 20. století), navzdory tomu výzkumů na téma turismu a jeho vlivu na lokální kulturu již bylo vypracováno značné množství. Realita různých destinací je nicméně velmi variabilní. Každá další studie představuje další díl napomáhající dotvářet celkový obraz a zprostředkovávající empirická data potřebná ke komparaci a zdokonalení vyvozovaných závěrů.

Cílem této práce je poskytnout příspěvek k diskurzu o dopadech cestovního ruchu na turistickou lokalitu. Práce popisuje proces přeměny tradiční horské lokality Pejo (Itálie, Autonomní provincie Trento) na rušné turistické středisko v průběhu druhé poloviny 20. století.

Hlavní cíl spočívá v určení a analýze činitelů i důsledků změn sociokulturního prostředí a souvislostí sledovaných změn s růstem turismu v oblasti. Důraz je kladen na holistický přístup. Lokální kultura, historie i dispozice krajiny jsou nahlíženy jako faktory formující sociální strukturu a interpersonální vtahy, a společně determinují možnosti a zájem o zapojení do procesu turismu ze strany lokality následně pak ovlivňují i proces jeho rozvoje.

Zvláštní pozornost je věnována etnografickému popisu a analýze prvků tradiční kultury oblasti (lokální zvyky, životní styl, způsob obživy a trávení volného času místních obyvatel) v závislosti na kulturní změně, kterou turistické odkrytí dané lokality iniciovalo. Dále se práce snaží poodhalit, do jaké míry je

v dané lokalitě aktuální otázka komodifikace kultury (Cohen, 1988) a analyzovat její případný vliv na kulturní identitu místních obyvatel.

1.2. Použité metody

Empirická data pro tento výzkum byla získána prostřednictvím zúčastněného a nezúčastněného pozorování v průběhu uplynulých pěti let a dále pomocí dvanácti nestrukturovaných rozhovorů v rozsahu 40 až 90 minut provedených mezi 12. a 18. červnem 2017 ve Val di Sole s místními obyvateli. Z těchto rozhovorů devět bylo provedeno v oblasti Pejo, na kterou je tato práce hlavně zaměřena, a zbývající tři pro srovnání v lokalitách těsně sousedících. Pro dosažení všeobecného obrazu situace byli vyhledáni respondenti různých profesí a odlišného společenského postavení. Výběr dotazovaných byl uskutečněn metodou snowball a přímým oslovením náhodných osob na ulici.

V rámci analýzy rozhovorů byla identifikována a porovnávána klíčová společná témata či absentující prvky a zkoumán jejich význam v daném společenském a kulturním kontextu. Výsledná data byla analyzována i v souvislosti s výstupy zúčastněného a nezúčastněného pozorování. Doplňující informace a všeobecný historický rámec byly získány prostřednictvím sekundární literatury.

2. Teoretická část

2.1. Teoretická východiska

Prof. Dr. Claude Kaspar, bývalý ředitel univerzitního Institutu pro cestovní ruch Univerzity St. Gallene, definuje cestovní ruch jako „*soubor vztahů a jevů, které vyplývají z cestování a pobytu osob, jejichž místo pobytu není ani hlavním místem bydliště, ani místem výkonu výdělečné činnosti*“ (Linderová 2013, 12). V dnešní době cestovní ruch zprostředkovává setkání lidí různých kultur v množství a frekvenci dříve nevídané, je nositelem politických, společenských, kulturních i environmentálních změn. Cestovní ruch se stal neoddelitelnou součástí moderního životního stylu. Ve světě zůstává již jen minimum míst turismem nedotčeno. Množství zúčastněných osob roste exponenciálně každým rokem (dle WTO celkový objem mezinárodních příjezdů vykazuje již po několikaletém meziročním růstu o 4% a v roce 2016 zahrnoval 1 235 mil. osob (WTO, 2017)). Turismus je hybnou silou ekonomického rozvoje v mnoha zemích (WTTC připisuje turismu cca 10% podíl na světovém HDP a jedno z deseti pracovních míst (WTTC, 2017).

Souběžně s rozvojem cestovního ruchu po druhé světové válce došlo k nárůstu zájmu sociálních věd o tento společenský fenomén. Studium turismu jako společenského fenoménu bylo rozděleno do dvou hlavních linií a to studium motivačních faktorů vedoucích člověka k turismu a analýzy dopadů turismu na hostitelskou lokalitu.

Teorie náboženství Émile Durkheima a zavedení pojmu anemie jakožto jevu, který nastává při oslabení společenských norem a morálních hodnot, se stala východiskem pro mnoho autorů věnujících svou pozornost studiu motivace na straně turistů (Burns 1999, 69). Urbanizace a industrializace následující průmyslovou revolucí a s tím související dělba práce změnila společenskou strukturu, původní neformální kolektivní vědomí tradiční společnosti vázané dohromady společným životním stylem a hodnotami, bylo nahrazeno novými uměle aplikovanými formalizovanými pravidly. Chybějící přirozenost a jasné standardy chování vedly k odcizení, člověk žijící v této nové společnosti je nucen hledat původnost a přirozenost jinde (MacCannell 1976, dle Burns 1999, 80). Jestliže náboženství a rituál, tedy jevy posvátné, posilují sociální

soudržnost společnosti, pak turismus spojený s hledáním autenticity může být viděn jako náhrada rituálu v moderním životě (MacCannell 1976, dle Burns 1999, 92)

Inspirováni Van Genepovou analýzou přechodových rituálů MacCannell a Nash připodobnili turismus k poutnictví (MacCannell & Nash dle Burns 1999, 92). Poutnictví, tedy cestování na svatá místa za účelem vzdání díky, uzdravení nebo pokání (Hoggart 1922 dle Burns 1999, 90) je charakterizováno podobnými stadii a průběhem, osvobozením od rutinní sociální struktury jako fáze přechodového rituálu. Z daného pohledu turismus i poutnictví ve svém výsledku posilují kolektivitu a sociální integraci. Obdobně jako intenzivní náboženské prožitky mění psychickou aktivitu člověka (silnější emoce, vášeň, pocity). Tak jako v období liminality (Turner 2004, 96) dochází k saturaci emočních potřeb, přičemž normy zůstávají neporušeny. Turismus poskytuje možnost úniku od kontroly a tlaku všedního života, v rámci kterého může docházet k MacCannellovu hledání autenticity, či dle Boorstina bezduchému útěku za falešným snem (Holden 2005, 45).

V akademickém prostředí všeobecně převažuje tendence spojovat motivaci k turismu s určitým odcizením, způsobeném sociálními, politickými a dalšími změnami ve společnosti inicializovanými průmyslovou revolucí, která jako by byla v tomto směru zlomovým bodem. Nicméně chuť cestovat, byť omezována převážně vnějšími faktory jako nedostatečná infrastruktura, chudoba či nebezpečí na cestách, zde byla i v mnoha předešlých obdobích. Lidé měli a mají tendenci cestovat a bavit se, když jsou k dispozici volný čas a dostatečné finanční prostředky. Industrializace a kapitalismus kombinací růstu příjmů a oddělení volného času tyto základní předpoklady zajistily, zpřístupnily turismus masám, což vedlo k jeho industrializaci a zapojení do tržní ekonomiky.

Turismus se stal prodejním artiklem, jako takový začal být nabízen. Vývoj sdělovacích prostředků výrazně posílil možnosti marketingu. Watson a Kopachevsky rošířili rámec turismu o kontext současné konzumní kultury, komodifikace turismu odpovídá komodifikaci dnešního života. Tak jako jiné zboží i turismus překročil tzv. *„užitnou hodnotu“*, není nutností, nýbrž pomocí své symbolické hodnoty definuje identitu jednotlivce. Je součástí určitého sociálního

jednání, prostředkem sociální diferenciacce (Watson & Kopachevsky 1996, dle Holden 2005, 51). V této souvislosti může turismus působit jako faktor sociálního vyloučení v ekonomicky vyspělé společnosti, kde je cestování součástí většinové kultury.

Symbolická hodnota je základní součástí marketingu, první kontakt turistu s lokalitou není přímý, ale jedná se o kontakt s reprezentací dané lokality. Turistický průmysl vytváří mýtus ráje, tak aby turista získal dojem, že to, co je vzdálené domácím prostředí, je lepší a jiné. Nebezpečí této konstrukce a konzumace snů tkví v možnosti zboření mýtů, hosté i hostitelé vytvářejí mýty nové, často dochází k tvorbě negativních stereotypů ohrožujících vzájemné vztahy a sociální soudržnost (Burns 1999, 107).

Industrializace turismu a pojetí cestování jako prodejního artiklu má své dopady i na lokální kulturu. „Kultura se stala hlavní komoditou turistického průmyslu“ (Boissevain 1996, 11). Turistu je nutné zabavit, autentické domácí události často neodpovídají vkusu turistu či nejsou dostatečně časté, dochází ke zkracování rituálů, vytváření nových, tak aby vycházely vstříc očekávání návštěvníků. Podobně i materiální kultura je přetvářena v prodejní artikl pro masu a autenticita se tak stává nedostatkovým zbožím, což, nahlížejíce z perspektivy MacCannellovy teorie o turistovi hledajícím autenticitu jako léčbu anémie v dnešní industrializované společnosti (Cohen 1984, 378), je smutným paradoxem moderní doby. MacCannell nicméně situaci nevidí negativně, vzhledem k tomu, že turista není expertem na danou kulturu, k jeho uspokojení postačí naplnění jeho představy o autenticitě. Kritičtější je Boorstinův názor, že moderní turista úmyslně hledá neautentickou zkušenost, tzv. „pseudo-event“, jež koresponduje s jeho povrchním životním stylem (Burns 1999, 80). Právě na základě míry autenticity, kterou turista vyhledává, rozlišil Cohen čtyři základní typy (Cohen 1972, 167-168):

- „Organized mass tourist“ - převážně skupinové zájezdy s organizovaným programem omezené na svou *environmentální bublinu*, turistova zkušenost s hostitelským prostředím je minimální.

- „Individual mass tourist“ - podobně jako předchozí i tento typ turisty má předem připravený program, není ale vázán na skupinu a vykazuje určitou míru autonomie.
- „Explorer“ - organizuje svou cestu sám se snahou vyhnout se hlavním turistickým trasám, vyhledává autentické zážitky, ale nevzdává se pohodlí a jistot navyklých ve svém domovském prostředí.
- „Drifter“ - kompletně se sžívá s hostitelským prostředím za účelem maximalizace autentičnosti.

Průvodním jevem turismu je v každém případě určitý stupeň fingované autenticity „*staged authenticity*“ (Cohen 1988, 372). Dle Borstinova skeptického tvrzení kulturní produkty nepřirozeně vyumělkovány pro dosažení vyšší atraktivity ztrácejí pro místní svůj původní význam, tak dochází k destrukci tradiční kultury a k narušení sociálních vztahů. Abram oproti tomu vidí komodifikaci jako „součást pozitivního procesu, během kterého hostitelé přehodnocují svou historii a zbavují se pocitu méněcennosti“ (Boissevain 1996, 13). Považujeme-li tak jako MacCannell za jednu z motivací turismu právě hledání autenticity, tedy zájem o původnost, přirozenost a jednoduchost jako protiklad modernity, v důsledku by měl turismus postihovat spíše kultury ‚tradiční‘, které jsou často již na ústupu. Z tohoto pohledu logický je náhled Cohena, že turismus potažmo komodifikace může být nástrojem pro uchování kulturních tradic a tím i lokální identity, které by jinak hrozil zánik (Cohen 1988, 382).

Ve výsledku nicméně pro žádnou ze zúčastněných stran není důležitá autenticita, ale víra v ni. V průběhu celé lidské historie tradice vznikaly spontánně či byly vymyšleny z určitých důvodů, jsou prostředkem ovlivnění lidského chování, posilování sociální soudržnosti či nástrojem politické manipulace, ve všech případech zprostředkovávají pocit kontinuity s minulostí, na kterou nutně odkazují (Hobsbawm & Ranger 1983). Není rozdílu, zda určitá tradice vznikla spontánně či z důvodů politických nebo ekonomických (v daném případě v zájmu rozvoje turistického ruchu), pokud je všeobecně přijímána.

Významnou oblastí studia turismu z pohledu antropologie je kulturní a sociální změna. Mezi-kulturní interakce jsou součástí cestovního ruchu a jejich důsledky jsou mnoha autory nahlíženy jako negativní obzvláště v případě ekonomické a politické nerovnosti mezi hosty a hostiteli. V knize *Golden Hordes* Louis Turner a John Ash popisují turismus jako formu kulturního imperialismu, kdy invaze z rozvinutých světových metropolí do necivilizovaných částí světa neúmyslně ničí lokální kultury a životní prostředí (Turner & Ash 1975, dle Burns 1999, 72). Nakolik a k jaké kulturní změně mezikulturní interakce vedou, záleží na jejich povaze. Ta se liší na základě následujících faktorů: typ turistů (Cohen 1972, 167-168), délky pobytu, postoje a očekávání, množství turistů, délky sezóny (ovlivňuje zaměstnanecké možnosti a období odpočinku), role ‚*culture brokers*‘ (lokální multilingvní prostředníci, kteří mohou manipulovat lokální kulturu pro turistické účely) (Smith 1977, dle Burns 1999, 94).

Burns rozdělil dosavadní teorie kulturní změny v souvislosti s turismem do několika podskupin na základě účinků, které mohou interakce mezi hosty a hostiteli vyvolat. Demonstrační efekt působí převážně v tradičních společnostech. Členové dobrovolně přejímají určité typy jednání. Turista působí jako nevhodný model nerealistického životního stylu. Tento jev je též součástí globálního procesu modernizace, na stejném principu popsali Mathieson a Wall komplex podřazenosti, který nastartoval proces imitace vedoucí ke změně hodnotového systému, zvyků a jednání (Mathieson & Wall, dle Burns 1999, 97). Další kategorií je vnitřní versus vnější změna. V prvním případě evoluce skrze invenci běžnější v technologicky vyspělejších společnostech orientovaných na spotřebu; v druhém případě změna vnucená ekonomickými, politickými a kulturními vlivy, tzv. ‚*westernizace*‘. V tomto případě je turismus pouze katalyzátorem a jeho nejvýraznějším dopadem je intenzifikace přechodu od nepeněžní zemědělské ekonomiky k ziskem motivované aktivitě (Freda Rajotte 1980, dle Burns 1999, 98). Akulturace, tedy vypůjčení prvků jiné kultury, v důsledku kontaktu také kopíruje asymetrické vztahy mezi zúčastněnými stranami. Kulturní symbióza či asimilace se naopak projevuje převážně u ekonomicky vyrovnaných kultur (Burns 1999, 100).

Studium kulturních změn v souvislosti s určitou lokalitou vyžaduje hlubokou znalost reálií a politického, ekonomického i náboženského kontextu dané kultury. Leopold Pospíšil zdůrazňuje potřebu dlouhodobého výzkumu, v zájmu získání dostatečných informací, ze kterých je možno vyvozovat platné závěry, případně předvídat budoucí vývoj (Pospíšil 1997, 16). Jeho výzkum v rakouské vesnici Obernberg je toho příkladem. 11 let studia odlehlé horské oblasti poskytlo rozsáhlé informace o přeměně náboženské rolnické komunity ve světskou obec s komercializovanou ekonomikou, opírající se převážně o turismus, kde tradiční způsob obživy zcela ustoupil otevřenému tržně orientovanému systému. Srovnáním výzkumů dvou výrazně odlišných kultur, papuánského kmene Kapuaků, středoevropské rolnické komunity a jejich různého vývoje z hlediska interpersonálních vztahů a sociální struktury Pospíšil ukazuje nutnost zahrnout do výzkumu důkladnou analýzu počátečního stavu ovlivňujícího povahu kulturních změn a význam srovnání kvalitativních a kvantitativních dat pro autentičnost výzkumu. Výstupy jeho studie Obernbergu přináší kontrastní pohled k teoriím o asymetrické akulturaci či turismu jako formě neokolonialismu, popisují iniciativní využití potenciálu nastalé situace ze strany místních obyvatel a schopnost uvědoměle odložit tradice v momentě, kdy se stávají neadekvátními.

Kulturní změna je dynamickým a komplexním procesem, turismus je pouze jedním z aktuálních činitelů a současně i průvodním jevem soustavných proměn společnosti. Při výzkumu turismu a jeho vlivu na společnost je nutný multidisciplinární přístup, studium globálních i lokálních ekonomických, politických, environmentálních, geografických a kulturních faktorů vytvářejících zázemí, v rámci kterého turismus na společnost působí, a určujících i charakter změn, které v souvislosti s turismem mohou nastat.

Nedostatek obou hlavních směrů studia turismu, z nichž jeden se zaměřuje na stimuly na straně subjektu cestovního ruchu, tedy spotřebitele služeb, druhý na dopady turismu na navštěvovanou lokalitu, nachází Amanda Stronza v produkci pouze částečné analýzy. Shledává, že pro hlubší porozumění je vhodný holistický přístup, tedy v obou případech studium stimulů a současně i důsledků (Stronza 2001, 262). Při studiu hostitelské lokality Stronza doporučuje soustředění pozornosti na aktuální situaci v místě podmiňující

možnosti a zájem o zapojení do procesu turismu ze strany lokality a jejích obyvatel, zdůrazňuje též potřebu srovnání výzkumů různých lokalit pro analýzu externích a interních faktorů určujících typologii interakcí v určitém prostředí (Stronza 2001, 276).

Tato práce se zaměřuje na horskou lokalitu Val di Pejo se snahou o postižení stimulačních a motivačních prvků v souvislosti s výsledky vlivu turismu. V dané lokalitě je v dnešní době životní úroveň hostů a hostitelů více méně vyrovnaná a interakce mezi oběma skupinami probíhá za relativně rovnoměrného rozložení sil, je tedy možno předpokládat působení vyrovnané kulturní symbiózy mezi zúčastněnými stranami.

2.2. Historie a reálie

Ve Val di Sole¹ ani v Pejo není turismus novým fenoménem. Již v polovině 17. století objev termálních pramenů v Peju a Rabbi vzbudil zájem trentinských elit (historické zdroje mluví o návštěvnosti až 500 osob ročně), poté se pověst rozšířila a v dalším století zdejších služeb využívali mimo jiné i příslušníci rodu Habsburků. Začátkem 19. století se přidal horský turismus, dobrodruzi či jiní cestovatelé přicházeli i ze vzdálenějších částí Evropy a turisticky se začaly rozvíjet i další lokality. Zhruba o sto let později započal vývoj v dnešní době asi nejvýznamnější součásti zdejší ekonomiky, lyžařského cestovního ruchu. První lanová dráha byla postavena v Passo Tonale roku 1939 (Mosca 2009, 33). Následovaly lyžařské vleky v Peju v 60. letech a v letech 70. začala rozsáhlá výstavba lanových drah v Marillevě. Do první poloviny 20. století byl ovšem příliv návštěvníků minimální, jednalo se o tzv. turismus elit. Dosud obvyklý druh turisty lze v rámci Cohenovy typologie zařadit do kategorie *explorer* případně *drifter*. K prudkému vpádu další kategorie *individual / organized mass tourist* došlo až v průběhu dvou etap turistického boomu v 60. a 90. letech 20. století. Celkový počet turistů Val di Sole jen za zimní sezónu v roce 2015/16 byl cca 190.000 osob (PAT, 2017) a zhruba 114.000 v létě 2016 (PAT, 2017). Překotný rozvoj

¹ val - zkráceně valle = údolí, v překladu Val di Sole = Slunečné údolí, Val di Pejo = Údolí Pejo

turismu měl na lokalitu s cca 15 000 rezidenty o rozloze 610 km² (myšleno Val di Sole) výrazný vliv v mnoha oblastech.

Správní obvod Pejo (neformálně nazýván Val di Pejo) rozkládající se na cca 160 km² leží v severozápadní části Autonomní provincie Trento. Lokalita je ze tří stran obklopena horskými štíty patřícími k přírodní rezervaci Parco dello Stelvio dosahujícími výšky přes 3000 m a svou jižní stranou navazuje na Val di Sole, jehož je součástí. Již od středověku byly Val di Sole ležící na významné obchodní stezce i přilehlé Pejo prosperujícími oblastmi, železné doly od 12. století poskytovaly obživu mnoha místním, těžba a zpracování dřeva byla jedním z pilířů ekonomiky, minerální voda z Peja je dodnes známá a oblíbená v celé Itálii. Aktuálních 1837 obyvatel Peja (Istat, 2018) je soustředěno v několika malých městečkách (mezi nimiž hlavní je Cogolo) roztroušených v údolí a na nižších částech horských svahů. Geograficky relativně uzavřené Pejo si oproti okolním střediskům ve vyšší míře dochovává původní ráz a respekt k tradičním hodnotám. Nevyskytují se zde megalomanské turistické komplexy a chov skotu jako důležitý faktor udržování charakteru krajiny je díky dotacím provincie Trento stále poměrně rozšířen.

Vývoj turismu ve Val di Pejo byl relativně pomalý a pozvolný proces. Od dob, kdy zde byly roku 1650 objeveny minerální prameny (Mosca 2009, 13), se lázně těšily rostoucímu zájmu v souladu s aktuální módou a rozšiřováním povědomí o léčivých schopnostech minerálních vod, byly navštěvovány italskou a později evropskou šlechtou. Jednalo se ovšem o desítky až stovky turistů ročně, tedy minimální čísla v porovnání s aktuální situací. Přímo v Peju se do 19. století ubytovací kapacity téměř nevyskytovaly a hosté dojížděli k lázním z okolních obcí ve Val di Sole vzdálených 10 až 20 km, místní lidé s turisty prakticky nepřicházeli do styku. Až v průběhu 19. století s novou vlnou objevování hor se samotné Pejo začalo více turisticky rozvíjet, na přelomu 19. a 20. století byl postaven Grand Hotel Pejo, jeden z prvních větších hotelů v Pejo Fonti (Mosca 2009, 21). V meziválečném období i po druhé světové válce hotelnictví v Peju prosperovalo, do turismu ale stále bylo zapojeno jen několik málo hoteliérů a minimum dalších obyvatel. S větší výstavbou turistických kapacit se započalo až v 60. letech, do té doby byly v Peju Fonti tři hotely otevřené jen v letní sezóně a celkový objem turistů se pohyboval mezi

třemi až čtyřmi tisíci osob ročně. Následující desetiletí byla svědkem dramatické přeměny rolnické a hornické lokality v destinaci, jejíž ekonomika je na turismu založena. V roce 2017 navštívilo Val di Pejo cca 40 500 turistů, přičemž v posledních letech jejich množství každoročně narůstá cca o 5% (Simone Pegolotti 2018).

3. Praktická část

3.1. Charakteristika dotazovaných

Jako respondenti pro tento výzkum byli upřednostněni pamětníci, tedy osoby přes 50 let bez ohledu na pohlaví, zvolení pomocí nahodilého a referenčního výběru z řad místních obyvatel převážně narozených v Peju či blízkém okolí. Celkem bylo provedeno 11 nestrukturovaných rozhovorů v rozsahu 40 až 90 minut. Dále bylo provedeno cca 30 kratších 10ti až 15ti minutových rozhovorů s nahodilými respondenty při příležitosti setkání za jinými účely v průběhu uplynulých 5ti let. Tématem rozhovorů byl běžný život a jeho proměny od 50. let dvacátého století dodnes. Respondentům byly pokládány doplňující otázky ohledně náboženství, tradic a jejich názorů na návštěvníky lokality.

Jedním z výrazných zástupců místní populace je Alberto Bernardi, aktuálně v penzi, narozen r. 1938 v rolnické rodině v Cogolu, jehož vizí již od mládí bylo zavedení zimní lyžařské sezony v Peju. Svůj sen v roce 1961 uskutečnil navzdory nedůvěře rodiny, finanční nedostatečnosti a technickým překážkám stavbou prvního lyžařského vleku v údolí. Pomohl tak odstartovat proces přeměny modernitou dosud téměř nedotčené lokality v turistické středisko.

Další z dotazovaných Dario Casanova (cca 80 let) a jeho syn Riccardo se žíví výrobou domácích sýrů, provozují malou rodinnou farmu s cca 30 kusy dobytka. Skot tráví celé léto v kopcích za doprovodu nájemných pastevců. Z horských chat, kde dojnice přenocují, je po ranním a večerním dojení mléko sváděno mlékovody do malé sýrárny ve společném vlastnictví místních zemědělců v městečku Pejo Paese, kde za pomoci původních postupů vzniká tradiční sýr. Dario díky poptávce turistů jako jeden z mála udržuje řemeslo svých předků, kterému se naučil již v dětství a jež bylo ještě v 50. letech každodenní prací a základním zdrojem obživy všech místních obyvatel.

Antonietta Fava se narodila chudé rolnické rodině v Malé v první polovině 20. století, vdala se za sedláka z Peja, spolu s ním a dcerami vede Hotel Vioz v Peju Fonti, budova původně sloužící jako kasárna byla postavena Rakušany za první světové války, v 50. letech ji noví majitelé přeměnili na hotel.

Umberto Bezzi profesí stavební inženýr se narodil v Cogolu, otec byl místním učitelem. Umberto studoval v Trentu a přes 30 let pracoval v různých částech Itálie, nyní je v penzi, vrátil se do rodného města, kde vede odbor kultury na místním městském úřadě.

Kompletní seznam respondentů viz příloha č. 1.

3.2. Rozbor témat

Přežití jako hlavní starost v minulosti

Nadpoloviční část respondentů pochází z *rolnických*² rodin. Tento fakt nesouvisí s volbou dotazovaných, ale s realitou života v oblasti do 60. let minulého století. Šlo o základní způsob obživy, většina rodin měla ve vlastnictví jednu či dvě dojnice jako zdroj potravin (sýr) a pečovala o malou zahrádku. Maurizio: „Změnily se životní nároky, celý kontext v porovnání s životem mého otce. Dříve bylo největší starostí opatřit dostatek potravy na celou zimu. Vypěstovat brambory, obilí na mouku, ušetřit trochu sýra a másla na koupi kousku špeku. Celý život byl prakticky o tom, aby bylo co jíst.“ Maurizio v této souvislosti zmiňuje pojem „*Zápůjčka kostí*“ - běžná praxe u rodin, které na tom byly nejhůře, znamenala vypůjčení již použité kosti od sousedů na nový vývar.

Pastva krav (vždy ve vyšších oblastech, kde není snadné kosit) zaměstnávala otce rodin přes léto, obstarání sena na zimu znamenalo významný díl času, dále pěstování plodin (brambory apod.) pro vlastní spotřebu. Pěstoval se len na domácí výrobu plátna, též ovce byly chovány za účelem domácí výroby vlny. Současně s běžnou péčí o malé hospodářství byla přes zimu velká část mužů též zaměstnána na plný úvazek v místních železných dolech či stavbě přehrady patřící k elektrárně Hydropejo založené r. 1952. Průměrný člověk pracoval od brzkého rána do večera, celý týden vyjma neděle,

² rolník = *contadino* - v překladu zemědělec - v lokalitě běžně využíváno k označení člověka vykonávajícího různé práce dle sezóny a současně obstarávajícího malé vlastní hospodářství pro svou obživu, význam plně neodpovídá českému překladu, použito pro absenci vhodnějšího ekvivalentu

kteřá patřila kostelu a případně kolektivní neziskové práci pro něj či komunitu. Volný čas v porovnání s dneškem prakticky neexistoval a to ani pro děti, které již od raného věku s pracemi vypomáhaly. Antonietta: „Dříve se chodilo pěšky, otec již ve tři ráno odcházal sekat trávu a my děti mu v šest nosily snídani. Každý den jsme chodily na mši, pak polévka k snídani, dopoledne škola, pak domácí práce (uklidit kurník, nasbírat dřevo a podobně), večer jsme si trochu hrály na schovku, když byl čas.“ Respondenti kladou důraz na těžký život *rolníka* a horala, kterým si jejich předkové a v některých případech i oni sami prošli.

Rolnictví / zemědělství

V současnosti je zemědělská výroba v lokalitě koncentrována v rukou cca 50ti drobných podnikatelů ve většině rodinných farem, majitelé stád mají 30 až 60 kusů dobytka, o který v horách pečují sezónní pracovníci převážně z východní Evropy. Většina z producentů prodává mléko do větších mlékáren, jen několik se současně zabývá i výrobou domácích sýrů pro prodej. Produkty tohoto typu, tedy tradiční výroby, nakupují v 90% návštěvníci oblasti. Pro využití ve větším množství v hotelech jsou finančně příliš náročné, spotřeba tradiční lokální produkce místními rodinami se v průměru pohybuje okolo 20% z celkové spotřeby domácností, z důvodů časové i finanční úspory místní nakupují většinu potravin v běžných obchodních řetězcích. Ani při relativně vysoké turistické poptávce po domácí produkci zemědělci nejsou soběstační, jsou dotováni z fondů Autonomní provincie Trento v zájmu zachování tradice výroby mléčných a živočišných produktů a udržení původního rázu krajiny, čemuž přispívá tradiční zemědělství.

Modernita a industrializace se podepisuje ve velké míře právě na charakteru terénu, paradoxně na jeho vyšší zalesněnosti a divokosti. Ještě v 50. letech minulého století velká část dnešních lesů prakticky neexistovala, zatravněné plochy v nejspodnějších částech byly udržovány kosením trávy na seno, Antonietta: „...nebyl kousek půdy, který by zůstal nepokosený...“, nad těmito se nacházely pastviny pro dobytek, o kus výše se pásly ovce a do nejvyšších nejhůře dostupných částí hor vodili své svěřence pasáci koz. Systém díky dotacím funguje dodnes, nicméně v mnohem menší míře nejen díky rozmachu

industrializované výroby a souvisejícímu snížení spotřeby místní produkce a tím i množství skotu v lokalitě, ale též díky dostupnosti krmiva pro dobytek z prodejní sítě, méně náročné na čas i práci.

Dario a Riccardo se tak již kosení trávy věnují minimálně a jen v oblastech dosažitelných hospodářskými stroji, dobytek v létě vodí po pastvinách sezónní pracovníci z Rumunska. Když zrovna nevyrábí sýr, Dario tráví většinu času posedáváním v obchůdku a pomocí své snaše při prodeji, Riccardo přes zimu pracuje v horské službě. S výrobou sýra ve větším začali jako první okolo roku 1985, jak postupně vznikaly možnosti jiné práce, drobné zemědělství začalo ustupovat a lidé začali nakupovat sýr od sousedů, kterým trochu přebýval. Nyní většinu jejich zákazníků tvoří turisté přicházející na doporučení místních hotelů a cestovních agentur či místní restaurace zaměřené na tradiční kuchyni. I to málo sousedů, kteří občas dorazí za nákupem, v podstatě dostane sýr dárkem či za protislužbu. Přes relativně nízkou spotřebu je domácí produkce místními ceněna a to nejen pro svou kvalitu ale hlavně z úcty k původním hodnotám. Místní jsou zajedno, že právě drobná zemědělská produkce je jedním z tradičních prvků lokality a turistická poptávka napomáhá jejímu uchování. Jak říká Alberto B. „Hory potřebují zemědělce, aby byly pod kontrolou. Hora má být obydlená.“

Komunita, soudržnost, spolupráce

Rozhovory se téměř vždy dotkly tématu kolektivity a spolupráce. Kořeny kolektivity v Peju je možno vysledovat hluboko do minulosti v souvislosti s tím nejzákladnějším, tedy půdou jako zdrojem obživy. Pastviny byly vždy společným majetkem, dědictvím nových generací. Loretta: „Můžeš sbírat plody, ale nemůžeš pastviny prodat, zajišťují přežití komunity.“

Spolupráce byla zásadní v mnoha aspektech života, např. při pasení dobytka, kde se majitelé krav u stád v horách přes léto střídali, stejně tak výroba sýra jako základní potraviny byla v mlékárnách obhospodařována společně. Klasickým příkladem byla spontánní starost o sousedy při sněhové kalamitě a okamžitá pomoc s otevřením cesty. Někteří respondenti vyjádřili nostalgii nad

v současnosti mizící solidaritou. Maurizio: „Dříve byla komunita na prvním místě. Žil jsi, jen pokud jsi byl součástí komunity. Nikdo nebyl nezávislý. Teď je jedno, s kým se pohádám, žiju tak či tak. Individualismus se stal jakýmsi symbolem nezávislosti a svobody, v minulosti to byla komunita, která ti dávala sílu být silným individuem. Teď už komunita neexistuje, nereprezentuje již to základní, ale způsob života, který se může kdykoliv změnit. Vztahy založené na vzájemné potřebě nahradily vztahy zájmové.“

Z několikaletého pozorování nicméně vyplývá, že původní soudržnost je v lidech zakořeněna. Vzhledem ke změně okolností, modernizaci a rozvinuté infrastruktuře pravděpodobně není tak očividná jako dříve, nejedná se již totiž o otázky života a smrti. Vzájemná pomoc mezi lidmi je možná o to významnější, že dnes již není nezbytností. Maurizio: „Teď již není společný zájem, který by nás spojoval všechny. Je možné, že upřímnější jsou dnešní vztahy, založené na vlastní vůli a potěšení z něčí společnosti.“ Denně je možno sledovat prevalenci soudržnosti dokonce nad konkurenčním bojem. Místní majitelé hotelů, restauratéři či obchodníci bezprostředně doporučují jeden druhého a po počátečním lehkém zaváhání často nešetří slovy chvály na svého potenciálního soka. Před příchozím odjinud o svých susedech jen výjimečně mluví špatně i v případech, kdy nemají dobré vztahy. Výrazným příkladem soudržnosti jsou například i Casse Rurali - družstva na způsob banky zakládaná místními pro pomoc s financováním drobných zemědělců, hoteliérů či jiných podnikatelských aktivit. Tato vzájemná solidarita a podpora společných cílů byla a je významná právě i pro turistický rozvoj. Mnoho z turistických lákadel započalo jako vize jednoho člověka a mělo by malou šanci na přežití bez pomoci okolí. Vzhledem k relativně konzervativnímu smýšlení většiny místních není snadné ostatní nadchnout pro společnou věc, motivace vzájemné pomoci tak často tkví právě v solidaritě, která překonává bariéru nedůvěry v novum.

Turismus a konec emigrace

Odchod do zahraničí či větších měst Itálie býval v první polovině 20. století častým řešením zoufalé finanční situace. Majitel obchodu s potravinami v Pejo Fonti Valerio k tomu říká: „Turismus dal věci do pořádku.“ Vyjadřuje tak obecně

sdílený názor, že rozvoj turismu přinesl lokalitě prosperitu a ukončil chudobu panující v oblasti od poválečných let. Polovina dotazovaných dává do souvislosti turismus s koncem emigrace za prací. Prakticky všichni mají s emigrací své zkušenosti, v některých případech vlastní jindy prostřednictvím dalších členů rodiny a shodně uvádějí, že emigrace ustala ve druhé polovině 20. století díky pozitivnímu ekonomickému vývoji. Porovnání počtu obyvatel těsně před nástupem turismu v roce 1961, kdy bylo Pejo s 2.139 osobami na svém maximu, s dnešními 1.837 obyvateli (Istat, 2018) by napovídalo spíše opačnému trendu. V souvislosti s vývojem porodnosti v průběhu 20. století v Itálii z 32,7 hmp roku 1900 (SIAE, 2018) na 18,5 hmp v roce 1950 a konečně na méně než čtvrtinu tedy 7,7 hmp v roce 2017 (Istat, 2018) při relativně stabilní míře úmrtnosti pohybující se mezi 9 a 11 hmú od 50. let až do současnosti se klesající tendence počtu obyvatel zdá být logická, nicméně konkrétně v Autonomní provincii Trento je porodnost nejvyšší z celé Itálie a to 9,3 hmp (Istat, 2018), přičemž trvale převyšuje míru úmrtnosti 8,7 hmú (Istat, 2018).

Porodnost v oblasti ovšem doznala velkého poklesu, což byl v rámci Evropy celkem standardní vývoj v daném časovém horizontu, Antonietta: „Jedna rodina měla minimálně 3 až 5 dětí. Dnes mají jedno.“, přesto při stabilně nižší míře úmrtnosti by se dal očekávat alespoň pomalý nárůst. Pravdou je, že odliv obyvatel z lokality nikdy nepřestal, zdaleka se sice nevyrovná masovým odchodům v poválečných letech, nicméně emigrace je ve skutečnosti i v dnešní době častým fenoménem, převážná většina místních rodin má jednoho až dva členy žijící mimo rodnou lokalitu. Hlavním důvodem již není nutnost a finanční nouze, právě naopak dnešní příznivá ekonomická situace, vyšší informovanost a rozvinutá infrastruktura odchod usnadňuje a eliminuje případná rizika. Převažující destinací jsou přitom italská velkoměsta s širší nabídkou studijních oborů a následně rozmanitějšího pracovního uplatnění. Tak je emigrace na rozdíl od minulosti otázkou výběru. Maurizio: „Dá se zde najít práce, mladí pokud tu chtějí zůstat, tak mohou. Proto zde zůstávají více.“

Vztah k oblasti

U všech respondentů je znát silná vazba a zájem o rodnou lokalitu, počínaje pouhým gestem a konstatováním o krásách místní přírody (Riccardo, který v horách tráví každý den: „Podívej se na tu krajinu, ten klid, nikdy bych neměnil.“) až po publikování příběhů místních rodáků (Umberto Bezzi). Tato skutečnost nesouvisí s volbou dotazovaných na základě ochoty vypovídat. Naopak, zjištění že téma rozhovoru se bude týkat života a kultury oblasti, vždy vyvolalo kladnou reakci, v žádném z případů nedošlo k odmítnutí rozhovoru.

Vztah k rodné lokalitě je přitom spojen se vzpomínkami na dětství a s přítomností pevných sociálních vazeb na sousedy a přátele. Pejo je v tomto oproti okolním lokalitám specifické, uzavřenost údolí a nepřítomnost frekventovaných uzlů do určité míry definuje povahu a vztahy místních obyvatel. Do 50. let minulého století se všude chodilo pěšky, případně s kravským povozem, obyvatelé byli po většinu roku omezeni pouze na rodnou ves a nejbližší okolí. Alberto B.: „Má rodina měla koně, což bylo vzácné. Ještě já jsem jezdil s kameny z dolů do hutí. V r. 1965 jsem koně prodal a koupil traktor. První nákladník v Peju koupil v r. 1947 můj strýc. Dříve se jezdilo pro chléb do Malé (Val di Sole cca 20 km) s koňským povozem.“

I v rámci samotného údolí Pejo obyvatelé dávají důraz na to, kdo odkud pochází, zda z Cogola, Pejo Paese či Pejo Fonti atd. Maurizio: „Ven ze své vesnice děti chodili jednou za rok, vztahy ve skupině byly mnohem těsnější již od dětství.“ Místo narození určuje skupinu, ve které člověk vyrůstal a se kterou má i v dnešní době nejbližší vztahy a to v mnoha případech i přes odloučení v dospělosti. Umberto: „Všichni mí přátelé jako já odešli studovat jinam a pracovat též. Zde se chodilo do školy do 14 let, další školy tu nebyly. Žili jsme jinde, zde nebyly možnosti práce. Vždy jsem se sem vracel a dům jsem nikdy neprodal.“ Ti respondenti, kteří se odstěhovali za prací do jiných měst, se vždy nakonec do hor natrvalo vrátili. Tato tendence se dle dotazovaných projevuje i u mnoha ostatních, většinou všichni původní obyvatelé starších generací se navrací domů, v některých případech na důchod, jindy ještě v aktivním věku. Slovy Dina: „Lidé jsou vázáni na lokalitu, je to v povaze horalů.“ ... „Já jsem se

v Miláně necítil dobře. Nebylo pro mne srozumitelné, že neznáš ani souseda, který bydlí vedle.“

Rakousko-Uhersko

Osm z respondentů zmínilo příslušnost k Rakousko-Uhersku, zdá se to být jedním z určujících faktorů rozvoje lokality. Panuje zde uvědomění, že Rakousko-Uhersko určitým způsobem ovlivnilo budoucí vývoj teritoria a to i s ohledem na turismus. Ve srovnání se sousední Lombardií je v Trentinu organizace soukromých i veřejných struktur efektivnější na lokální i nadlokální politické úrovni, co se týče infrastruktury, oslav a turistických eventů či v ohledu prezentace oblasti na zahraničních trzích. Manuela B.: „Trentino se umí lépe prodat, udělali turistickou atrakci i z česání jablek. Pracují v létě mnohem více než my.“ Turistická střediska v Trentinu jsou organizována pod zastřešující organizací Skirama Dolomiti a společně každoročně pořádají workshopy ve velkých zahraničních městech za účelem získání nových trhů a rozvoje stávajících. Hoteliéři ve Val di Sole i Pejo neustávají v investicích do modernizace původních struktur a vyhledávání nových turistických lákadel. Výsledky tohoto přístupu jsou často vidět na první pohled i při pouhém průjezdu lokalitou - udržované rekonstruované hotely s novými bazény a wellness centry, opečovávané turistické stezky vytvářejí kontrast ke starším a omšelým hotelům nedaleké Lombardie.

Škola

Nejméně čtyři dotazovaní vyjádřili ocenění rakousko-uherské vlády za ustanovení základní školní docházky. Studium je a bylo považováno za důležité i vzhledem k rozvoji lokality, již v první polovině 20. století byla v Ossaně (Val di Sole) založena hotelová škola. V dnešní době dospívající děti často odjíždějí studovat do zahraničí, pak se vrací, aby pokračovali v rodinné aktivitě. Dosavadní pozorování naznačuje, že tento jev je všeobecně v horách častější v porovnání s jinými částmi Itálie. Ve více než 50% rodin, jejichž příslušníci se účastnili dotazování, některé z dětí studovalo či se chystalo studovat

v zahraničí. V tak turistických oblastech se jedná o logickou volbu vzhledem k významu cizích jazyků.

Turismus

Téma turismu bylo zmíněno ve všech rozhovorech již vzhledem k charakteru výzkumu. Všichni respondenti jej uvádí jako hlavní zdroj příjmů v dnešní době s tím, že téměř veškeré ekonomické aktivity v oblasti jsou s turismem nějakým způsobem spojeny. Maurizio: „Ekonomika tohoto místa stojí z 80% na turismu. Nejen lanovky a hotely, všechno se od něj odvíjí: stavebnictví, obchody, zemědělství.“ Ne všichni se, ovšem na rozvoji turismu aktivně podílí. Alberto B.: „Od r.1961 se kompletně změnila celá ekonomika Val di Pejo. Není to jen turismus, který ovlivnil místní život. Byly zde železné doly, huť, od r. 1660 bylo Pejo známé díky minerálním pramenům, pak přišlo IdroPejo, stavba přehrady Enel. Místní lidé byli zvyklí chodit do práce a dostávat plat, přičemž všichni byli rolníky. Na rozvoji turismu se podílelo málo lidí. Většina lidí pracovala, minimum podnikalo. Podnikání mohlo být spojeno jediné s turismem.“

Jak již bylo uvedeno, turismus ve Val di Pejo není novodobým fenoménem. Místní lidé navykli přítomnosti turistů již před několika staletími, návštěvník odjinud proto zde nebyl při startu nové etapy masového turismu zdrojem nedůvěry, nevěle či údivu. Byl prostě standardním jevem místní společnosti akceptovaným, který jí nicméně až na pár výjimek nic nepřinášel, naopak pro některé znamenal obtíž. Maurizio: „Nikdo ze starších generací nebyl rád, že se stavěly lanovky. Turisté ničili trávník a pastviny. Bylo to pro ně, jako by jim někdo špinil postel.“ Není tedy divu, že potenciál pro zlepšení životních podmínek hledalo v turismu zpočátku jen pár vizionářů, lidé žili své běžné životy naplněné prací a představa účasti na turismu a výdělkem touto cestou byla tak až do 60. let minulého století většině obyvatel cizí. Alberto B.: „Jsem z rolnické rodiny, pracoval jsem s dobyt看kem až do své svatby. Můj otec nesdílel myšlenku výstavby skliftu. Říkal, že stejně nikdo nepřijede a já mu říkal, že je třeba vytvořit situaci, která dá lidem důvod přijet. Od té doby začala má snaha o vytvoření zimní sezóny. Mou inspirací vždy byla lanová dráha. Když cestuji po horách,

vždy se dívám, kde jsou lanovky. Jaký je rozdíl mezi Campigliem a Pejem, když oni mají lanovky, proč bychom je nemohli mít i my?“

Převážně rolnické společnosti byla společná nevíra v možnost rozvoje a navýšení počtu příchozích natolik, aby z toho mohl plynout prospěch pro běžného obyvatele. Valerio: „Zemědělci nevěřili v ekonomický boom. Nebyly zde možnosti, nebyly ani sjezdovky.“ Průkopníky zimní sezóny se tak stali hlavně synové hoteliérů či případně děti z bohatších rodin, kteří měli příležitost setkat se s podobnou situací např. v jiné oblasti. Ostatní obyvatelé sledovali vývoj, pozvolna nabývali důvěru a přizpůsobovali se nové situaci jen po racionální úvaze podpořené dostatečně pozitivní zkušeností. Dost možná právě díky této rozvaze se Peju vyhnula vlna všeobecně zbrkle rostoucích rozlehlých turistických komplexů 70. let. Postupem času s rozšířením nabídky pracovních míst a možností se místní lidé zbavili domácího zvířectva, tkalcovských stavů a v různé míře se zapojili do cestovního ruchu a ostatních odvětví, jejichž prosperita je s turismem nedílně spojena. Z určitého úhlu pohledu by se dalo říci, že turismus díky svému ekonomickému přínosu a možnostem, které přinesl, urychlil ústup tradičního života v údolí.

Turista je viděn jako zdroj příjmu, na který je nahlíženo s respektem. Nesetká se nicméně s podbízivostí, lidé si zachovávají svoji důstojnost. V dnešní době je s nesouhlasem nahlíženo na nedbalý přístup k přírodě (odhazování odpadků apod.), kteréžto problémy jsou v lokalitě spíše vzácné. Je možné, že nedotčený ráz krajiny vede turisty k většímu respektu, či právě tento aspekt lokality determinuje proekologický typ turisty, který si tuto destinaci volí.

Výše uvedené body byly spontánně generovány respondenty v průběhu rozhovorů. Další dotazování mělo za účel dotknout se témat, u kterých se dá předpokládat určitý význam z hlediska výzkumu:

Lokální tradice

Při všeobecném dotazu ohledně tradic v oblasti – prvním, na co lidé vzpomenu, je tradiční výroba lokálních produktů jako jsou sýry, klobásy

a podobně. Takřka všichni mají přehled o tom, kdo se výrobou zabývá a jsou schopni ihned doporučit kvalitního výrobce. Domácí produkce je řemeslo, které si pro mnoho lidí uchovává hodnotu i v dnešní době a je čas od času provozováno jako koníček jen pro vlastní spotřebu. Takové produkty jsou pak velmi ceněny, hrdý výrobce sezve a pohostí sousedy, kteří pak na událost dlouho vzpomínají. Domácí výrobě plátna se oproti tomu již nevěnuje nikdo, pracnost a časová náročnost v tomto případě není vyvažována uspokojivým výsledkem. Dario: „Z plátna se dělala prostěradla, košile a tak... Vzpomínám si, když jsem byl malý, jak čerstvé plátno škrábalo, neměl jsem to rád.“ Domácí textilní výrobky byly kompletně nahrazeny standardními produkty z prodejních sítí. Podobně bylo eliminováno i zpracování ovčí vlny. Přesné repliky tkalcovských stavů a dalších nástrojů jsou uchovávány v místním Ecomuseu v Celedizu, jejich zhlédnutí je zdarma a je aktivně nabízeno turistům, ale i místním školám a studentům.

Významnou připomínkou minulosti je tzv. *Malga* - horské stavení vlastněné společně komunitou sloužící jako útočiště pastevců krav a jejich stád. Obyvatelé vesnice sdíleli vždy dvě až tři *malghe*, kde pastevci se stády přes léto přenocovali, probíhalo zde dojení a v minulosti i samotné zpracování mléka. Některé *malghe* slouží k původním účelům dodnes s výjimkou výroby mléčných produktů; mléko se v dnešní době zpracovává výhradně v mlékárnách v údolí. Mnoho z těchto stavení bylo rekonstruováno a nyní je využíváno jako horské restaurace s nabídkou místní kuchyně. Takové restaurace mají často vlastní farmu a její majitelé se současně věnují i výrobě domácích surovin a specialit, je zde kladen velký důraz na autenticitu jak po stránce produktu, tak i ve smyslu zachování architektury a využívání původních postupů.

Malghe daly vzniknout jménu tradičního podzimního svátku *Desmalgada*³, v dnešní době částečně atrakce pro turisty, která si ale uchovala část svého významu. Na konci léta majitelé dobytka odcházeli do hor společně vyklidit a připravit *malghe* na zimu, pak se spolu s pastevci vraceli z hor a setkávali se

³ Desmalgada - složenina Des malga da - přibližně možno přeložit jako odcházení z malgy

svými rodinami, což byl radostný svátek odehrávající se pravidelně 17. září, současně probíhal velký trh dobytka. Vzhledem k tomu, že práci pastevců v dnešní době zastávají imigranti, první motiv oslavy pozbyl svého opodstatnění a byl nahrazen slavnostmi, jejichž součástí jsou ukázky a soutěže v tradičních řemeslech, volba nejkrásnější dojnice apod. Organizátoři ovšem stavějí na přítomnosti turistů. Z tohoto důvodu je také událost v dnešní době plánována bez ohledu na datum vždy na neděli, nicméně svátek je vítanou příležitostí k oslavě tradic i pro místní a současně trh dobytka plní stále svou funkci. Soutěží tradičních řemesel a podobných akcí se účastní místní obyvatelé s entusiasmem a umem, který naznačuje pravidelnost a oddanost věci; tím spíše, že jsou jim tyto performance ryze koníčkem bez nároku na mzdu či jinou formu finanční odměny.

Horské restaurace, *Desmalgada* i lokální produkty jsou klasickým příkladem situace, kdy komodifikace napomáhá k uchování tradic, ač v pozměněné formě, jsou tyto i díky turistické poptávce udržovány v chodu. Základní podmínkou je přitom zájem nositelů tradice je touto formou sdílet. Jejich uvědomění a úcta k historii je zase faktorem, který ovlivňuje míru autentičnosti takto uchovávané tradice.

Tradiční lokální svátek *Sacra di Sant Antonio* odehrávající se v červnu je oproti tomu příkladem tradice uchovávané spontánně v zájmu místní společnosti. Svátek má náboženské kořeny, původně to byla neděle věnovaná práci pro komunitu a církev, jednalo se o společný úklid obce a údržbu veřejných prostor. I v dnešní době je účel stejný, prací se účastní většinou cca 200 dobrovolníků, po té probíhá společný oběd a oslava s účastí místních hudebníků.

Tradičním objektem v každé vesnici je místní kašna, ta bývala velmi frekventovaným místem setkání; většina obyvatel až do 70. let neměla koupelnu, ke kašně se chodilo pro vodu, lidé se sem chodili mýt a ženy prát, část kašny sloužila též k napájení dobytka, který byl zhruba do stejného období chován přímo ve vesnici. Starší generace žen dodnes lpějí na této tradici, setkávání u kašny je součástí společenského života a tak i v době, kdy každá

domácnost má svou automatickou pračku, je možno vídat relativně často ženy ve věku od 50ti let prát větší kusy prádla společně u kašen.

Při vnějším pohledu na lokalitu je znát značné úsilí o zachování původní materiální kultury, tradiční objekty počínaje domácím náčiním využívaným jako dekorace až po pečlivě udržovanou původní architekturu je vidět všude kolem. Místní vyjadřují uspokojení nad tím, že se Peju daří zachovat původní charakter, v mnoha případech tomu vlastní pílí napomáhají a těší je, když mají příležitost výsledky své snahy ukázat.

Náboženství

Všichni respondenti jednotně odpovídají, že jsou věřící a že chodí do kostela spíše sporadicky, pokud je čas. Dříve byla pravidelná návštěva kostela povinností, pro dospělé minimálně jednou týdně v neděli, děti na mše chodily každé ráno. Církev ovlivňovala životy lidí ve velké míře, Maurizio: „Kněz kdysi velel celé vesnici, všichni jej poslouchali. Živil ji obyvatelé, nosili mu jídlo, dřevo. Dnes má kněz plat. Respekt je daný spíše výchovou, dříve to byl strach, kněz byl důležitou osobou. Nešlo tolik o víru jako spíše o status a konvence.“ Pravidla daná církví se důsledně dodržovala, Loretta: „Neděle se světila, sváteční oblečení, mše, nedělní oběd. Ženy nemohly chodit prát prádlo ke kašně. Pokud někdo potřeboval výjimečně pracovat (např. sklídit seno před deštěm), musel žádat kněze o povolení.“

Insituce církve je stále samozřejmou součástí sociální struktury, která již nicméně v životě lidí nehraje zdaleka tak výraznou roli. Mnoho z jejích pravidel bylo v přímém rozporu s nároky nového systému. Turistická sezóna je hektická, je třeba být k dispozici stále, například svěcení nedělí je při práci v turismu prakticky nemožné. Původní instituce při setkání s modernitou ztrácejí svou logiku, jsou vytěšňovány na okraj a uchovávají si zatím určité místo v rámci nového systému převážně díky v lidech zakořeněnému respektu a zvyku.

3.3. Analýza

Obyvatelé Val di Pejo nebyli jen pasivním příjemcem, ale aktivním činitelem změn v rámci turistického rozvoje, ač se zpočátku jednalo jen o nemnoho jedinců, tento trend v průběhu let výrazně posiloval a v dnešní době se dá říci, že je prakticky standardem. Ekonomický aspekt je v tomto případě samozřejmě tím nejvýznamnějším motivačním faktorem. Masový příliv turistů v druhé polovině 20. století zbrzdil odliv obyvatel a postupně poskytl mnoho nových pracovních míst a možností obživy. V souvislosti s tím se odpovídajícím způsobem změnil i přístup místních obyvatel. Zatímco dosavadní turismus elit, který bychom vlastně mohli považovat za předchůdce stylu v dnešní době vyzdvihovaného ekoturismu (za účelem kultury, lázeňství či objevování přírodních krás), mohl posilovat kulturní identitu místních obyvatel a přispívat k udržení tradic, vývoj v druhé polovině 20. století znamenal odklon od této tendence. Tradiční způsob obživy jako chov dobytka, zpracování dřeva či v nižších polohách pěstování ovoce ustoupil rozvoji nových kapacit pro rostoucí příliv turistů, jejichž dominantní zájem o možnosti lyžařského vyžití odsunul do pozadí tradiční lákadla lokality. Původní hospodáři a sedláci postupně zjišťovali, že přestavět stáje na apartmánovou rezidenci či hotel jim i vzhledem k rozvoji infrastruktury a zásobování poskytne mnohem efektivnější způsob výdělku. Zdá se to být logický vývoj, jogurt je vždy snazší a levnější koupit v supermarketu než vyrobit, tím spíše, že tímto pravidlem se řídí i nový druh návštěvníků a poptávka po dražší domácí produkci klesá.

Další alternativou je mnoho nových, dobře placených pracovních míst u rozrůstajících se lanových drah či práce v hotelech a jiných službách pro ty, kteří vlastní nemovitostí nedisponují. Je jisté, že proces ve značné míře ovlivňuje stávající poptávka zvenčí, nicméně hospodář má možnost volby a záleží na tom, zda převáží ekonomická motivace, či tradiční vazby. Demografické změny související s turismem jsou viditelné převážně během sezóny. Místní populaci již trochu zhýčkanou na vykonávání sezónních prací v tomto vydatně nahrazují pracovníci z jižních částí Itálie či východoevropských států, kteří současně znamenají značný benefit i vzhledem k jejich jazykové vybavenosti. Současně je znát odliv místních mladých lidí do velkých měst za studiem či prací. Tendence zůstat a pracovat na rodinném hospodářství se

i přes zjevně pozitivní vztah k rodné lokalitě vzhledem k ekonomickým možnostem a rostoucí informovanosti postupně snižuje. Jedná se o kombinaci externích a interních změn. Je nepopíratelné, že turismus místní život značně ovlivnil, poptávka turistů po určitém standardu služeb vedla k nutné akomodaci, modernizaci a postupnému přizpůsobení v tomto směru. Celkově by se však dalo říci, že turismus především poskytl ekonomické možnosti ke změnám, které byly přímo vyvolány dalšími faktory jako globální modernizace a industrializace, zvyšující se informovanost, sociální prostředí (dotyčný se srovnává se sousedem a sleduje trend doby). Podobný vliv má i stále výraznější přítomnost médií. Rychlý ekonomický růst tuto modernizaci a industrializaci umožnil a nepřímo tak zapříčinil ústup některých tradičních řemesel.

V dnešní době je nicméně možno stále více sledovat návrat k tradicím. Vliv na to má několik faktorů, mezi něž patří ekonomická krize, stagnace, zkušenost, globální i lokální politika a v neposlední řadě potřeba kulturní identifikace, hrdost na vlastní kulturní dědictví ať již autentické či nikoli (Je dost pravděpodobné, že již ani domorodec neautentičnost často není schopen poznat). Investice do nových lanových drah, infrastruktury a ubytovacích kapacit samozřejmě nepřestávají, ovšem kontrola ze strany nadřízených orgánů je ostražitější i díky nabytým zkušenostem, využívají se postupy šetrné k životnímu prostředí a tradiční odvětví zpracování dřeva vzkvétá. Lesy a národní parky, které dříve ustupovaly novým sjezdovkám, mají bedlivější ochranu. Neustálé rozšiřování nabídky nevyhnutelně vede k nasycenosti trhu, v důsledku toho aktivní hoteliéři a další podnikatelé vyhledávají a vytvářejí nové pobídky a tak se stávají určitým typem *culture-brokers* (Burns 1999, 94), zprostředkovávají turistovi přístup k tradiční kultuře v některých případech autentické, jindy uměle zatraktivněné, ale v drtivé míře s reálnými kořeny. Podobně i lokální politika, sledující trend současnosti, podporuje domácí produkci ve snaze uchovat tradice a současně rozšířit nabídku. Zvětšuje se prostor pro ty, kteří v tradičních řemeslech vytrvali, či se k nim vrací. Tímto způsobem, dalo by se říci, komodifikace kultury vede k renesanci kulturních tradic a posilování kulturní identity. Současně, ač pomaleji i poptávka masových turistů reflektuje tyto globální tendence díky uvědomění a snaze místních, politické podpoře, vhodnému marketingu a globálním vlivům, které prostřednictvím médií na zákazníka působí. Motivace

hostů je ovlivňována ve spolupráci s hostiteli na základě odhadů toho, co subjekt může vyžadovat v kombinaci s tím, co destinace nabízí. Hostitelská lokalita, jsouce dostatečně politicky i ekonomicky silná, pracuje na uchování své kultury, spolupodílí se na vývoji turistických trendů a nepřímo tak může determinovat i typologii návštěvníka.

Důsledky pro navštěvovanou oblast jsou kombinací vnějších vlivů a faktorů vlastních danému prostředí jako je ekonomická úroveň, sociální a politické prostředí a v neposlední řadě charakter místních obyvatel. Nutno poznamenat, že ne všechny oblasti prošly stejným vývojem. Lokality s hlubšími historickými kořeny v turismu jako například Pejo si povětšinou udržely svou charakteristickou podobu, oproti tomu některá mladší střediska jako Marilleva či do 50. let minimálně obydlené Passo Tonale podstoupila rozsáhlé výstavby betonových či panelových konstrukcí. Jedná se o v Itálii častý problematický fenomén ‚*seconde case*‘ či ‚*multiproprieta*‘, apartmánové struktury, které masově vznikaly v průběhu 70. a 80. let v turistických oblastech v důsledku nedostatečné regulace ze strany místních orgánů a přílišné ziskuchtivosti investorů jako víkendové byty pro obyvatele nedalekých měst. Tyto chátrající, málo využívané budovy dnes narušují integritu krajiny a současně znamenají problém začarovaného kruhu, protože vlastníci již ztratili původní zájem. Apartmány tak bývají obydlené průměrně 4 dny v měsíci, což nezajistí živobytí okolním restauracím a jiným poskytovatelům služeb, kteří v důsledku toho krachují a chybějící nabídka současně znamená zklamání a odliv turistů.

V případě Peja nicméně houževnatost, uzavřenější a konzervativní povaha horalů spolu s neochotou akceptovat drastické změny a zásahy do teritoria přispěla k uchování charakteristického rázu lokality a tradičních hodnot společnosti ve smyslu solidarity a pozitivního vztahu k historii.

4. Závěr

Aktuální situace ve Val di Pejo může sloužit jako téměř ideální model proměny tradiční horské lokality na eko-turisticky orientovanou destinaci (Sherman & Dixon 1991, dle Stronza 2001, 275). Šetrné využívání lokálních přírodních a kulturních zdrojů zprostředkovává místním obyvatelům konstantní příjem a pracovní příležitosti. Relativně konzervativní přístup rezidentů zapříčinil pomalé tempo procesu přeměny, které omezilo zbrklé a nezvratné změny na minimum a zajistilo uchování původního charakteru krajiny bez nutnosti významnějších zásahů veřejných institucí. Ocenění a zájem o tradiční kulturu ze strany návštěvníků představuje významný faktor vedoucí k zintenzivnění snah o uchování lokálních tradic. V souladu s Cohenovou teorií (Cohen 1988, 382) komodifikace kultury přispívá k revitalizaci tradiční kultury a pozornost turistů je zdrojem hrdosti hostitelů na vlastní historii. Tento mechanismus ukazuje mimo jiné příklad svátku Desmalgada, který by při nenalezení nového využití patrně zanikl, zatímco cestovním ruchem dodal Desmalgadě nový smysl a ta zůstává připomínkou minulosti i pro nové generace místních obyvatel. Otázka autenticity je v tomto případě druhořadá.

Rozumný a umírněný rozvoj turismu vedoucí k posílení zájmu o vlastní kulturu a péči o životní prostředí je v případě Peja přirozeným jevem daným charakterem lokality. Složitost přežití v náročném terénu se odráží ve vysoké adaptabilitě místních, která je základem pro vhodné využití jakýchkoli nových příležitostí, a současně v jejich racionálním a uvážlivém přístupu. Silná vazba k rodné lokalitě, solidarita a úcta k tradičním hodnotám předurčily takový vývoj turismu, který představuje šetrné využití místních zdrojů a snahu o jejich uchování. V obecném smyslu by se dalo říci, že životní styl obyvatel se ve svém základním principu vlastně nezměnil, tak jako v předcházejících staletích pečují o své teritorium, sklízí výnosy své práce a se zdrojem zacházejí s přirozeným respektem tak, aby jej uchovali pro další generace.

Seznam použité literatury:

- Boissevain, J. (1996). *Coping with Tourists*. Oxford: Berghman Books.
- Burns, P. (1999). *An Introduction to Tourism and Anthropology*. London: Routledge.
- Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*
- Cohen, E. (1984). The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings. *Annual Review of Sociology*
- Cohen, E. (1988). *Authenticity and Commoditization in Tourism*. Načteno z Journal of Travel Research:
<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/004728758902700366>
- Hobsbawm, E., Ranger, T. (1983). *Inventing Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Holden, A. (2005). *Tourism Studies and the Social Sciences*. Abingdon, Oxon: Routledge.
- Linderová, I. (2013). *Cestovní Ruch - Základy a právní úprava*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava.
- Mosca, A. (2009). *Turismo in Val di Sole*. Lavis: Nitida Ethnos.
- Pospíšil, L. (1997). Tyrolští rolníci z Obernbergu a otázka dlouhodobého výzkumu. *Český lid*,
- Stronza, A. (2001). ANTHROPOLOGY OF TOURISM: Forging New. *Annu. Rev. Anthropol.*, CHICAGO STATE UNIVERSITY, str.
<https://www.csu.edu/cerc/researchreports/documents/ANTHROPOLOGYofTOURISMForgingNewGroundForEcotourism.pdf>.
- Turner, V. (2004). *Průběh rituálu*. Brno: Computer Press.

Internetové zdroje:

- Istituto Nazionale di Statistica. (1. 4 2018). *Decessi*. Načteno z Istituto Nazionale di Statistica: http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_MORTALITA1#
- Istituto Nazionale di Statistica. (1. 4 2018). *Indicatori demografici*. Načteno z Istituto Nazionale di Statistica:
http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_INDDEMOG1#
- Istituto Nazionale di Statistica. (24. 2 2018). *Popolazione residente al 1° gennaio: Provincia Autonoma Trento*. Načteno z Istituto Nazionale di Statistica:
http://dati.istat.it/Index.aspx?DataSetCode=DCIS_POPRES1
- ISPAT - Provincia Autonoma di Trento. (29. 4 2017). *Arrivi e presenze negli esercizi alberghieri per ambito*. Načteno z
<http://www.statweb.provincia.tn.it/movturistico/data.asp?db=annuarioturismo&sp=spArrPresEsAlbXAmbProvMes&stag=1>

Società Italiana degli Autori ed Editori. (1. 4 2018). *140 ANNI DI NASCITE - MATRIMONI - DIVORZI - ABORTI*. Načteno z <http://www.storiologia.it/tabelle/popolazione09.htm>

World Tourism Organization. (17. 12 2017). *e-unwto.org*. Načteno z <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>

World Travel & Tourism Council. (17. 12 2017). *WTTC Country Economic Impact Analysis*. Načteno z <https://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>

Další zdroje:

Simone Pegolotti (2018) - místní zdroj, ředitel Skiareálu Pejo

Resume

The aim of this thesis was to provide an analysis of the transformation of the traditional mountainous locality Pejo (Italy, Autonomous Province of Trento) into a busy touristic destination in the course of the second half of the 20th century. The main purpose of the work was to determine the factors and consequences of changes in the socio-cultural environment and to analyze the relations of the observed changes to the growth of tourism in the area.

Empirical data for this research have been procured through participant and non-participant observation over the past five years, and through twelve unstructured interviews with local residents carried out in June 2017 in Val di Sole.

The key common themes in the interviews were identified within the present analysis and evaluated their importance in the given social and cultural context. The resulting data was analyzed also in relation to the outputs of the participant and non-participant observation.

The current situation in Val di Pejo can serve as an almost ideal model for transformation of a traditional mountain site into an eco-tourist oriented destination. Environmentally friendly use of local natural and cultural resources provides local residents with constant income and job opportunities. The relatively conservative approach of the residents has caused the slow pace of the transformation process, which has reduced to the minimum potential irreversible changes of the environment and ensured the preservation of the original nature of the landscape without the need for more significant interventions by public institutions. The appreciation of traditional culture by visitors is a significant factor leading to reinforce the efforts of locals to preserve local traditions. In accordance with Cohen's theory the commodification of culture contributes to the revitalization of traditional culture and the attention of tourists is a source of pride for the hosts on their own history.

Příloha 1. - seznam respondentů:

1. Alberto Bernardi - 81 let, narozen v Cogolu v rolnické rodině, aktuálně v penzi, 1961 postavil první lyžařský vlek v Peju, od 1964 lyžařský instruktor
2. Antoanetta Fava - 76 let, narozena v Malé v rolnické rodině, majitelka Hotelu Vioz v Pejo Fonti
3. Dario a Riccardo Casanova - otec a syn, 77 a 42 let, narozeni v Pejo Paese v rolnické rodině, majitelé farmy na výrobu lokálních sýrů a jiných produktů, otec Daria pracoval na stavbě přehrady v Peju,
4. Loretta Veneri - 65 let, narozena v Cogolu, vedoucí Ecomusea v Celentinu
5. Marina - 56 let, narozena v Bresce, majitelka Hotelu Santa Maria, v lokalitě žije cca 30 let
6. Maurizio - 50 let narozen v Pejo Paesev rolnické rodině, aktuálně zaměstnaný u lanových drah
7. Dino - 65 let, narozen v Cogolu, provozovatel horské chaty Lo Scoiattolo, žil a pracoval cca 18 let v Miláně
8. Umberto Bezzi - 70 let, narozen v Cogolu, původní profesí stavební inženýr, cca 20 let pracoval v Trentu, aktuálně v penzi, vede odbor kultury v Cogolu, spoluautor sbírky příběhů z Cogola Cogolo si racconta, otec byl učitel
9. Valerio - 73 let, narozen v Terzolas, majitel obchodu se smíšeným zbožím v Pejo Fonti, dětství prožil z části v Neapoli, kde otec získal práci a rodina tak relativně zbohatla
10. Alberto Redolfi - 80 let, narozen v Malé, aktuálně v penzi, bývalý zaměstnanec turistického centra
11. Stefano Negri - 47 let, narozen v Ponte di Legno, majitel Hotelu Delle Alpi v Passo Tonale, otec hoteliér, dědeček postavil jeden z prvních hotelů na Passo Tonale a k němu patřící první lyžařský vlek v celé oblasti
12. Manuela Bezzi - 60 let, narozena v Passo Tonale v rodině pastevců ovcí, majitelka Hotelu Bezzi