

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

Filozofická fakulta

Katedra asijských studií

BAKALÁŘSKÁ DIPLOMOVÁ PRÁCE

Tetovací turismus na Bali

Tattoo tourism in Bali

OLOMOUC 2020 Tomáš Raizl

Vedoucí diplomové práce: PhDr. Michaela Budiman, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracoval samostatně a uvedl veškeré použité prameny a literaturu.

V Olomouci dne: 17.4. 2020

Podpis:

Anotace

Tato bakalářská práce s názvem *Tetovací turismus na Bali* si klade za cíl zjistit, jak vypadá současná situace ohledně tetovacího turismu na Bali. Hlavním cílem práce je prozkoumat, jakým způsobem zmíněný cestovní ruch funguje a jakých kvalit dosahuje. V teoretické části jsou uvedeny poznatky o cestovním ruchu, jeho významu a rozvoji a dále také o tetování, jeho funkci a historii. V praktické části jsou zmíněny formy terénního výzkumu (dotazníky a rozhovor) a jeho výsledky. Tyto metody byly využity při interview s turisty a zaměstnanci tetovacího studia. V závěru jsou shrnuty veškeré poznatky získané z výzkumu a zároveň jsou zodpovězeny výzkumné otázky.

Počet stran: 70

Počet znaků včetně mezer: 108 367

Počet použitých zdrojů: 35

Počet příloh: 2

Klíčová slova: Bali, cestovní ruch, tetování, tetovací turismus

Děkuji paní PhDr. Michaele Budiman, Ph.D. za rady a čas, který věnovala vedení této bakalářské práce.

Obsah

1	Seznam grafů a tabulek.....	9
2	Úvod	10
3	Metodologie a metodika výzkumu	11
3.1	Cíl	11
3.2	Výzkumná strategie	11
3.3	Způsob vypracování	11
3.4	Výzkumné otázky.....	12
3.5	Metody získávání dat.....	12
4	Teoretická část	13
4.1.1	Bali	13
4.1.2	Turistický význam	14
4.1.3	Negativní vlivy na turismus	16
4.1.4	Počátky a rozvoj turismu	17
3.2	Turismus.....	19
3.2.1	Cestovní ruch	19
4.2.2	Rozvoj turismu.....	20
4.2.3	Dělení turismu.....	21
4.2.3	Nové turistické trendy a využití turistického potenciálu	23
4.2.4	Tetování jako turistický trend	24
4.3	Tetování	26
4.3.1	Co je to tetování?	26
4.3.2	Umístění na těle	26
4.3.3	Motivace a funkce tetování	27
4.3.4	Motivy a vzory	28
4.3.5	Historie tetování.....	29
4.3.6	Tradice tetování na území indonéského archipelu.....	31
4.3.7	Popularizace fenoménu tetování v dnešní globalizované společnosti	32
4.4	Proces tetování	33
4.4.1	Před tetováním (výběr studia, tatéra a motivu).....	33
4.4.2	Jak probíhá tetuáž?.....	34
4.4.3	Následná péče a možné komplikace	34
5	Praktická část.....	36
5.1	Terénní výzkum a jeho cíl.....	36
5.2	Proces tetování na Bali.....	36
5.3	Metodologie získávání dat.....	37
5.3.1	Výběr respondentů	37
5.3.2	Dotazník a jeho forma.....	38
5.3.3	Rozhovor a jeho forma.....	40
5.3	Vyhodnocení výzkumu	43
5.3.1	Profil respondentů	43
5.3.2	Motivace a důvody pro výběr Bali jako destinace.....	46
6	Závěr	59

7	Resumé.....	61
8	Seznam zdrojů.....	62
9	Seznam obrázků.....	65
10	Seznam příloh.....	70

Ediční poznámka

Cizojazyčné zdroje v této práci byly přeloženy autorem práce. Zdroje jsou uvedeny dle citační normy ČSN ISO 690.

1 Seznam grafů a tabulek

Seznam tabulek

Tabulka 1: Přímé zahraniční investice	15
Tabulka 2: Počty návštěvníků ze zahraničí	16
Tabulka 3: Doba zotavení destinace z krize	17
Tabulka 4: Země původu respondentů	44
Tabulka 5: Věkové rozložení respondentů	45
Tabulka 6: Jaká kritéria vyhledáváte při výběru studia/tatéra?	50
Tabulka 7: V čem se Bali podle Vás liší od jiných tetovacích destinací ve světě?	50
Tabulka 8: Jaký motiv jste si vybrali? Má nějakou spojitost s tradiční balijskou kulturou?	50
Tabulka 9: Porovnání s ostatními zeměmi	58

Seznam grafů

Graf 1: Pohlaví respondentů	45
Graf 2: Vzdělání respondentů	46
Graf 3: Tetování jako primární důvod návštěvy Bali	47
Graf 4: Primární důvod pobytu na Bali	47
Graf 5: Důvod výběru Bali jako tetovací destinace	48
Graf 6: Využití propagačních služeb	51
Graf 7: Cenová úroveň tetování na Bali	52
Graf 8: Dodržení kritérií studia z propagačních materiálů	53
Graf 9: Možná změna studia a její důvody	53
Graf 10: Skupiny cestující na Bali	54
Graf 11: Délka pobytu na Bali	54
Graf 12: Předešlá návštěva Bali	55
Graf 13: Prodloužení délky pobytu	56
Graf 14: Spokojenost s tetováním na Bali	56
Graf 15: Co se Vám líbilo?	57

2 Úvod

Tato bakalářská práce se zabývá tématem tetovacího turismu na Bali jakožto součástí masového cestovního ruchu, který se na ostrově odehrává. Jejím hlavním cílem je definovat současný stav tetovacího turismu v této destinaci, chování jeho účastníků a dále odpovědět na položené výzkumné otázky. Autor se snaží přinést pohled na tuto doposud neprozkoumanou část cestovního ruchu za pomoci teoretických poznatků a praktických zkušeností získaných při provádění terénního výzkumu během pětiměsíčního pobytu v Indonésii. Téma si zvolil na základě zaměření jeho studijního oboru a zájmu o tetování a kulturu s ním spojené. Text je rozdělen na dvě hlavní části, na teoretickou a praktickou. První část čerpá z informací získaných z dostupných tištěných a elektronických zdrojů na zvolené téma a popisuje souvislosti, které se ho týkají. Praktická část naopak obsahuje terénní výzkum, který se zaměřuje na účastníky tetovacího turismu a následně na jeho vyhodnocení.

Teoretická část popisuje turismus jako takový a jeho trendy, které se v posledních letech objevují. Dále shrnuje základní informace týkající se tetování a turismu na Bali a podává čtenáři informovaný pohled, který je nezbytný pro pochopení situace tohoto ostrova. Zabývá se cestovním ruchem a jeho vývojem, který podstatně ovlivňuje celou oblast. Vlivem současných trendů se na ostrově rozvinul i tetovací turismus, jehož obliba každoročně narůstá, a z tohoto důvodu do destinace jezdí čím dál tím více turistů. Následně v této části práce autor popisuje fenomén tetování, a to jakým způsobem je spjat s člověkem. Zabývá se motivy a funkcemi, rozebírá jeho historii a význam v oblasti Indonésie, kde se tetování v minulosti tradičně objevovalo. Závěr této části se zaměřuje na kompletní proces tetování od výběru motivu, hojení s následnou péčí a rizika, která mohou nastat během celého procesu či po něm.

Praktická část popisuje terénní výzkum na Bali a následně analyzuje vyhodnocená data získaná z dotazníků a rozhovoru. Autor popisuje proces tetování ve studiu, které navštívil. Celý průběh tvorby tetování je doplněn o poznatky a fotografie, které tam byly pořízeny. Na základě této návštěvy a rozhovoru, který autor prováděl se zaměstnancem, se snaží ověřit a doplnit poznatky popsané v teoretické části této práce. Následně charakterizuje metody získávání dat, které použil během výzkumu a způsob výběru respondentů. Závěr praktické části se věnuje dotazníkům a rozhovoru, přičemž rozebírá jednotlivé otázky a následně přináší analýzu získaných dat a jejich vyhodnocení.

3 Metodologie a metodika výzkumu

3.1 Cíl

Fenomén tetování a jeho spojení s turismem, jakožto důvodem pro cestování do dané turistické destinace, je poměrně nové téma. Je tak pochopitelné, že k němu zatím ještě neexistuje dostatek relevantní odborné literatury a je jen velmi obtížné dohledat ucelené studie z věrohodných zdrojů na dané téma. Jakékoliv statistiky či jiné formy dat spojované s tímto konkrétním odvětvím turismu totiž prakticky neexistují. Cílem této práce je zjistit, jak vyspělý je a jakých kvalit dosahuje tzv. tetovací turismus na ostrově Bali.

3.2 Výzkumná strategie

Pro sběr a zpracování dat vztahujících se k tématu mé práce a zkoumanému fenoménu jsem se rozhodl zaujmout kvalitativní přístup. John W. Creswell uvádí, že *„Kvalitativní výzkum je proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Výzkumník vytváří komplexní, holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách“*.¹ Pro tento druh výzkumu je esenciální kombinace více druhů výzkumných metod, přičemž skupina dotazovaných obvykle čítá menší počet respondentů a během zkoumání fenoménu v jeho přirozeném prostředí je možné pozměnění i doplnění výzkumných otázek.

3.3 Způsob vypracování

Svou práci jsem rozdělil na teoretickou a praktickou část. V první ze zmíněných byla shromážděna a využita data z volně dostupných zdrojů na internetu i odborné literatury. Druhá, praktická část práce představuje vyhodnocené poznatky výzkumu, následně pak odpovědi na vznesené otázky. V návaznosti na toto rozdělení byly stanoveny čtyři body, které se staly základními principy při vypracovávání této bakalářské práce.

¹ Hendl, Jan, *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*, 2016.

1. Teoretická část skládající se z poznatků zpracované literatury.
2. Určení cílů a otázek výzkumu.
3. Provedení terénního výzkumu na základě vhodně zvolených metod.
4. Vyhodnocení a následné shrnutí poznatků výzkumu.

3.4 Výzkumné otázky

Níže uvedené výzkumné otázky jsou formulovány tak, aby naplnily cíle tématu této bakalářské práce:

1. Jaký je profil dotazovaných, kteří kvůli tetování navštívili Bali?
2. Je pořízení tetování primárním účelem cesty na tento ostrov?
3. Jakých kvalit dosahují služby spojené s tetovacím turismem na Bali?
4. Jaké jsou důvody pro pořízení tetování právě na Bali?

Mimo tyto otázky zjišťující stěžejní informace pro vyhodnocení výzkumu byly do dotazníků použity také další otázky doplňující získaná data.

3.5 Metody získávání dat

Během terénního výzkumu byla pro získání potřebných podkladů k této práci zvolena forma dotazování. Jejím hlavním účelem byl sběr informací na téma tetování a tetovacího turismu na Bali pomocí využití dotazníku. Otázky v něm obsažené byly předpřipraveny a při sběru dat pak dále ústně doplněny pro lepší porozumění. Dotazník byl rozšířen mezi informanty jak v tištěné, tak i elektronické podobě. Druhou formou získávání dat byl částečně strukturovaný rozhovor. Většina otázek byla připravena již před samotným rozhovorem, avšak některé byly doplněny následně až v jeho průběhu. Cílem rozhovoru bylo doplnit a ověřit informace získané z již provedeného sběru dat, čímž i rozšířit rozsah získaných údajů o jiný pohled.

V praktické části doplněné o analýzu a vyhodnocení terénního výzkumu lze pak najít doplňující informace o použitých metodách výzkumu a popis zkoumaného souboru.

4 Teoretická část

4.1.1 Bali

Ostrov, jenž je po celém světě známý svými přízvisky, jako místo posledního odpočinku bohů či meltingpot tradiční asijské kultury, je místem, kde starobylá historie prostupuje hinduistickými chrámy rozestými po celém ostrově. Pro mnohé je Bali také synonymem dokonalé dovolené strávené právě na písčinyých plážích tohoto sopečného ostrova nebo při představě prozkoumávání ostrovního terénu posetého visutými políčky porostlými rýží. Jako jeden ze sedmnácti tisíců ostrovů je Bali součástí Indonésie. V oblasti Malých Sund je obklopen vodami Tichého a Indického oceánu. Spolu s Nusa Penida, Nusa Ceningan a Nusa Lembongan utváří jednu ze 34 provincií, která se nachází východně od Jávy. Turisté, kteří sem zavítají, hojně prozkoumávají jeho přírodní bohatství, jímž jsou vodopády, skaliska a jiné hornaté útvary, korálové útesy a tropické lesy. Se svou rozlohou 5 600 km² se Bali řadí mezi jedny z menších ostrovů v oblasti indonéského archipelů. Toto území oplývá pohledy na mnohá bohatství rozličného rázu, která místní balijský život nabízí. Mezi zdejší kulturní zajímavosti spadají specifická taneční představení i tradiční hudba, malby a řemeslné výrobky z kovu, skla či ražené kůže.

Vidina lepších pracovních příležitostí přitahuje obyvatele z ostatních částí Indonésie právě sem na Bali. Denpasar, hlavní a zároveň největší město tohoto ostrova, se tak díky rapidnímu vzestupu turismu rozrůstá každoročně o tisíce nových obyvatel. V současnosti na ostrově žije přes 950 tisíc obyvatel, jež tvoří zhruba 21 % z celkových 4,5 milionů obyvatel ostrova.² Bali se od zbylé části Indonésie odlišuje především svou hinduistickou náboženskou ideologií, k níž se majoritně hlásí přes 83 % tamního obyvatelstva.³ Ačkoliv místní pro komunikaci nejčastěji používají balijštinu, či indonéštinu, je zcela běžné setkat se také s angličtinou, a to zejména vlivem šíření turismu do všech zákoutí Bali.

Díky svému umístění v jihovýchodní Asii disponuje ostrov širokým spektrem benefitů posilujících rozvoj celého odvětví cestovního ruchu. Zejména aktuální trend fascinace touto částí světa posiluje motivaci turistů cestovat na Bali, které tak získalo nálepku tropického ráje, což následně zapříčinilo další masové vyhledávání této destinace

² *Population Projection of Bali Province by Regency/Municipality and Gender, 2011-2020* [online], 2020.

³ *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut* [online], 2020.

právě za účelem volnočasové cesty. Tropické klima ostrova vytváří na ostrově celoroční teploty pohybující se okolo 35 °C a vzdušnou vlhkost okolo 80 %. Díky specifické poloze Indonésie v oblasti rovníku tak východ i západ Slunce probíhá ve stejnou dobu po celý rok, a to okolo šesté hodiny ráno a po sedmé hodině večer. V období od října do dubna je možné setkat se na ostrově s obdobím dešťů (*musim hujan*), které přináší časté deště a vysokou vlhkost vzduchu. Během tohoto období se turistická aktivita mírně snižuje právě kvůli vysoké četnosti srážek, které není možné zcela předpovědět. Po zbytek roku převládá období sucha (*musim kemarau*). Mezi obdobími nejsou velké teplotní rozdíly, a proto si návštěvníci mohou užívat příjemných klimatických podmínek po celý rok, čímž se Bali stává ideální výletní destinací. Turisté přesto nejčastěji zavítají na Bali během letních měsíců.

4.1.2 Turistický význam

Terciální ekonomický sektor (finančnictví, služby, transport, pohostinství, cestovní ruch a ubytování), který v současné době na Bali zaznamenává neobyčejný rozvoj, přináší většinu reálných zisků a svou nedílnou součástí přispívá k ekonomickému růstu a rozvoji ostrova. Počátek tohoto rozmachu sahá do 80. let 20. století, od kdy postupně dosáhl takového významu, že se velkou částí podílí na ekonomice ostrova a zároveň na jeho rozvoji.

Z 65 % v roce 2010, kterými se služby cestovního ruchu aktivně podílely na tamní hospodářské situaci, během několika let vzrostly na 68 % v roce 2015. V návaznosti na tento progresivní růst tak mohlo Bali vzkvétat a rozvíjet se i v jiných oblastech, než jen v pohostinství a turismu. Díky neustále sílícímu trhu cestovního ruchu, který zde rapidně nabírá na významu, bylo vytvořeno mnoho nových pracovních míst, čímž došlo ke snížení nezaměstnanosti. Vzestup turismu v dané oblasti dal možnost místnímu obyvatelstvu podílet se ve větší míře na jeho rozvoji a růstu. V roce 2015 se takto aktivně účastnilo přes 1,1 milionu (51 %) Baličů.⁴ Stále sílící ekonomický potenciál Bali je patrný také na zvyšujícím se zájmu a činnosti zahraničních investorů, přičemž se množství zahraničních investic v průběhu minulých let až ztrojnásobilo, viz tabulka č. 1.⁵ Na základě těchto dat lze tvrdit, že zájem o zahraniční investice každým rokem roste, což

⁴ ANTARA, Made a Made Sri SUMARNIASIH, Role of Tourism in Economy of Bali and Indonesia, 2017, s. 34.

⁵ Realization of Foreign Capital Investment by Regency/City in Bali, 2009-2017 [online], 2017.

se projevuje na vzhledu kulturní krajiny, která se mění a každým rokem rozrůstá o nové budovy a infrastrukturu.

Tabulka 1: Přímé zahraniční investice⁶

Správní oblast	Přímá zahraniční investice (v milionech rupií)								
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Jembrana	22 092	0	10 829	1 860	1 395	7 924	0	2 413 195	1 501
Tabanan	3 640	238 895	25 643	54 349	331 912	645 823	267 294	901 409	129 297
Badung	1 968 457	2 626 328	1 430 453	4 081 991	3 021 220	959 142	3 362 385	107 353	4 899 094
Gianyar	28 392	2 360	79 848	180 015	95 897	111 853	151 415	-	186 460
Klungkung	1 365	0	1 001	1 853	4 937	6 231	29 831	150 743	99 656
Bangli	2 275	1 556	2 093	140	140	1 284	0	0	0
Karangasem	6 734	1 239 098	590 017	50 035	23 547	60 142	77 609	70 835	170 756
Buleleng	6 370	17 019	2 058 869	70 829	60 483	3 100 222	1 273 715	207 068	3 429
Denpasar	58 837	84 905	188 218	37 693	95 443	184 215	1 702 645	139 373	700 163

Růst významu této destinace pro turisty je možné jasně vyčíst také z počtu výletníků přijíždějících na Bali právě za účelem volnočasových aktivit. V roce 2011 se jednalo o více než 2,5 milionu turistů, již v roce 2016 se pak počty zdvojnásobily. Z tabulky č. 2 je patrné, že se množství turistů, kteří cestují na Bali, každoročně stále zvedá. Toto tvrzení dokládá také skutečnost, že sem zavítalo v roce 2018 dokonce přes šest milionů cestujících.⁷ Dá se přitom předpokládat, že se tento fenomén bude vyvíjet podobným směrem i v následujících letech.

⁶ Realization of Foreign Capital Investment by Regency/City in Bali, 2009-2017 [online], 2017.

⁷ Jumlah Wisatawan Asing ke Indonesia dan Bali, 1969-2019 [online], 2019.

Tabulka 2: Počty návštěvníků ze zahraničí ⁸

Rok	Indonésie		Bali	
	Celkově	Růst (%)	Celkově	Růst (%)
2011	7 649 731	9,24	2 826 709	9,73
2012	8 044 462	5,16	2 949 332	4,34
2013	8 802 129	9,42	3 278 598	11,16
2014	9 435 411	7,19	3 766 638	14,89
2015	10 406 291	10,29	4 001 835	6,24
2016	11 519 275	10,70	4 927 937	23,14
2017	14 039 799	21,88	5 697 739	15,62
2018	15 806 191	12,58	6 070 473	6,54

4.1.3 Negativní vlivy na turismus

Jak již bylo zmíněno, Bali disponuje mnoha výhodami, jež zvedají jeho celosvětovou popularitu. Existuje však několik aspektů, které ovlivňují rozmach turismu naopak negativním způsobem.

Jelikož se Bali nachází v tektonicky aktivním pásu zvaném „Ohnivý kruh“, je vystaveno výrazně vyššímu riziku přírodních katastrof než některé jiné turisticky zajímavé destinace. V předchozích letech postihla Bali četná zemětřesení, tsunami a exploze stratovulkánu Agung. Při posledním výbuchu v roce 2018 pak byla přerušena veškerá letecká spojení na místním letišti, což způsobilo uvíznutí více než 60 tisíc turistů na ostrově.⁹

Dalším z faktorů, jež mají negativní vliv na zdejší cestovní ruch, je terorismus, s nímž se ostrov v minulosti již také potýkal. Tato forma zastrašování vyvolává v návštěvnících strach a způsobuje nezměrné škody v oblasti cestovního ruchu.¹⁰ Nejdrtivější teroristické útoky, které Bali zasáhly v letech 2002 a 2005, fatálně poškodily tehdejší vývoj turismu na ostrově. Při obou incidentech byly zraněny a zabity stovky lidí.¹¹ Letecké společnosti i hotely a ubytovací kapacity následně zaznamenávaly výrazná rušení rezervací a letů, služby v cestovním ruchu trpěly nedostatkem zákazníků a celá oblast tak zaznamenala dočasnou stagnaci a poté i celkový pokles turismu.¹²

⁸ *Jumlah Wisatawan Asing ke Indonesia dan Bali, 1969-2019* [online], 2019.

⁹ *Volcano Threatens Bali's Tourism Industry* [online], 2017.

¹⁰ MEINDL, Alexander. *The Impacts of Terrorism on Tourism in the EU, 2018, s. 14.*

¹¹ *These Are the Last Six Major Terrorist Attacks in Indonesia* [online], 2016.

¹² MEINDL, Alexander. *The Impacts of Terrorism on Tourism in the EU, 2018, s. 14.*

Podle výzkumu vytvořeného organizací WTTC v roce 2015 trvá v průměru přibližně 13 měsíců, než se postižená destinace zotaví z takového incidentu.¹³

Tabulka 3: Doba zotavení destinace z krize¹⁴

Typ krize	Průměrná doba zotavení (v měsících)
Politické nepokoje	26,7
Terorismus	13,0
Pandemie	21,3
Přírodní katastrofy	23,8

4.1.4 Počátky a rozvoj turismu

Po obecných informacích obsažených v předešlé části, má následující část za cíl podat čtenáři komplexní a informovaný názor na celkový obraz tohoto ostrova. Pro lepší porozumění významu a rozmachu cestovního ruchu na Bali je zároveň důležité zmínit jeho minulost i to, jakým způsobem se z něj stal v kontextu země takřka „masový průmysl“, který v podstatě nepřímo nutí místní obyvatelstvo k účasti na něm.¹⁵¹⁶

Počátky vývoje zdejšího turismu sahají již do prvních desetiletí dvacátého století. Zásadním historickým milníkem, jež započal éru cestování na Bali bylo založení Oficiálního turistického úřadu v roce 1908. Stalo se tak na popud indonéské vlády, která měla za cíl propagovat turismus hlavně mezi bohatými holandskými kolonizátory. Stěžejním bodem tohoto plánu bylo vyřešit snadnou dopravu do této destinace. Událo se tak v roce 1924, kdy se KPM¹⁷ podařilo propojit Batávii¹⁸ a další významná indonéská města s Bali. Tímto krokem vznikla první stabilní cestovní spojení a na Bali tak začaly proudit skupiny badatelů, cestovatelů a umělců, kteří své momenty zachycovali na fotografiích, ve svých knihách nebo také ve filmech. Prostřednictvím těchto děl začalo budování povědomí o Bali ve světě, což následně zlákal další zvědavce.

Již od roku 1936 vznikaly první hotely, a to nejčastěji v oblasti Sanuru, Denpasaru a Ubudu. I přes škody, které byly napáchány v důsledku druhé světové války, se Indonésii nadále dařilo vznikající turismus na Bali vést k prosperitě. Rozvoj infrastruktury a služeb

¹³ Viz zdroj výše.

¹⁴ MEINDL, Alexander. *The Impacts of Terrorism on Tourism in the EU*, 2018, s. 15.

¹⁵ Informace obsažené v následující kapitoly jsem čerpal z diplomové práce Antropologie turismu v kontextu balijské kultury, viz poznámka níže.

¹⁶ BENDOVÁ, Jitka. *Antropologie turismu v kontextu balijské kultury*, 2013, s. 28-31.

¹⁷ Královská navigační společnost.

¹⁸ Dnešní oblast hlavního města Jakarty.

se nejprve rozmohl na západní části ostrova, kde se objevily první zpevněné cesty a byly zde zavedeny také pravidelné trajektové linky mezi Jávou a Gilimanukem ležícím na nejzápadnějším výběžku ostrova. V roce 1938 byly následně zavedeny pravidelné letecké linky do Denpasaru, avšak převládajícím způsobem dopravy stále zůstával lodní. Turisté na Bali se o politické dění Indonésie tehdy příliš nezajímali, ačkoliv si uvědomovali, v jaké situaci se indonéské ostrovy nachází, holandskou koloniální nadvládu brali jako samozřejmou a nevyhnutelnou.

Již v této době si však návštěvníci uvědomovali turistický rozmach a obávali se, že se Bali stane další z obětí masového turismu. Nevědomky tak předpověděli jeho budoucnost, která dokonce předčila veškerá očekávání. Na zatraktivnění tohoto ostrova se podílela řada osobností jako například skladatel Colin McPhee, malíř Walter Spies či etnolog Miguel Covarrubias. Tyto osobnosti se zde usídlily, ať už na delší dobu, či zde pobýly jen chvíli. Během času stráveného na Bali pak pomáhali dalším umělcům a vědcům, kteří na ostrov přijeli. Ulehčovali jim práci s hledáním ubytování nebo při seznamování s místní kulturou a zvyky.

Na zpopularizování Bali se nedílně podíleli i antropologové Margaret Meadová (1901–1975) a Clifford Geertz, kteří svými výzkumy přibližovali ostrov Bali i zvyky místních obyvatel. Z těchto informací poté hojně čerpaly turistické agentury ve svých reklamních poutačích, které následně šířily mezi širokou veřejnost.

Po politickém převratu a masakrech na Bali v letech 1965–1966 konaných za účelem potlačení komunismu následovalo dlouhé období klidu, během něhož se indonéská vláda rozhodla propagovat ostrov na trhu domácím i zahraničním. Jednalo se o ideální řešení problémů s tehdejší nezaměstnaností i prázdnou státní kasou, což byly palčivé problémy, s nimiž se Indonésie potýkala.

Příliv turistů se v roce 1969 blížil k hranici osmdesáti pěti tisíců za rok, avšak prakticky jen o dekádu později, v roce 1982, tyto počty vzrostly zhruba sedminásobně, a to na celých 642 tisíc. Obdobně na tom byly také příjmy z turistického ruchu, které v roce 1969 činily obrát 10,8 milionů USD a v roce 1982 již 359 milionů USD. V 80. letech 20. století generoval turismus dvě třetiny celkového HDP (456 miliard USD). V roce 1991 pak dále vznikla reklamní kampaň Visit Indonesia, která byla založena za politického režimu Orde Baru (Nový Řád) v čele s prezidentem Suhartem.¹⁹ Cílem bylo představit Indonésii světovému turistickému průmyslu. Vláda tehdy stanovila

¹⁹ DEPARTEMEN PARIWISATA. *Annual report Parpostel 1992, 1993.*

cíl přilákat 6,5 milionů zahraničních turistů a až 85 milionů lokálních turistů z Indonésie, jež měli společně přinést Indonésii výraznou částku do státního rozpočtu. Vláda také doufala, že tento krok vytvoří na 900 tis. nových pracovních pozic a sníží tak celkovou nezaměstnanost.²⁰ V roce 2011 prošla kampaň změnou obchodní značky, načež se dodnes prezentuje pod názvem Wonderful Indonesia.

S rozvojem turismu však vyluly na povrch zároveň otázky ochrany tradiční balijské kultury. V roce 1971 proto vznikly tematické semináře financované Světovou bankou, které předaly ústřední plán obsahující regulace indonéské vládě. Na základě tohoto plánu bylo povoleno rozvíjet cestovní ruch pouze v Sanuru a na Nusa Dua. Další regulací bylo mimo jiné také omezení hranice výšky hotelů, která nesmí přesahovat okolní palmy (15 metrů). Rozvoj oblasti se nezdřitelně zrychloval, a tak v 90. letech na Nusa Dua existovalo již přes čtyři tisíce hotelových pokojů. Nejznámější pláž Kuta se z poklidné oblasti rozvinula v centrum západní volnočasové kultury, kde nebylo těžké nalézt noční život, prostituci, alkohol a drogy.

S počátkem nového milénia a nástupem éry internetu se objevily nové možnosti, jak propagovat Bali. A tak nejen zmíněná Wonderful Indonesia, ale také sociální sítě mají vliv na rozmach turismu do takové míry, v jaké jej vidíme dnes. Například na Instagramu pod různými hashtagy je možné nalézt přes 50 milionů tematicky relevantních příspěvků. Mimo svět sociálních sítí také vznikají tisíce webových článků a e-průvodců, které popularizují cestu na Bali. Všechny tyto nové způsoby internetové komunikace a propagace utvářejí a podílí se na současné masové podobě turismu na Bali.

3.2 Turismus

3.2.1 Cestovní ruch

V současné době je cestování na výrazném vzestupu a nenajde se tak již mnoho lidí, kteří by neznali pojem turismus a jeho význam. Ačkoliv se tak nezdá, cestovní ruch, taktéž známý jako turismus, nabývá ještě větších rozměrů, než si běžný člověk dokáže představit. Tato kapitola obsahuje popis základní definice turismu a jeho primární dělení. Dále jsou také objasněny současné novodobé trendy v cestování, které majoritně ovlivňují celý zmíněný průmysl.

Jako oficiální český termín se používá výraz cestovní ruch, ale zároveň i jeho mezinárodní ekvivalent, turismus. Základem anglické varianty tohoto pojmu *tourism* je

²⁰ DALTON, Bill. *Indonesia 1999: An Official Handbook*. 1999.

francouzské slovo *tour*, které v překladu znamená cesta. Dá se tedy o tomto konceptu hovořit jako o cestování do cílové destinace ve spojení s dalšími specifickými službami, které zahrnují například stravování, dopravu a ubytování. Jelikož je zájem o cestování rok od roku větší, stává se tak důležitým a jedním z hlavních způsobů, jak urychlit socioekonomický rozvoj, vytvořit nové pracovní pozice a taktéž rozvíjet místní infrastrukturu. Tento fenomén je v dnešní době velice rozšířeným sektorem průmyslu, čímž významně přispívá k rozmachu světové ekonomiky. Trávením volného času a k tomuto určeným využíváním finančních prostředků se dá turismus mnohdy považovat za ukazatele určité životní úrovně a sociálního statusu obyvatelstva. Pro mnohé se stává také nedílnou součástí životního stylu či minimálně způsobu trávení vlastního volného času.

Cestovní ruch je mnohdy spojován s rozvojem dané lokality. Proto není divu, že je jeho podpora zmiňována v plánech rozvojových strategií mnoha zemí. Značné množství destinací po celém světě se tak otevírá možnostem turismu a investuje do něj. Mezinárodní turismus v posledních letech zaznamenal velký nárůst, čímž stoupá i jeho aktuální význam. Podle UNWTO se zvýšily celosvětově počty turistů z 25 milionů v roce 1950 na 1,2 miliard v roce 2015. Svou existencí a dopadem na ekonomický stav zemí či oblastí významně ovlivňuje internacionální obchod se službami, ale i další odvětví průmyslu, přičemž v oboru celosvětového exportu stojí před průmyslem potravin, automobilů, pohonných hmot a chemických látek. Podle statistik UNWTO tvořil mezinárodní cestovní ruch v roce 2015 více než 10 % celosvětového HDP, přičemž zaměstnával každého jedenáctého obyvatele planety. Zároveň přitom vytvořil zisk přes 2,5 mld.²¹

4.2.2 Rozvoj turismu

První náznaky organizovaného cestování se objevily v druhé polovině 19. století, kdy tehdejší “turisté” začali poprvé podnikat cesty do zahraničí. Turismus jako pojem byl ale definován až na počátku 20. století. Na rozvoji tohoto fenoménu se podíleli především Kurt Krapf a Walter Hunziker, kteří ve své publikaci *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre* definovali turismus takto: „*Cestovní ruch představuje soubor*

²¹ UNWTO. *Tourism Highlights 2016 Edition*, 2016.

*vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, přičemž cílem pobytu není trvalé usídlení nebo výkon výdělečné činnosti“.*²²

Pro plné pochopení této ideje je třeba vzít v potaz široké spektrum dalších kritérií, které dotváří její celkovou podobu. Je nutno cíleně vnímat skutečnost, že kromě samotného cestování představuje cestovní ruch i ekonomický potenciál a je také populárním fenoménem dnešní doby.

S postupem času a dalším vývojem turismu se jeho podstata začala vzdalovat od prvotní myšlenky a do následných definic přibývaly stále další detaily, které tak postupně doplňovaly a dále specifikovaly jeho současnou podobu. Nejpřesněji se vyjadřují Zelenka a Pásková, kteří tvrdí, že „*cestovní ruch je společenský jev zahrnující aktivity osob cestujících mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících na těchto místech ne déle než jeden rok za účelem zábavy, rekreace, vzdělávání, pracovní, či za jiným účelem i aktivity subjektů poskytujících služby a produkty těmto cestujícím osobám, tedy i provozování zařízení se službami pro tyto cestující osoby, včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrnu politických a veřejně správních aktivit a reakcí místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity“.*²³

4.2.3 Dělení turismu

Klasifikace turismu se snaží vytvořit funkční strukturu cestovního ruchu a vymezit jeho jednotlivé součásti. Pro jeho členění je zapotřebí vymezit podskupiny, a to na základě rozdílných kritérií. Primárně jej dělíme do dvou skupin, na jeho druhy a formy. Toto členění uvádí například Hesková ve svých publikacích.²⁴

Druhy cestovního ruchu pak rozlišujeme podle motivu participace (např. rekreační, kulturně-poznávací, rodinný apod.) a formy dle konkrétních podmínek, za kterých se uskutečňuje.

Jedním z těchto kritérií je geografická lokace, kde se turismus odehrává. Na základě tohoto kritéria se určuje jeho povaha, jež je domácí, anebo zahraniční, přičemž jej lze následně dělit na příjezdový a výjezdový v závislosti na povaze cesty. Dále je možné

²² HUNZIKER, Walter a Kurt KRAPF. *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre*, 1942.

²³ ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*, 2012, s. 83.

²⁴ HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*, 2011.

turismus členit také na základě mnoha jiných faktorů, které ho ovlivňují a určují jeho povahu.

Jedním možným hlediskem třídění je dopad na platební bilanci státu. Lze jej rozčlenit na aktivní, či pasivní podle toho, kam finanční prostředky účastníků směřují.

Dalším faktorem členění je účel cesty, podle něhož rozlišujeme jeho povahu na volnočasovou, obchodní a služební cestu a za účelem návštěvy příbuzných a známých.

Volnočasový cestovní ruch lze rozlišit na rekreační, kulturně-poznávací, lázeňsko-léčebný, sportovně-turistický a náboženský. Z tohoto hlediska lze nadto dělit turismus podle motivace cestujících a může být také často doplněn ještě o další, méně tradiční kategorie. Jedním z příkladů může být kulinářská, dobrodružná, nebo incentivní motivace pro cestu.

Podle způsobu zabezpečení služeb výjezdu lze rozlišovat buď organizovaný či neorganizovaný turismus. Před cestováním si účastník sám zvolí, zdali si chce služby obstarat sám, či tento úkon ponechá cestovním kancelářím a jiným agenturám (může se jednat o školy, církevní instituce a podobně). V případě neorganizovaného zajištění se v posledních letech rozmohl trend zprostředkovávání produktů prostřednictvím on-line portálů. Tento způsob umožňuje individuálním turistům dosáhnout stejných kvalit služeb jako těch, jež jsou nabízeny cestovními agenturami, avšak bez jejich pomoci.

Na základě dělení turismu dle ročního období vznikají kategorie jako sezónní, mimosezónní a celoroční cestovní ruch. Jejich podstata je ovlivněna důsledkem střídání klimatických podmínek během roku a také změnami poptávky právě vlivem sezónnosti. Pověštinou jsou do období hlavní sezóny řazeny letní měsíce pro oblasti obklopené mořem, zimní měsíce pak pro destinace s nabídkou pobytů v horských střediscích a dále také období významných náboženských svátků (Vánoce, Velikonoce, Idul Fitri apod.). Činitelem, který také výrazně ovlivňuje četnost cestování v jednotlivých obdobích během roku, jsou školní prázdniny, zejména delšího trvání.

Délka jeho trvání rozděluje cestovní ruch na jednodenní a vícedenní, který lze dále rozčlenit na krátkodobý (rozmezí jedné až tří nocí) a dlouhodobý, ten dále v rozpětí čtyř až sedmi nocí, osmi až dvaceti osmi, dvaceti devíti až devadesáti jedné, nebo devadesáti dvou až tři sta šedesáti pěti nocí. Možnost krátkodobého pobytu většinou odpovídá délce víkendu, tudíž účastníci nemusí využívat dny určených pro čerpání dovolené ve svých zaměstnáních. Při využití této varianty se většinou nespolehá na nabídky ubytování ve stejné míře jako během dlouhodobé formy, jelikož účastníci často využívají možnosti přenocování u příbuzných či ve svých dalších nemovitostech.

Dle věku účastníků rozlišujeme turismus do skupin CR dětí (0–14 let), CR mládeže (15–24 let), CR dospělých (25–44 let a 45–64 let) a CR seniorů (nad 65 let). Věk účastníků je klíčovou kategorií pro tvorbu produktů v tomto odvětví průmyslu, jelikož každá věková skupina má své individuální požadavky. S ohledem na tuto skutečnost se produkty zmíněných skupin v mnohém liší tak, aby maximálně dosáhly spokojenosti svých účastníků.

Dále lze rozeznávat další podkategorie podle počtu účastníků (skupinový, či individuální) a podle specifického místa výjezdu (venkovský, lázeňský, městský, horský, nebo přímořský). Způsobů dělení cestovního ruchu je tedy očividně mnoho.

4.2.3 Nové turistické trendy a využití turistického potenciálu

Současná podoba cestovního ruchu je vnímána jako jeden z globálních fenoménů, avšak ne každá destinace dokáže naplno využít svého potenciálu potřebného k jejímu dalšímu rozvoji. Pro maximální využití kapacity daného místa je zásadní identifikovat stěžejní zdroje, kterými dané místo disponuje. V současném trhu je stále prostor, který lze využít pro nové a neobvyklé aktivity. Je tak možné rozvíjet destinace, které nabízí lákavou a dosud nepoznanou činnost či zajímavost.

Jednou z podmínek rozvoje turismu je diverzita dané oblasti, která může zásadním způsobem ovlivnit oblibu konkrétní destinace. Lidé mají zájem cestovat právě proto, aby poznali něco nového a odnesli si z cest kýžené zážitky. Různorodost se nemusí vztahovat pouze na přírodní krásy, ale také například na ekonomickou situaci či kulturní bohatství. Díky novodobým způsobům cestování odpadá problém přílišné nedostupnosti určitých lokalit a myšlenku rozmanitosti lze tímto způsobem aplikovat v podstatě na cokoliv, za čím stojí vážít svou cestu. Je možno takto rozšiřovat trh o nové alternativní způsoby cestování v kontrastu k těm více tradičním, masovým formám.

Evropská komise pro cestovní ruch (ETC) si byla vědoma možného vývoje v této oblasti a v roce 2003 proto definovala deset základních trendů, které ovlivní cestování v blízké budoucnosti. Jedná se o demografii, zdraví, vzdělání, volný čas, zkušenosti s cestováním, životní styl, informační technologie, dopravu, udržitelný rozvoj, jistotu a bezpečí. Dnes je tak zřetelně jasné, že tímto v podstatě určila formu současného cestování. S ohledem na razantní změny, kterými cestování v posledních letech procházelo, vzrostl také zájem o nové trendy a možnosti v rámci cestovního ruchu, mezi které spadá například zájem o gastronomii, svatby, pohřby či dobrovolnictví. Dlouhá léta tradičně využívaná varianta odpočinku v hotelovém resortu u pláží Jaderského moře již

nebyla pro určité množství nejen českých turistů dostačující, a tak tyto nové způsoby vznikly právě na základě doplnění již existujících tradičních forem. Vezmeme-li v potaz současný trend tzv. batůžkářů, který je výdobytkem novodobého cestování právě díky rozvoji informačních technologií, zkušenostem s cestováním a vzděláním v turismu, lze si jen těžko představit tyto turisty s batohem cestovat v době ještě před deseti lety, kdy si jen stěží mohl jedinec objednat levné ubytování prostřednictvím internetových portálů jako jsou notoricky známé Booking či Airbnb.

Společnost Skift, snažící se určit směr vývoje turismu vydala v roce 2013 studii²⁵ popisující kritéria, která se blíží reálné podobě dnešního turismu. Zmíněná společnost popisuje stále rostoucí počet turistů z Číny, rozvoj letecké dopravy a využívání rezervací ubytovacích služeb prostřednictvím chytrých zařízení jako podobu novodobého cestování. Zmiňuje také narůstající zájem o služby na letištích, které se mnohdy stávají jistou „destinací cestovního ruchu“. Všechny tyto body dosáhly předvídaného úspěchu a jsou v současnosti považovány za samozřejmost. Dalším ze zajímavých pojetí, které společnost Skift vyzdvihla, je budování popularity míst prostřednictvím filmů. Například Praha dosáhla své popularity mezi turisty z Číny prostřednictvím snímků jako „Jen my víme“, tedy právě tímto způsobem. Hlavní město České republiky se stalo oblíbenou destinací také indonéských turistů po uvedení populárního filmu „Dopisy z Prahy“ v roce 2016.

4.2.4 Tetování jako turistický trend

Tato alternativní odnož turismu dosáhla své oblíbenosti v posledních desítkách let, přičemž největší podíl na rozšíření tohoto trendu má popularizace tetování v západní společnosti především prostřednictvím celebrit a současných masových médií. Lidé ze Západu vnímají tetování jako naprosto běžné, a proto se často nechávají tetovat a za své „ozdoby“ se již nestydí a nezakrývají je. Pro svou vášeň přitom často zamýšlejí pořízení tetování v různých světových destinacích, z nichž každá nabízí určitým způsobem vždy alespoň částečně odlišný zážitek.

Kulturní fenomén tetování se šíří v celosvětovém měřítku. Díky globalizaci a vlivu sociálních médií se postupně objevuje i v mnoha asijských zemích, kde ve společnosti převládá silné stigma. V souvislosti s pojmem tetovací turismus v Asii se nejčastěji hovoří o Thajsku a Indonésii, ale také často o Japonsku či Koreji. Cestovatele

²⁵ *Rise of the Chinese Independent Traveler* [online], 2013.

v těchto končinách láká myšlenka propojení dovolené v exotických oblastech s pořízením „trvalého“ suvenýru ve formě tetování. Toto je hlavním důvodem, proč se rozmohl po celém světě nový trend cestovního ruchu, který se protíná s oblastí tetování. Motivace zájemců o tento typ zdobení těla ve výletních oblastech je rozdílná, přičemž někteří přijíždějí primárně za odpočinkem a poznáváním, zatímco jiní zamýšlí svou cestu právě za účelem získání tetování. Touto tematikou se zabývá praktická část předkládané bakalářské práce vytvořená na základě terénního výzkumu, který proběhl v jedné z těchto oblastí.

Vlivem vývoje této odnože cestování se turistické destinace již zmíněných zemí proměňují a přizpůsobují se požadavkům návštěvníků. Je dnes již běžné zahlédnout četná tetovací studia lemuující promenády turistických oblastí. Ceny tetování jsou obvykle stanoveny mnohem výše než ceny ubytování, a proto je získání výtěžku časově méně náročné než například obstarávání potřeb hosta v hotelu. Kvalita služeb v oboru tetování také zaznamenává vzestup, jelikož tetovací salóny musí splňovat určité hygienické podmínky a zvyšují tak zároveň komfort a spokojenost zákazníka v daném prostředí. Na druhou stranu se tento druh turismu potýká i s negativními vlivy. Pro získání oficiálního povolení k činnosti se podmínky liší podle státu, ve kterém je prováděno. Obecně je požadováno vzdělání v oboru tetování, legální povolení a s touto činností jsou také spojeny poměrně vysoké vstupní náklady, kvůli kterým je obtížné začít podnikat právě v tomto odvětví. V současnosti se také často řeší otázka kulturní aropriace. Některé motivy pocházející z tradičních kultur oblastí daných výletních destinací mají pro místní obyvatelstvo důležité spirituální konotace, a proto se tamní lidé cítí dotčeni a uraženi, když si je turisté nechávají bez rozmyslu tetovat na svá těla. Jeden takový případ popisuje situace v Thajsku v roce 2011, kdy obyvatelstvo v čele s ministrem kultury Niphit Intharasombatem požadovalo postavení tetování motivu Buddhy mimo zákon. I přes jejich neúspěch s prosazením tohoto zákona se ministerstvo snažilo bojovat s problémem jinými cestami. Ve spolupráci s tetovacími studii rozšířilo informační letáky a kontrolovalo studia, jestli tyto prospekty opravdu rozdávají zákazníkům.

4.3 Tetování

4.3.1 Co je to tetování?

Tetování je fenomén, který je s lidstvem a jeho historií spjat již od pravěku. Od nejstaršího doloženého nálezů na těle mumie Otzi²⁶ až po současnost, kdy se vlivem globalizace dostává do podvědomí široké veřejnosti. Tato praktika se objevuje napříč různými kulturami. Encyclopaedia Britannica definuje tetování jako „*stálou a neodstranitelnou kresbu či ornament vytvořený na těle vpravením barviva pod kůži nositele.*“²⁷ Primárně jej lze dělit do tří podskupin: černé (tvořené pouze tmavým pigmentem), polychromové (vícebarevné motivy za použití barevných pigmentů) a skarifikace (tvoření ornamentů za pomoci zjizvení kůže). Pojem tetování pochází z polynéského „tatau“, což znamená označovat, či ze samojského slova „tautau“ s významem kreslit.²⁸ Obě tyto varianty od sebe významově nejsou daleko.

Způsobů, jak dostat pigment pod kůži, je mnoho a v rozličných světových kulturách se tyto metody liší. Ačkoliv ty nejroztodivnější techniky jako prošívání, nařezávání, *handpoke*²⁹ či vklepávání se doposud ještě v malém měřítku používají, je v dnešní moderní době nejrozšířenější tetovat za pomoci elektrického strojeku a jednorázových kovových jehel.

4.3.2 Umístění na těle

Co se týče umístění, spektrum možností je široké. Tetovat lze jakékoliv místo na těle, které je pokryto kůží. V praxi se ovšem situace liší, přičemž některá místa jsou pro tuto činnost oblíbenější či častější než jiná. Výběr místa záleží na kritériích jedince. Pro mnoho zájemců o tetování je ale velikou překážkou přijetí okolím, v němž se pohybují (pracovní prostředí, náboženské komunity či okruh rodiny), a proto velmi často volí takové umístění na těle, které lze lehce zakrýt oblečením, vlasy, či dalšími částmi těla. Z těchto důvodů si jej pořizují často v oblasti třísla, chodidla a nártu, žebra, vrchní části hrudi a paže, na zadní části krku či na vnitřní straně rtu. Jedincům, kteří nejsou limitováni již zmíněnými podmínkami, se zamlouvají části těla, kde je kůže částečně viditelná i přes oblečení, nebo úplně odhalená. K těmto místům patří nejčastěji předloktí a paže, krk, nohy, dlaně, hřbety rukou a prsty, či dokonce obličej a hlava.

²⁶ *It's official: Ötzi the Iceman has the oldest tattoos in the world* [online], 2015.

²⁷ ENCYCLOPÆDIA BRITANNICA, *Tattoo* [online], 1998.

²⁸ RYCHLÍK, Martin. *Dějiny tetování*, 2014, s. 18.

²⁹ Ruční vpichování inkoustu do kůže bez pomoci strojeku.

4.3.3 Motivace a funkce tetování

Důležitou otázkou je také „Proč?“ Z jakého důvodu by si někdo dobrovolně nechal způsobovat bolest a měnil tak přirozený vzhled své kůže? Odpovědí na tuto otázku je mnoho. Z pohledu člověka žijícího v současnosti by jedním z důvodů mohla být estetická úprava těla, zvěčnění důležitých momentů anebo blízkých osob. V minulosti přitom nabývalo tetování naprosto odlišných významů, než jaké obvykle nese v dnešní době. Mezi prvotními důvody bylo vymezení jedince vůči přírodě.³⁰ S rostoucí inteligencí člověka se začala projevovat i jeho identita a stejně jako s prvními nástěnnými malbami a otisky rukou na stěnách jeskyní, člověk se začal vymezovat vůči svému okolí a přírodním jevům upravováním svého těla. Postupem času bylo tetování spojováno se sociálním postavením jedince ve společnosti. Filozof Michel Foucault tvrdí, že „tělo je přímo pohrouženo do pole politického, vztahy moci na něj působí, zmocňují se ho, označují ho, cvičí ho, střeží ho, nutí ho pracovat, podřizují ho různým ceremoniím apod. Tělo se stává užitečnou silou jen tehdy, je-li zároveň tělem produktivním a tělem podřízeným“.³¹ S ohledem na tuto definici lze pohlížet na tento fenomén jako na jakýsi ukazatel sociálního postavení jedince ve společnosti. Vlastnění tetování také mohlo odkazovat na výkony jedince, jako byl například počet zabitých nepřátel, vyhraných bitev, skolených zvířat či dobytých žen.³²

V různých literaturách jsou jeho funkce rozčleněny do mnoha odlišných skupin. Přehlednou a zjednodušenou klasifikaci, kterou jsem se rozhodl uvést v této části bakalářské práce, přináší ve své publikaci „*Dějiny tetování*“ přední český etnolog a odborník na toto téma Martin Rychlík. Tetované vzory tak můžeme rozčlenit do osmi kategorií. Jednotlivé třídy jsou fluidní, a tak se mohou vzájemně prolínat či překrývat. Můžeme tedy definovat jeho základní podskupiny na estetickou, magicko-náboženskou, léčebně-preventivní, komunikačně-identifikační, sociálně-skupinovou, rituální, statusovou a individualizační. Zatímco hlavním záměrem estetického směru je ozdobit kůži majitele bez dalšího hlubšího významu, rituální účel má dokázat, že jedinec prošel určitou ceremonií či zkouškou a na své kůži nese celoživotní důkaz o této činnosti.⁷ Tetování magicko-náboženského původu má za cíl nadpřirozeně léčit či ochránit svého nositele před nežádoucími vlivy. Tyto funkce byly často rozšířeny mezi přírodními

³⁰ RYCHLÍK, Martin. *Dějiny tetování*, 2014, s. 22.

³¹ FOCAULT, Michel. *Dohlížet a trestat: kniha o zrodu vězení*. 2014, s. 60.

³² RYCHLÍK, Martin. *Dějiny tetování*. 2014, s. 23.

národy, které si vpichovaly obrazce připomínající amulety a značky proti utopení či uřknutí.³³ Tato kategorie se často překrývala nebo kompletně splývala s léčebně-preventivní. Komunikačně-identifikační účel je přisuzován motivům, které mají sdělovat pocity, názory a politické postoje jedince. Kategorie sociálně-skupinová, statusová a individualizační se také často prolínají.³⁴ Hlavním důvodem tetování s těmito funkcemi je dát najevo příslušnost či vymezení se vůči určité skupině, sociální vrstvě nebo kmenu.³⁵ Toto jsou nejběžnější uváděné příklady členění, které se od počátku historie pojí s fenoménem tetování. Některé funkce se v jistých historických etapách objevovaly zřídka, jiné naopak častěji.

4.3.4 Motivy a vzory

Výčet obrázků, které lze na kůži vytetovat, je prakticky nekonečný a pro účely této práce naprosto nepotřebný. Je mnohem efektivnější a přehlednější uvést, proč jsou některé náměty tetovány a také proč jsou určité vzory oblíbenější na rozdíl od jiných. Motivy tetování jsou úzce spjaty s jeho funkcemi, které jsem již popsal výše. Tyto funkce propůjčují výslednému vzoru konečný význam, kterým jedinec dává najevo svůj záměr. Z tohoto důvodu jsou určité grafické návrhy rozšířené mezi konkrétními kulturami a sociálními vrstvami. V minulosti, kdy se tetování primárně přisuzovaly sociálně-identifikační vlastnosti, se často zhotovovaly detailně zdobené abstraktní vzory, které propůjčovaly vlastníkům magickou sílu či měly za účel jedince uzdravovat. Příkladem takového motivu mohou být obrazce Dajáků a dalších kmenů žijících na Borneu, viz obrázek č. 1.³⁶

V posledních letech se tetování stalo novodobým trendem a rozšířilo se v globálním měřítku. Většinou se lidé v současnosti nechávají tetovat převážně za účelem ozdobení svého těla a zvěčnění jejich důležitých životních milníků, a proto převládá funkce estetická. Jedním z mnoha motivů, které se v poslední době tetují, jsou květinové a přírodní vzory, náboženská symbolika (kříže, vyobrazení Krista, Davidova hvězda apod.) a lidské portréty. S rozmachem tvoření permanentních obrázků na kůži vzniklo i mnoho různých stylů, v nichž se dané návrhy připravují. Výslednou podobu tetování tak může výrazně ovlivnit i styl konkrétního tatéra, který se věnuje určitému směru

³³ RYCHLÍK, Martin. *Dějiny tetování*, 2014, s. 24.

³⁴ RYCHLÍK, Martin. *Dějiny tetování*, 2014, s. 25.

³⁵ RYCHLÍK, Martin. *Dějiny tetování*, 2014, s. 26.

³⁶ RYCHLÍK, Martin. *Dějiny tetování*, 2014, s. 110.

(realismus, oldschool,³⁷ neotraditional,³⁸ minimalismus). Jak si lze všimnout, viz obrázky 2 a 3, škála současných stylů je široká a není ničím limitovaná.

4.3.5 Historie tetování

Za nejstarší důkaz tetování v lidské historii se prozatím považuje nález z 19. září 1991, kdy se podařilo objevit ledem obklopené mumifikované tělo v Rakouských Alpách.³⁹ Tyto ostatky, které byly tisíce let pokryty ledem, vědci pojmenovali Ötzi podle Ötztalských Alp, kde bylo poprvé spatřeno. Nález pochází pravděpodobně z období 3400 až 3100 let před naším letopočtem, což z něj činí nejstarší objevenou přírodní mumii na světě. Výjimečnost toho objevu nadto dokazuje fakt, že se jedná o nejstarší nález lidských ostatků s tetováním. Díky klimatickým podmínkám se totiž tato mumie dochovala i s kůží, na které se vzory vyskytovaly. Na jeho těle bylo nalezeno přes 60 obrazců, které byly zaneseny do kůže převážně ve skupinách paralelních čar nacházejících se na různých částech těla.⁴⁰ Mnohé z těchto motivů vedly k spekulacím, zdali se jedná o vzory spojené s léčitelstvími praktikami, které tehdejší lidé podstupovali, jelikož se nacházely na místech, která byla postižena nemocemi.⁴¹

Tetování bylo s lidskou civilizací spojováno také v egyptské říši, kde se dochovaly značné nálezy dokazující výskyt maleb vtetovaných do kůže. Například za vlády panovníka Achnatona (1364–1347 př. n. l.) byl častým motivem symbol Slunce, který si poddaní nechali tetovat, aby vzdali vládci úctu.⁴² Fenomén tetování se v průběhu staletí mnohokrát vytrácel a opět znovuobjevoval u různých civilizací po celém světě. K nebyvalé dokonalosti dovedly tyto praktiky domorodé národy v Polynésii, kde se již od roku 1 500 let př. n. l. prakticky všichni Polynésané tetovali.⁴³ Vzory a jejich četnost se lišily ostrov od ostrova, ale v obecném měřítku tento kulturní atribut přetrvával na celém území. Na počátku 19. století tuto část světa stále více prozkoumávali Evropané, jimž se naskytl exotický pohled na domorodce, jejichž těla byla celá pokrytá velmi detailní a dekorovanou tetuáží.⁴⁴ Tyto prvky měly většinou sociální funkci, pomocí níž

³⁷ Oldschool je typický amerického styl tetování, kdy se motivy ohraničují linkou a nestínují se.

³⁸ Neotraditional je tetovací styl, který navazuje na Oldschool tetování v moderním pojetí. Motivy jsou podobné, avšak pojaté v současném stylu tetování.

³⁹ NEILL, James. Otzi, the 5,300 Year Old Iceman from the Alps [online], 2004.

⁴⁰ SAMADELLI, M. Mapping of the Tattoos of the 5300-year-old Tyrolean Iceman, 2015, s. 753–758.

⁴¹ SPINDLER, Konrad. The man in the ice, 1995, s. 305.

⁴² RYCHLÍK, Martin. *Tetování, skarifikace a jiné zdobení těla*, 2005, s. 65.

⁴³ RYCHLÍK, Martin. *Tetování, skarifikace a jiné zdobení těla*, 2005, s. 75.

⁴⁴ RYCHLÍK, Martin. *Tetování, skarifikace a jiné zdobení těla*, 2005, s. 77.

mimo jiné domorodé obyvatelstvo utvářelo svou společnost. Evropští mořeplavci byli tímto zjevem fascinováni a zatoužili o podobných „kresbách“ na svých tělech.

Jak dokazují dopisy biskupa Ambrosia (340–397 n. l.), tetování bylo rozšířeno i mezi prvními křesťany, kteří si dobrovolně nechávali tetovat nápisy *INRI*, *X*, *JN* a další symboly jakožto znak oddanosti Bohu a příslušné komunitě.⁴⁵

Již od konce 18. století se do Evropy opět vrátil fenomén tetování prostřednictvím dobrodruhů a mořeplavců, kteří si je dováželi jako drahocenný „suvenýr“ ze svých cest. Vlivem církve se na něj do této doby pohlíželo jako na nevhodné. Později se tento trend rozšiřoval dále mezi divadelní herce a cirkusové kuriozity, jež měly vzbuzovat pozdvižení a senzaci. Vlivem těchto faktorů se na začátku 19. století začaly v přístavech velkých evropských metropolí objevovat salony specializující se na tvorbu těchto permanentních dekorací. Mimo okruhy běžných lidí se tato forma zdobení kůže rozšířila i do aristokratických vrstev. Prvním potetovaným šlechticem byl Princ z Walesu Eduard VII., který si ve svých dvaceti letech při cestě do Jeruzaléma v roce 1862 nechal pořídit jeruzalémský kříž na svém předloktí. Zmíněným krokem se tento fenomén nadále rozšiřoval mezi evropskou šlechtu a nacházel stále větší zalíbení. Tetování také prostupovalo nižšími vrstvami evropské společnosti. Podle historika Jana Baleky se dokonce ve druhé polovině 19. století nechalo tetovat přes 20 % Evropanů.⁴⁶

Největší vzestup patrně zapříčinil vynález prvního tetovacího stroju, který v roce 1890 Samuel O'Reilly. Tento americký vynález značně urychloval celý proces tvorby a stal se poté velmi oblíbeným nástrojem mezi tatéry dané doby. Počátkem 20. století bylo za největší středisko tetovací kultury považováno USA. V té době si totiž nejvíce obrázků nechávali tetovat vojáci a námořníci. Tehdejší motivy, které si lidé vybírali z předem připravených katalogů ve studiích, jsou doposud velmi populární a často stereotypně spojované s fenoménem tetování. Jednalo se o symboly srdce, postavy žen, lebky, nože, zvířata či symboly spojené s vojenskou a námořnickou tematikou, viz obrázek č. 4.⁴⁷

V současnosti pomalu přestává být na tetování nahlíženo stereotypně jako to bývalo běžné po desítky let v nedávné minulosti. Nejedná se už o záležitost námořníků, zločinců či cirkusových kuriozit, nýbrž jde o vymezení individuality jedince vůči svému okolí. Pro někoho se jedná jen o esteticky půvabné obrázky na těle, pro někoho jiného

⁴⁵ RYCHLÍK, Martin. *Tetování, skarifikace a jiné zdobení těla*, 2005, s. 208.

⁴⁶ RYCHLÍK, Martin. *Tetování, skarifikace a jiné zdobení těla*, 2005, s. 217.

⁴⁷ RYCHLÍK, Martin. *Tetování, skarifikace a jiné zdobení těla*, 2005, s. 217-246.

kupříkladu o seznam životních milníků, které pokořil. Tyto jednotlivé interpretace se však navzájem nevyklučují, tetování totiž není pouze jednotvárnou modifikací těla, ale médiem, pomocí něž se člověk vyjadřuje.

4.3.6 Tradice tetování na území indonéského archipelů

Tři základní monoteistické náboženské systémy, tj. křesťanství, islám a judaismus, vnímají tetování jako protináboženský jev a přímo jej zakazují.⁴⁸ Navzdory tomu, že se Indonésie majoritně hlásí k islámu, se na jejím území stále nacházejí místa, která se vlivu tohoto náboženství vyhnula a zachovala si své původní animistické tradice. Jedním z takových míst je například území Sarawak⁴⁹ na Borneu, které je stále do určité míry obýváno původními domorodci. Vzhledem k izolaci od okolní civilizace a těžké dostupnosti se mezi těmito lidmi stále uchovala tradice tetování i přes snahy konvertovat je k nové víře. Zmíněné území je obýváno mnoha kmeny, které se od sebe liší, avšak pro účely této bakalářské práce bude uveden pouze ten, který je spojován se zmíněnou tradicí nejvíce.

Kmen Kajanů je nejtetovanější etnickou skupinou obývajícím Borneo.⁵⁰ Jejich tradiční motivy jsou oproti ostatním kmenům jednodušší, a právě proto velká část jejich zvyklostí byla převzata a přetransformována do kultury okolních kmenů. Mezi Kayany lze najít jednoduché vzory na zápěstí, prstech, hrudníku, stehnech a hřbetu rukou. Vzory na těchto místech slouží k určení sociálního statusu. Pro muže se tak děje podle počtu zabitých nepřátel či bitev, kterých se jako válečníci účastnili. Každé z jejich tetování má jiný význam a tvoří se na jiném místě na těle, a to dle „úspěchů“, kterých daný válečník dosáhl. U mužů není dán žádný specifický věk, v němž by se s touto praktikou mělo začít, ale obvykle se tak děje již v chlapeckém období. Důležité je také uvést, že mezi členy kmenů se tetují jak muži, tak také ženy. Urozenější ženy mívají tetované vzory více propracované a elegantnější než ty z nižších vrstev.⁵¹ Je také důležité, aby měly všechny ornamenty hotové dřív než otěhotní, protože věří, že je neslušné tetovat svá těla jako již stávající matky. U děvčat se s procesem tvorby tetování začíná již okolo desátého roku života a celý úkon může trvat až čtyři roky vlivem dlouhých intervalů pro odpočinek

⁴⁸ RYCHLÍK, Martin. *Tetování, skarifikace a jiné zdobení těla*, 2005, s. 9.

⁴⁹ Provincie Sarawak patří od roku 1963 k Malajsi.

⁵⁰ HOSE, Charles a William MCDUGALL. *Tetování na Borneu*, 2014, s. 24.

⁵¹ HOSE, Charles a William MCDUGALL. *Tetování na Borneu*, 2014, s. 33-37.

a hojení. Kayané věří, že jejich tetování jsou jako pochodně do posmrtného života, podle kterých budou po smrti rozpoznáni.⁵²

Jedním z nejsignifikantnějších původních motivů následně rozšířeným mezi ostatní kmeny je vzor kokardy (viz obrázek č. 5), který se tetoval na přední část ramene. Původ tohoto symbolu je pravděpodobně odvozen od tvaru psího oka, ale postupem času se pozvolna přeměnil do vzoru připomínajícího květ rostliny *Plukenetia corniculata*, kterou místní nazývají *jalaut* a pěstují ji jako zeleninu. Dalším z těchto vzorů je *udoh asu*, neboli psí vzor, který se tetuje na předloktí a stehna, viz obrázek níže. Motivy se psí tematikou (viz obrázek č. 6) jasně dokazují, že toto zvíře bylo velmi vážené mezi kmeny na Borneu, a proto jej lze nalézt hojně po celé oblasti s určitým pozměněním vzoru.

Proces tetování na Borneu je značně primitivní, sestává z aplikace pigmentu do kůže pomocí sady dřevěných šidel s kovovým hrotem. Barvivo je vytvářeno ze směsi sazí (nejčastěji se získávají ze dna kovového hrnce), vody a třtinové šťávy. Vzor se nejprve nanese jako šablona na kůži pomocí „razítek“ vyřezaných ze dřeva, načež je vklepáván nástroji do kůže. Celý proces trvá hodiny a je značně bolestivý a také velmi náročný jak pro tetovaného, tak pro tatéra.

Rozdíly mezi tetováními mužů a žen tohoto kmene jsou značné, viz tabulka níže. Dekorativní vzory značí statečnost a ocenění z bitev, nebo také odvrácení nemoci. U mužů se většinou jedná o motivy psů, korálek, hvězdic a kokard na stranách předloktí, stehna, zápěstí a ramen. Proces tetování mužů nepodléhá žádnému ceremonálu. U žen se jedná o sérii přírodních, geometrických, antropomorfních a zoomorfních vzorů, které se vtetovávají na celé předloktí, hřbety rukou, stehna a vrchní stranu nártů. Na rozdíl od mužů se ženy podrobují komplikovaným a propracovaným rituálům během procesu tvorby tetování.⁵³

Tyto ženské motivy mají většinou ornamentálně-spirituální povahu, slouží k použití v posmrtném životě nebo nabývají léčitelské funkce.

4.3.7 Popularizace fenoménu tetování v dnešní globalizované společnosti

S tetováním se dnes již můžeme setkat prakticky kdekoliv, mají jej nejen běžní lidé, ale už i herci a moderátoři v televizi, či dokonce politici ve vedení státu. I množství tetovacích

⁵² HOSE, Charles a William MCDOUGALL. *Tetování na Borneu*, 2014, s. 33.

⁵³ HOSE, Charles a William MCDOUGALL. *Tetování na Borneu*, 2014, s. 56.

salonů je oproti minulosti větší a lze na ně narazit v každém větším městě. Jak je to však možné? Čím je dané, že se tento fenomén v současnosti objevuje ve společnosti v tak masovém měřítku? V následující části práce budou objasněny právě tyto otázky.

Vlivem globalizace a médií se tetování dostalo do popředí a objevuje se častěji, než jak tomu bylo dříve. V minulosti bylo sice stigmatizováno a spojováno s kriminálníky a námořníky, což ovšem změnila vlna zájmu o tuto praxi v USA okolo počátku nového milénia. V té době se začaly objevovat americké seriály a reality show s touto tematikou, jako je například *Miami Ink*.⁵⁴ Lidé přestali spojovat tetování se stigmatem, a tak se postupně počet tetovaných zvyšoval. Velikou zásluhu na jeho popularizaci měly i mladé americké celebrity, které se pyšnily svými „kousky“ v médiích, viz obrázek č. 7. Celosvětově známé osobnosti jako Rihanna, David Beckham či Angelina Jolie svým vlivem a postojem proslavily tento fenomén a takto se vlna zájmu šířila dál, až se tetování stalo součástí popkultury, viz obrázek níže. Podle výzkumu v roce 2008 bylo zjištěno, že více než třetina (36 %) Američanů narozených v období let 1981 až 1988 vlastní minimálně jedno tetování, přičemž u lidí z pozdějších generací tato četnost narůstá.⁵⁵

Vzestupem vlivu sociálních médií také zájem o dekorace na kůži rapidně vzrostl. Tatěři nyní mohou díky Instagramu propagovat svou profesi a pod různými tzv. hashtagy sdílet svá díla. Pod označením *#tattoo* na Instagramu lze dnes najít přes 125 milionů příspěvků. Sociální média jsou pro mnohá studia a tatéry hlavním způsobem propagace, od níž se odvíjí následný počet potenciálních zákazníků, kteří sem směřují za účelem pořízení tetování. Stejným způsobem se na sociálních sítích může se svými příspěvky chlubit také jakýkoliv nadšenec, čímž někdy i neúmyslně šíří popularitu a snižuje stigma spojené s tímto fenoménem.

4.4 Proces tetování

4.4.1 Před tetováním (výběr studia, tatéra a motivu)

Při výběru vhodného studia, v němž si zájemce nechá vytvořit danou permanentní dekoraci kůže, je nutno zvážit mnoho faktorů, které mohou ovlivnit jeho konečné rozhodnutí. Každý zákazník má své odlišné specifické potřeby a stejně tak existuje i velká škála studií, která se ve svých službách odlišují. Za účelem nejvhodnějšího výběru je nutno si určit svá kritéria, a poté dle těchto vyhledávat konkrétní salony. Cenové rozpětí,

⁵⁴ *How Tattoos Went From Subculture to Pop Culture* [online], 2014.

⁵⁵ *Tattooed Gen Nexters* [online], 2008.

motiv a výběr tatéra na základě jeho uměleckého stylu jsou silně individuálními rozhodnutími, která si případný zájemce o tetování musí učinit podle svých potřeb, avšak existují také jiné důležité atributy, které musí místa provozující tento typ „zkrášlování“ dodržovat. Jelikož je tetování vnímáno jako přímý zásah do kůže, je nezbytné řádně dodržovat hygienická opatření, jakými jsou desinfikování, použití jednorázového materiálu (jehly, nádoby na inkousty a jiné zdravotní nástroje) a udržování celkové čistoty. Další důležitou podmínkou pro poskytování profesionálních a kvalitních služeb studia je jeho vybavenost. Pro tvorbu tetování je důležité používat kvalitní a nezávadné materiály a nástroje. Veškeré náčiní musí být předem nepoužito, sterilizováno a uskladněno v čistém prostředí.

4.4.2 Jak probíhá tetuáž?

Samotný proces tetování kůže je komplexní a časově náročný. Pro současnou nejrozšířenější techniku tetování za pomoci mechanického strojku je důležité nejprve očistit tetovanou kůži a případně ji zbavit přebytečného ochlupení. Poté, co je kůže očištěna a zbavena přirozené vrstvy povrchové mastnoty, nanese tatér obtisk základních linií motivu za pomoci speciálního obtiskovacího papíru. Jakmile je obtisknutá šablona usazena na místě, nechá se zaschnout, aby se zafixovala před samotným procesem. Následně tatér pomocí vazelíny vytvoří tenkou vrstvu, která blokuje vytékající inkoust během jeho vnášení pod kůži. Předkreslený motiv pak na kůži obtahuje za pomoci strojku s kmitajícími jehlami, které jednou za čas namočí do inkoustu. Veškerý přebytečný inkoust a znečištěné oblasti umělec průběžně otírá a desinfikuje, aby se místo zachovalo čisté a šablona byla dobře viditelná. Po obtažení základních linek se dotváří drobnější detaily a až nakonec vybarvují či stínují větší plochy dle potřeb daného motivu. Během procesu obvykle vytéká velmi malé množství krve. Motivy, jejichž zhotovení trvá déle z důvodu jejich náročnosti nebo velikosti, se vytváří obvykle na více sezeních. Po dokončení tetování je místo zakryto značnou vrstvou vazelíny, která pomáhá urychlit zatáhnutí kůže v prvních 24 hodinách.⁵⁶

4.4.3 Následná péče a možné komplikace

Rekonvalescence kůže je zdlouhavý a velmi individuální proces, který pro každého jedince i dle umístění tetování trvá rozdílnou dobu. Obecně však platí, že se bez

⁵⁶ RYCHLÍK, Martin. *Tetování, skarifikace a jiné zdobení těla*, 2005, s. 229.

komplikací tetování zahojí do tří měsíců. Během této doby je velmi důležité dodržet pokyny tatéra, který aplikaci prováděl. Jedním z častých nařízeních je dodržování správného pitného režimu, vyvarování se konzumace alkoholu a užití drog, omezení fyzické aktivity a celkově udržování těla v klidnějším režimu. Je důležité vyvarovat se kontaktu kůže s UV zářením a nadměrným potem, kterým se mohou bakterie a nečistoty dostat do nezahojené rány. V případě kontaktu tetované kůže se Sluncem se může stát, že pigment začne blednout. Tomuto nežádoucímu efektu je třeba se vyvarovat použitím krému se silným UV faktorem či omezením kontaktu se slunečním zářením.⁵⁷ Tetovač může na čerstvé tetování aplikovat speciální typ kožní náplasti, která zamezí vstupu nežádoucích těles do otevřené rány. Při regeneraci kůže může dojít k alergické reakci, která pak značně komplikuje celý proces hojení. Lidské tělo může reagovat tímto způsobem na mnoho podnětů, přičemž v případě tetování se nejčastěji jedná o reakci na desinfekční přípravky, barevné pigmenty obsahující příměsi kovů a jejich oxidů či latexové rukavice, které daný umělec používá.⁵⁸ Aby se těmto komplikacím dalo předejít, je třeba o svých alergiích tatéra předem informovat.

⁵⁷ FIKSA, Radomír. *Tetování*, 2011.

⁵⁸ Viz zdroj výše.

5 Praktická část

5.1 Terénní výzkum a jeho cíl

V této kapitole bude představena hlavní část předkládané bakalářské práce, a to její praktická výzkumná část. Terénní výzkum týkající se tématu tetovacího turismu na Bali se zaměřuje primárně na definování jeho kvalit a určení chování jeho účastníků. Terénní výzkum, který jsem prováděl během mého půlročního pobytu v Indonésii, probíhal v prosinci 2019 ve více lokalitách v okolí hlavního města ostrova, Denpasaru. Pro získání dat byly využity dotazníky a rozhovor. Cílem bylo získání odpovědí na výzkumné otázky, jež jsou popsány níže. Dotazníky byly podávány náhodně vybraným respondentům a poté vyplněny autorem práce. V mnoha případech se stalo, že dotázaní odmítli spolupracovat právě kvůli vypisování papírové formy dotazníku, a proto se tohoto úkonu ujal sám autor. Získaná data byla nadále shromážděna a zpracována v dalších kapitolách. K ověření a saturaci byla získaná data z dotazníkové formy doplněna o údaje získané z rozhovoru prováděného v tetovacím studiu, ve kterém autor podstoupil tetování. Hlavním záměrem rozhovoru bylo ověřit a doplnit informace o jiný úhel pohledu, v tomto případě účastníka, který poskytuje služby tohoto odvětví turismu. Rozbor rozhovoru je také popsán níže v příslušné kapitole. Celý rozhovor probíhal během procesu tvorby tetování, které tatér prováděl na mém těle. Tímto způsobem jsem chtěl osobně přispět k výzkumné části bakalářské práce, a to svými osobními poznatky při participaci na tetovacím turismu na Bali a osobně ověřit jeho kvality.

5.2 Proces tetování na Bali

Součástí tohoto terénního výzkumu na Bali byla má osobní účast na procesu tetování. Pro tyto účely jsem si vybral tetovací studio Koloni v Canggu, turisticky oblíbené vesnici u západní části Denpasaru, které vyhovělo daným požadavkům ohledně dokumentace celého procesu a následného rozhovoru ve studiu. Toto zařízení jsem si vybral na základě moderně vybavených prostor, kladných internetových recenzí a přehledně spravovaných sociálních sítí, které nabízely konkrétní a užitečné informace spolu s galerií tetování, která byla ve studiu vytvořena. Mou prioritou bylo najít studio s dobrými hygienickými podmínkami a kvalitním přístupem jak k tvorbě tetování, tak k zákazníkům samotným. Na základě všech mých kritérií, která byla před výběrem studia stanovena, jsem se rozhodl právě pro salon Koloni. Prostřednictvím prvotní komunikace,

kteřá probíhala pŕes e-mail, byla domluvena konzultace ve studiu, kde tatér vytvořil základní motiv, a byla složena záloha na domluvený termín provedení tetování. Studio se podle vlastních propagačních materiálů a poutačů (viz fotodokumentace 8 až 11) zaměřuje na motivy minimalismu, realismu, mandal, *dotworking*⁵⁹ a *blackwork*⁶⁰ Studio bylo velmi čisté a řádně uzpůsobené pro tetování. Ukazatelem vyšší úrovně služeb tohoto studia byl fakt, že mi bylo nabídnuto základní občerstvení, což u většiny ostatních studií nebývá standardem. Během procesu byly používány moderní metody přenosu motivu na kůži i sterilní jednorázový materiál jako tetovací jehly a ostatní potřebné náčiní. Studio zaměstnává vlastní personál s odbornými znalostmi ošetrovatelství, který po dokončení tetování informuje zákazníka o správném způsobu péče a možných kontraindikacích, kterým je třeba se vyhnout. Celkovou zkušenost považuji za velmi kvalitní, s odborným nadstandartním přístupem. Tatér za motiv královny démonů *Rangdy* z balijské mytologie, který mi byl vtetován na levý hřbet ruky, požadoval částku tři miliony rupií.⁶¹

5.3 Metodologie získávání dat

5.3.1 Výběr respondentů

S ohledem na téma bakalářské práce a terénní výzkum s ní spojený je získávání dat a respondentů klíčové. Rozhodl jsem se tedy lokalizovat sběr dat s největším důrazem na oblast Kutu v západní části Denpasaru, kde je koncentrace turistů nejvyšší a spolu s nimi i počet tetovacích studií. Nejprve jsem navštívil několik studií, které jsem předem oslovil s žádostí o svolení k provádění výzkumu na jejich pracovišti. Některá studia odmítla spolupráci, jiná naopak svolila. Vzorek dotázaných respondentů byl volen velmi nahodile, a proto obsahoval široké spektrum lidí různého pohlaví, věku, národnosti, socioekonomického postavení a s rozdílnými požadavky pro výběr studia. Osloveny byly dohromady desítky lidí, z nichž souhlasilo pouze 48 osob se spoluprací na vyplnění dotazníku. Častým důvodem k odmítnutí byla například nedostatečná úroveň jazyka pro komunikaci, popírání návštěvy studií či jen holý nezájem se výzkumu účastnit.

⁵⁹ Styl, u kterého se motiv tvoří bez linkami, ale pomocí velikého množství jednotlivých teček.

⁶⁰ Blackwork je tetovací styl, který se zaměřuje na kontrast kůže a větších začerněných ploch.

⁶¹ Podle kurzu ČNB ze dne 17.4.2020, který činí 1,589 Kč za 1 000 Rp je tato částka v přepočtu 4 717 Kč.

5.3.2 Dotazník a jeho forma

Celkově se dotazník skládal z 20 otázek. V první části dotazníku mohli respondenti vybírat jednu z předem zvolených odpovědí, jež měly za úkol přiblížit demografický profil tázaných a následně podat bližší informace o jejich národnosti v otevřené otázce týkající se toho tématu. V druhé části dotazníku, kterému dominovaly otevřené otázky, byla pozornost zaměřena primárně na motivaci, výběr motivu, cenové rozpětí tetování a další možná kritéria týkající se výběru tetovacího studia na Bali. V poslední fázi dotazníku bylo cílem klást takové otázky, které napomohly definovat cestovní chování turistů v dané destinaci a přiblížit detaily jejich cesty. Jelikož byla většina tázaných turistů cizího původu, rozhodl jsem se vyhotovit dotazník v anglickém jazyce pro snazší porozumění a snížení potencionálních komplikací vzniklých z nedostatečného pochopení při přímém dotazování. Pro indonésky hovořící turisty či obyvatele ostrova byla taktéž vyhotovena verze v jejich jazyce. Pro jednodušší vyplňování byl dotazník předkládán jak v papírové, tak i elektronické formě na tabletu. Respondenti častěji vybírali elektronickou formu dotazníku, která značně urychlovala proces vyplňování dotazníku a taktéž byla „uživatelsky příjemnější“, jak mnozí zmínili. Vyplněné dotazníky v elektronické podobě byly před zpracováním vytisknuty a shromážděny společně s papírovou formou. Tímto krokem jsem se snažil o jednodušší zpracování dat, a to z jednoho média, které se mi jevilo méně komplikované než zpracovávání dat z více druhů zdrojů.

Otázky zahrnuté v první části dotazníku:

- Jaké je Vaše pohlaví?
- Jaká je Vaše národnost?
- Kolik je Vám let?
- Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Tyto čtyři základní otázky měly za úkol profilovat charakter respondentů, kteří přicestovali na Bali a během svého pobytu využili služeb místního tetovacího studia. Bylo důležité přiblížit základní demografický profil s důrazem na socioekonomické postavení.

- Přijeli jste na Bali primárně za pořízením tetování?
- Z jakého důvodu jste si vybrali Bali právě pro tetování?
- Jaká kritéria vyhledáváte při výběru studia/tatéra?
- V čem se Bali podle Vás liší od jiných tetovacích destinací ve světě?
- Jaký motiv jste si vybrali? Má nějakou spojitost s tradiční balijskou kulturou?
- Využili jste propagačních služeb studia (promotér, sociální sítě, internetové recenze, youtube videa)? Pokud ano, můžete upřesnit, o jaké služby se jednalo?
- V jaké cenové úrovni jste ochotni zaplatit za tetování?
- Splňovalo Vámi vybrané studio kritéria, kterými se prezentovalo v propagačních materiálech?
- Našli jste něco, co byste rádi změnili?

Cílem předložených otázek v druhé sekci dotazníku bylo identifikovat a popsat jednotlivé fáze výběru a poté pořízení tetování. Dále také zjistit, jak přísná kritéria a požadavky mají turisté na místní studia.

- V jakém počtu lidí jste přijeli na Bali?
- Jak dlouho Váš pobyt bude trvat?
- Navštívili jste již někdy Bali za účelem pořízení tetování? Pokud ano, proč jste se rozhodli pro další tetování na Bali?
- Byl Váš pobyt dostatečně dlouhý pro pořízení tetování? Pokud ne, prodlužovali jste délku Vašeho pobytu?
- Byli jste s tetováním na Bali spokojeni?
- Co se Vám ohledně tetování na Bali líbilo?
- Pokud již máte tetování z jiných zemí (uved'te, o jakou zemi se jedná), mohli byste zmínit, v čem se podle Vás proces tetování na Bali liší?

V poslední části dotazníku bylo cílem přiblížit vzorec chování turistů, kteří přijeli na ostrov Bali za účelem pořízení tetování. Zjištěná data tak mohou být dále užitečná pro budoucí výzkumy spojené s touto tematikou.

5.3.3 Rozhovor a jeho forma

Rozhovor byl prováděn s tatérem ve studiu, které souhlasilo se spoluprací na tomto výzkumu. Dotazovaný, se kterým byl prováděn rozhovor, byl jeden z mnoha tatérů, které vybrané studio nabízelo. Tázané osobě byly předloženy připravené otázky před začátkem rozhovoru, aby se mohla s otázkami seznámit a připravit si odpovědi. Forma rozhovoru, jež byla použita v této práci, byla polostrukturovaná. Celý rozhovor byl směřován tak, aby tázaná osoba měla dostatek prostoru pro odpovědi na předem připravené otázky a zároveň je mohla svévolně doplňovat o další informace a kontext.

Otázky na zaměstnance v tetovacím studiu:

- Jaké je Vaše jméno a pozice v tomto studiu?

Touto otázkou jsem se snažil získat základní informaci o postavení informanta ve studiu. Respondent se jmenuje Andre a pracuje jako tatér v tetovacím studiu Koloni v Canggu.

- Jaký typ zákazníků k Vám do studia chodí? Jde spíše o turisty nebo také o místní?
- Myslíte si, že popularita tetování na Bali stoupá?

Cílem této dvojice otázek bylo odhadnout tendence chování turistů a jejich zájem o tento typ prvku turismu na Bali i původ zákazníků v daném studiu. Dále šlo také o záměr determinovat typ a motivaci zákazníků z opačného úhlu pohledu.

Dotazovaný uvedl, že většina zákazníků jejich studia pochází ze zahraničí a tetování si pořizují během pobytu na Bali, kam přijeli na dovolenou. Domnívá se, že oblíbenost tetování na Bali stoupá díky talentovaným umělcům, kteří tam stále častěji přijíždějí za prací. Díky ojedinělému stylu těchto tatérů a jejich různorodosti je v současné situaci konkurence na trhu větší a pro koncové zákazníky lákavější, protože mají na výběr ze široké škály kvalitních umělců.

- Z jakého důvodu je v posledních letech tetování na Bali tak populární?
- Přináší tetování na Bali jeho majiteli nějaké sociální výhody, či naopak nevýhody?
- Pokud byste mohl/a porovnat Bali s ostatními tetovacími destinacemi v Asii (například Singapur, Korea, či Japonsko), myslíte si, že je na stejné úrovni?
- Můžete porovnat nějaké aspekty procesu tetování s ostatními destinacemi? Například cenová politika, hygiena, či vybavení studií a jejich tatérů.

Těmito otázkami byla sledována snaha identifikovat vztah mezi fenoménem tetování, tradiční balijskou kulturou, turistickým ruchem na ostrově a rozvojem tetovacího turismu na Bali. Také pak snaha zjistit, zdali místní balijské obyvatelstvo, či také turisté vnímají potetovaného jedince jiným způsobem a zdali mu tato „jinakost“ přináší nějaké sociální výhody či nevýhody. Dalšími otázkami jsem se snažil zjistit úroveň tetovacího turismu na Bali, a to, zda se podle zkušeností dotazovaného s tímto průmyslem může Bali srovnávat s ostatními vyspělými destinacemi v Asii na základě již zmíněných aspektů či jeho vlastních postřehů a znalostí z praxe.

Bali je jako turistická destinace velmi populární a někteří turisté si nechávají tvořit alespoň malá tetování jako vzpomínku na dovolenou. Často se tak jedná o turisty z Austrálie, kteří tam jezdí zejména kvůli příhodné vzdálenosti i ceně letenek. Dotazovaný potvrdil mou domněnku, že se turisté z této části světa nechávají tetovat na Bali kvůli příznivým cenám. Respondent uvádí, že tetování majitele nijak nelimituje, avšak ani mu nepřináší žádné výhody, jelikož je místní společnost zvyklá na tento typ dekorace těla právě vlivem turismu a působení lidí západní kultury v této oblasti. V porovnání s ostatními turisticky rozvinutými destinacemi Asie je úroveň služeb a kvalit místního tetovacího turismu srovnatelná.

- Jaké jsou nejpopulárnější motivy ve vašem studiu?
- Je rozdíl mezi motivy vybranými muži a ženami?
- Ovlivňuje věk zákazníků výběr jejich motivu?

Zajímalo mne, jaké motivy jsou v daném studiu tetovány nejčastěji a následně definovat faktory, jako je věk či pohlaví, které ovlivňují zákazníkův výběr motivu před vtetováním do kůže.

Podle jeho slov si mnoho zájemců o tetování pořizuje motivy kokosových palm, náboženské symboly jako květ života či om. Motivy z balijské kultury a mytologie a párové tetování patří také mezi jedny z nejčastějších motivů, které Andre ve studiu tetuje. Umístění motivu na těle není podmíněno věkem ani pohlavím, avšak ráz a význam ano. Například ženy mají obvykle zájem o malé a femininní motivy, přičemž u mužů se jedná spíše o rozměrnější vzory mandal. Mladší zákazníci se většinou nechávají tetovat na základě aktuálních trendů, zatímco ti starší si pořizují motivy odkazující na rodinu a jiné osobní záležitosti.

- Co je ve Vašem studiu častější, předem domluvené sezení, nebo tetování bez předešlé domluvy?
- Jak obvykle komunikujete se svými zákazníky?

Pomocí výše zmíněných otázek jsem se snažil zjistit, jakým způsobem studio domlouvá sezení, popřípadě jak se vybírá motiv a následně konzultuje na místě ve studiu.

Ve studiu Koloni má přibližně polovina zákazníků předem dohodnutou schůzku, zbylí tam docházejí bez domluveného termínu. Komunikace se zákazníky majoritně probíhá prostřednictvím Instagramu či emailu. Tímto způsobem se zákazník se studiem předem domluví na požadovaném motivu, ceně a termínu. Na svém osobním a také společném instagramovém profilu studia propaguje Andre svou tvorbu spolu s dalšími tatéry zaměstnanými ve studiu. Tímto způsobem mají možnost rozšiřovat svou práci mezi širokou veřejnost a lákat nové potenciální zákazníky.

- Jaké národnosti jsou tatěři ve Vašem studiu? Jedná se o cizince, či Indonésany?
- Praktikují tatěři ve Vašem studiu nějaké speciální metody aplikace inkoustu do kůže?
- Co se týče následné péče o tetování, doporučuje Vaše studio nějaké alternativní metody, či lokální léčiva?

Poslední skupinou otázek bylo zapotřebí zjistit konkrétnější informace o sestavení týmu působícím ve studiu a jeho specifických charakteristikách. Konkrétně byly zjišťovány přímo jejich tetovací metody, které aplikují, a vlastní doporučení v péči o čerstvé tetování.

Tyto informace mohou být jedny z klíčových při výběru tatéra i studia, protože odkazují na jeho odbornost a fundovanost v daném oboru.

V konkrétním studiu jsou v současné době zaměstnaní pouze indonéští tatéři, které jednou za čas doplní zahraniční hostující umělci přijíždějící ze všech částí světa. Technika tetování, která je v tomto studiu majoritně zastoupena všemi tatéry, je tvorba za pomoci mechanického strojku. Momentálně se v tomto studiu nikdo nevěnuje odlišným technikám, ačkoliv na Bali lze hojně nalézt jiná zařízení, která se dalším formám tetování věnují (handpoke). Co se týče následné péče o tetování, studio nabízí svým zákazníkům mnoho variant produktů určených k hojení čerstvé tetuáže, ať už lokální produkce, či celosvětově rozšířených značek.

5.3 Vyhodnocení výzkumu

Jelikož většina vyplněných dotazníků byla v elektronické formě, rozhodl jsem se převést zbylé papírové dotazníky do stejné formy a následně odpovědi zpracovat prostřednictvím grafů a tabulek. Pro lepší přehlednost jsem mnohé opakující se odpovědi do grafů a tabulek přenášel v jedné zjednodušené, sjednocené formě odpovědi. Jelikož byla většina dotazníků a odpovědí v nich v cizích jazycích, bylo nutné pro potřeby této bakalářské práce převést odpovědi a grafy do českého jazyka. Grafy a tabulky byly vyhotoveny v programu Microsoft Excel a Microsoft Word.

5.3.1 Profil respondentů

Během terénního výzkumu na Bali jsem v několika týdnech oslovil desítky lidí, kteří se pohybovali v okolí tetovacích studií v turistických oblastech jako je Kuta, Canggu, Seminyak a také v odlehlejších Sanuru. Výběr dotazovaných byl čistě náhodný, přičemž jedinou podmínkou bylo, aby měli tetování. Z desítek oslovených bylo ochotno odpovědět na otázky a zúčastnit se výzkumu celkově 48 lidí, viz tabulka č. 5.

Tabulka 4: Země původu respondentů

Země původu respondentů	Počet lidí z dané země
Indonésie	9
Německo	6
USA	6
Austrálie	5
Polsko	4
Jižní Korea	3
Česká republika	3
Rusko	3
Francie	2
Nizozemí	2
Thajsko	2
Švýcarsko	1
Bulharsko	1
Švédsko	1
Japonsko	1
Celkový počet respondentů	48

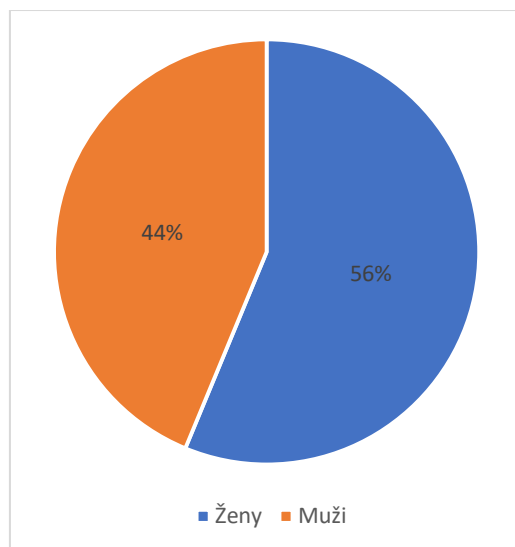
Největší počet respondentů pocházel ze členských zemí EU a ostatních evropských států. Největší počet turistů z jedné konkrétní země však připadal na obyvatele Indonésie, USA, Německa a Austrálie. Výzkumu se zúčastnili také obyvatelé států východní Asie, jmenovitě Japonska a Koreji. Z Ruska pocházeli tři respondenti.

Z celkového počtu respondentů, kteří se zapojili do výzkumu, bylo 27 žen a 21 mužů. Jak je možné vyčíst níže, viz graf č. 1, ženy tvořily 56 % z celkového počtu dotazovaných, muži pak zbylých 44 %. Nejpočetnější kategorie byla 18–29 let, do které bylo zařazeno 33 respondentů tvořících celkově 69 % celku. Zbylých 15 respondentů z celkových 48 připadalo do kategorie 30–39 let v počtu osmi respondentů, dalších šest do kategorie 40–49 let a jeden do kategorie 50 let a více.

Největší počet respondentů mužského pohlaví byl v kategorii 18–29 let. Obdobně tomu bylo i u kategorií 30–39 let a 40–49 let. Nejpočetnější skupinou respondentů byly ženy v rozmezí 18–29 let s celkovým počtem 24 respondentek. Ženy se objevily ve všech ostatních kategoriích vždy po jednom jedinci. Kvůli hranici právní způsobilosti nebyla kategorie 0-18 let zastoupena žádným z dotazovaných. V případě obou pohlaví byla

kategorie 18–29 let značně početnější nežli kategorie ostatní. Nejstarší dotázaný muž měl méně než 50 let a nejstarší žena více než 50 let, viz tabulka č. 6.

Graf 1: Pohlaví respondentů

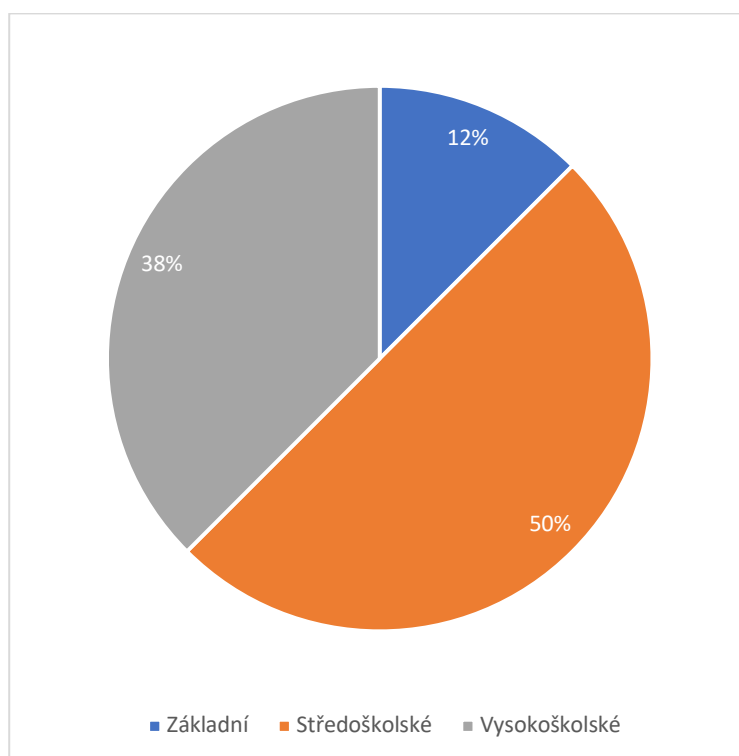


Tabulka 5: Věkové rozložení respondentů

Věkové kategorie	Počet žen	Počet mužů	Celkový počet	Procentuální znázornění po zaokrouhlení
Méně než 18 let	0	0	0	0 %
18–29	24	9	33	69 %
30–39	1	7	8	17 %
40–49	1	5	6	12 %
50 let a více	1	0	1	2 %
Celkem			48	100 %

Na otázku ohledně nejvýše dosaženého vzdělání odpovědělo všech 48 respondentů. Z výsledných dat je patrné, že největší počet respondentů má dokončené středoškolské vzdělání. Celkově 24 dotázaných s dokončeným středoškolským vzděláním tvoří 50 % z celku. Druhou nejpočetnější kategorií se stala skupina 18 lidí s vysokoškolským vzděláním, jedná se o 38 % dotázaných. Zbýlých 12 % z celkového počtu respondentů bylo šest dotázaných s dokončeným základním vzděláním. Veškerá data jsou uvedena v grafu č. 2.

Graf 2: Vzdělání respondentů



5.3.2 Motivace a důvody pro výběr Bali jako destinace

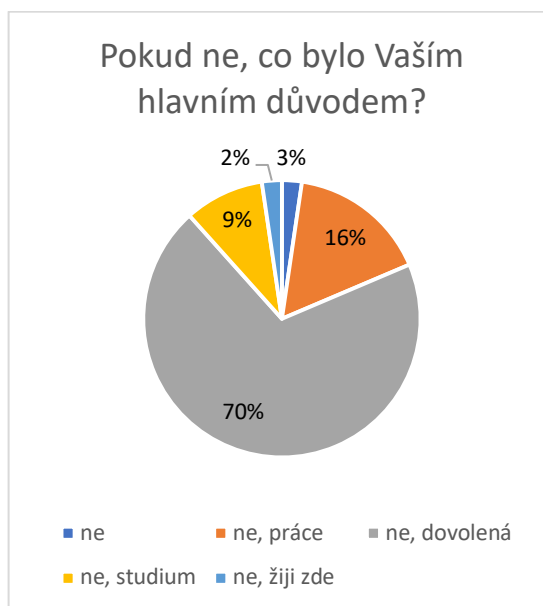
V druhé části se nacházely otázky týkající se důvodu výběru destinace a motivace pro pořízení tetování na Bali.

Úvodní otázka této části dotazníku byla položena, aby bylo možné zjistit, zdali je tetování hlavním důvodem, proč dotazovaní přijeli na Bali. Pokud tetování hlavním důvodem nebylo, respondenti byli požádáni o uvedení jejich primárního účelu cesty. Pro většinou skupinu 90 % respondentů nebylo tetování primárním důvodem. Pro tyto tzv. sekundární turisty, byla primární motivace jiná než pořízení tetování. Jako jejich primární účel byla ze 70 % uváděna dovolená na Bali, dále z 16 % pracovní účely spojené s cestou na Bali, 9 % odpovědí připadalo na pobyt spojený se studiem a 3 % z dotazovaných na Bali trvale žije. Zbývá dvě procenta dotázaných ve výběru odpovědí nezmínila primární účel jejich cesty. Veškerá data z této části dotazníku byla zpracována do dvou přehledných grafů č. 3 a č. 4.

Graf 3: Tetování jako primární důvod návštěvy Bali

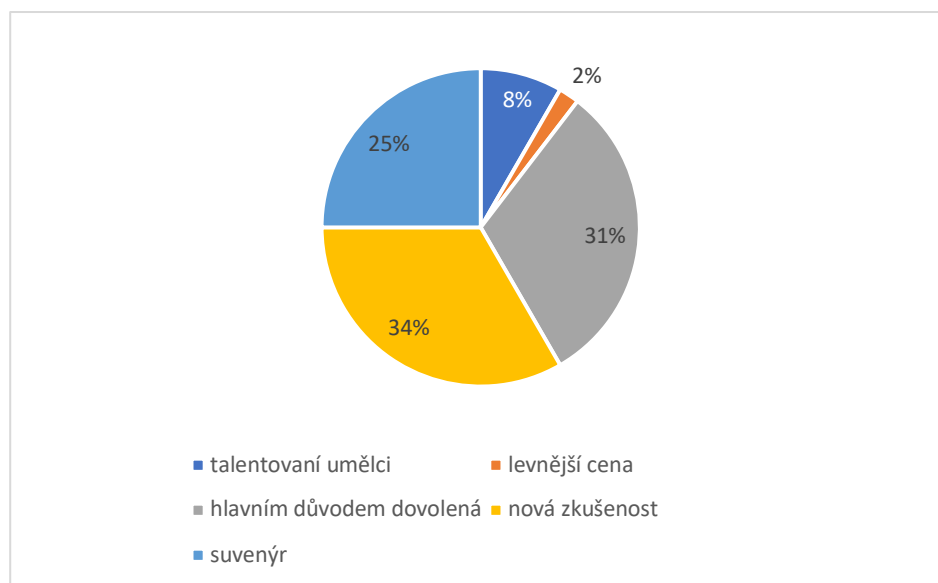


Graf 4: Primární důvod pobytu na Bali



Další položená otázka byla zaměřena na důvod výběru Bali jako tetovací destinace. Odpovědělo na ni všech 48 respondentů, viz graf č. 5 níže. Otázka směřovala ke zjištění, zdali je tetování na Bali něčím výjimečné a respondenti se rozhodují pro pořízení tetování právě na tomto ostrově. Pro většinu dotázaných (34 %) bylo primárním důvodem nabytí nové zkušenosti nebo také pořízení „permanentního suvenýru“. Téměř třetina (31 %) dotazovaných také uvedla, že na Bali přijeli kvůli dovolené a při této příležitosti se také rozhodli pro tetování. Zbylí respondenti uvedli další důvody, jako třeba veliká koncentrace talentovaných tatérů i levnější cena.

Graf 5: Důvod výběru Bali jako tetovací destinace



Prostřednictvím pokládání následující čtveřice otázek byla zkoumána motivace respondentů. Pro tento výzkum bylo klíčové zjistit detailnější informace týkající se procesu tetování. Hlavním cílem těchto otázek bylo zjištění kritérií pro výběr studia či konkrétního tatéra, čím se Bali v tetování odlišuje od ostatních tetovacích destinací ve světě, výběr finálního motivu a jeho souvislosti s balijskou kulturou, způsobu propagace, které respondenti využili pro výběr studia a neposlední řadě také cena, kterou jsou dotazovaní ochotni zaplatit za tetování.

Při určení kritérií pro výběr určitého studia nebo konkrétně tatéra byl respondentům určen volný prostor pro uvedení libovolného počtu odpovědí. Z tohoto důvodu je počet hlasů vyšší než počet respondentů. Mezi nejčastějšími odpověďmi byla zmiňována hygiena studia (36 %) a portfolio studia i tatéra (21 %), viz tabulka č. 7. Tato dvě kritéria byla zmiňována ve většině odpovědí spolu s doplňujícími kritérii jakými jsou kreativita, osobnost tatéra, umělecký styl, reference a cenová politika studia.

Na otázku týkající se odlišnosti Bali jako tetovací destinace v porovnání s jinými destinacemi ve světě zprvu mnoho dotázaných nedokázalo s jistotou odpovědět, proto byla často tato otázka doprovázena ústním doplněním. Jako příklad byly uváděny mnohé státy Asie, Ameriky a Evropy, kde je tetovací průmysl velmi rozvinutý. Z odpovědí na tuto otázku je patrné, že většina respondentů není hlouběji informovaná a aktivně nevyhledává informace o problematice tetování a jeho spojitosti s Bali. Tento jev podporuje již předešlé tvrzení, že se jedná o turisty, jejichž hlavním důvodem cesty

nebylo pořízení tetování. Celých 44 % dotázaných odpovědělo, že neví, v čem se Bali liší od ostatních tetovacích destinací ve světě. Dalšími odpověďmi byly výskyt talentovaných tatérů, exotická atmosféra převládající na ostrově, odlišné kulturní motivy tetování a také nižší cena a výskyt hostujících tatérů z cizích zemí, viz tabulka č. 8.

U otázek spojených s výběrem motivu byl ponechán volný prostor k odpovědi. Výsledné odpovědi respondentů se mnohdy lišily a pro lepší zobrazení do tabulky byly odpovědi zahrnuty do obecnějších skupin motivů, které v odpovědích převažovaly. Z tabulky č. 9 níže je zřetelné, jaké motivy jsou na Bali tetovány nejčastěji a zdali nesou určitou spojitost s místní kulturou. Z 53 % motivů, které mají návaznost na tematiku balijské kultury, byly zmíněny nejčastěji se stejným procentem zastoupení (34 %) květinové vzory a balijská mytologie. Dalšími motivy ve stejné kategorii byly mandaly a zvířecí vzory. Ze skupiny motivů bez návaznosti na balijskou kulturu s procentuálním zastoupením 47 % byly nejčastěji zmiňovány zvířecí vzory, vyobrazení osob a náboženské symboly. Ve zbylých odpovědích stejné kategorie se nacházely *OldSchool*, minimalistické a abstraktní motivy. U této otázky opět převažuje počet odpovědí nad počtem dotázaných, a to právě z důvodu otevřené odpovědi s možností uvedení více kritérií.

Další otázkou jsem se snažil zjistit nejčastější metody propagace studií a na jakých platformách tyto reklamní poutače působí. Většinových 48 % dotázaných využilo nejčastěji propagaci na sociálních sítích jakými jsou Instagram a Facebook. Díky jednoduché prezentaci svých portfolií, pracovního prostředí a zpětné vazby zákazníků v sekci komentářů je pro studia nejsnazší využívat této formy propagace. V ostatních případech respondenti volili internetové recenze či doporučení studií promotérem. Ve 23 % celkových odpovědí respondentů bylo zmíněno, že nevyužili žádných propagačních služeb. Veškerá data jsou hromadně zaznamenána v grafu č. 6.

Tabulka 6: Jaká kritéria vyhledáváte při výběru studia/tatéra?

Kritéria	Počet hlasů	Procentuální vyjádření
Hygiena	23	36 %
Portfolio studia/tatéra	21	33 %
Kreativita	7	11 %
Reference	6	10 %
Osobnost tatéra	3	5 %
Cena	2	3 %
Umělecký styl tatéra	1	2 %
Celkově	63	100 %

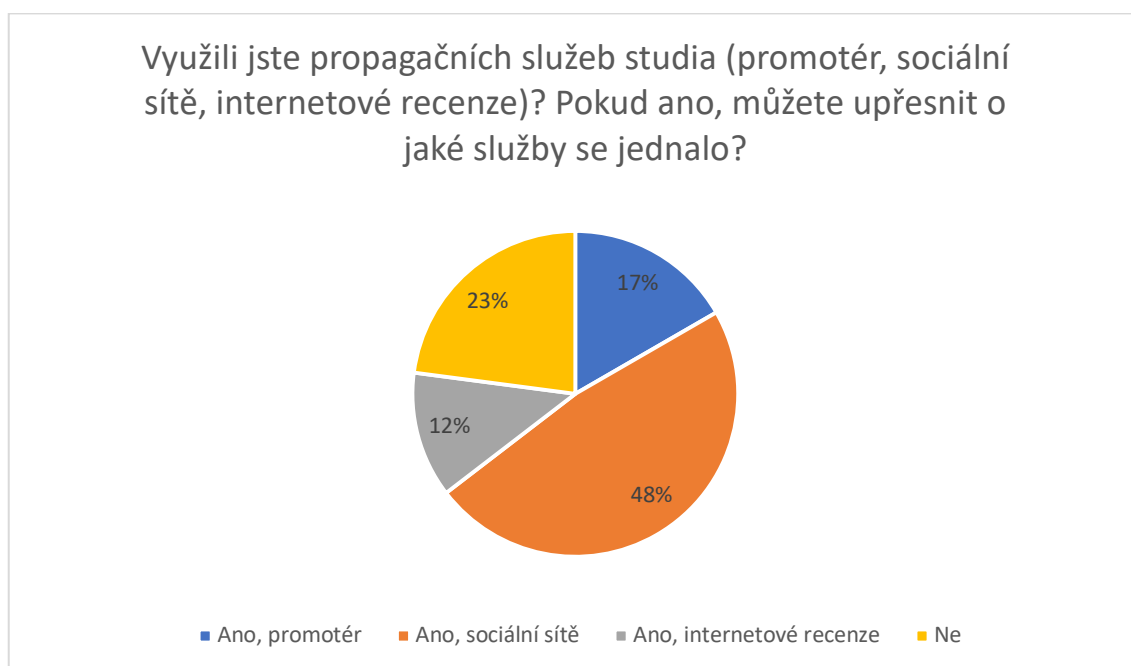
Tabulka 7: V čem se Bali podle Vás liší od jiných tetovacích destinací ve světě?

Kritéria	Počet hlasů	Procentuální vyjádření
Nevím	21	44 %
Talentovaní tatěři	12	25 %
Exotická atmosféra Bali	7	15 %
Odlíšné motivy spojené s balijskou kulturou	6	12 %
Mezinárodní tatěři	1	2 %
Levnější cena	1	2 %
Celkově	48	100 %

Tabulka 8: Jaký motiv jste si vybrali? Má nějakou spojitost s tradiční balijskou kulturou?

Ano	Počet hlasů	Procentuální vyjádření	Ne	Počet hlasů	Procentuální vyjádření
Květinové vzory	9	34 %	Zvířecí vzory	7	31 %
Balijská mytologie	9	34 %	Vyobrazení osob	6	26 %
Mandaly	7	27 %	Náboženské vzory	6	26 %
Zvířecí vzory	1	5 %	Abstraktní vzory	2	9 %
			Minimalismus	1	4 %
			OldSchool vzory	1	4 %
Celkem	26	53 %	Celkem	23	47 %

Graf 6: Využití propagačních služeb



Cena tetování je zde velmi nestálá a odvíjí se od působení velkého množství faktorů. Od zkušeností tatéra se výrazně odvíjí výše honoráře, za jaký je ochoten věnovat svůj čas dané práci. Méně zkušení umělci vyšší své odměny obvykle stanovují níže, jelikož nemají dostatek praxe a jsou rádi tzv. za každý kousek kůže, na které mohou trénovat svou šikovnost a zlepšit své techniky. Výše konečné sumy, kterou zákazníci platí za tetování se také odvíjí od země, ve které tatér působí. Cenu dále určuje umístění, náročnost motivu, technika a barevné provedení.

Následující otázkou jsem se snažil zjistit jakou cenu jsou lidé ochotni zaplatit za tetování na Bali (viz. graf č. 7). Tyto poznatky byly později doloženy daty získanými vlastním působením v tetovacím studiu. Z dat získaných z dotazníku je patrné, že jsou zákazníci nejčastěji ochotni zaplatit za tetování mezi 2,4 až 3,6 miliony indonéských rupií.⁶² Takto odpovědělo 15 ze 48 dotázaných, což tvoří 31 % celkového počtu respondentů. Druhou nejčastější skupinou odpovědí bylo mezi 3,6 až 4,8 miliony indonéských rupií.⁶³ Tuto odpověď vybralo 14 osob, což tvoří 29 % celku. Zbýlých 40 % odpovědí bylo zastoupeno sestupně skupinami respondentů, kteří vybrali odpověď 1,2 až 2,4 miliony,⁶⁴ dále se stejným počtem dotázaných skupiny méně než 1,2 milionů⁶⁵ a 4,8

⁶² V přepočtu tato částka činí od 3 813 Kč do 5 720 Kč.

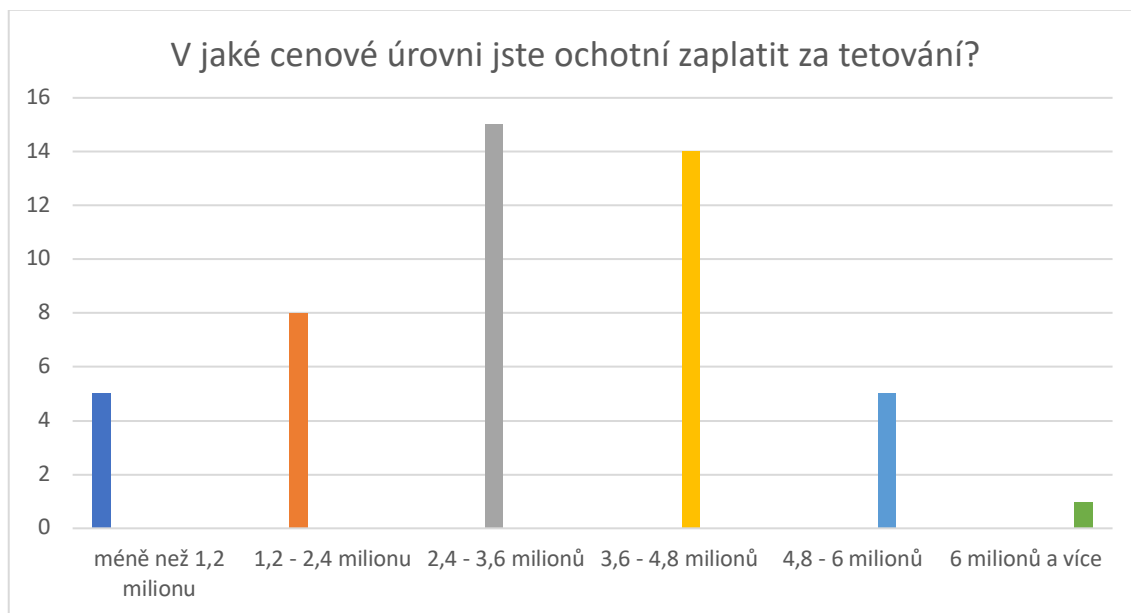
⁶³ V přepočtu tato částka činí od 5 720 Kč do 7 627 Kč.

⁶⁴ V přepočtu tato částka činí od 1 906 Kč do 3 813 Kč.

⁶⁵ V přepočtu tato částka činí méně než 1 906 Kč.

až 6 milionů indonéských rupií.⁶⁶ Jen jeden dotázaný vybral odpověď 6 a více milionů rupií.⁶⁷

Graf 7: Cenová úroveň tetování na Bali

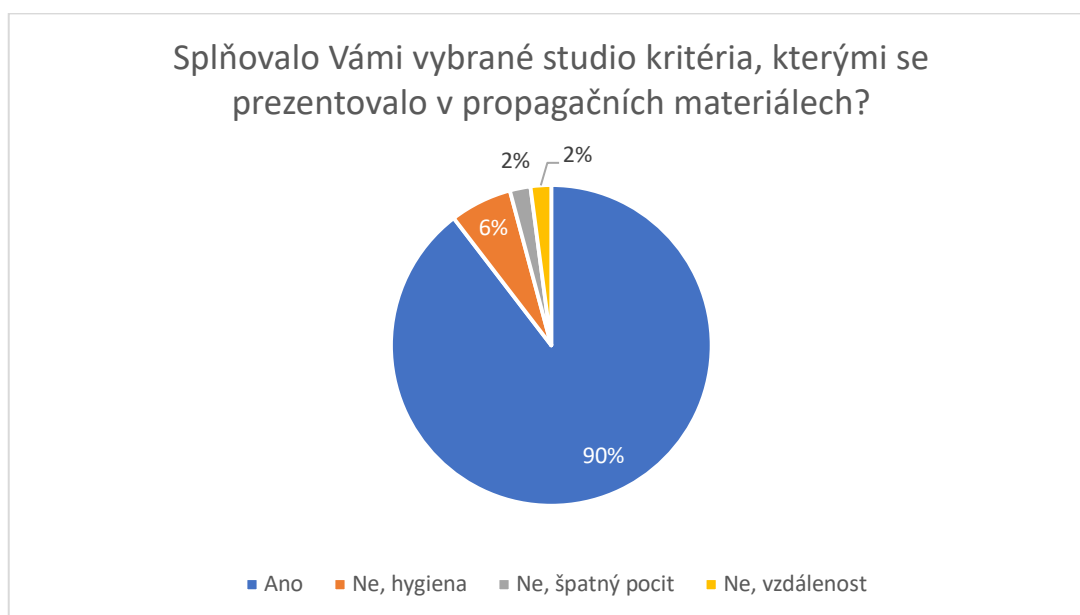


Další dvě otázky dotazníku měly zjistit spokojenost a zpětnou vazbu zákazníků tetovacích studií. Veškerá data získaná z těchto otázek byla zpracována v grafech č. 8 a 9. Ze 48 dotázaných bylo 90 % spokojeno se studií, která si vybrali. V 10 % nespokojených případů dotazovaní nejčastěji odkazovali na špatnou hygienu (6 % odpovědí), větší vzdálenost od ubytování a špatný pocit z celého zážitku (v obou případech 2 % odpovědí). Na otázku, zda by respondenti rádi něco změnili, 77 % odpovědělo záporně. V 15 % by respondenti uvítali, pokud by studio bylo blíže jejich ubytování. V 8 % případů respondentům nevyhovovala úroveň hygieny ve studiu.

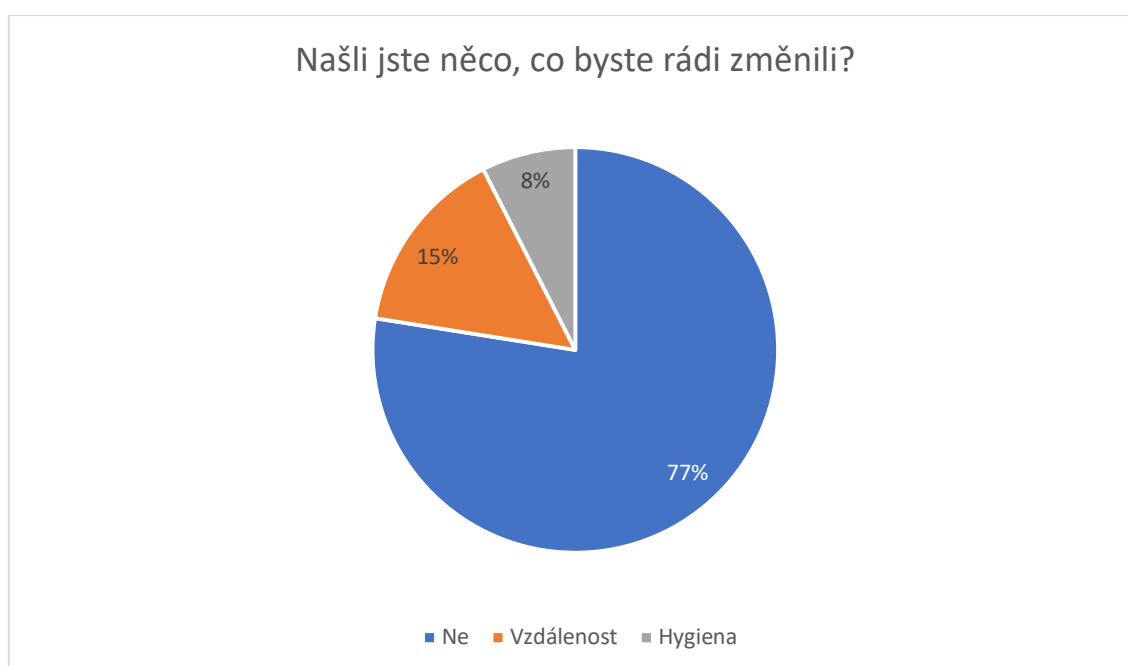
⁶⁶ V přepočtu tato částka činí od 7 627 Kč do 9 534 Kč.

⁶⁷ V přepočtu tato částka činí 9 534 Kč a více.

Graf 8: Dodržení kritérií studia z propagačních materiálů

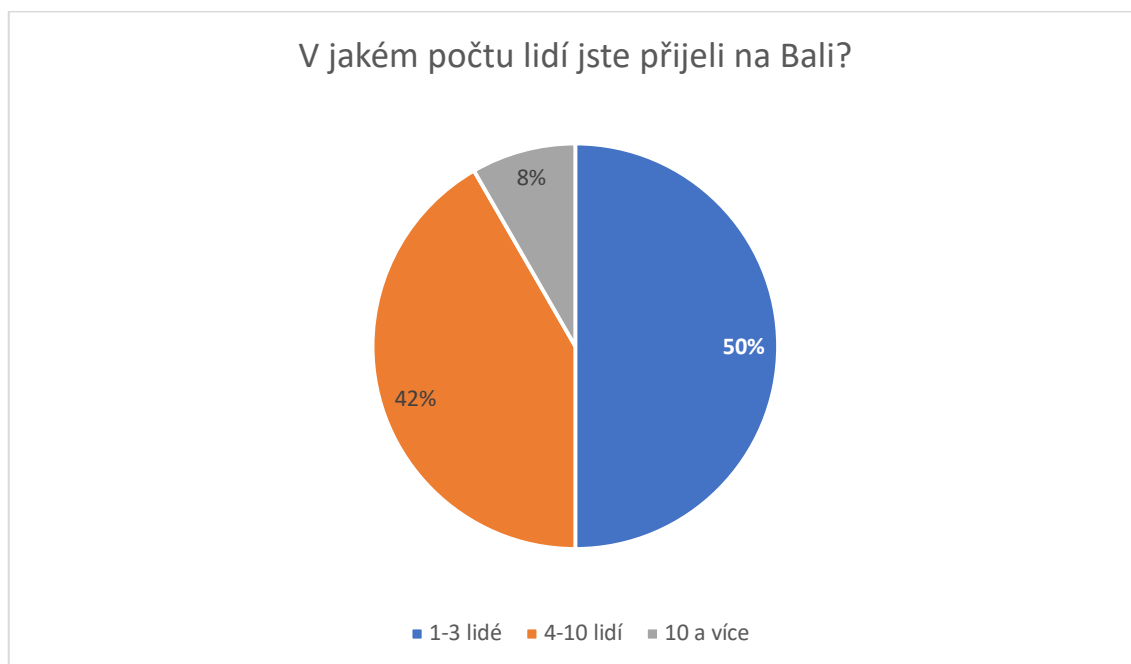


Graf 9: Možná změna studia a její důvody



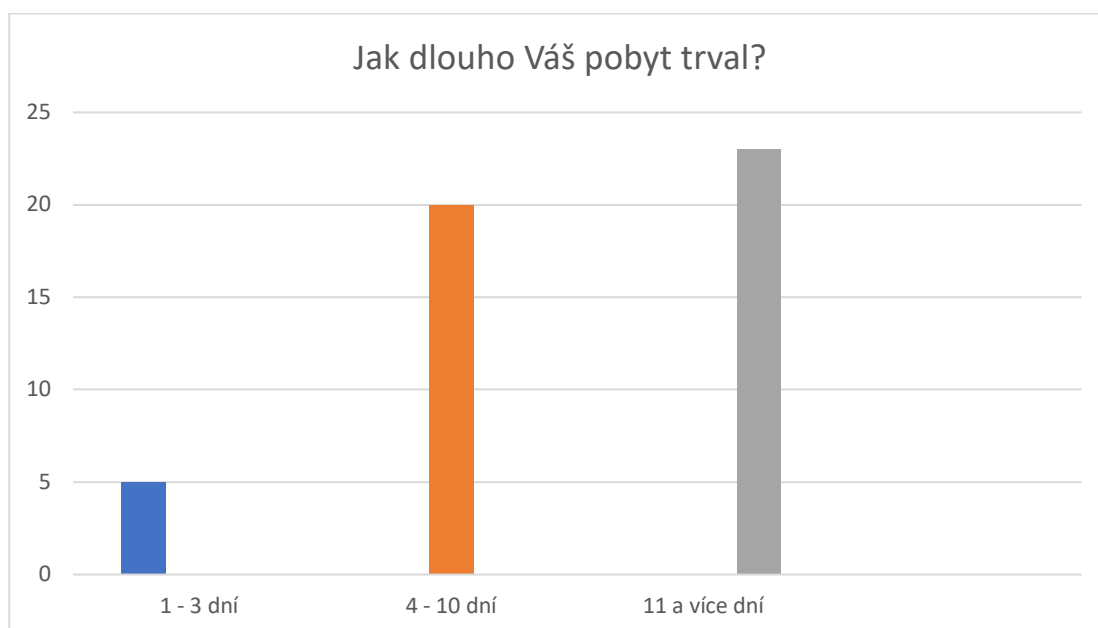
Následující skupina otázek měla pomoci zjistit a definovat povahu pobytu a chování turistů na Bali za účelem pořízení tetování. Získat tato data bylo důležité, a to zejména pro definování profilu turisty se zájmem o tetování. Polovina z celkových 48 dotázaných, tedy 24 respondentů uvedlo, že na Bali přijeli sami, nebo v doprovodu jedné či dvou osob. Ve skupině čtyř až deseti osob přijelo 20 respondentů, což tvoří 42 % celku. Zbýlých 8 % (čtyři respondenti) připadá na dotazované, kteří přicestovali ve skupině deseti a více lidí. Tato data jsou zaznamenána v grafu č. 10.

Graf 10: Skupiny cestující na Bali



Co se týče času stráveného na tomto ostrově, nejčastější odpovědí bylo 11 a více dní, kterou vybralo 23 respondentů. Sestupně dále nejrozšířenější byla možnost čtyři až deset dní, kterou vybralo 20 dotázaných a poté jeden až tři dny, pro kterou hlasovalo pět dotázaných. Na základě těchto dat, která byla shrnuta do grafu č. 11, lze tvrdit, že nejčastěji turisté, kteří se rozhodnou pro pořízení tetování, zde stráví více než deset dní. Během této doby si plní plány své dovolené a zároveň si pořídí tetování.

Graf 11: Délka pobytu na Bali

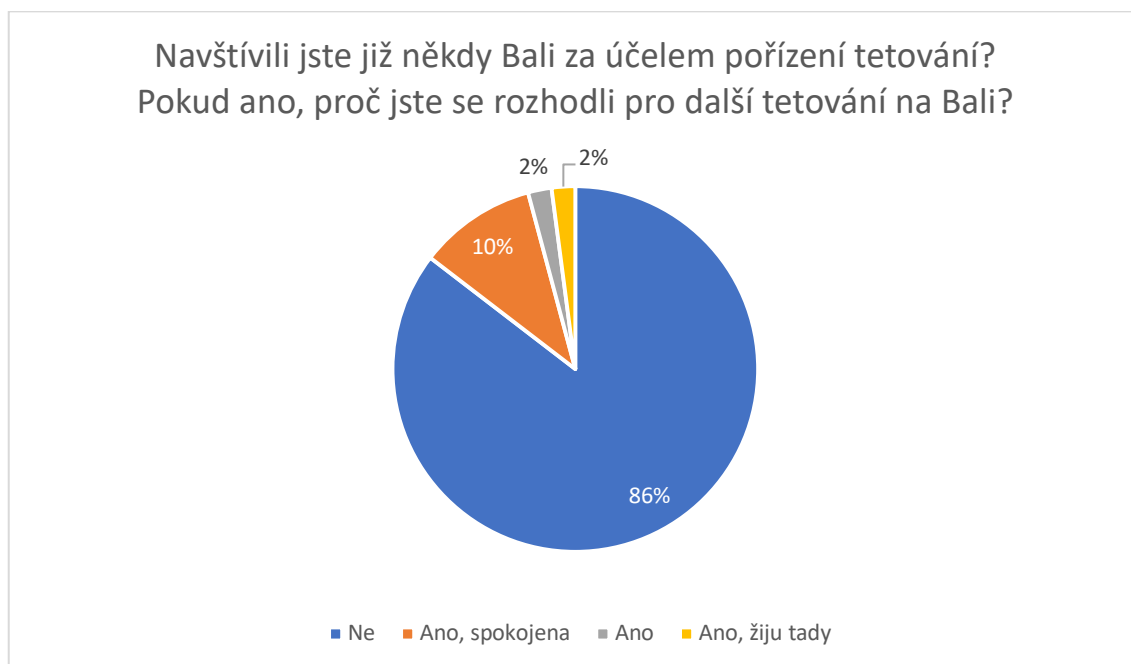


Většina dotázaných na Bali přijela poprvé a při této příležitosti si pořídili tetování, což je patrné z odpovědí grafu č. 12, kdy 86 % dotázaných odpovídá, že se tam poprvé nechali tetovat. Zbýlých 14 % uvedlo, že již někdy Bali za účelem tetování navštívili. Většinou se jednalo o občany sousedních států jihovýchodní Asie a Austrálie. Ve 2 % odpovědí respondenti uvedli, že na ostrově dlouhodobě žijí.

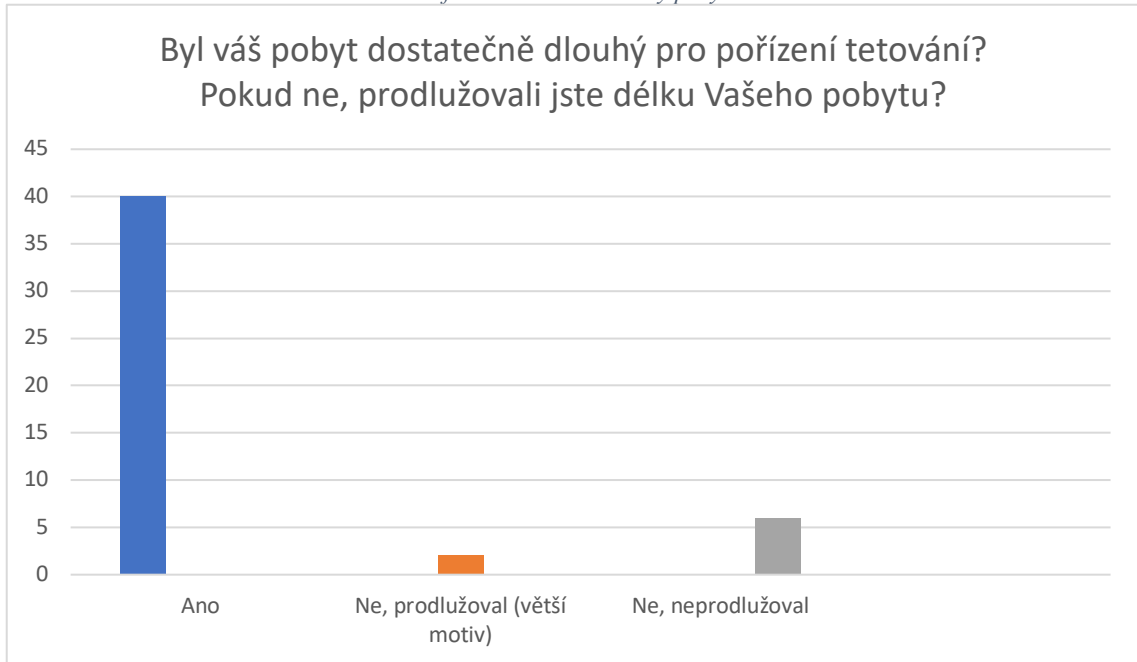
Dle grafu č. 13 je vidět, že ve většině případů byla délka pobytu na Bali dostatečná a nebylo třeba kvůli dokončení tetování prodlužovat pobyt. Uvedlo tak 40 dotázaných. Šest respondentů odpovědělo, že délka pobytu nebyla dostatečně dlouhá pro zhotovení tetování, ale nerozhodli se pobyt prodloužit a své důvody blíže nespecifikovali. Ve dvou případech dotazovaní pobyt prodlužovali kvůli náročnosti a velikosti motivu, který již byl zčásti vtetován na předchozích sezeních.

Na otázku, zdali byli respondenti celkově spokojeni s tetováním na Bali, tak 87 % uvedlo, že ano. Zbýlých 13 % dotázaných bylo opačného názoru, viz graf č. 14.

Graf 12: Předešlá návštěva Bali



Graf 13: Prodloužení délky pobytu



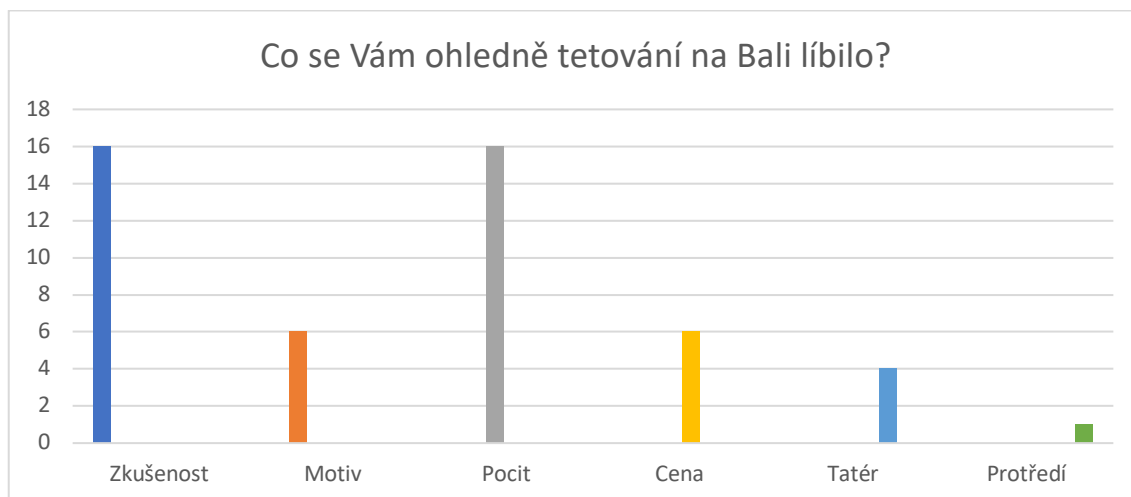
Graf 14: Spokojenost s tetováním na Bali



Na základě získaných dat z odpovědí na otázku „Co se Vám ohledně tetování na Bali líbilo?“ byla provedena snaha o identifikaci konkrétního prvku, který dotazovaní zákazníci tetovacích studií během pobytu na Bali ocenili. Veškeré odpovědi byly upraveny do obecnějších odpovědí, aby mohly být lépe zaneseny do grafu (viz graf č. 15). Nejčastěji zmiňované bylo nabytí nové zkušenosti a nový pocit získaný při tvorbě

tetování. Obě možnosti byly zastoupeny v počtu 16 odpovědí. Dále zákazníci oceňovali cenu tetování (osm respondentů). Dalších šest dotazovaných uvedlo, že jsou velmi spokojeni s motivem jejich tetování. Jako poslední pak bylo také zmíněno, že dotazovaní byli spokojeni s tatérem, který jim tetování tvořil a s prostředím (studio a jeho vybavení), ve kterém se nacházeli.

Graf 15: Co se Vám líbilo?



V závěru dotazníku byla položena otázka, zda respondenti již vlastní tetování z jiných zemí a mohli by porovnat kvalitu procesu tetování z dané země s tetováním, které si nechali vytvořit na Bali. Ve většině odpovědí respondenti uvedli zemi, ve které si nechali zhotovit předešlé tetování, ale porovnání s Bali vynechali. Z tohoto důvodu lze porovnat pouze data u zemí, ke kterým dotazovaní uvedli porovnání. V rámci evropských zemí uvádějí, že je zde tetování dražší, ale také více profesionální z hlediska přístupu, zejména v Nizozemsku. V Česku se podle těchto dat provádějí jiné tetovací techniky a celková zkušenost je zajímavější. Německo je na tom v porovnání s Bali obdobně. Co se týče Asie, v Thajsku je přístup na podobné úrovni, jen kvalitou zaostává. Respondenti uvádějí, že v Jižní Koreji je tetování velmi nákladné a kvalita je horší. V Austrálii je situace na stejné úrovni jako na Bali.

Z celkových 48 dotázaných 46 uvedlo, že si již v předešlé době nechali vytvořit tetování v jiných státech, viz tabulka č. 10.

Tabulka 9: Porovnání s ostatními zeměmi

Země, ve které si pořídili tetování	Počet respondentů	Porovnání s Bali
Austrálie	8	Obdobné
Thajsko	6	Obdobné, profesionálnější přístup, horší kvalita finálního tetování
Česko	4	Jiné techniky, méně zajímavá zkušenost
Jižní Korea	4	Dražší, horší kvalita
Polsko	4	-
Rusko	4	-
Nový Zéland	3	-
USA	3	-
Německo	2	Obdobné
Nizozemí	2	Dražší, větší míra profesionality, těžší získat termín
Francie	2	-
Finsko	2	-
Japonsko	2	-
Nemám jiné tetování	2	-
Celkový počet respondentů	48	

6 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo popsat současnou situaci tetovacího turismu na indonéském ostrově Bali a zároveň odpovědět na výzkumné otázky, které jsou uvedeny v kapitole o metodologii a metodice výzkumu. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část přinášející informace o zmíněném turismu na tomto ostrově.

V teoretické části jsou nejprve uvedeny základní geografické a demografické informace o ostrově Bali. Autor popisuje, jak vývoj cestovního ruchu ovlivňuje například růst zahraničních investic a počet turistů. Druhá kapitola se zaměřuje na turismus jako takový, jeho dělení a jakou roli zastává ve světové ekonomice. Následně zmiňuje historii a vývoj cestovního ruchu do podoby, v jaké ho známe dnes. Také rozebírá novodobé trendy, které určují charakter současného cestování a zmiňuje oblibu tetovacího turismu. Ve třetí kapitole autor rozebírá fenomén tetování a jeho charakteristiky. Zabývá se minulostí a tradičními formami zdobení kůže na území indonéského archipelu. Poslední kapitola teoretické části se zaměřuje na samotný proces tetování.

Praktická část se věnuje terénnímu výzkumu na Bali. Jako hlavní zdroj informací posloužil dotazník, který autor rozdál v oblasti hlavního města Denpasaru. Na základě získaných odpovědí poté navštívil tetovací studio v turistické části města, kde doplnil tyto data rozhovorem s tatérem. V závěru výzkumu se nechal autor ve zmíněném studiu potetovat, aby tak mohl ověřit informace z dotazníku „na vlastní kůži“ a případně je doplnit. Praktická část se snaží zmíněným způsobem odpovědět na výzkumné otázky této práce.

Z dotazníku vyplynulo, že se v naprosté většině jedná o turisty z Austrálie, zemí Evropy a USA, většinou ženy středoškolského vzdělání v rozmezí 18 až 29 let. Nejčastěji na ostrov turisté přijeli v počtu jedné až tří osob a setrvali tam 11 a více dní. Délka pobytu byla dostačující, a tak nebylo zapotřebí prodlužovat pobyt za účelem dokončení tetování. V naprosté většině byli turisté se službami tetovacího turismu spokojeni.

Domněnka, že tetování je primárním cílem jejich cesty na Bali se ve výsledku ukázala jako nepravdivá. Naprostá většina přijela na ostrov za jinými účely, jako je dovolená, práce, studium či tam již delší dobu žijí. Častým důvodem, proč se tam také nechali tetovat bylo nabytí nové zkušenosti či pořízení suvenýru.

Hlavními požadavky turistů byla dobrá hygiena a vybavení studia, či kreativní tatér se zajímavým portfoliem prací. Z většiny odpovědí vyplývalo, že studia na Bali splňovala tyto požadované kvality. Nespokojení respondenti, kterých byla drtivá menšina,

uvedli, že jim vadila hygiena či vzdálenost od ubytování. Tetovací salony majoritně využívají k propagaci sociální sítě a internetové recenze, či si pronajímají promotéry, kteří v turistických oblastech lákají potenciální zákazníky. Turisté jsou nejčastěji ochotni zaplatit za tetování v rozmezí od 2,4 do 3,6 milionů rupií,⁶⁸ avšak při výběru studia nehrála cena zpravidla významnou roli. Mezi nejčastějšími motivy, které se na Bali tetují, jsou květinové a zvířecí vzory či symboly z balijské mytologie.

Poslední oblastí, kterou autor zkoumal bylo proč navštívit právě Bali za účelem pořízení tetování. Respondenti uváděli, že je nejvíce zaujal zážitek z tetování, či motiv a tatér, který služby poskytoval. Lze tvrdit, že Bali poskytuje stejně kvalitní služby jako tetovací destinace na Západě.

Tato práce obsahuje základní informace o zvoleném tématu, avšak vzhledem ke svému omezenému rozsahu neposkytuje komplexní přehled o celé problematice. Provedený výzkum představuje tetovací turismus na Bali a může být dobrým základem pro následný hlubší výzkum, který může přinést další nová a nepoznaná fakta.

⁶⁸ Podle kurzu ČNB ze dne 4.4.2020 tato částka činí v přepočtu od 3 813 Kč do 5 720 Kč.

7 Resumé

The aim of this bachelor thesis is to present the current situation of tattoo tourism in Bali. The main goal is to find out, how this type of tourism mentioned above works and what are its qualities. The theoretical part of the thesis summarizes the discourse of tourism, its meaning, and development. Information regarding tattoo, its functions, and history are also presented in this section. The practical part of the thesis sums up the conducted interview and questionnaire used during the field research and their results. These methods were used in order to gain depth information through direct contact with tourists and workers of tattoo saloons. At last, research questions are answered in the conclusion part of the thesis.

Key words: Bali, tourism, tattoo, tattoo tourism

8 Seznam zdrojů

Akademické práce

BENDOVÁ, Jitka. Antropologie turismu v kontextu balijské kultury. Praha, 2013. Diplomová práce. Univerzita Karlova.

MEINDL, Alexander. *The Impacts of Terrorism on Tourism in the EU. Vienna, 2018. Bakalářská práce. Modul University Vienna.*

Tištěné zdroje

DALTON, Bill. *Indonesia 1999: An Official Handbook*. 1999. Jakarta: Directorate of Foreign Information Services, Department of Information, Republic of Indonesia, 1999. ISBN 978-0-9603322-0-5.

DEPARTEMEN PARIWISATA. *Annual report Parpostel 1992*. 1. Jakarta: Department of Tourism, Posts and Telecommunication, 1993. ISBN 979-8280-00-8.

FIKSA, Radomír. *Tetování*. 2., upr. vyd. Žďár nad Sázavou: Bodyart Press, 2011. ISBN 978-80-87525-00-5.

FOCAULT, Michel. *Dohlížet a trestat: kniha o zrodu vězení*. 2014. Praha: Dauphin, 2000, s. 60. Studie (Dauphin). ISBN 80-86019-96-9.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Praha: Portál, 2016. ISBN 978-80-262-0982-9.

HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.

HOSE, Charles a William MCDUGALL. *Tetování na Borneu*. Žďár nad Sázavou: Bodyart Press, 2014, s. 24. ISBN 978-80-87525-26-5.

HUNZIKER, Walter a Kurt KRAPF. *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Berlin: Polygraphischer Verlag, 1942.

RYCHLÍK, Martin. *Dějiny tetování*. 2014. Praha: Mladá fronta, 2014. ISBN 978-80-204-3286-5.

RYCHLÍK, Martin. *Tetování, skarifikace a jiné zdobení těla*. 1. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2005, s. 65. Dějiny odívání. ISBN 80-7106-780-6.

SPINDLER, Konrad. *The man in the ice*. New York: Harmony Books, 1995, s. 178-184. ISBN 978-05-177-996-97.

UNWTO. *Tourism Highlights 2016 Edition*. Madrid: UNWTO, 2016. ISBN 978-92-844-1814-5.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, s. 83. ISBN 978-80-7201-880-2.

Internetové zdroje

ANTARA, Made a Made Sri SUMARNIASIH. Role of Tourism in Economy of Bali and Indonesia. *Journal of Tourism and Hospitality Management* [online]. 2017, 5(2) [cit. 2020-04-04]. DOI: 10.15640/jthm.v5n2a4. ISSN 23725125. Dostupné z: <http://jthmnet.com/vol-5-no-2-december-2017-abstract-4-jthm>

DETER-WOLF, Aaron. *It's official: Ötzi the Iceman has the oldest tattoos in the world* [online]. USA: RedOrbit, 2015 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <https://www.redorbit.com/news/science/1113410697/its-official-otzi-the-iceman-has-the-oldest-tattoos-in-the-world-111115/>

Jumlah Wisatawan Asing ke Indonesia dan Bali, 1969-2019 [online]. Denpasar: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2017 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/02/09/28/jumlah-wisatawan-asing-ke-bali-dan-indonesia-1969-2018.html>

NEILL, James. Otzi, the 5,300 Year Old Iceman from the Alps: Pictures&Information [online]. 27. říjen 2004 [cit. 2007-03-08]. Dostupné z: <https://web.archive.org/web/20070312171223/http://wilderdom.com/evolution/OtziIcemanAlpsPictures.htm>

Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut [online]. Denpasar: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2020 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321&wid=0>

Population Projection of Bali Province by Regency/Municipality and Gender, 2011-2020 [online]. Denpasar: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2020 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <https://bali.bps.go.id/dynamictable/2016/05/13/19/proyeksi-penduduk-provinsi-bali-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-kelamin-2011-2020.html>

Realization of Foreign Capital Investment by Regency/City in Bali, 2009-2017 [online]. Denpasar: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2017 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <https://bali.bps.go.id/dynamictable/2018/02/02/216/realisasi-penanaman-modal-asing-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-bali-2009-2016.html>

RIVETT-CARNAC, Mark. *These Are the Last Six Major Terrorist Attacks in Indonesia* [online]. USA: Time USA, 2016 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <https://time.com/4180220/indonesia-terrorist-attacks-history-jakarta/>

SAMADELLI, M.; MELIS, M.; MICCOLI, M.; EGARTER-VIGL, E; ZINK, A. R. Complete Mapping of the Tattoos of the 5300-year-old Tyrolean Iceman.

Journal of Cultural Heritage. 2015, roč. 16, čís. 5, s. 753–758. DOI:10.1016/j.culher.2014.12.005. (anglicky)

Tattoo [online]. Velká Británie: ENCYCLOPÆDIA BRITANNICA, 1998 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/art/tattoo>

Tattooed Gen Nexters [online]. USA: Pew Research Center, 2008 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2008/12/09/tattooed-gen-nexters/>

THOBO-CARLSEN, Mik. *How Tattoos Went From Subculture to Pop Culture* [online]. USA: Huff Post, 2014 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: https://www.huffpost.com/entry/how-tattoos-went-from-sub_b_6053588?guc_e_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guc_e_referrer_sig=AQAAAEo2h2dCzOzptIEeBrf6ssbkAsnz_VG2KNeKNa1wlL-g78scc88SZAbi6vFnMECdgEa_cDxEoII44hkKsx7Cfp570qNWmVPtUjZRvLe t7fsf9a_mL7ZE4q_S8ThKfsszikJI1RaJ9cEYOeBYu-r3W6i6vK3bEzhD3KfG2VB8EQ0h&_guc_consent_skip=1581768474

TRIVETT, Vincent. *Rise of the Chinese Independent Traveler* [online]. New York: Skift, 2013 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <http://skiftx.com/wp-content/uploads/2013/09/skift-chinese-traveler.pdf>

VARAGUR, Krithika. *Volcano Threatens Bali's Tourism Industry* [online]. USA: Voice of America, 2017 [cit. 2020-04-04]. Dostupné z: <https://www.voanews.com/east-asia-pacific/volcano-threatens-balis-tourism-industry>

120 Brilliant Forearm Tattoos Designs And Ideas [online]. USA: Tattooza, 2018 [cit. 2020-04-17]. Dostupné z: <https://tattooza.com/wp-content/uploads/2018/04/cool-forearm-tattoos-3.jpg>

Obrázkové zdroje

HOSE, Charles a William MCDUGALL. *Tetování na Borneu. Žďár nad Sázavou: Bodyart Press, 2014, s. 29. ISBN 978-80-87525-26-5.*

HOSE, Charles a William MCDUGALL. *Tetování na Borneu. Žďár nad Sázavou: Bodyart Press, 2014, s. 39. ISBN 978-80-87525-26-5.*

KJELDGAARD, Dannie a Anders BENGTTSSON. *Consuming the Fashion Tattoo* [online]. 2005, s. 173 [cit. 2020-04-13]. Dostupné z: <https://www.acrwebsite.org/volumes/9065/volumes/v32/NA-32>

RYCHLÍK, Martin. *Dějiny tetování*. 2014. Praha: Mladá fronta, 2014, s.103. ISBN 978-80-204-3286-5.

RYCHLÍK, Martin. *Dějiny tetování*. 2014. Praha: Mladá fronta, 2014, s.220. ISBN 978-80-204-3286-5.

9 Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Motivy tetování na Borneu



Zdroj: RYCHLÍK, Martin. *Dějiny tetování*, 2014, s.103.

Obrázek č. 2: Ukázka moderního stylu tetování 1



Zdroj: Vlastní tvorba autora, 2020

Obrázek č. 3: Ukázka moderního stylu tetování 2



Zdroj: <https://tattoozza.com>

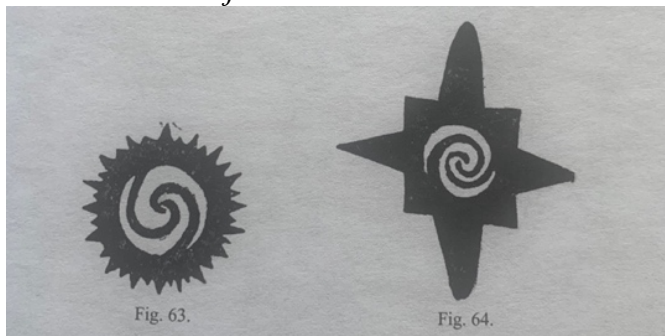
Obrázek č. 4: Klasické motivy tetování



Klasické „flashe“ z dílny Zeisovy školy tetování.
Kotvy, srdce, náhrobky, dýky i spojené ruce...

Zdroj: RYCHLÍK, Martin. *Dějiny tetování*, 2014, s.220.

Obrázek č. 5: Dajácká kokarda



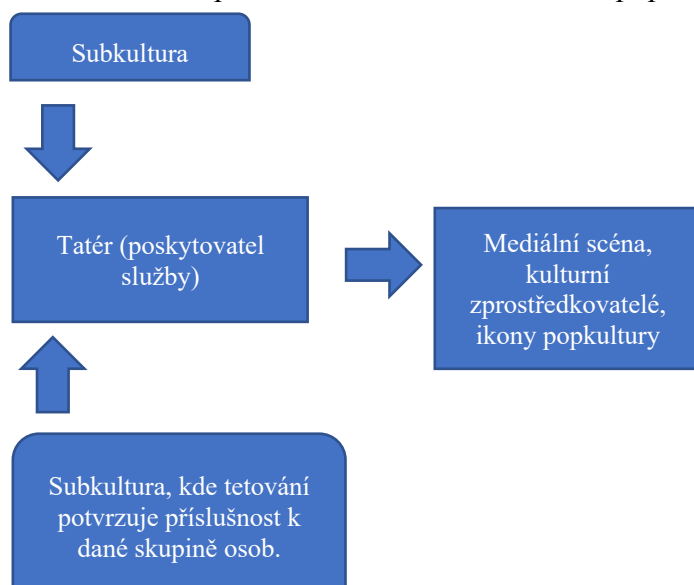
Zdroj: HOSE, Charles a William MCDOUGALL. *Tetování na Borneu*, 2014, s. 29.

Obrázek č. 6: Dajácký psí motiv



Zdroj: HOSE, Charles a William MCDOUGALL. *Tetování na Borneu*, 2014, s. 39. ISBN 978-80-87525-26-5.

Obrázek č. 7: Popularizace tetování v současné popkultuře



Zdroj: KJELDGAARD, Dannie a Anders BENGTTSSON. *Consuming the Fashion Tattoo*, 2005, s. 173.

Obrázek č. 8: Fotodokumentace studia 1



Zdroj: vlastní fotodokumentace

Obrázek č. 8: Fotodokumentace studia 2



Zdroj: vlastní fotodokumentace

Obrázek č. 9: Fotodokumentace studia 3



Zdroj: vlastní fotodokumentace

Obrázek č. 10: Fotodokumentace studia 4



Zdroj: vlastní fotodokumentace

10 Seznam příloh

Příloha č. 1: Dotazníky respondentů

Příloha č. 2. Nahrávka rozhovoru se zaměstnancem tetovacího studia

Dotazníky s odpověďmi respondentů, nahrávka rozhovoru se zaměstnancem tetovacího studia jsou k nalezení na CD přiloženém k této bakalářské diplomové práci.