UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI

FILOZOFICKÁ FAKULTA

KATEDRA SOCIOLOGIE, ANDRAGOGIKY A KULTURNÍ ANTROPOLOGIE

ČEŠTÍ NÁVŠTĚVNÍCI ZAKARPATSKÉ UKRAJINY OČIMA TAMNÍCH OBYVATEL

Bakalářská diplomová práce

Studijní obor: kulturní antropologie

Autor: Václav Kovář

Vedoucí práce: Mgr. Jaroslav Šotola, Ph.D.

Olomouc 2017

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucího a uvedl všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne…… Václav Kovář…..……

Anotace:

Bakalářská práce zkoumá pohled obyvatel Zakarpatské oblasti na Čechy, kteří do dané oblasti jezdí z volnočasových důvodů. Ústředním tématem je tedy reflexe přítomnosti českých turistů v Zakarpatí optikou tamních obyvatel. Pro tento účel byly využity vybrané teoretické koncepce antropologie turismu, které byly aplikovány na data a poznatky získané vlastním terénním výzkumem na Ukrajině. Cílem studie je skrze antropologickou perspektivu poodkrýt a reprezentovat fenomén českého turismu v Zakarpatské oblasti.

V souladu se stanoveným cílem je v práci věnovaná pozornost především dvěma hlavním liniím – ta první sleduje současný kontext prostoru, kulturní specifika a každodennost, což jsou faktory v práci nahlížené jako spoluutvářející a ovlivňující (i) cestovní ruch. Jejich zkoumání slouží k porozumění výchozím atributům českého turismu v Zakarpatí, a zároveň představuje zázemí pro linii druhou. Tou je konstrukce a interpretace typologie českých turistů v Zakarpatské oblasti, jež vychází především z pohledu tamních obyvatel a která je průběžně konfrontována s teoretickými koncepty antropologů a sociologů zabývajícími se rovněž typologiemi turistů.

Klíčová slova:

Zakarpatská oblast, antropologie turismu, cestovní ruch, vnímání Čechů, typologie turistů, každodennost, kulturní specifika

Abstract:

Bachelor thesis explores the Transcarpathian Ukraine habitants' point of view on Czechs visiting the country for their leisure activity. The main topic is the reflection of the presence of Czech tourists from the locals' perspective. For this purpose selected theoretical conceptions of anthropology of tourism were used and applied on the data and knowledge acquired during field research in Ukraine. The aim of this study is to uncover and represent the phenomenon of Czech tourism in Transcarpathian area through the anthropological perspective.

According to the stated aim the attention is paid to two main lines – first observes nowadays context of the area, cultural specifics and daily life which in the thesis is seen as the factor co-forming and affecting the tourism. Its research serves the understanding of the default attributes of Czech tourism in Transcarpathia while creating a basis for the second line which is the construction and interpretation of the typology of Czech tourists in Transcarpathian area. It is based mainly on the locals' point of view and is being confronted with theoretical concepts of anthropologists and sociologists also dealing with tourists'typology.

Key words:

Transcarpathian area, anthropology of tourism, tourism, perception of Czechs, typology of tourists, everyday life, cultural specifics

Obsah

Obsah ..... - 5 -
Poděkování ..... - 7 -
Úvod ..... - 9 -
1 Výzkumný záměr ..... - 12 -
1.1 Cíle, postupy a metodologie ..... - 12 -
1.2 Etické hledisko a rizika ..... - 15 -
2 Poznámky k terénu ..... - 16 -
2.1 Cestovní kanceláře ..... - 16 -
2.2 Užhorod ..... - 18 -
2.3 Koločava ..... - 20 -
2.4 Siněvirská Poljana ..... - 24 -
2.5 Jasiňa, Rachov ..... - 26 -
2.6 Solotvina ..... - 27 -
2.7 Pylypec (Podobovec) ..... - 29 -
2.8 Mukačevo ..... - 30 -
2.9 Shrnutí ..... - 31 -
3 Typologie českého turisty v Zakarpatské oblasti ..... - 34 -
3.1 Nostalgický turista ..... - 35 -
3.1.1 Konceptualizace ..... - 36 -
3.2 Výletník ..... - 37 -
3.2.1 Konceptualizace ..... - 38 -
3.3 Outdoorový turista ..... - 39 -
3.3.1 Konceptualizace ..... - 40 -
3.4 Požitkář ..... - 40 -
3.4.1 Konceptualizace ..... - 41 -
3.5 Alkoturista ..... - 42 -
3.5.1 Konceptualizace ..... - 43 -
3.6 Shrnutí ..... - 43 -
Závěr ..... - 45 -

Bibliografie ..... - 48 -
Příloha č. 1 – fotografie z terénního výzkumu ..... - 52 -

Poděkování

Na myšlenku realizovat terénní výzkum v Zakarpatské oblasti mě přivedl Mgr. Jaroslav Šotola, Ph.D. v roce 2014. Pro předkládaný bakalářský projekt byl klíčovou autoritou a tímto mu srdečně děkuji za spolupráci, a to nejen za věcné rady a připomínky, ale také za důležitou pomoc při shánění finanční podpory na výzkum. Za odborné rady a konzultace děkuji také Mgr. Kateřině Mildnerové, Ph.D.

Během pobytu na Ukrajině se do výzkumu zapojily desítky lidí, někteří napomohli jen krátkým rozhovorem, doporučením či ověřením informací, jiní byli z hlediska poskytnutých dat a údajů nenahraditelní. Těm patří několik následujících řádků.

Za Užhorodský rajón je to Petr Zidek, který disponuje širokým přehledem o cestovním ruchu v tamní oblasti a poskytl mi mnoho hodnotných informací. Dále chci poděkovat předsedovi krajanského spolku Klub T. G. Masaryka v Užhorodě, Ivanu Latkovi, a to nejen za milé setkání, ale také za množství knih, kterými mě obdaroval.

V okrese Mižhirja patří můj dík Radimu Kupci, zakladateli projektu transkarpatia.cz, který se zaměřuje na cestovní ruch v Zakarpatí. Dále Natálce[1], majitelce penzionu Četnická stanice a klíčové osobnosti českého turismu v Koločavě, a Štefanovi[1], majiteli česko-ukrajinské hospody v národním parku Siněvir. V neposlední řadě také tehdejšímu generálnímu konzulu České republiky ve Lvově Miroslavu Klímovi, který mi během našeho krátkého setkání potvrdil některé vybrané údaje.

[1] Takto si uvedené osoby přály být zveřejněny.

Pro východní a jihovýchodní část Zakarpatí, konkrétně Tačivský a Rachivský rajón, byli klíčovými zprostředkovateli informací Orest Kurik, správce hotelu Rachiv, který se specializuje na služby v oblasti cestovního ruchu, Ilona[2], majitelka restauračního zařízení Eldorado zajišťujícího stravovaní návštěvníků hotelu Edelweiss v Jasiňi, a Nina[2], majitelka restaurace v areálu Solotvinských solných jezer. Všem uvedeným děkuji za jejich čas, ochotu a poskytnutá data.

Velký dík patří také rodině Kovářové, a to za psychickou a finanční podporu. Závěrem tohoto krátkého díkůvzdání bych rád srdečně poděkoval Tereze Bělkové, která se během pobytu v terénu velkou mírou podílela na sběru, konfrontaci i analýze dat, zajišťovala patřičné zázemí pro klidný a plynulý průběh a bez které by celý projekt nenabyl dosažených kvalit.

[2] Takto si uvedené osoby přály být zveřejněny.

Úvod

Oficiálním názvem je Zakarpatská oblast, její obyvatelé však spíše používají kratší označení Zakarpatí[3]. V letech 1919-1939 byla součástí Československé republiky a společná minulost je v určitých sférách oblasti patrná dodnes[4]. Česko-ukrajinské vazby jsou stále aktuální – Ukrajinci tvoří druhou nepočetnější menšinu žijící v České republice[5] a Češi do Zakarpatí zase jezdí z volnočasových důvodů – na návštěvu. Kromě přírodního dědictví a historických vazeb souvislosti s českou návštěvností Zakarpatí dokresluje také častá inspirace touto oblastí v dílech českých literátů (Ivan Olbracht, Stanislav Kostka Neumann, Josef Knap, Karel Čapek, a další)[6], jazyková dostupnost[7] nebo finanční nenáročnost.

V současné době máme k dispozici značné množství odborné literatury zaměřené na historii Zakarpatí (např. Pop 2005a, 2005b, 2008; Rychlík a Rychlíková 2016; Šandor 2013; Švorc 2007), několik antropologických studií tamní oblasti zaměřených zejména na folklór a každodennost (např. Hořínek 2009; Preissová, Máčalová, Skotáková 2015; Grygar 2016) i práce zabývající se etnicitou (např. Polášek 2001; Magosci 1996, 2014). Co se týče primární literatury, můžeme se setkat s celou řadou reeditovaných dobových spisů. Reediční činnosti se věnuje především krajanský spolek Klub T. G. Masaryka v Užhorodě v čele s Ivanem Latkem, těchto knih vyšlo již několik desítek[8].

---

[3] Přičemž názvů existuje několik – Podkarpatská Rus, Země Podkarpatoruská, Podkarpatsko, Karpatská Ukrajina, Zakarpatská Rus, Karpatská Rus, Karpatské Rusínsko, Přikarpatská Rus, Uherská Rus či Rusínsko.

[4] Těmto sférám je věnovaný prostor v následujících částech práce.

[5] Oficiální údaj sčítání lidu, domů a bytů z roku 2011, kdy se k ukrajinské národnosti přihlásilo 53253 obyvatel. Zdroj: https://www.czso.cz/ 2017.

[6] Podrobně se tématu vyobrazování Zakarpatska v české literatuře věnuje například Krabsová (2012).

[7] Kromě ukrajinštiny a ruštiny se v Zakarpatí často domluvíte i česky a slovensky.

[8] Více o reediční činnosti Klubu T. G. Masaryka viz http://www.klubtgm.cz/publikace.php.

Odborné publikace zaměřené na cestovní ruch v Zakarpatí však ve větší míře neexistují. V akademické sféře se cestovnímu ruchu v Zakarpatí věnují studenti Vysoké školy polytechnické v Jihlavě, katedry cestovního ruchu. Od roku 2013 studenti VŠPJ navštěvují Užhorod a zabývají se tamním cestovním ruchem. Na základě této zkušenosti vyšlo pod taktovkou VŠPJ již několik kvalifikačních prací (např. Komůrková 2016; Prouzová 2016; Praxl 2013). Tyto práce více či méně korelují s mým předmětem zájmu, avšak jejich předmět výzkumu je odlišný – jedná se především o hodnocení potenciálu cestovního ruchu, návrhy strategií na zlepšení podmínek, standardů i propagace či SWOT analýzy.

Předkládaná bakalářská práce se jmenuje Čeští návštěvníci Zakarpatské Ukrajiny očima tamních obyvatel. Tento název kopíruje ústřední předmět mého zájmu. Proč a za čím jezdí Češi do Zakarpatí? Jaká jsou jejich očekávání? Jak české turisty vnímají tamní obyvatelé? Jaký je dopad českého turismu na danou oblast? Jak se na české návštěvnosti podepsaly politické změny na Ukrajině posledních několika let? Ucelené a komplexní informace takovéto povahy nejsou v odborné literatuře zpracovány, respektive na tyto a další otázky se ve své studii postupně snažím nalézat odpovědi, a to především v teoretickém zázemí antropologie turismu a v poznatcích získaných během vlastního terénního výzkumu na Ukrajině.

Projekt představuje sondu do českého turismu v Zakarpatí, jak je vnímán lidmi žijícími v dané oblasti (tedy nejen Ukrajinci, ale např. i Čechy, kteří zde žijí). Tímto se určitou měrou liší od výzkumů a studií dosavadně uskutečněných, kteréžto se vesměs soustředily na výše uvedené oblasti zájmu. Ty v tomto případě nejsou primárním tématem práce, ačkoliv nebudou v rámci širší kontextualizace zcela opomíjeny.

V názvu práce je použit termín návštěvník. Je jím myšlen ten, kdo zavítá do dané oblasti z vlastní iniciativy za účelem poznání, rekreace, sportu

apod., nikoli však s ambicemi trvalého usazení či finančního výdělku. Jedná se tedy o turistu. Označení návštěvník vychází z emické perspektivy (reprezentované uvedenou přímou řečí) a je kontextuálně výstižnější. Jelikož však v této studii pracuji s teoretickými koncepty antropologie turismu i koncepty cestovního ruchu obecně, je nadále v textu pro českého návštěvníka Zakarpatské Ukrajiny používán termín turista.

„Na Ukrajině je strašně fajn ten člověk, to, že někam přijedete, a že se na vás nedívají jako na turistu, ale jako na návštěvu. Pozvou vás domů."

Čech žijící na Ukrajině

1 Výzkumný záměr

1.1 Cíle, postupy a metodologie

Cílem práce je reflektovat český cestovní ruch v zakarpatském prostoru a vytvořit a interpretovat obraz českých turistů tak, jak je vnímán obyvateli Zakarpatí. Prezentované poznatky se vážou na vlastní terénní výzkum, jenž proběhl v místech časté interakce zakarpatských Ukrajinců s českými turisty. Tato studie si klade za cíl věcně přispět k porozumění v oblasti českého turismu optikou obyvatel Zakarpatské Ukrajiny.

Do terénu jsem vstoupil se záměrem získat obraz konkrétního segmentu reality, přičemž v popředí zájmu stojí cílová skupina – čeští turisté. Zvolenou optikou zkoumání je v tomto případě pohled lidí žijících v Zakarpatí a jasně definován je také prostor. V souladu s těmito východisky a s výzkumnou metodologií, jak ji definuje například Hendl (2005, s. 117-124), byl pro realizaci výzkumu využit etnografický design. Ústřední výzkumnou metodou bylo zúčastněné pozorování a interview, a to jak polostrukturované, tak i nestrukturované. Důraz byl kladen na získání široké a pestré škály dat týkajících se zkoumané problematiky od různorodých účastníků. Ta byla průběžně vyhodnocována a filtrována, čímž se práce v terénu postupně usměrňovala a konkretizovala.

Zvýšení validity bylo zajištěno intenzivním využíváním triangulace, která je pro výzkumnou část celého projektu klíčová. Interakce s různorodými lidmi žijícími v Zakarpatí byla vyhledávána napříč prostorem na různých místech. Kromě tamních obyvatel byli do rozhovorů zapojeni také samotní čeští turisté a cestovní kanceláře. Primárním zaměřením práce není

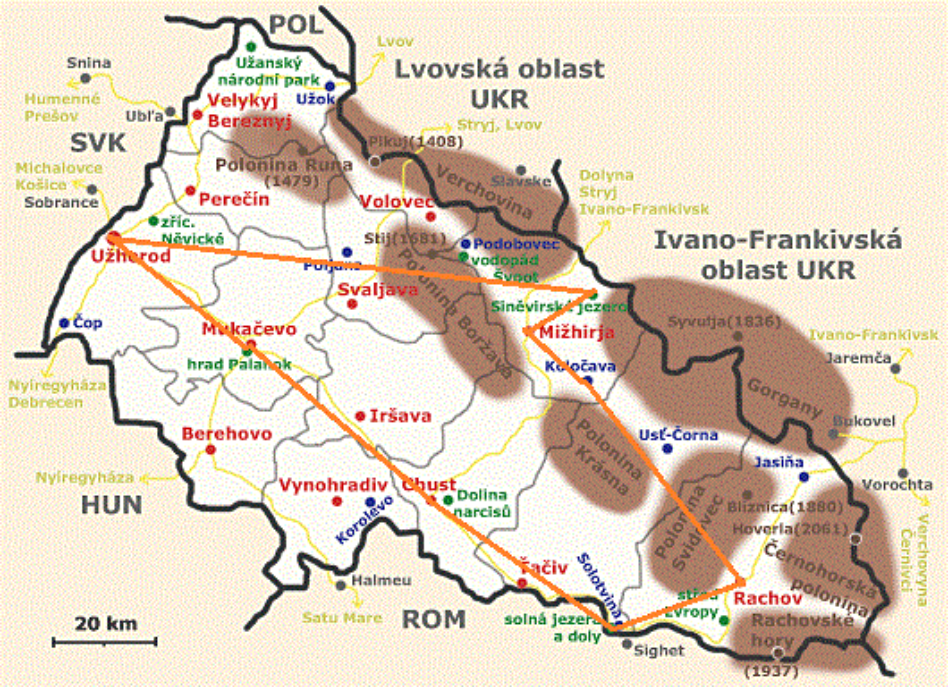
zkoumat pohled turistů či cestovních kanceláří, avšak pro vzájemné porovnávání dat a určitou celistvost studie považuji za podstatné pracovat i s těmito hledisky.

Na základě analýzy nabídky zájezdů cestovních kanceláří, diskuzních fór i e-mailové korespondence s tamními obyvateli byla vymezena turisty oblíbená sídla, ve kterých byla vyhledávána místa časté interakce[9] Ukrajinců s českými turisty. Lidé pohybující se v prostředí cestovního ruchu na Ukrajině tvoří hlavní část výzkumného vzorku. Pro výběr vzorku byly využity nepravděpodobnostní techniky (viz Disman 2011, s. 112 – 114), a to účelový výběr v souladu s postupem uvedeným v tomto odstavci, a také snowball sampling – tato technika se v terénu ukázala jako vhodné doplnění účelového výběru, který by byl sám o sobě nedostačující.

Během příprav na pobyt v terénu jsem kladl důraz na flexibilitu a variabilitu v prostoru, respektive na skutečnost, že konkrétní lokality a vzorek výzkumu může být za pochodu ovlivněn na základě získaných informací. Toto ovlivnění je do jisté míry žádoucí, nicméně na něj nelze spoléhat (Hendl 2005, s. 118). Předem vybrané lokality tak představovaly určitou půdu pro vzorkování, kterou bylo možno „překopávat“, což se v terénu ukázalo jako žádoucí. Následující dva obrázky znázorňují plánovanou a realizovanou trasu sběru dat.

[9] Např. pohostinské a hoteliérské zařízení, muzea, tržnice apod.

Obrázek č. 1: plánovaná trasa sběru dat



Zdroj: http://www.levneubytovani.net/ukrajina/ 2016

Obrázek č. 2: realizovaná trasa sběru dat

Zdroj: http://www.levneubytovani.net/ukrajina/ 2016

1.2 Etické hledisko a rizika

Před samotnou realizací výzkumu jsem si pokládal různorodé otázky týkající se případných rizik – co když budou místní nesdílní nebo jejich výpovědi zkreslené? V Zakarpatí jsem chtěl sbírat data na řadě míst a zapojit značné množství lidí, abych tuto případnou nesdílnost a zkreslenost eliminoval. Turismus (zpravidla) není psychologicky či morálně závažné téma, což zkušenost v terénu potvrdila. A skutečnost, že můj zájem staví dotazované do pozice odborníků na tamní cestovní ruch, byla v tomto ohledu jednoznačně přínosná. Jednotlivé získané poznatky jsem zamýšlel průběžně konfrontovat s obyvateli různých částí Zakarpatí, ale také se samotnými českými turisty. Tyto okolnosti byly primárními předpoklady pro zvládnutí rizik a zajištění validního výstupu.

Další riziko představovala jazyková bariéra. Bylo zapotřebí naučit se ukrajinskou cyrilici, základy gramatiky, slovní zásoby a syntaxe. V Zakarpatí je zpravidla možné domluvit se česko-slovensky, avšak zvládnutí těchto základů mluvené a psané ukrajinštiny se ukázalo jako velkou výhodou.

V neposlední řadě vždy existuje riziko chabého přínosu celého projektu. Tuto možnost se snažím v následujících částech práce systematicky vyvracet.

2 Poznámky k terénu

Tato kapitola je zaměřena na průběh terénního výzkumu. V empirické rovině se zabývá ústředními tématy výzkumného projektu s důrazem na reprezentaci kontextu a specifik tamního prostředí. Jednotlivá místa sběru dat jsou zde prezentována chronologicky v pořadí, v jakém byla v terénu navštívena a zkoumána. Cílem kapitoly je empiricky rozpracovat vytyčené téma, její jednotlivé podkapitoly mají deskriptivní charakter, přičemž každá z nich je uzavřena interpretací a dílčím shrnutím.

2.1 Cestovní kanceláře

V zájmu dosažení určité celistvosti informací, tedy různorodého spektra dat, ale také ve snaze o lepší počáteční orientaci v prostoru, bylo před vstupem do terénu osloveno devět českých cestovních kanceláří[10], které na svých internetových stránkách nabízejí, nebo nabízely organizované turistické zájezdy do Zakarpatské oblasti. Z oslovených kanceláří byly ochotné poskytnout informace pouze čtyři, a z těchto čtyř pořádaly v roce 2016 zájezdy do Zakarpatí jen dvě – CK Kudrna a CK Alpina. Zbylé dvě CK odůvodňovaly stažení svých nabídek jako důsledek velkého poklesu zájmu ze stran Čechů, a to v souvislosti se společensko-politickými změnami na Ukrajině v roce 2013[11].

[10] Alpina, GEOPS, Invia, Kudrna, Mayer, Mundo, New Travel, Poznání a Vsacan Tour (uvedeno v abecedním pořadí).

[11] Více o samotné problematice společensko-politických změn na Ukrajině v roce 2013 a anexi Krymského poloostrova viz např. Hossinger (2015).

„Ony (české cestovní kanceláře) kdysi fungovaly hodně, ale v souvislosti s tou krizí toho teď moc není."

Čech žijící v Užhorodě

Údaje poskytnuté Lucií Fialovou[12], zaměstnankyní CK Alpina, demonstrují kolísavost turistického zájmu – mezi léty 2010 až 2013 vycestovalo na Ukrajinu skrze tuto cestovní kancelář průměrně 480 českých turistů ročně. V roce 2014 to bylo 134, a v roce 2015 dokonce jen 74 klientů. Rok 2016 se 147 klienty představuje nejúspěšnější za poslední 3 roky[13], tedy nejúspěšnější od počátku společensko-politických změn. Je také zapotřebí zmínit, že obě cestovní kanceláře (CK Alpina i CK Kudrna) se zaměřují na primárně sportovně orientované zájezdy – na turistiku a cyklistiku v létě a na zimní sporty (lyžování a sněžnice) v zimě, poznávací zájezdy nepořádají.

V rámci snahy o získání co možná nejširší škály dat a informací byla oslovena také Asociace českých cestovních kanceláří a agentur a Asociace cestovních kanceláří ČR. Zástupci obou asociací mi shodně sdělili, že údaji týkajícími se českého cestovního ruchu v Zakarpatské Ukrajině nedisponují.

Údaje poskytnuté českými cestovními kancelářemi posloužily ke komparaci dat získaných v terénu a k určité celistvosti práce, ve které si kladu za cíl interpretovat fenomén na základě pestré škály různorodých poznatků. Na druhou stranu mne předně zajímá pojetí tamních obyvatel, proto se v této práci cestovním kancelářím explicitně věnuji spíše okrajově.

[12] Jméno na základě domluvy není anonymizováno.
[13] Veškeré údaje jsou uveřejněny se svolením CK Alpina.

2.2 Užhorod

Příjezd na Ukrajinu byl patřičně rozpačitý. Řidič autobusu nevěděl, v kolik hodin dorazíme do Užhorodu, jelikož celní prohlídky mají značně proměnlivé trvání. Nakonec se tak stalo okolo třetí hodiny ráno. Na autobusovém nádraží čekalo pár taxikářů, jinak bylo všechno zavřené. Pršelo, nevěděl jsem, v jaké části města se nacházím a neměl jsem žádné hřivny – ty je téměř nemožné koupit v Česku. Navečer jsem měl domluvenou první schůzku v kavárně v Olbrachtově ulici – ta je důležitým bodem českého turismu v Užhorodě.[14]

V kavárně se Češi setkávají s Petrem Zidkem[15], který trvale žije bezmála deset let v Zakarpatí a nabízí Čechům turistické služby – od dílčích rad až po zajištění kompletního zázemí a průvodcovství (zpravidla každému turistovi „na míru" dle jeho přání a požadavků). Rozhovorem s Petrem Zidkem se otevírají první konkrétní témata, kterým se následně věnuji po celou dobu pobytu v terénu – jsou to požadavky a očekávání českých turistů, na základě jejichž analýz vzniká typologie; dále vliv společensko-politických změn na Ukrajině v roce 2013 na český turismus[16]; a postoje českých turistů předcházející jejich pobytu v Zakarpatí[17].

Obdobné lidi jako je Petr Zidek, kteří jsou dennodenně v kontaktu s českými turisty, jsem vyhledával po celou dobu práce v Zakarpatí, pokládal jsem

[14] Záznam z terénního deníku, 17. 8. 2016.
[15] Jméno na základě domluvy není anonymizováno.
[16] Petr Zidek uvádí, že v roce 2013 se v důsledku politických změn na Ukrajině zájem Čechů o turismus v podstatě vytratil, rok 2016 je pro něj z tohoto pohledu prvním výrazně úspěšnějším.
[17] Zahrnují jejich předcházející přípravy – organizovanost, informovanost a opatrnost. Petr Zidek je poměrně vyhledávanou a žádanou osobou. Během mého pobytu v Užhorodě absolvoval několik schůzek a telefonátů s turisty, ti s ním konzultují své záměry a žádají ho o rady všeho druhu. Tato skutečnost naznačuje, že čeští turisté inklinují spíše k organizovanosti a jistotám než ke spontánnosti.

jim obdobné otázky, respektive otázky stejného zaměření, a výsledky vzájemně porovnával. Poznatky jsem průběžně konfrontoval s pohledy samotných turistů s cílem dostat se co nejvíce „pod povrch“, a získat tak co nejucelenější obraz.

Následující ráno poměrně krkolomně hledám Drugetiv – Dom Prosvita, což je adresa, na které by měl sídlit krajanský spolek Klub T. G. Masaryka. Během bloudění Užhorodem objevuji kouzlo ukrajinských maršrutek, ve kterých zaplatíte čtyři hřivny[18] *a můžete vystoupit, kdy chcete. Ivan Latko, předseda klubu T. G. M., mě srdečně zdraví ve dveřích a nabízí mi kořalku na uvítanou*[19].

Klub T. G. M. se stará o údržbu a obnovu českých stop v Zakarpatí, reedici prvorepublikových knih a pořádání krajanských setkání. Do roku 2013 se intenzivně věnoval i cestovnímu ruchu – zájem byl velký[20], dnes je tato činnost spíše okrajová a spolek pořádá pouze pár (tj. v řádu jednotek) zájezdů ročně.

Během přesunů na schůzky často potkávám žebrající lidi, kterých je v Užhorodě poměrně hodně. Někteří jen stručně oznámí, jakou částku očekávají (zpravidla 1 – 5 hřiven), jiní vypráví dlouhé příběhy, slibují, že se za vás budou modlit, a když jim dáte míň, než očekávají, slibují, že vás budou proklínat. Víra je tady pro lidi v nouzi častým nástrojem „nátlaku“.

---

[18] V době pobytu na Ukrajině (tj. srpen-září 2016) víceméně odpovídala jedna ukrajinská hřivna jedné koruně české.

[19] Záznam z terénního deníku, 18. 8. 2016.

[20] Ivan Latko uvádí, že před rokem 2013 Klub T. G. Masaryka organizoval zájezdy až třiceti skupinám po padesáti lidech (velké zájezdní autobusy) ročně. V roce 2013 došlo vlivem společensko-politických změn k výraznému útlumu.

Dílčí zjištění a přínos:

- Otevírají a se tři témata:
    - promítnutí společensko-politických změn v roce 2013 do cestovního ruchu
    - postoje (organizovanost, informovanost a opatrnost) českých turistů předcházející jejich pobytu v Zakarpatí. Ukazuje se, že role osobního průvodce/poradce – tedy určitého „gatekeepera" českých turistů – je v Užhorodě vyhledávaná a žádaná
    - různorodost zaměření turistů – vytváření kategorií
- Počáteční kontakt s terénem jakožto sociokulturním prostředím. Čeští turisté jsou konfrontování s kulturními rozdílnostmi a specifiky, ty se následně mohou odrážet v jejich smýšlení a chování, čímž je spoluutvářena povaha českých turistů vnímána tamními obyvateli, jelikož *„jinakost vyvolává údiv, jenž může vést k bázni a podněcovat ke kladení otázek"* (Soukup 2014, s. 35).

2.3 Koločava

Po třech dnech sběru dat v Užhorodě se přesouvám do Koločavy, pomyslné Mekky českého turismu v Zakarpatí. I přes velkou oblibu tohoto místa mezi Čechy jsem byl skrze předchozí e-mailovou korespondenci s tamním obyvatelem varován, že *„speciálně Koločava je ve skutečnosti díra nejdírovatější"*[21].

[21] Autora e-mailu zde záměrně neuvádím.

Od Užhorodu je Koločava vzdálená necelých 200 kilometrů a přesun místními autobusy trvá několik hodin. V Zakarpatské oblasti je možné přesunout se hromadnými dopravními prostředky mezi dvěma libovolnými místy v rámci jednoho dne. Zejména u menších vesnic však není výjimkou, pokud jezdí autobus jen jednou denně, mimoto se – převážně na delších trasách – musí často přestupovat. Obecně platí, že cestování po Zakarpatí je poměrně levné a vzhledem ke vzdálenostem trvá poměrně dlouho[22]. Dalším specifikem jízdy hromadnými prostředky je to, že mimo oficiální autobusová nádraží zpravidla neexistují zastávky – na projíždějící autobusy se mává, a v autobuse se pak řidiči sděluje, kde chcete zastavit.

„Dříve byly zastávky, ze dřeva udělané. Ty se rozpadly, a lidi pamatují, kde byly, a pořád tam stávají. Ale autobus zastaví, kde chceš. Pro ně jsou to peníze."

Provozní restaurace v národním parku Siněvir

Po příjezdu do Koločavy mě „vítá" všudypřítomný, volně se potulující dobytek. Autobus musí často zastavovat a troubit, aby mohl mezi krávami projet. Ptám se místního, jak lidé v tom množství poznají svá zvířata – pokrčí rameny a říká, že zkrátka poznají. Po zhruba půlhodinové chůzi po hlavní silnici, která vede skrz celou Koločavu, nacházím svůj hlavní předmět zájmu zde – penzion Četnická stanice. Je to místo, které navštíví pravděpodobně každý český turista v Zakarpatí, a kde se tak potkávají turisté různého zaměření.

Ráno perou místní lidé prádlo v potoce, všude kolem se pracuje – obdělávají se pole, kosí se tráva a štípe dříví. Koňské povozy vozí seno nebo brambory a čeští turisté

[22] V porovnání s ČR. Na každých 30 – 40 kilometrů ujeté vzdálenosti je zpravidla zapotřebí počítat hodinu, každých deset ujetých kilometrů stojí (respektive v létě 2016 stálo) průměrně 5 hřiven.

snídají v Četnické stanici. Pobyt v Koločavě je jedno velké čekání.[23] Natálka[24], majitelka penzionu, hraje klíčovou roli v popularitě Koločavy mezi Čechy. Zažila turistický příliv v devadesátých letech – Češi sem dle jejích slov začali jezdit primárně kvůli vazbě s Ivanem Olbrachtem a Nikolou Šuhajem. Natálka zařizovala skupinkám i cestovním agenturám spaní v tělocvičně, na hřišti, na louce nebo u sebe doma a vařila jim boršč a halušky.

„Spali tu, chodili na záchod a myli se z hadice. A taky chodili po sousedech a hledali ubytování. Tehdy potřebovali málo. Přespat a najíst se. Jídlo nikdo nevařil, tak jsem se o ně starala, to byly moje první zkušenosti v kuchyni. A vyšla z toho turistika.“

Natálka

Turistický zájem postupně narůstal, a v roce 2004 zařídila hospodu, která je dnes penzionem a těší se velké oblibě a pozornosti z řad Čechů. Natálka je v rámci cestovního ruchu v celém Zakarpatí známá a vyhledávaná, tudíž značně zaneprázdněná. Je také zapotřebí zmínit, že celá Četnická stanice je velmi vytížená, a tak čekám tři dny, než nastane vhodný čas na rozhovor.

Během tohoto čekání se dostávám ke dvěma dalším důležitým lidem – tím prvním je Radim Kupec[25], zakladatel projektu trankarpatia.cz, což je nízkorozpočtová cestovní agentura[26] zaměřená na českou klientelu, a tím druhým Miroslav Klíma[27] – od října 2016 již bývalý[28] – generální konzul České republiky ve Lvově.

---

[23] Záznam z terénního deníku, 20. 8. 2016.
[24] Takto si přála být uveřejněna.
[25] Jméno na základě domluvy není anonymizováno.
[26] Přepraví do 300 zákazníků ročně, a to po malých skupinkách (zpravidla 8 osob).
[27] Jméno na základě domluvy není anonymizováno.
[28] Miroslav Klíma byl 10. října 2016 ve své funkci vystřídán Pavlem Peškem. Zdroj: http://www.mzv.cz/ 2016.

Role Radima Kupce v Koločavě je svým způsobem podobná roli Petra Zidka v Užhorodě. Turisté se kontaktují s Čechem žijícím na Ukrajině buďto osobně, nebo zprostředkovaně, a ten jim poradí a dodá určitý nadhled a jistotu. Vzbuzuje důvěru a pocit vděčnosti. Turisté jsou spokojení, že mají jistotu a že ušetřili čas a peníze, a průvodci/poradci mají díky nim nové kontakty a klienty. Často to ale může být i únavné. Turisté jsou si podobní – ptají se na obdobné věci a průvodce přirozeně ne vždy sdílí jejich nadšení, mnohdy ho „exklusivní" historky a zážitky novopečeného turisty až tolik nezajímají. Vše se odehrává v individuální a přátelské rovině – odpoledne u kávy, večer u piva a podobě, což je pro obě strany příjemná forma, která na druhou stranu zapříčiňuje, že takováto práce (během turistické sezony) nikdy nekončí.

Dílčí zjištění a přínos:

- Nadále se potvrzuje korelace mezi počátkem politických změn v roce 2013 a odlivem českých turistů[29]. Shodně je také vykreslován rok 2016 jako první turisticky výrazně frekventovanější – tato skutečnost je místními obyvateli vysvětlována jako důsledek mediálního obrazu války na Ukrajině, respektive poklesem mediální pozornosti.
- Prokazuje se zájem o osobní průvodce/poradce ze strany Čechů v Koločavě (tedy nejen v Užhorodě), což vypovídá o postojích turistů předcházejících jejich pobytu v Zakarpatí. Češi se tak v tuto chvíli jeví jako poměrně opatrní turisté, kteří se snaží získat co nejvíce rad a informací. Tato interpretace může na první pohled působit poněkud odvážně, jelikož nevíme, kolik tu-

[29] Souvislost nezávisle na sobě zmiňují generální konzul i Radim Kupec, dle jehož slov bylo v Zakarpatí po roce 2013 následující tři roky turisticky „*úplně mrtvo*".

ristů tyto postoje nezaujímá. Práce však studuje české turisty optikou tamních obyvatel. Ti Čechy reflektují skrze interakci – tedy (i) skrze tyto postoje.

- Neexistují žádné oficiální statistiky a čísla týkající se české návštěvnosti Zakarpatí. Před příjezdem na Ukrajinu mne o tom informovali zaměstnanci Českého statistického úřadu, Asociace českých cestovních kanceláří a agentur i Asociace cestovních kanceláří ČR. V Koločavě mi tento fakt potvrzuje také generální konzul České republiky ve Lvově.

2.4 Siněvirská Poljana

V neděli ráno v Koločavě mě probouzí mocný zpěv nesoucí se z kostela, poté se od místních dozvídám o festivalu huculských tradic u jezera Siněvir. Pozměňuji plán na následující dva dny a maršrutkou (autobusy v neděli nejezdí) mířím právě tam. Celá událost je pro mne velkým překvapením. Návštěvnost je neuvěřitelná – tisíce lidí a několikakilometrová šňůra zaparkovaných aut, desítky velkých zájezdových autobusů. Nejen obyvatelé Zakarpatí, ale i lidé ze Lvovska, Kyjevska, Oděsy apod.[30] *– sjela se snad celá Ukrajina.*[31]

Na základě rozhovorů a opakované zkušenosti z pozorování se ukázalo, že českého turistu obvykle příliš nezajímá ukrajinská historie (mimo tu společnou s Československou republikou) ani folklor. Stejná zkušenost se ukázala i o dva dny dříve v Koločavě, když jsem se o návštěvnickém složení bavil se zaměstnankyní tamního skanzenu a také o týden později na hradě Palanok v Mukačevu. Naopak Ukrajinec zpravidla nepůjde do koločavské Četnické stanice, která je v turistické sezóně dennodenně Čechy naplněna

[30] Orientační návštěvnické složení bylo zjišťováno skrze krátké rozhovory a částečně se dalo vypozorovat z frekvence jednotlivých SPZ.
[31] Záznam z terénního deníku, 21. 8. 2016

a ve které si snad každý Čech, který byl v Zakarpatí, dal alespoň sklenici kvasu nebo piva.

V Siněvirské Poljaně získávám řadu informací od Štefana[32], majitele a provozního huculské restaurace, ukrajinského rodáka s českou manželkou[33]. Pro zdejší restauraci jsou čeští turisté zásadní, přes letní turistickou sezonu se s nimi její majitel setkává téměř každý den, zastavují se u něj i organizované zájezdy. Místní sem chodí spíše zřídka, posedět u sklenky. I tady se projevil úbytek turistů po roce 2013 a jejich výraznější příliv až v roce 2016, kdy návštěvnost restaurace přes léto odhaduje provozní na tisíc turistů. Štefan mě po chvíli povídání hostí zeleninou, špekem a kořalkou – pohostinnost a otevřenost spojovala většinu Ukrajinců, se kterými jsem trávil čas. Myslím si, že to krom jejich povahy bylo způsobeno i tématem, které (zpravidla) není pro rozhovory příliš závažné a těžké. Zkrátka je povětšinou bavilo si o turistech a cestovním ruchu povídat.

Dílčí zjištění a přínos:

- Rozvíjí se koncept typologie českého turisty v Zakarpatí, a to nejen tím, co Češi vyhledávají, ale také tím, co předmětem jejich zájmu není.
- Ukazuje se, že český turismus je v Zakarpatí rozvinutý plošně, nejen v Koločavě a Užhorodě.
- Opět se potvrzuje turistický odliv po roce 2013 a důležitý rok nárůstu 2016.

[32] Takto si přál být uveřejněn.
[33] Smíšená manželství nejsou v Zakarpatí nikterak výjimečná a během pobytu v terénu jsem se s tímto fenoménem setkával poměrně často.

2.5 Jasiňa, Rachov

Ze Siněviru se přesouvám do Chustu, města na jihu Zakarpatí nedaleko od hranic s Rumunskem. V Chustu trávím pouze pár hodin, ukazuje se jako nevhodný pro sběr dat vzhledem k zaměření a povaze výzkumu – kromě zříceniny hradu nemá jednotící prvek, kde by se kumulovali čeští turisté, a já zde nejsem schopen vytěžit hledané informace. Během příprav na pobyt v terénu jsem kladl důraz na flexibilitu a variabilitu v prostoru, ta se v tomto případě ukázala jako žádoucí. Ještě tentýž den proto odjíždím do Jasini, která je vzdálená zhruba 30 kilometrů od okresního města Rachov (východní část Zakarpatí).

Po cestě má autobus poruchu a přesun trvá o několik hodin déle. V deset hodin večer v Jasini pozoruji staršího muže, který si jede na povoze koupit cigarety, koně nechá stát volně u cesty před hospodou, kolem jezdí auta, kamiony i další povozy. Koňské povozy jsou příznačné pro celé Zakarpatí a dotváří tak osobitý charakter prostředí.[34]

V Jasini i Rachově je povaha cestovního ruchu podobná, a zároveň shodně odlišná od předchozích zmíněných míst. Češi jsou tady vnímáni jako sportovněji založení – jezdí sem primárně za pěší turistikou, cykloturistikou a v zimě za zimními sporty. Zároveň se zde projevují skromněji a umírněněji, co se týče jídla a pití. Patrně nejhmatatelnějším rozdílem je doba, kterou zde stráví – zpravidla několik noclehů na jednom místě, ze kterého pořádají cyklotúry, procházky a výlety. Tyto údaje shodně uvádějí zaměstnanci restauračních a hoteliérských zařízení v obou městech. Orest Kurik[35], správce hotelu Rachiv, uvádí, že se u něj Češi ubytovávají nejčastěji dokonce na 10 dní

[34] Záznam z terénního deníku, 24. 8. 2016.
[35] Jméno na základě domluvy není anonymizováno.

a že se s jednodenním ubytováním ještě nesetkal. To není příliš typické pro střed a západ Zakarpatí, kde turisté v závislosti na dalších okolnostech tráví nejčastěji 1 – 3 dny na jednom místě, a poté se přesouvají dál.

Dílčí zjištění a přínos:

- Na základě sběru dat v různých místech Zakarpatí vyplouvají na povrch specifika turismu v rámci prostoru.
- V souvislosti s politickými změnami na Ukrajině v roce 2013 se otevírá nové téma: v jejich důsledku znatelně vzrostl zájem o cestovní ruch v Zakarpatí ze strany samotných Ukrajinců.

2.6 Solotvina

Z Rachova se přesouvám do obce Solotvina v jihovýchodní části Zakarpatí, kde se nachází – dnes už zavřené – solné doly a také solná jezera. Po cestě autobus míjí hořící miniskládku odpadků, během putování po Zakarpatí se s nimi tu a tam setkávám. Popelnice ve větší míře neexistují a nahrazují je břehy řek a periferie. V centrech měst a na návsích je však téměř vždy čisto a odpadkové koše zde nejsou výjimkou.

V Solotvině se po několikadenní odmlce setkávám i s českými turisty (v Siněvirské Poljaně, Jasini i v Rachově jsem se bavil pouze s tamními obyvateli, na české turisty jsem zkrátka nenarazil). Téměř vždy, když jsem se během pobytu v Zakarpatí setkal s Čechy, jsem měl tendenci prohodit s nimi alespoň několik slov, abych mohl porovnávat a konfrontovat předchozí zjištění. Mimoto mě také zajímalo, jestli čeští turisté vnímají přítomnost jiných českých

turistů, případně jak. Z různorodých rozhovorů vyplynulo, že mimo Koločavu čeští turisté jiné Čechy příliš neregistrují, stejně tak přítomnost Čechů zpravidla nezaznamenávají obyvatelé Zakarpatí, kteří se neangažují v cestovním ruchu. V této rozličnosti vidím výrazný posun ve vnímání – Ukrajinci z turistického prostředí pociťují (a v naprosté většině vítají) českou přítomnost poměrně intenzivně. Často uvádí, že česká klientela je po ukrajinské druhou nejpočetnější. Pro mnoho Ukrajinců jsou čeští turisté z hlediska ekonomického přínosu nenahraditelní.

Kromě rozhovoru s českými turisty ověřuji vybrané informace u majitelky restaurace v areálu Solotvinských jezer, a z výzkumných účelů aplikuji zúčastněné pozorování na noční diskotéce. Tam potkávám velké množství mladých Ukrajinek a Ukrajinců, avšak žádné Čechy.

Dílčí zjištění a přínos:

- Vykresluje se výrazný rozdíl ve vnímání českých turistů optikou:
    - tamních obyvatel z prostředí cestovního ruchu
    - tamních obyvatel mimo toto prostředí
    - samotných českých turistů
- Zkušenost z noční diskotéky poukazuje na rozdílnost v tom, co vyhledávají čeští turisté a samotní Ukrajinci. Obecně lze říci, že existují určité společné rysy, které spojují české turisty a zároveň je odlišují od místních. Tato zkušenost se potvrdila opakovaně a více se jí věnuji např. v kapitole 5.4 a 6. Pokud bych se chtěl hlouběji zaměřovat na odlišnosti ukrajinského a českého turismu, nasbíraná data by pro tento účel nebyla dostačující – výzkum o ukrajinských turistech prozradil jen málo, a je tak zapotřebí tyto rysy odlišnosti českého a ukrajinského turismu chápat s určitou rezervou.

2.7 Pylypec (Podobovec)

Na základě doporučení z rozhovorů se z jihovýchodu Zakarpatí vydávám 150 kilometrů na sever, do sídla Pylypec. Mým hlavním cílem zde je hotel, kemp a restaurace U Lva, což by měl být turistický komplex orientovaný na české klienty. Po příjezdu na mne čeká pouze rozestavěný dům – *Lev* byl v době mé návštěvy obsypán dělníky, kteří jej rekonstruovali. V tomto pracovním shonu se mi daří najít a odchytnou majitele (který právě také vykonával funkci dělníka) a snažím se s ním domluvit na krátké schůzce – můžu přijít kdykoliv – večer, brzy ráno, nebo třeba za pár dní. Majitel však může nejdříve na podzim. Na mé e-maily, navzdory svému příslibu, už nezareagoval a resort U Lva je tak dílčím nezdarem výzkumu. Některé věci v kvalitativním výzkumu zkrátka nelze ovlivnit ani předpokládat.

Z Pylypce se tak přesouvám do pár kilometrů vzdáleného Podobovce, k vodopádu Šipot. Informace poskytnuté skupinkou českých turistů už nevykazují nové či nepředpokládané informace. Také vedu rozhovory ve dvou hotelech, z nichž jeden je značně honosný. Během pobytu v terénu jsem se ptal v několika luxusních hotelech na přítomnost českých turistů, odpověď byla vždy podobná této – na mou žádost hoteliérka v Podobovci ochotně prolistovala knihu hostů, a sdělila mi, že se u nich za celý rok ubytovala jedna nepočetná skupinka Čechů. V tomto hotelu byl rozhovor – jako jediný – veden v angličtině.

„U nás Češi ne, u nás jsou spíše bohatí lidé.“

Zaměstnankyně hotelu vyšší kvality v Rachově

Dílčí zjištění a přínos:

- Ucelení typologie českého turisty.
- Čeští turisté a luxus – opakovaně se prokazuje, že Češi do Zakarpatí nejezdí využívat nadstandartní ubytovací služby.

2.8 Mukačevo

Z Pylypce se přesouvám do Mukačeva, kde je mým cílem především pozorování a finální ověřování dat a informací z předchozích dvou týdnů. Mimoto obcházím hotely nejvyšší kvality, kde se ujišťuji, že takovýto typ ubytovacího zařízení Češi skutečně zpravidla nevyhledávají.

Pobyt v Mukačevu je tak určitým dozvukem předchozích dvou týdnů. Nepotkávám zde ani české turisty – to se mi daří až při zdlouhavé celní prohlídce při přejezdu na Slovensko. S nimi uskutečňuji poslední rozhovor v terénu, v tuto chvíli už však spíše jako turista než jako výzkumník. V Mukačevu můj pobyt v terénu končí.

Během realizace výzkumu na Ukrajině se ukázaly dvě skutečnosti jako poměrně dobře fungující – v *klíčových informacích* se různorodí lidé napříč zakarpatským prostorem (tj. nezávisle na sobě) ve svých vyprávěních shodovali. To mi umožnilo – v rámci možností – pochopit vnímání českých turistů, a na tomto základě vystavět jejich typologii a také stanovit obecné závěry týkající se současného českého turismu v Zakarpatí. Záměrně píši „v klíčových informacích“, jelikož v těch dílčích se výpovědi naopak místy lišily, což poukazuje na jednotlivá specifika turismu v rámci prostoru.

Tou druhou skutečností bylo odkazování. V rámci různorodých rozhovorů jsem se vždy ptal, jaká další místa Češi navštěvují a jaká místa by mi tedy

doporučili pro můj záměr – i v tomto případě se jednotlivá doporučení povětšinou shodovala.

Dílčí zjištění a přínos:

- Závěrečné ověřování dat.
- Ukončení sběru dat v terénu a pobytu.

2.9 Shrnutí

Během čtrnácti dnů jsem v Zakarpatské oblasti urazil 800 kilometrů a do výzkumu zapojil desítky lidí. Někteří napomohli jen krátkým rozhovorem, doporučením či ověřením informací, jiní byli z hlediska poskytnutých dat a údajů nenahraditelní. Antropologický výzkum mi umožnil pozorovat Zakarpatskou oblast v celé její rozmanitosti a na základě opakované zkušenosti v terénu stanovit několik závěrů týkajících se českých turistů.

Vazba mezi Českem a Ukrajinou je silná a v každodennosti hmatatelná. Během rozhovorů s místními se zdá, že snad každý Ukrajinec pracuje nebo pracoval v Česku, a pokud ne, tak alespoň jeho syn, švagr či známý. V Zakarpatí je velké množství aut s českými SPZ, většina z nich patří Ukrajincům, kteří je koupili za vydělané peníze v ČR. Častá jsou také smíšená, česko-ukrajinská manželství, se kterými jsem se setkával opakovaně. Stále živou vazbu dokresluje také skutečnost, že mnoho Ukrajinců si „pamatuje“ T. G. Masaryka a společné období Československé republiky, a to převážně pozitivně jako období rozvoje a budování – železnice a stavby z této doby jsou dodnes využívány. Vzniká tak zvláštní relace – pro velké množství Ukrajinců je Česko pracovní příležitostí, pro spousty Čechů je Zakarpatí příležitostí specifického poznání,

které je navíc finančně i jazykově dostupné[36]. Český návštěvník si užívá pocitu určité domáckosti a neodcizení, pocitu „doma v cizině“.

Ačkoliv oficiální statistiky české návštěvnosti Zakarpatí neexistují, Češi byli tamními obyvateli často uváděni jako druhá nejpočetnější turistická skupina (tou první jsou samotní Ukrajinci). I přes zdánlivou masovost se stále převážně jedná o individuální turistiku. Ve vnímání českých turistů je výrazný posun mezi tamními obyvateli z prostředí cestovního ruchu (kteří přítomnost i ekonomický přínos českých turistů intenzivně pociťují a v naprosté většině vítají) a ostatními obyvateli, kteří podobně jako samotní čeští turisté přítomnost Čechů příliš neregistrují.

Společensko-politické změny na Ukrajině roku 2013 se zásadně promítnuly do podoby cestovního ruchu v Zakarpatí. Po roce 2013 výrazně poklesl zájem ze strany českých turistů, ten se výrazněji navrací až v roce 2016, a to především z důvodu úpadku mediální pozornosti věnované válečnému konfliktu na Ukrajině. V důsledku těchto změn však výrazně vzrostl zájem o Zakarpatí ze strany ukrajinských turistů. Oproti převládajícímu nížinatému charakteru rozlehlé Ukrajiny je Krymský poloostrov společně se Zakarpatskou oblastí specifický svou hornatostí. Ukrajinští turisté tak nyní navštěvují Zakarpatí hojněji než dříve.

Češi jsou obyvateli Zakarpatí vnímáni jako převážně opatrní a připravení turisté – než se vydají na Ukrajinu, chtějí mít pohromadě co nejvíce informací, vyhledávají jistoty a tíhnou k plánům a harmonogramům. Je naprosté minimum Čechů, kteří se Zakarpatím toulají bez konkrétního vytyčeného cíle nebo kteří plánují svou dovolenou až v jejím průběhu, „za pochodu“.

Tímto shrnutím jsou charakterizovány obecné rysy českého turismu v Zakarpatí pohledem tamních obyvatel. V následující kapitole se konkrétněji

[36] Kromě ukrajinštiny a ruštiny se často domluvíte i česky a slovensky.

zaměřuji na dílčí specifika, ta jsou prezentována skrze typologii českého turisty.

3 Typologie českého turisty v Zakarpatské oblasti

Vytváření kategorií v kvalitativním šetření slouží k zachycení rozmanitosti jevů, identifikaci a interpretaci procesů, a napomáhá tak k zobecnění empirických tvrzení (Hendl 2005, s. 128). V kontextu této studie je konstrukce typologie českých turistů v Zakarpatí nástrojem k pochopení a reprezentaci zkoumaného fenoménu – během pobytu v terénu skrze výzkumnou činnost postupně vyplouvala na povrch a mou snahou zde je její co možná nejméně zkreslená prezentace.

Typologii turistů se věnovala a věnuje celá řada antropologů a sociologů (např. Urry 1990; Richards 2001; Smithová 1989; Cohen 1973, 1979). Jejich poznatky a teoretické koncepce zde představují určité zázemí a východisko pro typologii českých turistů v Zakarpatí, která vychází z vlastních empirických poznatků získaných zkušeností v terénu. Teoretické koncepce a existující typologie různých vědců se místy vzájemně překrývají – pro tuto studii byly vybrány typologie co možná nejvíce související s mým předmětem zájmu a s poznatky získanými v terénu. Obecně lze říci, že veškeré antropologické typologie turistů spojuje společný základ – tendence reflektovat a kategorizovat lidské jednání v „cizím" prostředí. Autoři typologií tak pracují se skutečností, co turisté od svých cest očekávají, co vyhledávají a co je vzájemně spojuje. S tímto se pojí celá řada dalších atributů, jako například míra adaptace na dané prostředí či četnost turistů jednotlivých kategorií. I tomuto je v rámci typologie českého turisty v Zakarpatí věnována pozornost.

Kromě samotné typologie turistů se řada autorů věnuje také problematice reprezentativnosti a průkaznosti těchto typologií (např. Ritzer a Liska 1997, Pretes 1995, Urry 2002, Heitman 2011, dle Kotlíková 2013). V této souvislosti hovoříme o tzv. post-turismu, konceptu, který pracuje s tezí, že málokterý

turista je jednostranně vyhraněný, a spotřebitelské chování turistů je tak z velké části nevyzpytatelné. Tentýž turista, který absolvuje náročnou vysokohorskou expedici, může následně vyhledávat dovolenou u moře „all inclusive“ (Kotlíková 2013, s. 34). V rámci této neohraničenosti a mnohotvárnosti reality považuji za účelné soustředit vytváření typologií do konkrétního prostředí (v tomto případě Zakarpatská Ukrajina) a kontextu (čeští turisté optikou tamních obyvatel).

3.1 Nostalgický turista

Předmětem jeho zájmu jsou stopy společné československé minulosti a pro tento účel často využívá služeb místních individuálních průvodců. Jedná se zpravidla o seniory či turisty středního věku. Zvláštním případem této nostalgie je turista, který jde po stopách vlastních předků – zajímají ho místa, kde žili a trávili čas. Odkazy společné minulosti se týkají například staveb, bývalých československých hranic, infrastruktury nebo míst, která jsou zmiňována a vyobrazována v dílech českých literátů[37]. Na údržbě a obnově českých stop v Zakarpatí se podílí – mimo jiné – krajanský spolek Klub T. G. Masaryka v Užhorodě. Podrobně se tématu českých stop v Zakarpatí věnuje například Petr Kozelka (2007).

Nostalgický turista většinou nejezdí do Zakarpatí v zimních měsících. Přepravuje se vlastním vozem nebo veřejnými dopravními prostředky, nevyužívá však plně organizovaných zájezdů cestovních kanceláří.

[37] Například v dílech Ivana Olbrachta, Karla i Josefa Čapka, Stanislava Kostky Neumanna, Josefa Knapa a dalších. Podrobně se tématu vyobrazování Zakarpatska v české literatuře věnuje například Krabsová (2012).

„Lidé přijíždí pátrat po svých předcích. Je to taková docela silná část toho turistického ruchu."

Petr Zidek

3.1.1 Konceptualizace

Z pohledu teoretických koncepcí antropologie turismu má kategorie nostalgického turisty blízko k *retrospektivnímu turismu*[38], jak jej definuje Greg Richards ve studii Cultural Attractions and European Tourism (2001). Dle Richardse (2001, s. 7) je retrospektivní turismus zaměřen na minulost – lidské výtvory v dějinných souvislostech, pamětihodnosti a folklor, vyhledávány jsou především produkty, materiální kultura. Rozdílem je skutečnost, že českého nostalgického turistu v Zakarpatí zajímá převážně (a často pouze) ta část kulturního dědictví, která bezprostředně vychází ze společné, československé minulosti. Terénní výzkum opakovaně ukázal, že folklor ani historie mimo období Československé republiky Čechy příliš vyhledávána není.

Z pohledu typologie Erica Cohena (1979, dle Horner, Swarbrooke 2003, s. 65) se jedná o *individuálního masového turistu*[39], který *„si kupuje volnější balíček umožňující větší svobodu pohybu (…). Obvykle se drží vyjetých cest, ale příležitostně se pustí i do odvážnějších akcí."* (ibid.). Cohen jako příklad individuálního masového turismu uvádí zájezd kombinovaný s použitím pronajatého automobilu (ibid.). V kontextu Zakarpatí představuje tento „volnější balíček" rady a pomoc pří plánování pobytu[40] .

[38] Z ang. heritage tourism.
[39] Z ang. individual mass tourist.
[40] Tzn. služby zprostředkované buďto tištěným průvodcem, nebo – v případě nostalgického turisty častějším – osobním kontaktem s českými průvodci/poradci žijícími v Zakarpatí.

Poslední koncept, který chci v této souvislosti zmínit, vychází ze studie Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism, antropoložky Valene Smithové (1989). Vyjdeme-li z jejího pojetí, pak odpovídá nostalgický turista *výjimečnému turistovi*[41]. Ten, podle Smithové (1989, s. 13), částečně využívá organizovaných akcí, avšak upřednostňuje netradiční formu. Zajímá se o cizí kulturu, nicméně jeho očekávání vychází z kultury jemu vlastní. Na sedmistupňové škále (Smithová ve své studii stanovila sedm typů turisty), která sleduje míru adaptace na lokální normy a zároveň četnost turistů, se *výjimečný turista* nachází přesně v polovině[42] (Smith 1989, s. 12). Nostalgický turista v Zakarpatí hledá stopy minulosti, snaží se poznat historii a částečně se s ní ztotožnit, avšak ve svém počínání si vybírá, adaptace je tedy částečná a selektivní.

3.2 Výletník

Vyhledává méně náročné pěší túry, procházky a výlety, kromě přírody tráví čas také ve městech a na vesnicích – ve městech si prohlédne hlavní památky a zpravidla chce vidět „typickou ukrajinskou vesnici". Jedná se o nejpočetnější kategorii, která má vícero podob.

Zastoupeny jsou zde všechny věkové kategorie – skupinky studentů „baťůžkářů", kteří pro přesun využívají hromadných dopravních prostředků, turisté středního věku, kteří cestují ve skupince s přáteli, i rodiny s dětmi – ty zpravidla cestují vlastním automobilem. Výjimkou nejsou ani skupinky seniorů, ačkoliv ty častěji reprezentují předchozí kategorii nostalgického turisty. Výletník uskutečňuje lehkou turistiku v okolí svého ubytování, případně se

[41] Z angl. unusual tourist.

[42] Přičemž první stupeň představuje úplné přijetí lokálních norem a zároveň velmi malou turistickou četnost a poslední stupeň reprezentuje požadavky na standardy vlastní kultury a zároveň nepřetržitý příliv turistů (Smith 1989, s. 12).

ke svým turistickým cílům přibližuje vlastním autem či veřejnou dopravou. Během pobytu se zpravidla přesouvá a na Ukrajině tráví nejčastěji 7 – 14 dní. Tato kategorie je určitým mainstreamem českého turismu v Zakarpatí. Ačkoliv se to na první pohled může jevit jako zavádějící, považuji za legitimní do této kategorie řadit také turisty, kteří využívají služeb cestovních kanceláří. Turista, který přicestuje individuálně, má samozřejmě větší svobodu ve svém rozhodování, avšak svůj pobyt si zpravidla důkladně naplánoval předem a povaha jeho pobytu je tak povětšinou velmi podobná té, kterou zprostředkovávají cestovní kanceláře.

3.2.1 Konceptualizace

Z pohledu Richardsovy typologie (2001, s. 7) se jedná o kulturní turismus[43], který se pojí s minulostí (navštěvování pamětihodností apod.), ale také současnou podobou kultury v daném prostředí – turista záměrně přichází do kontaktu s myšlením, chováním i produkty navštívené společnosti (ibid.). Kulturní turismus představuje širší zaměření oproti výše zmíněné Richardsově kategorii retrospektivního turismu, a toto širší zaměření je charakteristické pro českého turistu-výletníka. Ten chce zkrátka „ochutnat od každého trochu“.

Optikou Smithové zde hovoříme o počátečním masovém turismu[44], který je definován jako pravidelný a stálý přísun turistů – jednotlivců, nebo skupin. Tito turisté využívají stejné ubytování jako turisté z dané země a vyhledávají určitou jistotu a pocit bezpečí, například ve zmíněném ubytování

[43] Cultural tourism
[44] Překlad autora. Oficiální název zní incipient mass.

nebo ve vytyčených trasách. Adaptace na lokální normy je menší než u výjimečného turisty (Smithová 1989, s. 13), což v případě výletníka, v porovnání s nostalgickým turistou, platí taktéž. Výletník zaujímá spíše roli pozorovatele a upřednostňuje standardy podobné těm českým.

3.3 Outdoorový turista

Outdoorový turista tráví většinu svého pobytu v přírodě. Absolvuje přechody hor, cyklotúry nebo jezdí po Zakarpatí terénními vozy ve volné přírodě. Přespává buďto v horách ve stanu či venku, nebo je ubytován v hotelu – mnohdy několik nocí na jednom místě, ze kterého uskutečňuje své sportovní cíle. Často také různé způsoby nocování střídá a kombinuje. Tento typ turismu je charakterističtější pro východ Zakarpatí. Obecně lze říci, že outdoorový turista je buďto intenzivně sportovně orientován (například realizuje několikadenní náročné přechody hor), nebo vyhledává dočasné tuláctví – nemá vytyčené sportovní cíle, zkrátka se mu líbí volně se pohybovat osobitou přírodou a několik dní nepotkat jiné turisty. Outdoorový turista jezdí do Zakarpatí také v zimě za sporty nebo extrémními pobyty v přírodě.

„S těma já si tady pokecám u snídaně, poradím kam, jak. Hrozně jim fandím, ale byznys stavět na těhle lidech nejde.“

Radim Kupec

3.3.1 Konceptualizace

John Urry (1990) takovýto přístup nazývá romantickým pojetím[45] turismu odehrávajícím se v individuální rovině, kdy je kladen důraz na samotu a soukromí (Urry 1990, s. 43-44). Eric Cohen (1979, dle Horner, Swarbrooke 2003, s. 65) hovoří o turistovi – průzkumníkovi, který se ve svých „průzkumech“ vyhýbá kontaktu s dalšími turisty. Z koncepcí Valene Smithové má outdoorový turista nejblíže k nekonvenčnímu[46] turistovi, jehož motivací je buďto vyhnout se davové turistice, nebo vzrušení z možnosti odpoutat se od zažitých norem (Smith 1989, s. 12), což v tomto případě představuje například zmíněná jízda terénními vozy volnou krajinou. Zakarpatské poloniny jsou rozlehlé a pro účely outdoorového turisty příhodné, neznamená to však, že tento turista během svého pobytu nenavštíví alespoň jeden z turisticky zprofanovanějších cílů. Smithová dále uvádí, že se takovýto turista dobře adaptuje na místní normy (ibid.), to je v případě outdoorového turisty nejednoznačné – nevyhledává sice západní standardy, avšak vzhledem k vysoké míře individualismu není s lokálními normami příliš konfrontován.

3.4 Požitkář

Turista požitkář chce zažít co nejvíce (často v krátkém čase) a je ochoten si za své zážitky patřičně zaplatit. Chce ochutnat místní speciality, relaxovat, ale lákají ho i adrenalinovější zážitky. Kromě nejrůznějších ukrajinských jídel a nápojů vyzkouší například také čan[47] či baňu[48], nechá se svést off-roadem

[45] Překlad autora. Oficiální název zní romantic gaze.
[46] Překlad autora. Oficiální název zní off-beat.
[47] Obdoba sauny.
[48] Horká bylinková lázeň v minerální vodě.

po horách nebo si zaplatí projížďku na koni či plavbu na raftu. Nevyhledává přepychové ubytování podobné zažitým (západním) standardům vyšší kvality, spíše se snaží využívat specifik a jedinečností, které Zakarpatí nabízí. Jedná se zpravidla o turisty středního věku, finančně dostatečně zaopatřené.

„Oni nechcou české jídlo, nechcou. Řeknou – to já si dám doma, já chci vaše.“

Provozní restaurace v národním parku Siněvir

3.4.1 Konceptualizace

Greg Richards (2001) hovoří o kreativním turismu[49], který souvisí se sebeobjevováním skrze cestování i objevováním neznámého. Jedná se o individuální formu turismu zaměřenou na tradiční, ale i populární a masovou kulturu[50]. Cílem je získávání nových zážitků a zkušeností (Richards 2001, s. 65). Dle typologie Smithové (1989, s. 12) odpovídá požitkář elitnímu[51] turistovi, který je značně zcestovalý a nečiní mu problém utrácet vyšší finanční částky, přizpůsobuje se místním poměrům, přičemž je hnán zvědavostí (nikoliv touhou učit se novým věcem). Je lovcem senzací a zážitků, zároveň je neustále v pohybu. Putuje, aby stihl „ulovit“ co nejvíce (ibid.). Smithová dále uvádí, že se plně adaptuje na lokální normy – to ovšem v případě turisty požitkáře neplatí. Obyvatelé Zakarpatí se za úplatu nenechávají vozit off-roadem po horách ani na koni, zpravidla se ani nestravují v restauračních zařízeních.

[49] Z ang. creative tourism.
[50] Tímto se z pohledu teoretických koncepcí antropologie turismu liší od outdoorového turisty, který upřednostňuje soukromí.
[51] Z ang. elite.

3.5 Alkoturista

Alkoturismus je specifický druh českého turismu v Zakarpatí spočívající primárně v holdování alkoholickým nápojům v tamní oblasti. Je typický pro větší města, zejména Užhorod a Mukačevo, což jsou zároveň místa, kam nejčastěji přijíždí vlakové a autobusové spoje z České republiky. Týká se také Koločavy – i alkoturista, když už je v Zakarpatí, chce Koločavu navštívit. Naopak se příliš nevyskytuje ve východní části oblasti. Alkoturisté tráví v Zakarpatí ze všech uvedených kategorií turistů nejkratší dobu[52]. Jedná se o skupinky cca 4 – 8 lidí, kteří většinu pobytu tráví v pohostinských zařízeních či na „alkopikniku". Nejčastějšími alkoturisty jsou muži středního věku a studenti.

Obliba toho druhu turismu mezi Čechy spočívá zejména v cenové dostupnosti – základní (tj. bez jakékoliv slevy) jízdenka z Ostravy do Užhorodu stojí, respektive v létě 2016 stála 300 Kč[53], což není vzhledem ke vzdálenosti (téměř 500km) nikterak závratná suma. Cenově přístupná není jen cesta, ale také ubytování, které začíná na 75 UAH, a konečně také samotný alkohol. Po těchto stránkách je Zakarpatí pro Čechy vhodnou destinací pro povyražení a oddávání se alkoholovým dýchánkům. Je zapotřebí zmínit, že alkoturismus je jediná podoba českého turismu, se kterou mají místní obyvatelé i špatnou zkušenost.

„Zapíchnou to tady na pokoji, nikam nejdou, čtyři dny chlastaj, a odjedou. Zaplatí tady za čtyřdenní flám tisíc korun a jedou domů."

Radim Kupec

[52] Nejčastěji „prodloužený víkend".
[53] Cena poskytovaná dopravní společností LEO Express a.s. Více viz www.le.cz

3.5.1 Konceptualizace

Kategorii alkoturisty není snadné ztotožnit s existujícími koncepty antropologie turismu. Samotná míra adaptace je sporná – alkoturista si zpravidla kupuje ukrajinskou vodku, vyhledává „obyčejné“ hospody – nevyhledává luxus ani západní standardy. Často se dává do řeči s místními a navazuje kontakty. Na druhou stranu je jeho očekávání jednostranné – primárním cílem není učit se novým věcem a proniknout do daného prostředí. Alkoturismus by se dal klasifikovat jako určitá forma kolektivního pojetí[54] turismu, pro které je dle Urryho (1990, s. 43-44) charakteristické vyhledávání určitého zábavního servisu za přítomnosti dalších lidí, kteří tak dotváří specifickou atmosféru prožitku. Zábavní servis v tomto případě představuje konzumace alkoholu a aktivity s ní spojené.

3.6 Shrnutí

Rozhovory, pozorování a studium teoretických rámců mi umožnilo definovat a interpretovat nejčastější podoby českého turismu v Zakarpatí. Je zapotřebí zmínit, že mezi jednotlivými typy existují spojitosti a že málokterý český turista v Zakarpatí spadá přesně a právě do jedné z definovaných skupin. Jedná se o modelové kategorie, se kterými se v Zakarpatské oblasti můžeme setkat, nicméně je zřejmé, že tendence charakteristické pro určitou kategorii (například vyhledávání gastro-zážitků či relaxačních služeb, tj. atributy turisty-požitkáře) se mohou vyskytovat i u jiných typů turistů. Typologii proto

[54] Z angl. collective gaze.

nepředkládám jako dogma, jejím účelem je spíše posloužit jako nástroj k pochopení a poodkrytí fenoménu současného českého turismu v Zakarpatské Ukrajině.

Výše uvedené kategorie reprezentují různorodost tendencí českých turistů. V této souvislosti je namístě také zmínit, co povahu českého turismu v Zakarpatí neutváří, tedy co předmětem zájmu Čechů-návštěvníků nebývá. Opakovaně se prokázalo, že Češi příliš nevyhledávají poznání ukrajinských tradic a folkloru, z historických souvislostí se zajímají předně o společnou, prvorepublikovou minulost. Zpravidla nevyhledávají ubytování nejvyšší kvality, když už v Zakarpatí utrácí vyšší částky, tak spíše za relaxační služby či zážitky (rozepisované výše). Předmětem českého zájmu v Zakarpatí také není sexuální, hazardní ani drogová turistika[55].

[55] Na tyto tři typy „temného" turismu jsem se během pobytu na Ukrajině primárně nezaměřoval, jedná se tedy – v souladu s vytyčenými cíli práce – o údaj zprostředkovaný místními obyvateli.

Závěr

Studie se zabývá českým cestovním ruchem v Zakarpatské oblasti, přičemž zvolenou optikou zkoumání je pohled tamních obyvatel. Vzhledem k tomuto pojetí je možno na práci nahlížet i odlišně, totiž jak lidé na Ukrajině, respektive v Zakarpatské oblasti, vnímají Čechy. V tomto případě zvolenou optiku představuje cestovní ruch (jakožto faktor zapříčiňující zkoumanou interakci). Analýza turismu skrze jeho pojetí „doma" (na Ukrajině), je zde zároveň reflexí (fragmentu české) společnosti skrze cestovní ruch, tj. „venku".

Během terénního výzkumu realizovaného v létě 2016, který zahrnuje 800 „probádaných" kilometrů a desítky lidí, kteří poskytli různorodé informace, se projevila vazba mezi Českem a tehdejší Podkarpatskou Rusí jako poměrně silná a patrná, zároveň značně nerovná. Není to pouze společná minulost a její produkty, ale i častá přibližná znalost češtiny, pracovní vztahy s Českem, smíšená česko-ukrajinská manželství nebo třeba auta s českými SPZ, co utváří spojitosti ve vztahu *oni* a *my*. Pro *nás* je Zakarpatí volnočasovou příležitostí, která je relativně nemasová a cenově i jazykově dostupná. Navzdory značné odlišnosti každodenního prostředí tyto skutečnosti podněcují zdánlivé neodcizení, český návštěvník je v Zakarpatí „doma v cizině" a zároveň představuje nezanedbatelný zdroj příjmů. Pro mnohé Ukrajince jsou čeští turisté z hlediska ekonomického přínosu nenahraditelní.

Tato reciprocita je v čase proměnlivá. Přestože kvantitativní údaje o českém turismu v Zakarpatí nejsou k dispozici, prokázala se silná souvislost mezi rokem 2013, tj. počátkem společensko-politických změn na Ukrajině, a podobou cestovního ruchu v Zakarpatí, kdy zájem českých turistů výrazně poklesl. Zároveň je třeba zmínit, že oproti převládajícímu nížinatému charak-

teru Ukrajiny je Krymský poloostrov společně se Zakarpatskou oblastí specifický svou hornatostí, a Ukrajinští turisté tak od roku 2013 navštěvují Zakarpatí hojněji než dříve. Ambivalence dopadů na podobu turismu byla upozaděna postupným vymizením vyobrazování konfliktu v médích a rok 2016 byl z hlediska českého cestovního ruchu prvním výrazněji exponovaným.

Práce se zabývá českými návštěvníky Zakarpatské Ukrajiny očima tamních obyvatel, pomyslný prototyp českého turisty zde reprezentuje pět kategorií konfrontovaných s vybranými antropologickými typologiemi turistů. Kategorie se vzájemně liší na základě zaměření, potřeb a tendencí turistů. Snad všechny české turisty v Zakarpatí však spojuje návštěva Koločavy, která je nezřídkakdy primárním důvodem cesty do Zakarpatí. Penzion Četnická stanice v Koločavě je během turistické sezóny každovečerně naplněn hosty pouze výjimečně i jinými než z Česka.

Českému turismu v Zakarpatí tak patrně začíná určitá renesance, avšak podoba cestovního ruchu je proměnlivá a v neustálém vývoji. Mění se nároky a požadavky turistů i nabídky a možnosti poskytované lidmi, kteří se v prostředí cestovního ruchu pohybují. Je více než pravděpodobné, že prezentované poznatky budou postupem času ztrácet validitu. Cílem studie bylo interpretovat určitou část reality v její (tehdy) aktuální podobě a je otázkou příštích výzkumů, jakým směrem se nadále vydá cestovní ruch v Zakarpatí a jak se budou v čase proměňovat čeští návštěvníci Zakarpatské Ukrajiny očima tamních obyvatel.

V této souvislosti vnímám antropologii turismu jako funkční nástroj ke studiu lidských tendencí. Současnost, stav „informačního boomu“, podněcuje k určité opatrnosti a filtrování veškerých nově získaných informací. To odborným studiím zaměřeným na témata týkající se širší veřejnosti svým způsobem otevírá dveře – za předpokladu, že jejich cílem není „osvěta“, ale

práce s vědomím této plurality významů. V rámci mé práce posloužil turismus jako pomyslné hřiště, na kterém se odehrávají hry sociálních interakcí a střetů s jinakostí. Zkoumáním pravidel těchto her získáváme obraz o hostující populaci, domácí populaci, každodennosti i specificích daného prostředí a korelacích mezi výše uvedeným. Avšak s jednou velkou výhodou – výzkumník narušuje autenticitu zkoumaného prostředí jen v minimální míře, jelikož se v terénu sám stává turistou.

Bibliografie

Český statistický úřad [online]. Praha: ČSÚ, 2017 [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: https://www.czso.cz/

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 4., nezměn. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1966-8.

GRYGAR, Jakub. Děvušky a cigarety: o hranicích, migraci a moci. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2016. Studie (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-234-0.

HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2.

HORNER, Susan a John SWARBROOKE. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb. Praha: Grada, c2003. Expert (Grada). ISBN 80-247-0202-9.

HOŘÍNEK, Martin. Krajina, v níž žijí lidé: Ukrajina českýma očima. Brno: Kartuziánské nakladatelství ve spolupráci se Střediskem humanitární pomoci Diecézní charity ostravsko-opavské, 2009. ISBN 978-80-86953-54-0.

HOSSINGER, Martin. Krym mezi Ruskem a Ukrajinou. Plzeň, 2015. Diplomová práce. Západočeská univerzita v Plzni. Vedoucí práce PhDr. David Šanc, Ph.D.

KOMŮRKOVÁ, Eva. Užhorod – atraktivní cíl pro české turisty. Jihlava, 2016. Bakalářská práce. Vysoká škola polytechnická v Jihlavě. Vedoucí práce RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.

KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

KOZELKA, Petr. České stopy na Podkarpatské Rusi. Brno, 2007. Diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně. Vedoucí práce PhDr. Libor Vykoupil, Ph.D.

KRABSOVÁ, Veronika. Prostor Zakarpatska v české literatuře. Praha, 2012. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce PhDr. Josef Peterka, CSc.

Krajanský spolek Klub T. G. Masaryka. *Klub T. G. Masaryka* [online]. Ivan Latko, Petr Panák, ©2009-2017 [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: http://www.klub-tgm.cz

LEO Express [online]. Praha: LEO Express, 2017 [cit. 2017-03-11]. Dostupné z: https://www.le.cz/

Levné ubytování: Levné ubytování na Ukrajině [online]. Brno: Robert Vystrčil, 2017 [cit. 2017-04-1]. Dostupné z: http://www.levneubytovani.net/ukrajina/

MAGOCSI, Paul R. Národ odnikud: ilustrované dějiny karpatských Rusínů. Užhorod: Vydavatelství V. Paďaka, 2014. ISBN 978-966-387-092-2.

MAGOCSI, Paul R. Rusíni a jejich vlast. Praha: Česká expedice, 1996. Podkarpatská Rus. ISBN 80-85281-34-1.

Ministerstvo zahraničních věcí [online]. Praha: MZVČR, 2017 [cit. 2017-03-16]. Dostupné z: http://www.mzv.cz/

POLÁŠEK, Ladislav. Společný stát Rusínů a Čechoslováků (1919-1939). Nový Jičín: Ladislav Polášek, 2001. ISBN 8023880888.

POP, Ivan. Dějiny Podkarpatské Rusi v datech. Praha: Libri, 2005b. ISBN 80-7277-237-6.

POP, Ivan. Podkarpatská Rus. Praha: Libri, 2005a. Stručná historie států. ISBN 80-7277-261-9.

POP, Ivan. Podkarpatská Rus: osobnosti její historie, vědy a kultury. Praha: Libri, 2008. ISBN 978-80-7277-370-1.

PRAXL, Ondřej. Zakarpatská Ukrajina a cestovní ruch z ČR. Jihlava, 2013. Bakalářská práce;. Vysoká škola polytechnická v Jihlavě. Vedoucí práce RNDr. Milan Kameník.

PREISSOVÁ, Andrea, Jana MÁČALOVÁ a Jasna SKOTÁKOVÁ, ed. Mýty a pověry v každodennosti obyvatel ukrajinského Polesí a Zakarpatí. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. ISBN 978-80-244-4485-7.

PROUZOVÁ, Anna. Zakarpatská Ukrajina jako cílová destinace pro české turisty. Jihlava, 2016. Bakalářská práce. Vysoká škola polytechnická v Jihlavě. Vedoucí práce RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.

RICHARDS, Greg. Cultural attractions and European tourism. New York: CABI Pub., 2001. ISBN 0851994407.

RYCHLÍK, Jan a Magdaléna RYCHLÍKOVÁ. Podkarpatská Rus v dějinách Československa 1918-1946. Praha: Vyšehrad, 2016. ISBN 978-80-7429-556-0.

SMITH, Valene L. Hosts and guests: the anthropology of tourism. 2nd ed. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, c1989. ISBN 0812212800.

SOUKUP, Martin. Terénní výzkum v sociální a kulturní antropologii. V Praze: Karolinum, 2014. ISBN 978-80-246-2567-6.

ŠANDOR, Vikentij. Podkarpatská Rus od vzniku ČSR po sovětskou anexi: (očima přímého účastníka událostí). V Praze: Rybka, 2013. ISBN 978-80-87067-06-2.

ŠVORC, Peter. Zakletá zem: Podkarpatská Rus 1918-1946. Praha: NLN, Nakladatelství Lidové noviny, 2007. ISBN 978-80-7106-754-2.

URRY, John. The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies. London: SAGE Publications, 1990. ISBN 0-803

Příloha č. 1 – fotografie z terénního výzkumu

Užhorod. Taxikáři krátí chvíle hraním karet v kufru, jeden z nich vyhlíží zákazníky.

Koločava. Místní pere ráno prádlo v potoce. V pozadí často přítomné odpadky.

Koločava. Zvířata mají vždy přednost před auty.

Siněvirská Poljana. Lidé čekají na autobus v místě, kde dřív bývala zastávka. V pozadí stojí řidič s maršrutkou, který později odváží cestující, kteří se do autobusu nevejdou.

Solotvina. Auta s českými SPZ nejsou v Zakarpatí výjimkou, patří zpravidla Ukrajincům pracujícím v Česku. Na obou stranách cesty postávají ženy s cedulkami, které nabízí turistům ubytování u sebe doma.

Podobovec. Řidič zájezdního autobusu odhání volně se potulující koně, aby mohl odjet.

Povozy jsou charakteristické pro celé Zakarpatí. Pro venkov i města.

Obsazenost ve veřejných dopravních prostředcích nebývá regulována.

Mukačevo. Muži hrající v neděli v parku šachy.

Mukačevo. Stařenka prodávající jablka.