

Vliv kulturní rozmanitosti na marketingovou komunikaci: Africká estetika

Bc. Kateřina Janotová

Diplomová práce
2021



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav marketingových komunikací

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Kateřina Janotová**
Osobní číslo: **K18306**
Studijní program: **N7202 Mediální a komunikační studia**
Studijní obor: **Marketingové komunikace**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Vliv kulturní rozmanitosti na marketingovou komunikaci: Africká estetika**

Zásady pro vypracování

1. Zpracujte rešerši odborné literatury a teoretická východiska k marketingu kultury a africké estetice.
2. Definujte cíl, stanovte výzkumné otázky a vyberte vhodné metody práce.
3. Provedte primární výzkum za účelem zjištění postojů spotřebitelů i producentů produktů afrického původu.
4. Výsledky výzkumu vyhodnoťte a interpretujte. Zodpovězte výzkumné otázky.
5. Na základě výsledků výzkumu formulujte závěry a navrhnete komunikační kampaň na podporu prodeje.

Forma zpracování diplomové práce: **Tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- BAČUVČÍK, Radim. 2012. *Marketing kultury*. Praha: Verbum Publishing. ISBN 978-80-87500-17-0.
GOTTSCHILD, Brenda Dixon. 1996. *Digging the Africanist Presence in American Performance: Dance and other contexts*. Westport: Praeger Publishers. ISBN 0-313-29684-7.
VESELÝ, Karel. 2010. *Hudba ohně: Radikální černá hudba od jazzu po hip hop a dále*. Praha: BiggBoss. ISBN 978-80-903973-1-6.
VYSEKALOVÁ, Jitka. 2012. *Psychologie reklamy*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4005-8.
WELSH, Kariamu Asante. 1994. *The African Aesthetic: Keeper of the traditions*. Westport: Praeger Publishers. ISBN 0-313-26549-6.

Vedoucí diplomové práce: **doc. PhDr. Dagmar Weberová, Ph.D., MBA**
Ústav marketingových komunikací

Datum zadání diplomové práce: **29. ledna 2021**

Termín odevzdání diplomové práce: **16. dubna 2021**



doc. Mgr. Irena Armutidisová
děkanka

Mgr. Josef Kocourek, PhD.
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 6. dubna 2021

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne:

Jméno a příjmení studenta:

.....
podpis studenta

ABSTRAKT

Cílem diplomové práce je zjistit míru povědomí o africké estetice na území České a Slovenské republiky. Dílčím cílem práce je standardizovat zmíněné povědomí vytvořením komunikační kampaně, která bude postavena na pevných etických základech, pro propagaci uměleckých výstupů vycházejících z africké presence. Souběžně se také bude snažit přispět ke zlepšení vzdělávání v tématu africké estetiky v uměleckých formách na poli komerční i undergroundové taneční scény. Předložená práce se skládá ze tří hlavních částí. Teoretická část věnuje pozornost základním teoretickým poznatkům v oblasti marketingu kultury, interkulturní komunikace, africké a české lidové estetiky. Praktická část analyzuje dva provedené výzkumy – kvantitativní dotazování veřejnosti a kvalitativní rozhovory s umělci, kteří se v této estetice inspirojí. Projektová část navrhuje komunikační a marketingovou kampaň tanečního divadelního projektu YINAKOST, jenž je výstupním bodem realizace výše zmíněných cílů.

Klíčová slova: marketing kultury, interkulturní komunikace, africká estetika, umění, marketingová kampaň, komunikační kampaň, strategie, plánování, realizace

ABSTRACT

The aim of the diploma thesis is to determine the level of awareness of African aesthetics in the Czech and Slovak Republics. The partial aim of the thesis is to standardize the mentioned awareness by creating a communication campaign for the promotion of artistic performances based on the African presence, which will be based on solid ethical foundations. At the same time, it will seek to contribute to the improvement of education in the field of African aesthetics in art forms in the field of commercial and underground dance scene. The presented work consists of three main parts. The theoretical part of this thesis deals with the basic theoretical knowledge in the field of cultural marketing, intercultural communication, African and Czech folk aesthetics. The practical part analyzes two researches - quantitative questioning of the public and qualitative interviews with artists who are inspired by this aesthetic. The project part proposes a communication and marketing campaign of the dance theater project YINAKOST, which is the starting point for the realization of the above-mentioned goals.

Keywords: culture marketing, intercultural communication, African aesthetics, art, marketing campaign, communication campaign, strategy, planning, realization

Touto cestou bych velice ráda poděkovala vedoucí mé práce doc. PhDr. Dagmar Weberové, Ph.D. MBA za odborný dohled, osobní přístup, povzbuzení k práci, nápady, které přispěly k vytvoření této práce, ale především za otevřenost kreativitě a svobodu, kterou mi při tvorbě umožnila. Děkuji také Anně Škrabánkové za pomoc s korekturou českého jazyka, ale především za filozofické večery, které pomohly tematiku kulturní rozmanitosti lépe uchopit.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 MARKETING KULTURY	13
1.1 DEFINICE MARKETINGU KULTURY	14
1.2 STŘET UMĚNÍ A ZÁBAVY, KOMERČNOSTI A NEKOMERČNOSTI.....	15
1.3 MARKETINGOVÉ ŘÍZENÍ V KULTURNÍCH ORGANIZACÍCH.....	17
1.4 KOMUNIKACE V MARKETINGU KULTURY	18
1.4.1 Komunikace na podporu abonmá.....	19
1.4.2 Reklama a formulace komunikačního sdělení	20
1.4.3 Public Relations – komunikace s veřejností.....	21
1.4.4 Komunikace na internetu	22
1.5 KULTURNÍ POLITIKA ČESKÉ REPUBLIKY	22
1.6 MARKETINGOVĚ ÚSPĚŠNÝ KULTURNÍ PRODUKT	23
2 INTERKULTURNÍ KOMUNIKACE	25
2.1 TYPOLOGIE NÁRODNÍCH KULTUR	26
2.2 TYPOLOGIE EVROPSKÉ KULTURY A JEJICH FORMATIVNÍCH ČINITELŮ	29
2.2.1 Typologie české kultury a jejich formativních činitelů.....	31
2.3 TYPOLOGIE AFRICKÉ KULTURY A JEJICH FORMATIVNÍCH ČINITELŮ	33
2.4 KONCEPCE LINGVOKULTURY A SAPIR - WHORFOVA HYPOTÉZA.....	36
2.5 INTERKULTURNÍ KOMUNIKACE A AKULTURACE	37
2.6 ZÁKLADNÍ BARIÉRY V INTERKULTURNÍ KOMUNIKACI	37
2.6.1 Stereotypy a etnofaulismy	38
2.6.2 Jazykové bariéry – Lingua Franca: Angličtina	39
2.6.3 Rasismus	40
3 AFRICKÁ ESTETIKA	42
3.1 AFRICKÁ ESTETIKA V TANEČNÍM KONTEXTU.....	44
3.1.1 Přijmutí konfliktu	46
3.1.2 Polycentrismus a polyrytmika.....	46
3.1.3 Vysoce efektní juxtapozice	47
3.1.4 Ephibismus	48
3.1.5 Estetika „pohody“ – The aesthetic of the Cool	49
3.2 AFRICKÁ ESTETIKA V HUDEBNÍM KONTEXTU	49
3.3 VÝZNAM VLASOVÉ STYLIZACE V NÁRODNÍM KONTEXTU	51
4 ČESKÁ LIDOVÁ ESTETIKA	54
4.1 ČESKÁ LIDOVÁ ESTETIKA V TANEČNÍM KONTEXTU	56
4.2 ČESKÁ LIDOVÁ ESTETIKA V HUDEBNÍM KONTEXTU	58

4.3	VÝZNAM VLASOVÉ STYLIZACE V NÁRODNÍM KONTEXTU	59
5	METODIKA	62
5.1	CÍL PRÁCE	62
5.2	VÝZKUMNÉ OTÁZKY	62
5.3	VÝZKUMNÉ METODY	62
II	PRAKTICKÁ ČÁST	64
6	CHARAKTERISTIKA PRIMÁRNÍHO VÝZKUMU	65
6.1	PRIMÁRNÍ DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ	65
6.1.1	Účel výzkumu	65
6.1.2	Vyhodnocení dotazníkového šetření	65
6.2	STRUKTUROVANÉ KVALITATIVNÍ ROZHOVORY S UMĚLCI.....	72
6.2.1	Účel výzkumu	72
6.2.2	Vyhodnocení a interpretace kvalitativního výzkumu	72
7	SHRUNTÍ PRIMÁRNÍHO VÝZKUMU.....	76
8	ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK	78
9	VÝCHODISKA PRO PROJEKTOVOU ČÁST	80
9.1	RESPEKT.....	80
9.2	ZÁJEM	81
9.3	PODPORA.....	82
III	PROJEKTOVÁ ČÁST	85
10	KOMUNIKAČNÍ A MARKETINGOVÁ KAMPAŇ TANEČNÍHO DIVADLA VYUŽÍVAJÍCÍHO PRVKY AFRICKÉ ESTETIKY	86
10.1	PŘEDSTAVENÍ PROJEKTU YINAKOST	86
10.2	SITUAČNÍ ANALÝZA.....	88
10.2.1	PEST analýza	88
10.2.2	SWOT analýza	89
10.2.3	Analýza konkurence – Porterův model pěti sil	91
10.2.4	Segmentace trhu a tržní zacílení	97
10.3	KOMUNIKAČNÍ CÍLE KAMPANĚ	99
10.3.1	SMART cíle projekt YINAKOST	99
10.4	KREATIVNÍ NÁMĚT	100
10.5	TAKTIKA	101
10.5.1	Webové stránky yinakost.cz.....	101
10.5.2	Sociální média	103
10.6	MARKETINGOVÁ STRATEGIE	105
10.6.1	Marketingový mix	105
10.6.2	Produkt	105
10.6.3	Cena.....	105

10.6.4	Propagace	105
10.6.5	Distribuce	106
10.7	HARMONOGRAM	106
10.8	ROZPOČET	107
10.9	KONTROLA A MĚŘENÍ EFEKTIVITY	108
10.10	RIZIKA KAMPANĚ	109
ZÁVĚR		110
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....		112
INTERNETOVÉ ZDROJE.....		115
INTERNETOVÉ ZDROJE POUŽITÝCH OBRÁZKŮ		117
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK		118
SEZNAM OBRÁZKŮ		119
SEZNAM TABULEK.....		120
SEZNAM PŘÍLOH.....		121

ÚVOD

"Vzhledem k naléhavosti lidí, kteří umírají v ulicích, jaký je v božím jménu smysl kulturních studií? ... V tu chvíli si myslím, že každý, kdo se kulturním studiím věnuje jako intelektuální praxi, musí cítit na tepu jejich pomíjivost, jejich nepodstatnost, jak málo je registrována, jak málo jsme byli schopni něco změnit nebo přimět kohokoli něco udělat."

- Stuart Hall

Očima dnešního člověka bychom mohli na dnešní svět nahlížet jako na místo pokrokové, avšak plné slabostí, svobodné ale se stále přetrvávajícím otroctvím. Naše přítomná realita je odrazem reality druhých, jež je neustále se opakujícím paradoxem. Otevřelo se nám mnoho cest a možností k pokroku, ale je nutné mít na paměti, že každý pokrok s sebou nese i úpadek tradice. Globalizace nám otevřela brány světa a na úkor této svobody se cítíme být okradeni o naši kulturní identitu. Kultury se střetávají pod vlivem populárního umění stojícím na základech úspěšné marketingové komunikace. Mnoho z nás by kvůli marketingu mohlo pochybovat o svobodné volbě. Důvodů, proč autorka zvolila téma vlivů kulturní rozmanitosti na marketingovou komunikaci se specifikací na africkou estetiku, je hned několik. Autorka věří, že marketing může být i prospěšným nástrojem etiky, který dokáže pozvednout povědomí tam, kde jiní pouze hledají teorie. Marketing je čin. A konat je dnes nutností. Vzhledem k stále přetrvávající rasové nesnášenlivosti a téměř nulovému povědomí o tom, kde všude využíváme prvky africké estetiky, vyvstává na povrch nutnost se tímto tématem zabývat.

Cílem diplomové práce je zjistit míru povědomí o africké estetice na našem území a následně vytvořit komunikační kampaň pro propagaci uměleckých výstupů vycházejících z africké presence. Tyto výstupy budou postaveny na pevných etických základech, na poznacích z odborné literatury obsažených v teoretické části práce a na výsledcích kvantitativního a kvalitativního šetření. V rámci kvantitativního výzkumu zjistíme míru současného povědomí o AE, jež nám odhalí problematická místa, na která se v rámci kampaně bude nutno zaměřit. Naopak kvalitativní šetření nám poskytne způsoby, jakými by se dala závažnost situace řešit. V projektové části bude na základě těchto dvou výzkumů vyhotoven plán komunikační strategie pro autorčin projekt YINAKOST. Výsledným cílem ostatních dílčích cílů je normalizovat povědomí o AE u nás, na čemž se budou podílet všechny zmíněné výstupy.

Autorka si je plně vědoma komplexnosti této tematiky a jejímu mezioborovému přesahu. Taktéž si uvědomuje, že její dosavadní znalosti, vzhledem k věku a zkušenostem, nemohou dosahovat potřebné kvalifikace k tomu, aby vytvářely normativ pravdy v oblasti interkulturních a rasových otázek. Celková vizáž této práce je utvořena autorčíným osobním vztahem ke zvolené problematice, čerpá především z literatury černošských autorů. Přesto by však k vyřešení otázek v ní kladených bylo třeba vzít v potaz více pohledů menšinových etnik. Snahou této práce je podpořit černošské umění, zájem vzdělat sebe i ostatní v rasových otázkách, lásku k dané kultuře, ale především je práce výrazem touhy po spravedlnosti a rovnocennosti společnosti pro budoucí generace.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 MARKETING KULTURY

Vztah marketingu a kultury se může jevit jako dokonalý oxymóron. Umění jakožto zástupce něčeho abstraktního až sakrálního se nám těžko slučuje s profánním světem. Dává nám zvláštní pohled na svět, který nás pojí s nepojmenovaným. Domníváme se, že umění můžeme považovat za cosi krásného - a co je krásné, to je božské. Kultura a estetika nás povznáší a tím přibližuje k jakési božské dokonalosti a podporuje v nás spirituální vnímání. Takto pojaté umění přece nemůže využívat poznatky marketingu a ani jej používat jako nástroj k oslovení publika. (Bačuvčík, 2012, s.5) Diváka totiž chceme oslovit svým uměním a jeho přesahem, ne marketingovou kampaní. Když se však na tuto problematiku podíváme z druhé strany, najdeme už jen málo umělců, kteří by se bez marketingu zcela obešli. Umění je vtištěno do záležitostí každodenního života.

Kultura je dle autorčina názoru reciproční, utváří nás stejně jako my ji. Umění je všudypřítomné a má to dnes v mnoha ohledech složitější než kdy dříve, jelikož nabídka převyšuje poptávku. V překypujícím množství uměleckých produktů se tak často dostáváme do rozporu mezi tím, co umění je a není. Tento rozpor by byl však bez marketingu naprosto irelevantní. Pokud totiž nad uměním budeme přemýšlet více filozoficky než fakticky, zjistíme, že umění je transcendentní, zobrazuje a přesahuje každodenní zkušenost. Příroda nám poskytuje inspiraci v podobě opakujících se vzorců, cyklů, neměnného funkčního řádu, ze kterého čerpáme. Tyto elementární archetypy neustále variujeme a na nich budujeme nové formy.

Dosahujeme exponenciálního pokroku, který sice přináší spoustu výhod, ale zároveň vnáší do společnosti nadbytek, který vede k relativismu a mylným interpretacím. Domníváme se, že novodobé dějiny marketingu a jeho filozofie „uspokojit zákazníka“ vnesly do umění agresivitu a soutěživost a zesílily tak konflikt mezi tím, co umění je a není. A často právě kvalitní díla zůstávají nedoceněna jen kvůli urputnému postoji zachovat si uměleckou čistotu a naopak díla, která se dávno vzdala ambivalence mezi uměním či kulturou a marketingem, ať už jsou hodnotná či ne, udávají směr a oslovují masy. Je otázkou každého umělce, zda je pro něj hodnotnější názor diváka nebo jeho vlastní ryzí osobitý projev. Neexistuje jen jedno umění, ani jedna kultura, a proto nikdy nebude existovat ani jeden jediný univerzální marketingový přístup, který by umění posloužil a zároveň nezneužil jeho nedotknutelnost. (Bačuvčík, 2012, s.5)

1.1 Definice marketingu kultury

„Cílem marketingu v kultuře není potlačování umělecké stránky, tvrdý prodej za každou cenu nebo manipulace všudypřítomnou reklamou. Jeho cílem je nalezení kompromisu, který bude prospěšný pro obě strany - pro samotnou organizaci i pro zákazníka jako dva účastníky směny“

(Kotler, Sheff, 1997, s.30)

Marketing kultury neboli také Art marketing zahrnuje řadu odvětví spadajících pod tento termín. V anglické terminologii se nesetkáme s pojmem kulturního marketingu, tak jako ho známe v Česku, přesto art marketing i marketing kultury míní to jisté. V užším slova smyslu můžeme tyto dvě koncepce spojit a definovat jako jednu oblast zabývající se uměleckou sférou a kulturním dědictvím. (Johnová, 2008, s. 27) Pojem marketing kultury je sám o sobě velice mladý. V literatuře se začal objevovat až v poválečném období. O jeho využívání ale víme už mnohem dříve. Ve formě sociálně marketingových aktivit v oblasti kultury odvracel pozornost od děsivých událostí války už ve třicátých letech.

Definicí toho, co je marketing kultury a umění nebo lépe řečeno, jaké funkce a cíle by měla tato disciplína plnit, je nespočet. Keith Diggle o marketingu v umění hovoří jako o dosažení cíle, kterým je přimět přiměřené množství lidí různého věku, společenských a sociálních vrstev ke kontaktu s uměním a zároveň dosáhnout co nejlepšího možného finančního příjmu. (Diggle, 1994, s.25) Doplnuje také, že marketing v kultuře má dvě role *„zaplnit sál a přinést peníze, ale také změnit myšlení lidí.“* (Diggle, 1994, s.32) Poněkud osobitější definici téhož nabízí Kotler v knize Arts Marketing Insights: *„Marketing není uměním hledání chytrých cest, jak zaplnit hlediště. Marketing je uměním vytváření skutečné zákaznické hodnoty. Je to umění pomoci zákazníkům, aby se stali bohatšími.“* (Kotler in Sheff Bernstein, 2007, s.viii) Kotler také definuje hlavní úkoly marketingu umění, kterými jsou nalezení trhů pro umělecké nabídky, rozšiřování těchto trhů a udržení si svého publika. (Kotler, Scheff, 1997, s.20)

V praxi kulturních organizací se marketing velmi často ocitá v pozici jakéhosi „sluhy“ produktu. Tohle tvrzení také potvrzuje Tajtáková ve svém postřehu: *„Při aplikování marketingu v kulturní organizaci se vychází z několika zásad. V první řadě je to podřízenost marketingu uměleckým cílům. Marketing má být organizaci nápomocný při naplňování jejího poslání a nikoliv jí v něm bránit komercializací nabídky. Úlohou marketingu*

v kultuře tedy není přizpůsobovat produkt požadavkům trhu, ale přitáhnout publikum k aktuální nabídce. V praxi to znamená, že napřed vznikne produkt a až potom se umísťuje na trh.“ (Tajtáková, 2010, s.45) Což nás dostává k rozporu mezi marketingem v komerční sféře a marketingem v umění, a koneckonců k nesouladu mezi samotným rámcem chápání pojmu „marketing“. Pokud totiž obecně bereme marketing jako souhrn nástrojů marketingového mixu 4P – product, price, place, promotion (produkt, cena, místo, propagace), bude se nám obtížně pracovat v uměleckém prostředí, kde produkt není nástrojem marketingu, ale umělce, kde místo často bývá pevně zakotveno (např. divadla), a kde i cena může zůstat dlouhodobě nehybná. Slovo marketing tak v uměleckém sektoru ztrácí své tři hlavní nástroje a jediné, co ho definuje, je reklama. Což je jedním z nejrozšířenějších omylů marketingu.

Spor o to, zda je v kultuře na prvním místě produkt a nebo marketing, může v jisté míře vyřešit schopnost empatie, která je vlastní jak umělcům, kteří primárně tvoří ze svých pocitů, tak marketingovým pracovníkům, kteří se naopak snaží vcítit do druhých. Umělcova pohnutka oslovit diváka, se tak může rovnat marketingovému motivu správného zasažení cílové skupiny. Ideálem je v této kontroverzi nalézt rovnováhu. (Bačuvčík, 2012, s.18) Balanc, který ve vhodné míře naplňuje umělecké i tržní zájmy v podobě snahy o dosažení splynutí mezi pódiem a hledištěm. (Kotler, Sheff, 1997, s.18)

Dostavuje se otázka, zdali může dobrý marketing fungovat spíše než v roli sluhy produktu v roli jeho podporovatele. A tím zmírňovat sílu ustálené zvyklosti, která umělce ještě dnes pojí s představou života v chudobě a uznání až po smrti. Přece ani umělci samotní nesmí zapomínat na své zákazníky, kteří se mohou stát modelovými vzory diváka až tehdy, kdy budou umělecky ale i marketingově na výši, a dílo nebudou pouze konzumovat, ale budou na něm participovat. Obě strany (dílo i divák) jsou pro vznik umění elementární. A právě marketing a jeho nástroje mohou zásadně pomoci ve vývoji tohoto vztahu.

1.2 Střet umění a zábavy, komerčnosti a nekomerčnosti

Umění pravděpodobně vždy bude vyžadovat estetickou evaluaci. Vždy se také bude pokoušet vzbudit nadšení nebo alespoň zájem diváků, ale i to je potřeba zkombinovat s praktickým obchodním smyslem a stále větším citem pro marketing. (Dickman, 1997, s.3) Existuje jakýsi nechtěný protiklad mezi uměním a zábavou. Dualita, která vznikla až s dnešním pojetím světa. Do 18. století neexistoval pojem umění v takovém slova smyslu, jako ho známe nyní. Veškerá tvorba byla inspirována duší autora a jeho potřebou sdílet.

Někdy měla sdělení zábavný charakter a někdy spíše vzdělávací, to ale nic nemění na faktu, že díla mohla být vysoce hodnotná a podle dnešního pojmenování označena za umělecká.

V Africe, která je hlavním předmětem této diplomové práce, slovo „umění“ nabývá diametrálně odlišného významu. Afričané projevy své bohaté kultury neoznačují za umělecké, ale pojmají je jako naprosto přirozenou esenci jejich každodenního života. Naopak u nás, se jako o umělci mluví o kdekterém zpěvákovi, básníkovi, herci. Zmatení významu pojmu umění a zábavy se nedá přesně definovat, jelikož nevíme, co od kulturních produktů očekává samotné publikum, a jestli je umělcovým záměrem auditorium pobavit nebo přinést umělecký zážitek. (Bačuvčík, 2012, s.31) Nutno podotknout, že polemika není opřena o to, zda určitý tvůrce tvoří umění, ale zda jeho umění vyhledáváme za účelem zábavy nebo za účelem uměleckým. Kultura nám totiž dopřává oba tyto prvky. Lidé mající hluboké porozumění pro umění mohou události navštěvovat za účelem povznesení ducha, naopak lidé pohybující se mimo tento kontext, mohou kulturní eventy navštěvovat čistě za účelem zábavy a vyplnění volného času. To však ale neznamená, že umění nemůže být zábavou a naopak – z toho co se jevílo jako pouhá zábava, mohl nakonec vyvstat umělecký počín.

V knize Pavla Zahrádky *Vysoké versus populární umění* Zahrádka uvádí charakteristiky, které předpokládají určitý esenciální rozdíl mezi populárním a vysokým uměním. Mezi ně patří například odlišná obtížnost uměleckého díla při jeho vnímání a jeho rozdílné emoční působení na recipienty. Vysoké umění tak podle něj poskytuje „skutečné estetické potěšení“, zatímco to populární vyvolává „falešné pocity a zástupné zážitky“. (Zahrádka, 2009) Ostatně i Clement Greenberg, světoznámý umělecký kritik, ve své eseji *Avantgarda a klíč* zmiňuje komplikovanost vysokého umění o proti fádnosti populárního umění, které neklade na publikum tak vysoké nároky. (Greenberg, 2000) Tento estetický hierarchismus v umění je zřejmě znatelný i na podvědomé úrovni u neoborného obecnstva. Vážnou hudbu si automaticky pro její komplikovanou strukturu spojujeme s uměním mnohem více než hudbu populární. Tato vysvětlení však ale nejsou zcela dostačující a jsou v mnoha ohledech velmi problematická. Nelze s přesností definovat, co za umění je hudba populární a co vážná, tak jako nelze s jistotou tvrdit, že člověk, který nezná obsah uměnovědných oborů, nemůže umění navštívit za účelem estetického prožitku. Z pohledu autorky na poli umění vzniká zbytečně mnoho teoretických polemik, které jsou ve své podstatě v rozporu se samotným uměním. Přílišné teoretizování nás paradoxně vzdaluje od správného uchopení uměleckého díla. V závěru pravděpodobně zjistíme, že tyto dalekosáhlé debaty nejsou o konkrétním

umění, ale spíše se vztahují k životu lidí, kteří jej tvoří. Možná vážná hudba náleží skrytým personám a populární těm, které vidíme každý den na našich obrazovkách. Možná to není boj mezi zábavou a uměním, ale boj mezi popularitou a komerčností v kontrastu s nekomerčním uměním. To nás dostává do sfér marketingu, který by měl mít za cíl hledat způsoby, jak umění přiblížit novému obecenstvu, nežli umění přizpůsobovat většinovému publiku za dosažením popularity.

Marketingové postupy pocházejí z prostředí komerčních organizací. Nekomerční sféry tyto postupy začaly využívat až mnohem později. Je nutné pochopit vztah mezi nimi, jelikož oba subjekty mohou svou činností směřovat velmi podobným směrem a běžný zákazník ani nemusí tušit, že jejich povaha je natolik rozdílná. (Bačuvčík, 2012, s.13) Neziskové organizace na rozdíl od organizací komerčních uvažují o zisku spíše na morální rovině, která se snaží uspokojit veřejný zájem. Jsou projevem občanské společnosti, která aktivně participuje na společenském nebo politickém dění daného území. Rozdíl mezi komerční a neziskovou organizací je také z hlediska marketingu. Neziskový sektor využívá marketingové nástroje na dvou frontách – na spotřebitele svých služeb, ale také na subjekty, které je financují. Funkce spotřeby a platby je tedy rozdělena mezi dva zákazníky. Je však i něco, co mají tyto protichůdné subjekty společného a tím je existence a povaha tržní konkurence. Konkurence mezi neziskovými organizacemi navíc nezůstává jen v rámci jejich oboru, ale působí napříč všemi obory v neziskovém sektoru, jelikož všichni usilují o finanční podporu od stejných zdrojů. (Bačuvčík, 2011) Problémem nekomerčních organizací tedy často není to, že by nevykonávaly žádné marketingové aktivity, ale spíše jejich nedůvěra k obchodnímu smýšlení a přílišná umělecká zásadovost, která je v rozporu s myšlením obchodním. To však nemůže být bráno jako norma, jelikož existují výjimky, které oba tyto principy slučují.

1.3 Marketingové řízení v kulturních organizacích

Výjimky, které autorka zmiňuje výše, hovořící o spojení obchodních aktivit a kultury, jsou přítomny již v historii. V sedmnáctém století fungovaly operní společnosti na podnikatelském principu. (Bukofzer, 1986, s.577) Role impresária zastupovala roli silné manažerské osobnosti, která dbala na podněcování kulturních událostí pro veřejnost a byla tehdy stejně hodnotná jako role tvůrce. (Chong, 2002, s.33) Model impresária vydržel až do 20. století, kdy se z převážně nahodilých uměleckých seskupení stávaly velké instituce a

z manažerů spíše pracovníci v administrativě. (Kotler, Sheff, 1997, s.23) Dnes na roli impresária můžeme nahlížet jako na pozici agenta celebrit.

Celkově dnes vývoj marketingových aktivit ve světě kultury a umění zaznamenává značný pokrok. Objevuje se mnoho technologických zjednodušení, která přispívají k plynulému průběhu manažerského procesu a také mnoho jiných marketingových přístupů, jako je třeba direct marketing. Rentschler popisuje v této souvislosti tři vývojové fáze, kterými umělecký marketing během třiceti let prošel. První fáze v rozmezí let 1975-1984 nazvaná *zakladatelská* se soustředila především na vzdělávání publika. Druhá fáze, neboli období *profesionalizace* (1985-1994), aplikovala marketing na neziskové kulturní organizace a začalo se v ní poprvé mluvit o samostatných marketingových odděleních, což nás dostává do fáze třetí – *objevovací*, která probíhá od roku 1995, a ve které se marketing v kulturním prostředí považuje za naprostou samozřejmost, zejména při hledání zajímavých cest, jak oslovit publikum. (Rentschler, 2002) Přesto dnes mnoho kulturních institucí stále nemá personál specializovaný na marketing. Důvodem je nedostatek finančních prostředků obecně, natož tak na financování marketingových specialistů. Absence těchto specialistů však pracovníky v kulturních organizacích stále vzdaluje od toho, aby se soustředili na umění, protože veškeré úsilí musí vynakládat na ekonomický chod své organizace. V tomto začarovaném kruhu, ve kterém umělecký sektor bez správného marketingu nemusí dosáhnout zisku, a ve kterém často finanční nestabilita umělců neumožní financovat marketingového specialistu, umělec snadno ztrácí svou integritu.

Marketingové řízení zasahuje do mnoha oblastí korporátní praxe. Obsahuje řízení podoby produktu, který má zároveň naplnit uměleckou vizi a splnit jisté požadavky publika, řízení vlastních zaměstnanců a také řízení finančního toku. Každá tato oblast obsahuje několik dalších činností, které manažer musí zajistit a bere za ně zodpovědnost. (Bačuvčík 2012, s.22)

1.4 Komunikace v marketingu kultury

Komunikace vždy závisí na schopnosti správně dekodovat informaci od odesílatele, ale také na schopnosti, jak ji správně zakódovat a zvolit vhodnou metodu sdílení s příjemci. V umění se však ocitáme na rozcestí s těmito pravidly. Nastává totiž otázka, zda je opravdu nutné pochopit a správně dekodovat umělcovo dílo, abychom dosáhli kýženého efektu. Je zřejmé, že určitá míra pochopení náš vztah k dílu přiblíží a dodá nám pocit spojení s autorem. Je však velmi unáhlené tento požadavek očekávat za každých okolností. Na komunikaci

v prostředí kultury se tedy musíme dívat jinak. Nepožadovat pochopení, ale reflexi a zároveň podpořit chtít být součástí uměleckého vyjádření.

Veřejnost, které chceme komunikovat náš kulturní obsah, a po které vyžadujeme zamyšlení a účast, se podle Diggleho terminologie dělí na publikum dostupné a nedostupné. Dostupné publikum bychom dále ještě mohli rozdělit na návštěvníky (attenders) a zájemce (intenders). (Diggle, 1994) Marketingová komunikace kulturních organizací komunikuje jak s publikem dostupným, tak nedostupným (širokou veřejností). Je složité přesně určit, která skupina je tou s těžší. Často se totiž setkáváme se situací, kdy lidé sice mají v oblibě určité formy umění, ale nikdy se nepodílí na jejich veřejné podpoře. Právě tyto jedince nedostupného publika máme možnost oslovit díky komunikaci s širokou veřejností. O dostupném publiku jsme schopni z minulých zkušeností vydedukovat, že se účastní kulturních událostí, a tím pádem nabýváme předpokladu, že by je mohl zaujmout i aktuální event. Na dostupné publikum můžeme cílit s dvěma různými záměry – *rozšíření* publika (broadening), což můžeme chápat jako přeměnu pouhých zájemců na budoucí návštěvníky nebo se záměrem *prohloubení* vztahu k umění (deepening) u osob, které se nachází v pozitivní fázi hodnocení, což se projeví zvýšením počtu navštívených akcí. (Andreasen, 1991, s.16) Dostupné publikum je skvělou platformou pro efektivní užití přímého marketingu. Konkrétně se zaměřením na otázku abonmá, které je považováno v oblasti komunikace interpretačních umění za jedno z nejdůležitějších témat.

V komunikaci se mimo jiné může vyskytovat i komunikační šum, který znemožňuje dosažení publika a komplikuje rozklíčování výkladu. Cílem marketingové komunikace by mělo být tuto bariéru odstranit a posílit benefity, které mohou lidé s aktivní účastí na kulturních akcích vnímat. (Bačuvčík, 2012, s.137) V některých případech marketing však nestačí. Nedokáže ovlivnit dostatek volného času zájemců, ani změnit pevně ukotvené priority potenciaálního publika. Pro tvůrce je bariérou také fakt, že kulturní akce jsou zpravidla jednou z mála příležitostí, jak strávit kvalitní čas s rodinou a přáteli, což se v konečném důsledku stává důležitější motivací, než je samotný kulturní program.

1.4.1 Komunikace na podporu abonmá

Valná většina kulturních organizací má zájem o to, aby se co největší část jejich návštěvníků stala abonenty. (Newman in Kotler, Scheff, 1997, s.262) Pokud je divadelní publikum z většiny tvořeno návštěvníky, kteří si volí jednotlivá představení, nastává situace, že některé tituly jsou velmi brzy vyprodány a naopak jiné zůstávají s prázdným hledištěm. Tím se

organizace dostávají do problémů nejen finančních a organizačních, ale také morálních. Kulturní organizátoři nemohou velmi experimentovat s náplní svého programu, jelikož by byl z hlediska návštěvnosti nevyvážený. Pokud však většinu publika tvoří abonenti, je zde prostor pro mnohem svobodnější a experimentálnější vyjádření, které by vybíravé publikum zřejmě odradilo. Kampaň na předplatné je také méně náročná oproti kampani na oslovení selektujících nákupčích, která se musí umístit před každou inscenací zvlášť. Předplatné má své výhody nejen pro organizátory, ale i pro zákazníky. Cenová úspora, odborný názor instituce a vzdělávací efekt jsou jen zlomkem toho, co předplatitel může díky abonmá získat. (Bačuvčík, 2012, s.140) Zlínské divadlo dále v rámci předplatného vyzdvihuje úsporu času při nakupování vstupenek, získání různých bonusů, přednost a garanci místa a v neposlední řadě flexibilitu, která umožní „předplatenku“ darovat nebo půjčit. (Výhody předplatného, 2021)

1.4.2 Reklama a formulace komunikačního sdělení

Role reklamy je v propagaci kulturních organizací nemálo podstatná. Promlouvá k pravidelným zákazníkům, ale především cíleně oslovuje široké masy zákazníků potencionálních. Dalším benefitem reklamy v kultuře, kromě její flexibility v cílení, je fakt, že ji mohou vnímat jak zájemci a návštěvníci, tak i nezaujatí nebo dokonce odpůrci. Což platí pro reklamu obecně. Reklama také slouží k získání náhlých abonentů, kteří jsou pro umělecké organizace velmi významným zdrojem finanční jistoty.

Reklamu můžeme v obecné rovině rozdělit na *zaváděcí/informativní*, *přesvědčovací* (nesoucí apel) a *připomínací* (posilující povědomí). Obecně ji také můžeme klasifikovat na reklamu *produktovou* (krátkodobě šířící informace o daném produktu, snažící se hlavně informovat) a *imageovou* (budující dlouhodobý image a reputaci organizace). S touto klasifikací úzce souvisí pojmy branding a rebranding, které v prvním případě dostávají značku do povědomí a v druhém mění její klasifikaci u povědomí veřejnosti. (Sheff, Bernstein, 2007, s.193, s.197)

V kulturní oblasti reklama nabývá několika podob. Důvodem je množství a rozdílnost cílových skupin. Nejčastější podoby reklamy jsou sociální marketingová kampaň, reklamní kampaň konkrétní organizace a reklama v podobě předběžného anoncování programů s titulem, datem a nejdůležitějšími informacemi. (Bačuvčík, 2012, s.146) Poslední zmíněná podoba reklamy je nejvíce využívána v různých médiích, jelikož plakát lze zveřejnit jak v off-line, tak on-line prostředí. Bohužel tento typ reklamy prakticky vůbec neoslovuje

společnost, která se o daný produkt nezajímá. Proto by se kulturní spolky měly stejnou měrou zaměřovat na svou celkovou image a nejen na náhlou komunikaci aktuálních titulů.

Formulace komunikačního sdělení by vždy měla odpovídat na otázky kdo, co, komu, jak a jaké jsou požadované výsledky. Komunikační plán by vždy měl začít u identifikace cílové skupiny a určení cílů komunikace. Následně se přesunout na samotnou tvorbu sdělení, které bude vizuálně identické na všech komunikačních kanálech, jež musí projít odbornou selekcí. Správný komunikační plán se neobejde bez předem stanoveného rozpočtu, komunikačního mixu, volby způsobu měření výsledků propagace a odborného řízení a koordinace celého procesu. (Colbert, 2001, s.186) Komunikační plán je součástí marketingového plánu, který se zabývá souvislostmi mezi organizací a okolím na mnohem širším poli. Marketingové a komunikační cíle se mohou lišit, ale vždy spolu úzce souvisí. (Colbert, 2001, s.189) Formulace komunikačního sdělení by vždy měla navazovat na marketingový výzkum, který získá potřebné informace o cílové skupině a jejím okolí.

V uměleckém prostředí lze sdělení formulovat pomocí těchto tří základních apelů – emocionální, racionální a morální. (Bačuvčík, 2012, s.149) Z nichž každý má své výhody a nevýhody a je nutné vždy zvolit vhodný apel tak, aby byl v souladu s propagovaným dílem a filozofií umělce.

1.4.3 Public Relations – komunikace s veřejností

Roviny komunikace jako je direct marketing a reklama nám slouží převážně ke sdělování programu, termínů, míst a důvodů, proč by se jich lidé měli účastnit. Public relations se zabývají spíše tvorbou dlouhodobých vztahů s veřejností a vytváření své image. V public relations se prolínají tři sociální a korporátní fenomény: podniková identita, image a veřejné mínění. Obecně je PR jakákoliv aktivita organizace bez ohledu na to, jestli je cílenou marketingovou komunikací nebo běžným vystupováním jejich zaměstnanců. (Bačuvčík, 2012, s.154)

Povinností PR je komunikovat s veřejností a to nejlépe tak, aby se vyhnula jakémukoliv excesu. Veřejnost totiž nezapomíná a jediná negativní informace může zmařit dlouhá léta budování pozitivní image. V některých případech, a to konkrétně u neziskových organizací, které mohou být částečně financovány státem, je povinností komunikovat s veřejností o naplňování své odpovědné role, která dokládá, že jsou finance z veřejných rozpočtů využívány správným způsobem. Prostřednictvím PR si neziskové organizace vytváří reputaci a nové možnosti svého budoucího financování z dalších zdrojů. (Čepelka, 1997)

Public relations směřují k rozmanitým cílovým skupinám uvnitř obecné veřejnosti. V této souvislosti můžeme vyjmenovat několik významných druhových variant PR podle Svobody (2001). *Employee relations* – interní PR, *community relations* – vztahy s nejbližším okolím organizace, *media/press relations* – vztahy s médii, *government relations* – vztahy s orgány veřejné zprávy, *investor relations* – vztahy s těmi, kteří nás mohou sponzorovat, *industry relations* – vztahy s těmi, jež nabízí stejný či podobný produkt nebo doplňkové služby k našemu produktu a v neposlední řadě *minoroty relations* – vztahy s nositeli menšinových zájmů, které jsou pro tuto práci stěžejní. Pro kulturu jsou neméně důležité také vztahy se školami, které nabízí zajímavou cílovou skupinu studentů, kteří brzy dospějí do role možného publika. Tuto druhovou variantu bychom odborně nazvali *university relations*. Co v PR může být také velmi účinným pomocníkem, jsou spolupráce s názorovými lídry či celebritami v dané oblasti – *celebrity relations*. Práce s nimi má však jistá úskalí. Korelace mezi pověstí názorových vůdců a pověstí organizace je ve velmi úzké blízkosti.

1.4.4 Komunikace na internetu

Prostředí internetu slouží jako skvělá platforma pro komunikaci kultury především k mladým lidem. Hlavním činitelem je právě již zmíněná komunikace nežli cílená propagace. O umění se na internetu samovolně mluví a píše. Lidé vedou rozsáhlé dialogy na diskuzních fórech a téměř každou kulturní zkušenost sdílí na sociálních sítích. Tento fakt je pro kulturní organizace nadmíru nápomocný, jelikož iniciativa nemusí vždy začínat u marketingu, ale i u zákazníků.

Největším fenoménem internetu je možnost shlédnout videa a poslechnout si hudbu na internetových kanálech jako Youtube, Spotify, Soundcloud atd. V aktuální době pandemie je právě internet to, co zachraňuje kulturu. Zkušenost posledních měsíců by měla přesvědčit o investování do internetové kampaně téměř všechny kulturní organizátory.

1.5 Kulturní politika České republiky

Po událostech sametové revoluce v roce 1989 mnoho uměleckých organizací ke vztahu kultury a politiky přistupovalo velmi zdrženlivě. Převládající názor byl, že politika nemá do kulturních věcí zasahovat. Každý si byl však vědom, že kultura do jisté míry potřebuje státní podporu k realizaci svých projektů. Po několika neúplných pokusech sestavit jakýsi pilíř pro kulturní politiku v ČR, přichází v roce 2001 dokument „*Kulturní politika: Funkce kultury, hlavní cíle a nástroje kulturní politiky České republiky*“. Vydání tohoto dokumentu

odstartovalo vznik dalších publikací, které obsah této problematiky sice nezávisle, ale široce rozšířili (např. *Koncepce účinnější péče o tradiční lidovou kulturu*).

Mezi hlavní cíle kulturní politiky mimo jiné patří zajištění ochrany svobody umělecké tvorby, vytváření podmínek pro realizaci uměleckých eventů, ochrana kulturního dědictví, podpora výchovy a osvěty v systému tvorby a zpomalování negativních vlivů komercializace umění. (Bačuvčík, 2012, s.57)

V dokumentu státní kulturní politiky na období let 2015 až 2025 se prioritou číslo jedna stala podpora kulturní identity, kulturní rozmanitosti a mezikulturního dialogu, která by měla posílit národní a kulturní identitu v globalizovaném světě. Prioritou číslo dva je rozvoj kreativity, který by měl podpořit rozšíření kulturních znalostí a dovedností celé populace. Dalším bodem zájmu, který stojí za zmínku, bylo vybudování sítě e-culture, která má za úkol pomoci v rozvoji kultury ČR. Do tohoto programu patří i centrální portál knihoven, který je dnes plně funkční. Pomocí internetu tedy stát velmi účinně snižuje nerovnosti v dostupnosti kultury. (Státní kulturní politika, 2015)

Paradoxně je kulturní politika pro politiku mnohem důležitější než politika pro kulturu. Národní kultura zrcadlí společnost, aktuální dění ve státě, vytváří charakteristiky, pod kterými nás poznává celý svět a zároveň umělecká kreativita daného státu podporuje jeho ekonomický trh. Kulturní politika je pro stát významným činitelem, který ale nesmí pracovat jen pro svůj vlastní účel, ale musí úzce spolupracovat s ostatními orgány v politickém prostoru, aby její výchozí podstata byla naplněna.

1.6 Marketingově úspěšný kulturní produkt

Nejprve než se pokusíme definovat, co je marketingově úspěšný kulturní produkt, musíme se zamyslet nad tím, co je vlastně úspěšný marketingový produkt. Teorie říká, že marketingově prosperující produkt je ten, který efektivně zasáhne určenou cílovou skupinu. Je na správném místě ve správný čas a je za přijatelnou cenu. Když se podíváme na produkty v kulturním odvětví, nelze zcela jednoznačně určit žádná taková pravidla. O umění nelze spekulovat jen v objektivním měřítku, které jde definovat a měřit, ale musíme předpokládat mnoho subjektivních činitelů. Naplnit přání či očekávání zákazníka v kultuře je složité. Často totiž jejich představy stojí na iracionálních a neuchopitelných základech, založených na momentálním rozpoložení a širokém kontextu jejich životní zkušenosti. Kulturní produkt může být marketingově úspěšný, ale ekonomicky nerentabilní. To se týká hlavně kulturních

produktů určených menšinovému publiku, kde se zároveň musíme ptát na otázky jejich financování mimo výdělků ze vstupného. (Bačuvčík, 2012, s.35)

Domníváme se, že v umění se předpokladem pro komerčně úspěšný produkt stává jeho nositel - známá a jedinečná osobnost a ne tolik její umělecké vyjádření. Tedy pokud její celkový projev není natolik kontroverzní, že publikum zcela znechutí. Naopak svou originalitou a odvahou může publikum i uchvátit. Vždy ale tento fakt stojí na umělci a jeho image samotné. I přesto, že se mnozí mohou domnívat, že marketingově úspěšný kulturní produkt nám vznikne jen díky uměleckému géniu, nelze přesně určit, jaké atributy by takový produkt měl mít. Zcela jistě by definovaná pravidla razantně zasáhla do svobodného projevu umělců. Vložit umění do těchto strategických norem je nesmyslné a ani marketing by se o takové definování neměl pokoušet a to i přes fakt, že je v jeho dobrém zájmu kulturu více pochopit a poskytnout jí oporu v dosahování cílů.

2 INTERKULTURNÍ KOMUNIKACE

V posledních desetiletích se interkulturní komunikace stala dobovým fenoménem. Příčinou je masová globalizace, která začala integrovat všechny země světa do jednoho tržního a kulturního subjektu. Důvodů, proč je správná interkulturní komunikace dnes tolik důležitá, je hned několik. Národy různých zemí spolu začaly mnohem více spolupracovat a to ne jen na mezinárodní úrovni v oblasti obchodu, politiky, diplomacie, umění, kultury, sportu, ale i ve výchově a vzdělávání. Téměř celý svět je otevřen volnému pohybu lidí, díky prosperující ekonomice v cestovním ruchu. Je zcela rozhodující hledat správné formy komunikace a hranice v přejímání zvyklostí napříč kulturami, aby nedocházelo k appropriation, tj. k přivlastnění, ale k appreciation, tj. uznání.

Pokud chceme správně charakterizovat pojem interkulturní komunikace, musíme nejprve vyjasnit význam globalizace a kolonialismu, jakožto jedněch z příčin vzniku této disciplíny mezikulturního spojení. Globalizace je dlouhodobý proces sbližování zájmů lidstva na prakticky všech úrovních života. (Rolný, Lacina, 2004) „*Globalizace je slovo, které v sobě skrývá nepřesnou minulost, chaotickou současnost a především tajemnou budoucnost.*“ (Hnátek, 2005, s.2) Bylo by zcela mylné se domnívat, že globalizace je rozmarem dnešní „svobodné“ doby. Mezi první conquistadory patřili již ve starověku Řekové a Feničané, později Portugalci a Španělé (odkud také pochází tento pojem). Mezi nejznámější patří i Kryštof Kolumbus se svými zámořskými objevnými plavbami, které už tehdy měly své místo ve vrcholné éře kolonialismu.

„A pak nám bylo dáno čelit bílému pohledu. Tehdy na nás dolehla neobvyklá tíže. Onen opravdový svět nám upíral náš podíl. V bílém světě totiž barevný člověk naráží na obtíže při utváření vlastního tělesného schématu...kráčel jsem daleko od svého bytí-zde, velmi daleko... Cožpak jsem se mohl cítit jinak? Než jako by mě odtrhli od světa, vyrvali ze společnosti, jako by mi způsobili krvácení, jež se sráželo černou krví po celém mém těle?“

(Fanon, 2011, s.112)

Bhabha ve své knize *Místa kultury: Postkoloniální myšlení* popisuje koloniální touhu jako artikulaci vztahu k místu druhého: fantazmatické místo vlastnění, které nikdo nemůže samostatně trvale zaujmout, a které proto umožňuje snít o tom, že se jednou role obrátí. (Bhabha, 2012. s.97) Termín kolonialismu je pro interkulturní komunikaci neodmyslitelný. Pokud toužíme vytvořit korektní schémata komunikace mezi kulturami, musíme znát celý historický kontext. Takový kontext, který není ohýbán jen západními dějinami. Interkulturní

komunikaci bychom tedy dnes mohli charakterizovat jako počátek boje proti koloniálnímu nátlaku. Tento boj však znamená destrukci osvícenské ideje „člověka“ a zpochybnění historické koncepce progresivního času a uspořádaného celku, která mnohé odradí. Jakmile narušíme řád západního historicismu koloniálním výjimečným stavem, narušíme taky společenskou a duševní reprezentaci lidského bytí. (Bhabha, 2012, s.93)

Na interkulturní komunikaci lze samozřejmě nahlížet i z perspektivy západu. Průcha ji definuje ze tří hledisek, která jsou objektivní a vzájemně úzce související. Významy korespondující s tímto pojmem jsou:

1. Interkulturní komunikace jako *proces* verbálního a neverbálního sdělování probíhající v různých sociálních situacích. Tento proces můžeme vnímat ve společnosti téměř denně. Je zcela spontánní a bez jakéhokoliv záměru.
2. Interkulturní komunikace jako *vědecká teorie a výzkum* zabývající se reálnými procesy interkulturního komunikování. Proces studující obsah interkulturní komunikace, její podmínky, překážky a následné efekty.
3. Interkulturní komunikace jako *edukační a podpůrné aktivity* zaměřené na praxi a vycházející z poznatků příslušné vědecké teorie a výzkumu. Aktivity nabízející doporučení a modely určené k následné aplikaci.

(Průcha, 2009, s.13)

2.1 Typologie národních kultur

„Ve světě kam mířím, se bez ustání utvářím znovu a znovu. A koloběh své svobody uvedu do chodu, překonám-li historickou, instrumentální danost.“

(Fanon, 2011, s.190)

Je bezesporu, že každý národ oplývá svou vlastní specifickou charakteristikou, jenž nám je historicky vštěpována do vědomí i podvědomí a tím utváří naši jedinečnou realitu. Hofstede přirovnává kulturu k určitému „mentálnímu naprogramování“, které se každý jedinec naučí v místě, kde žije, na základě společnosti, ve které vyrůstá a podle vzorců myšlení, které kolem sebe vidí. *„Kultura je vždy jevem kolektivním, neboť je vždy alespoň z části sdílena lidmi, kteří žijí nebo žili ve stejném společenském prostředí, v němž si ji osvojili. Je to kolektivní programování mysli, které odlišuje příslušníky jedné skupiny nebo kategorie od jiných.“* (Hofstede, Hofstede, 2006, s.14) To, co však národní mentalitu a její kulturu formuje nejvíce, jsou její hodnoty. Právě ty jsou přenášeny z generace na generaci a jsou

dost odolné vůči zásahům z vnějšku. (Rabušic, 2001) Úvodní citace se snaží tuto kulturní přítomnost v jistém smyslu negovat. Fanon touží po uznání „existovat i jinde a pro něco jiného“ než mu bylo uděleno. Neodmítá ji však v tom slova smyslu, že by snad národní kultura neměla existovat, ale že přílišná fixace na ni může být nebezpečná. (Bhabha, 2012, s.57)

Pokud se ale vrátíme zpět k Hofstedovi, kde kultura je přítomná a „bezpečná“, narazíme na jeho typologii dimenzí národních kultur. Výzkum z více než padesáti zemí světa.

MOCENSKÝ ODSTUP

- vztah k autoritě
- přijetí nerovnoměrného rozložení moci
- sociální distance ve vztahu vedoucí x podřízený
- země s velkým mocenským odstupem: Malajsie, Mexiko, Francie
- země s malým mocenským odstupem: Dánsko, Irsko, Nový Zéland



MASKULINITA X FEMINITA

- vliv mužského prvku v hodnotách společnosti
- rovnoprávnost žen
- maskulinní země: Japonsko, Rakousko, Itálie
- femininní země: Švédsko, Holandsko, Dánsko



INDIVIDUALISMUS X KOLEKTIVISMUS

- rozsah závislosti jednotlivce na kolektivu
- individualistické země: USA, Holandsko, Belgie
- kolektivistické země: Ekvádor, Pákistán, Jižní Korea



VYHÝBÁNÍ SE NEJISTOTĚ

- pocit ohrožení nejistými či neznámými situacemi
- postoj k riziku
- země se silným vyhýbáním se nejistotě: Řecko, Portugalsko, Japonsko
- země se slabým vyhýbáním se nejistotě: Singapur, Hong Kong, Velká Británie



DLOUHODOBÁ X KRÁTKODOBÁ ORIENTACE

- vytvrvalost, vztahování k budoucím odměnám
- dlouhodobě x krátkodobě cíle
- západní myšlení = rychlý výsledek a zisk
- východní myšlení = konfuciánská filozofie
- dlouhodobě orientované země: Čína, Japonsko, Jižní Korea
- krátkodobě orientované země: USA, Velká Británie, Kanada



POŽITKÁŘSTVÍ

- svobodné uspokojování potřeb
- dlouhodobě orientované společnosti - zdrženlivé
- krátkodobě orientované společnosti - požitkářské
- zdrženlivější kultury: muslimské země, východní Evropa
- požitkářské kultury: západní Evropa, Severní Amerika, některé státy subsaharské Afriky



Obrázek 1: Typologie kultur, Hofstede, 1999; Hofstede a Hofstede, 2006; Hofstede a Minkov, 2010

Zdroj: Vlastní zpracování

K pochopení podstaty kulturně integračních procesů je nutné také pochopit pojem sociokulturního systému. Ten vyjadřuje jednotu systémů sociálních i kulturních. Kultura je totiž kulturou konkrétního lidského společenství, která sama o sobě nemůže existovat. (Lehmanová, 2001, s.25) Tato lidská společenství jsou vymezena svým rodem, národem, současným lidstvem a sociální skupinou, disponují určitými systémy svých výtvorů, které jsou esenciální pro zajištění jejich existence, ke svému fungování a rozvoji. Tento systém materiálních i duchovních „nástrojů“ nazýváme kulturním systémem. (Malinowski v Lehmanová, 2001, s.26)

2.2 Typologie evropské kultury a jejich formativních činitelů

„Evropa je Logos. Ratio jako hledání pravdy.“

(Husserl v Lehmanová, 2001, s.28)

Evropští myslitelé se pokoušeli definovat základní evropské hodnoty a základní ideu Evropy již v 19. století. Západní civilizace pro ně vždy symbolizovala atributy rozumu, svobody, rozvoje, racionalismu a skutečného nalezení ideálu. Tyto hodnoty vychází z pevně zakořeněných paradigmat naší historie. Zásadou pro vytvoření těchto vzorů jsou jednak způsoby života dané společností, její geografické a klimatické podmínky, ale mnohem zásadněji její vztah k přírodě, interpretace času, pojetí podstaty bytí a duchovní složka její kultury. (Lehmanová, 2001, s. 28) Víra bezesporu v mnoha ohledech formuje obraz světa každého národního společenství a odpovídá na různé mezikulturní otázky. Vedle toho ale nesmíme zapomínat na další formativní činitele, které pomohly utvářet soudobý světonázor. Tím jsou např. etnické složení populace žijící na určitém území a historické události, které jsou předchůdcem toho, jakými povahami dnes disponujeme.

Pro Evropu jsou příznačné tři události, které zformovaly její základní hodnoty. Je to období Antiky, křesťanství a novověké evropské vědy. (Lehmanová, 2001, s. 28)

Antika a její filozofické postoje jsou významnou inspirací evropského myšlení od prvopočátku. Důraz kladen na rozum a logiku je natolik výrazný, že odsouvá sílu božství na úroveň lidského zákona. Bohové už nejsou jedinými hybateli dobra, pozornost je obrácena ke člověku. Od hylozoistického mýtu se dostáváme k řeckému logu. Tyto racionální ideje vznikají na základě dobové elity, která se snažila vytvořit Platonský ideální stát (Utopie) a nastolit první dogmata demokracie. Právě zákony cnosti - spravedlnost, moudrost, mužnost a uměřenost jsou základním pilířem harmonie. Odrazem božského světa, kde vládne rozum.

(Chadima, 2013, s.11) Člověk jako individuum stojí nezávisle proti společnosti, prosazuje právo na svůj názor a odmítá společenskou vazbu, což je v naprostém rozporu s obdobím vedeným mýty. „*Neboť smyslem mýtu je právě, ..., vzdát se sama sebe, své individuality, možnosti vědomě proniknout ke své nejvlastnější bytosti: vzdát se do rukou minulosti, pravěku, který vládne doposud.*“ (Patočka, 1996, s.27.)

S příchodem křesťanství se pohled na svět opět obrací ke spiritualitě. Zásadním formativním činitelem je otázka morálky jedince, který musí naplnit své poslání v rámci společenského schématu trojího lidu. Lidské snažení směřuje ke spáse. Křesťanství apeluje na dodržování desatera přikázání jako etického kodexu společnosti, mostem mezi nebem, zemí a peklím.

„*Podle přesvědčení křesťanské víry je Ježíš tím, kdo skrze to, co nazýváme jeho poslušností, jeho modlitbou, jeho svobodně přijatým údělem zemřít, dovršil také přijetí milosti, kterou mu Bůh dal, a bezprostřední blízkosti Bohu, kterou má člověk.*“ (Rahner, 2004, s.284)

Období rozkvětu evropské civilizace nastává v době počátků renesance. Polovina 19. století definitivně formuje evropské hodnotové paradigma a vytváří ucelené kulturní schéma. Evropa expanduje a naplňuje svou historickou funkci. (Lehmanová, 2001, s. 29) Rozvoj vědy se stává hlavním faktorem, který ovlivňuje kulturní charakteristiky. Novověká věda přináší poznatky o přírodních zákonech, které lze racionálně odůvodnit, a které se dají dále využít pro technologický rozvoj civilizace. Vesmír je chápán jako celek podléhající přírodním zákonům. Obraz světa, který je sjednocením obecných poznatků mechanické přírodovědy a antické filozofie společně s křesťanským vkladem, představuje základ evropského hodnotového systému. (Lehmanová, 2001, s. 29)

Domníváme se, že novověký člověk a jeho vztah ke svobodě se snaží vymanit lidský rod z absolutní přírodní determinace. Je to jev znamenající odklon od přírody a snahu ovládnout její zákonitosti, který je zakrytý koncepcí mravnosti. Lidská západní skutečnost je procesem neustálého pokroku a lineárního vývoje vpřed. Člověk díky rozumu překračuje svou základní podstatu a emancipuje svou vlastní humanitu.

2.2.1 Typologie české kultury a jejich formativních činitelů

*„Věrný syn jsi Čechů kmene,
věrný bratr bratřím svým;
jazyk český je i Tobě
otců drahým dědictvím.
České hory – české doly -
české luhy – český háj -
širá vlast’ – ta česká země
nejmilejší Tobě ráj.“*

(Mácha, 2016, s.11)

Dějiny českého národa byly vždy sužovány nadvládou jiných, mnohem mocnějších říší. Česká kultura se tak odjakživa vyvíjela v těsné blízkosti kultury té země, která zrovna na území panovala. Češi nemají koloniální minulost. Zažili jsme vlivy Svaté říše římské, Rakouska-Uherska, německé okupace, ruského komunismu a to vše po boku slovenského národa, od kterého jsme se oficiálně osamostatnili až v roce 1993. Byli jsme v ústředí dvou světových válek a mnohých bitev o naše hranice.

Nejsilnějším formativním činitelem historie české země je definitivně Národní obrození, které začalo utvářet moderní český národ. Otázka české obrozenecké kultury je tematikou mnohem složitější, než se může zdát. Nelze ji zcela vytěsnit od evropského historického vývoje, jelikož dějiny jsou jen jedny. České národní obrození je tak příběhem v dějinách někoho jiného. Macura ve své knize *Znamení zrodu a české sny* upozorňuje na tento složitý vztah. *„Téměř všechno, co cítíme jako příznačné pro českou obrozeneckou kulturu, nevzniklo navázáním na tradici, ale mnohem složitějším vztahem, jímž bylo samo navázání výslovně sice zdůrazňováno, zatímco vnitřně byl naplňován rozchod s minulostí.“* (Macura, 2015, s.10) Silná germanizace narušila plynulý vývoj české kultury, rozbila národní struktury, vytlačila český jazyk tím německým. Národní obrození zakládalo novou českou kulturu uvnitř kultury jiné – německé. (Macura, 2015, s.11) Umění jazyka bylo jedinou možnou zbraní ve vlastenecké bezmoci.

Pohled Čechů na Evropu byl dvojitý. Někteří výrazně razili, že Čechy patří na jeviště evropského historického dění, že úkony o vlastní emancipaci jsou vlastně bojem za svobodu celé Evropy. Na druhé straně českého vnímání byla Evropa brána zcela odlišně – jako jiný svět, než ten český, jako svět ve kterém musíme bojovat o svou vlastní svébytnost. (Macura,

2015, s.297) Cítili jsme jinakost od Evropy a i naše obrození jsme prosadili jindy a především jinak.

Dalším tragickým hybatelem kulturního systému ČR mimo jiné byl režim komunistické diktatury. Čtyřicet let nesvobody, rozkrádání majetků, rozbité společnosti, poprav, emigrace, nátlaku a ztráty naděje. „Kdo nejde s námi, jde proti nám“. (Klement Gottwald) Tento rozkol v politických poměrech vyvolal diverzifikaci i na poli české umělecké tvorby. Kulturní mnohoznačnost byla nevyhnutelná a začala se dělit na tu – co existuje v souladu s režimem, podzemní nezávislou kulturu odsouzenou na samizdat a kulturu tvořenou v exilu. (Janoušek, 2008) Přes všechn útlak ve svobodě projevu Česko zaznamenalo mezinárodní přesah na poli filmového umění a to díky Nové vlně 60. let a tvůrců jako byl Miloš Forman nebo Jiří Menzel. Tato významná uznání však nic nemění na marxistickém postoji k umění, převzatého z antického vzoru – nadřazenosti vztahu politiky ke kultuře. Dělnická třída nedůvěřuje umělecké inteligenci a pojem kultury si výhradně spojuje s adjektivem aristokracie. (Kusák, 1998, s.48)

Česko dnes je svobodné, ale je jisté, že se ze svých historických událostí ještě vzpamatovává. Možná už ne ve smyslu revolty, ale ve smyslu objevování a snahy odstranit rezidua těchto radikálních ideologií, které na nás dlouhá léta apelovaly strachem. Nejsme sebevědomí, nejsme si jisti. Vyděšení z jinakosti a vlastenečtí ve svém vlastním pojetí k naší rodné zemi „*toužíme po izolaci, aby vše bylo malé, ale naše.*“ (Jan Bařa)



Obrázek 2: Koláž Česko

Zdroj: Vlastní zpracování

2.3 Typologie africké kultury a jejich formativních činitelů

„Africa my Africa

...

I have never known you

But your blood flows in my veins

Your beautiful black blood that irrigates the fields

The blood of your sweat

The sweat of your work

The work of your slavery

Africa, tell me Africa

Is this your back that is unbent

...

That tree over there

Splendidly alone amidst white and faded flowers

That is your Africa springing up anew

springing up patiently, obstinately

Whose fruit bit by bit acquires

*The bitter taste of liberty.*¹

(David Diop, kolem roku 1950)

Vylíčit Afriku, jako jeden celek, je téměř nemožné. Každá její část byla po staletí okupována jinými evropskými kulturami, jež africké obyvatele vzdalovaly od sebe samých. Prameny vypovídající o afrických dějinách mají jinou hierarchii a významovost, nežli přímé zdroje pro historii evropskou či americkou. Písemných pramenů je málo a jedině, co sdílí odkaz starověké Afriky se současností, jsou skalní obrazy rozšířené po celé Africe, přičemž ty nejznámější bychom hledali v Egyptě. Evropské písemnosti o Africe začínají až po vpádu portugalských kolonizátorů, kteří ale o její kulturu nemají zájem ani snahu jí porozumět. Koloniální správci píšící o Africe tak do světa přináší jejich velmi zkreslenou realitu o tomto

¹ Překlad viz příloha č. I

kontinentu. (Klíma, 2012, s.7-17) Hlavním původcem zachování si své africké identity byly orální zdroje – básně, rituální zpěvy, mytologické příběhy. Strážcem tradice a hybatelem bylo „Nommo“ – síla slova, ale také hudba a tanec. Umění, jak bychom to nazvali my ze západu, drželo Afriku při životě. Pro ně to byl však jejich přirozený život, co je udržoval mezi živými.

Africké dějiny stále nemají ustálenou terminologii v odborné literatuře, ale jejich vývoj se předpokládá asi takto: Afrika je kolébkou civilizace lidstva. V období pravěku se zde začal vyvíjet člověk a jeho rasa. Mnoho nálezů z Nakuru dokazuje černošskou populační dominanci. Ve starověku Afriku, stejně jako i jiné kontinenty, ovládla antika, která zapříčinila rozsáhlé migrační pohyby. Ani antičtí myslitelé však neměli zájem o africké národy a spíše je považovali za něco podřadného. Vulgární etnofaulismy k jejich osobě byly prvními známkami rasismu. Poté nastalo období samostatného vývoje, kdy si Afrika budovala první domácí státní útvary. Její území však bylo pod nadvládou Islámu. Toto období později narušila první vlna evropských kolonizátorů, kteří potřebovali najít novou pracovní sílu. Nastaly tak počátky otroctví a obchodu s lidmi. Všechny tyto neetické činy proti člověku byly moralizovány záměrem vyřešit spor mezi islámem a křesťanstvím, které zde Evropa chtěla rozšířit. Papež tak s vycítěnou příležitostí začal Portugalcům udělovat Afriku objevenou i neobjevenou. Křesťanství však mnohým Afričanům nevyhovovalo, nelíbila se jim představa Ježíše ukřižovaného na kříži, který byl spíše projevem trpitele než silného boha. (Klíma, 2012, s.17-37)

Objevné plavby v období kolonizace převážely mezi kontinenty jak otroky, plodiny, zboží, tak nemoci. Britové vyváželi nejvíce otroků do amerických přístavů, kteří tak měli svou pracovní silou nahradit domorodé Indiány. S otroky neobchodovali jen běloši, ale i Arabové a dokonce i afričtí aristokraté. S průmyslovou revolucí však otroctví upadalo, nikdo už nepotřeboval pracovní potenciál afrického lidu. Spíše než ale na humanitních základech tento jev stál na ekonomických důvodech. V průběhu 19. století vídeňský akt zrušil otroctví, což stejně mnoho zemí nedodržovalo, ale především započal závod o Afriku – zemi nepolíbenou. Během 1. a 2. světové války byl Africký lid rozdělen podle svých kolonizátorů. Afričané museli bojovat za své pány, umírali ve jménu země, která je kolonizovala. Evropa řešila své spory o moc na území cizího kontinentu - Afriky. 2. světová válka kolonizátory oslabil. Společně s vítězstvím proti německým nacistům se ve světě vzbudily myšlenky demokracie a svobody, které stejnou měrou pronikaly i do Afriky. Mělo dojít k dekolonizaci, což podporovalo i postavení zemí, které válku vyhrály. USA a SSSR totiž nebyli

kolonizátory, což vytvářelo pocit a naději, že světu může vládnout i někdo jiný než ustálené velmoci. Dekolonizační vlny byly dvě a až v roce 1975 se většina afrických států mohla považovat za nezávislé. Afrika byla hrdá, ale po tolika letech pod vedením europoidních dobyvatelů nevěděla, jak udržet ekonomický pokrok. Nastalo období hospodářských kolapsů, hladomoru, korupce, občanských válek, diktatury, aids, což mnoho států zdevastovalo. Dekolonizace Afriku sice osvobodila, ale velmi oslabila. (Klíma, 2012, s.21-338)

Je jisté, že problémy, ve kterých se Afrika nachází dnes, jsou pouze vyústěním evropských dohod a sporů, pozůstatků světových válek a důvodem globalizace. Země třetího světa se nám mohou zdát opožděné a jedinou příčinou jsme my. Fanon odmítá opožděnost černého člověka, protože tento konstrukt je pouze založen na existenci člověka bílého jako normativního a univerzálního vzoru. (Fanon v Bhabha, 2012, s.313) Co je v postkoloniálním světě smutné, je fakt, že černochoch není jen černochem, ale musí jim být tváří v tvář bělochovi. (Fanon, 2011, s.111) Tohle tělesné prokletí vibruje kolem schématu černého těla a každého jeho pohybu. Ani dnes Afričané a kdokoliv s větší mírou melaninu v těle není svobodný. Svobodu získali v otázce území, kontinentu který je zdevastován. Opravdovou svobodu - svobodu těla nezískají do té doby, dokud nezmizí rasismus ze všech systémů světa. A to je tragické.² „Přicházíte pozdě, příliš, příliš pozdě. Vždycky bude mezi vámi a námi existovat jistý – bílý – svět.“ (Fanon v Bhabha, 2012, s.313)



Obrázek 3: Koláž Afrika

Zdroj: Vlastní zpracování

² Informace získány na základě vlastních zkušeností

2.4 Koncepce lingvokultury a Sapir - Whorfova hypotéza

„Half the trouble about the modern man is that he is educated to understand foreign languages and misunderstand foreigners.“³

(Chesterson, 2006)

Objevení Nového světa s sebou přineslo mnoho poznatků a nových možností. Pocit jinakosti, které obě strany musely prožívat při svém prvotním shledání, je pro nás dnes již neuchopitelný. Dvě kultury, které spolu nesdílí ani jazyk, ani zvyky, ani náboženství jen těžko mohou naleznout společný komunikační systém. (Benešová, 2016, s.2) Hypotéza Sapira - Whorfa někdy také hypotéza jazykového relativismu potvrzuje, že interpretace světa závisí právě na tom jazyce, ve kterém člověk vyrůstá. (Sapir a Whorf v Carroll, 1956) Vnímání a chápání světa každého národního společenství je skryto ve vlastních systémech významů, sociálních stereotypů a kognitivních schémat, jenž člověka v zásadě vždy determinují na etnické úrovni. (Leontjev v Průcha, 2010, s.50) Polarita 19. století jménem pokroku vytvořila diskriminační imperialistickou ideologii Já a Jiného. Nastává otázka, zda je jazyk mocenským trikem privilegované západní elity jak vytvořit tento diskurz „jiného“, který jen posiluje jejich vlastní rovnici poznání a tedy moci. (Bhabha, 2012, s.68) Pojetí silného pouta mezi kulturou a jazykem má své odpůrce i příznivce. Příkladem může být český lingvista Horálek, který sice nesouhlasí s tak těsným propojením jazyka a kultury, ale nepopírá schopnost různými druhy jazyka pojmenovat jeden a tentýž kulturní jev. Však jazyková různorodost nemůže být podmínkou v chápání světa, kvůli její nahodilosti. (Horálek, 1967, s.90) Shaff naopak tvrdí, že rozdílnost jazyků ovlivňuje diferenciaci vnímání světa. (Shaff, 1963 s.295)

Pojem lingvokultury vyjadřuje, že verbální projekce myšlení vždy koresponduje s kulturou a etnicitou. (Průcha, 2010, s.51) A to se netýká jen slov řečených, ale i psaných. Moc písma, jeho metaforičnost a rétorický obsah funguje jako produktivní podklad pro kopírování, jenž definuje „sociálně“. Textualita je symptomem politické ideologie. (Bhabha, 2012, s.74)

„Jsme svědky odcizení oka zvukem označujícího, když touha vidění (spatřovat, být viděn) vyvstává a je smazávána trikem psaní.“ (Bhabha, 2012, s.100)

³ Překlad viz příloha č. II

2.5 Interkulturní komunikace a akulturace

Akulturace je velmi častý sociální proces, jehož záměr nemusí být vědomý, ale dopad bývá znatelný. Termínem akulturace se myslí přejímání prvků jedné kultury kulturou jinou prostřednictvím komunikace. (Průcha, 2010, s.55) Akulturace je podle Broučka sociální proces, v němž dochází k trvalým obměnám, díky styku dvou a více kultur. Akulturace významově míní jak přejímání jistých prvků, tak jejich odmítání, vylučování či přetváření. (Brouček, 1991, s.239-240) Komunikace má v procesu akulturace nezastupitelnou roli, jelikož bez ní by jakékoliv výměnné procesy nemohly fungovat. Při tomto sdílení však dochází k mnoha chybným interpretacím a také k zániku jazyků minoritních. To vše vlivem univerzální a elitářské angličtiny. (Průcha, 2010, s.56)

V České republice jsou problémy akulturace stále ještě nedostatečně prozkoumány. Přesto i u nás našlo své útočiště mnoho cizinců z Ukrajiny, Slovenska nebo Vietnamu. (Matysová, 2012, s.29) Co ale víme s jistotou, je podloženo ve výzkumu Surjomartonové a Wagnerové u skupiny Indonésanů žijících dlouhodobě v ČR: že míra akulturace češství na jejich kulturu byla značná a naopak. To tedy dosvědčuje, že jazyk obyvatel hostitelské země, ale také jazyk těch, co do země přichází, na sebe vzájemně působí. (Surjomartonová, Wagnerová, 2007)

Berry (2001) definuje čtyři základní strategie akulturačního procesu – integrace, asimilace, separace a marginalizace. O *integraci* mluvíme tehdy, kdy se osoby začleňují do většinové společnosti a dochází ke sblížení minority s majoritou. Strategie *asimilace* vzniká tehdy, kdy se skupina minoritní vzdává své kulturní identity a aktivně participuje v záležitostech kultury většinové. Pokud si ale menšinová skupina zachovává své kulturní hodnoty a současně se vyhýbá kontaktu s většinovou skupinou dochází k tzv. *separaci*. Posledním termínem je strategie *marginalizace*, ke které dochází v případě, že menšinová kultura nemá zájem ani o jednu z výše zmíněných strategií.

2.6 Základní bariéry v interkulturní komunikaci

V komunikaci mezi národy existuje mnoho bariér, které správnému vyložení významu komunikačního sdělení brání. Dvěma nejvýraznějšími faktory jsou velké odlišnosti kultur, kde platí rovnice, čím vzdálenější od sebe kultury jsou, tím více bariér se v jejich komunikaci nachází a druhým faktorem je jazyková bariéra. Chybné překlady způsobené neznalostí jazyka jednoho nebo druhého subjektu nebo způsobené situacemi, ve kterých se subjekty dorozumívají jazykem, který ani pro jednu ze stran není jazykem mateřským. V některých kulturách může docházet k překážkám ne jen kvůli neznalosti jazyka, ale i kvůli odmítání

užití určitého jazyka – Belgie. (Průcha, 2010, s. 63) Komunikační bariéry často bývají příčinou předsudků, stereotypů a etnofaulismů. Tyto příčiny stojí na silných postojích vyjadřujících jedincův názor a vztah k určitému objektu, lidem, události či ideji. (Čáp a Mareš, 2001, s. 149) Postoje jsou naplněny třemi složkami - poznávacími, kdy si na objekt vytváříme svůj vlastní názor, citovými hodnoceními a následným chováním, které je v souladu s naším názorem a emocemi. (Matysová, 2012, s.26)

2.6.1 Stereotypy a etnofaulismy

Každé společenství se přiklání k určitým stereotypním vzorcům chování a myšlení. Stereotypy jsou často vodítkem k diskriminaci a spíše negativnímu hodnocení jiné skupiny. Jsou poměrně trvalé, jelikož se předávají z generace na generaci. Projevem etnických a rasových předsudků jsou zvláště jazykové výrazy tedy etnofaulismy – neoficiální pojmenování jiných příslušníků na základě jejich mentality se zesměšňujícím, negativním až nepřátelským charakterem. (Průcha, 2010, s.65) Etnofaulismy mohou vyústit až k politickým následkům, jako to zobrazují příklady označování černochů v USA a jejich postupná proměna v americké angličtině:

Tabulka 1: Označování černochů v USA (Zdroj: Průcha, 2010, s.66)

OZNAČOVÁNÍ ČERNOCHŮ V USA	
NEGRO	Původní výraz označující černocha, přestal se používat v 60. letech
BLACK	Rasisticky zabarvený, jelikož poukazuje na barvu pleti
AFROAMERICAN AFRO-AMERICAN	„Politicky nekorektní“
AFRICAN AMERICAN	Současné oficiální etnonymum. V češtině nemá ekvivalent. Můžeme ho chápat jako „Američan afrického původu“. U nás je ustálené slovní vyjádření „černoch“, jelikož tento výraz v ČR nemá hanlivou konotaci, podobně jako „indián“.

2.6.2 Jazykové bariéry – Lingua Franca: Angličtina

O jazykových bariérách se již autorka zmiňovala v kapitole lingvokultury a interkulturní komunikace. Pro upřesnění však zmíníme ještě jiné teze k tomuto tématu. Odlišné vyložení významu slov nemusí být jen otázkou chybného překladu, ale také národní mentality a reality, ve které byli lidé utvářeni. Mnoho jazyků spolu určitým způsobem souvisí na základě své kmenové rodiny, přesto však stále platí, že s každým novým jazykem, byť sebe bližším, si utváříme novou osobnost. Než se ale člověk naučí přemýšlet v cizím jazyce, je to dlouhá cesta nezaručující úspěch v porozumění dané kultuře. Domníváme se, že dnešní doba si na základní společenské úrovni, jež tvoří nadměrnou většinu, vystačí pouze s povrchovému porozuměním, což se ve svém důsledku stává tou nejvyšší mezikulturní blokádou.

V této kapitole by se však autorka chtěla věnovat důležitosti a významu anglického jazyka jako univerzálního spojovatele se světem. Ve světě existuje jen několik málo jazyků, které si získaly své mimořádné postavení. Lingua Franca se do mateřských jazyků nepřekládá, ale pojem můžeme chápat jako jazyk, který se využívá nad rámec svých rodilých mluvčích. (Nový encyklopedický slovník češtiny, 2017) Tedy jazyk univerzální. Angličtina má v současné době postavení mezinárodního jazyka a tedy se stává jazykem lingua franca - jazykem rozšířeným ve všech obydlených částech světa. Příčinnou této globální rozšířenosti jsou historické události 17. století, kdy se Anglie stala námořní velmocí a kolonizovala území od Kanady až po Afriku. Spolu s tím se šířila i angličtina jako jazyk kolonizátorů, obchodníků a vojáků. Další příčinou je také ekonomický a politický oligopol, který stál na vrcholu průmyslové revoluce, ale i konec 2. světové války, kdy angličtina nabyla funkce jazyka diplomatického a v jejím znění vznikaly organizace jako UNESCO, NATO nebo Světová banka. Mimo politické a ekonomické důvody se angličtina začala šířit díky umění, populární hudbě, filmu, bulváru, internetu a rovněž také za pedagogickými účely. Některými odborníky je tento fenomén označován „jazykovým imperialismem“. (Průcha, 2010, s.87)

Globalizace anglického jazyka vyvolává na druhou stranu rezistenci a odpor. Některé země se obávají, že průnik angličtiny do jejich jazyka může mít fatální následky. Vznikají tak speciální skupiny lingvistů, kteří se starají o vytváření nových slov, pro které zatím není v jejich jazyce vhodný ekvivalent. Vznikají taky nové programy, které mají vyvolat hrdost obyvatel na svůj rodný jazyk. (Gnarr, 2015) V tomto ohledu můžeme takovou nadřazenost jednoho jazyka nad ostatními brát jako projev diskriminace. Pochopitelně však nikdo nemůže chtít, abychom mluvili všemi jazyky světa. Jen si je nutné uvědomit, že dějiny píšou vítězové, většiny, a tyto dějiny jsou psány anglickým pohledem na realitu, jejich jazykem,

jejich vnímáním významu slov. To nás dostává k rasové problematice, která probíhá jakoby na pozadí dějin západní civilizace a síle anglického slova. Názory menšin nebývají vyslyšeny, jelikož jim historicky nikdo nevěnoval žádnou pozornost a snahu porozumět. Všechno vědění a monopol pravdy si uzmul západní svět.

2.6.3 Rasismus

„To us, the man who adores the Negro is as „sick“ as the man who abominates him. Conversely, the black man who wants to turn his race white is as miserable as he who preaches hatred for the whites. In absolute, the black is no more to be loved than the Czech, and truly what is to be done is to set man free.“⁴

(Fanon, 2011, s. 47)

Jazyk je nezbytný pro porozumění druhého. Platí, že mluvit znamená existovat, být viditelný. Z nitra této metafory vidění, jež je výplodem západní civilizace vyplývá, že někdo jehož minulost byla přivázána k řetězu, jež byl tak dlouho neviditelný, nemůže zplodit historii společenského pokroku. Bílý pohled láme tělo černocho. Tohle násilí narušuje zorné pole pro správné vidění skutečnosti. (Bhabha, 2012, s.92) Černoch má dvě dimenze svého bytí. Jedna směřuje se svými specifiky k dalšímu černochovi a ta druhá se svou jinakostí k bělochovi. Tato dvojakost je bezpochyby následkem kolonialismu. Černoch bude tím bělejší, čím se více přiblíží „pravému“ člověku, tedy čím více si osvojí lingua franca. Člověk jenž ovládá jazyk, ovládá i svět, který je veden tímto jazykem. (Fanon, 2011, s.52) Jinými slovy - „*Jazyk je bohem ztraceným v těle.*“ (Paul Valéry) Slovy autorky – jazyk je jedním z mnoha nástrojů moci a tudíž i rasismu.

Rasismus, jak ho mnoho akademických autorů definuje, má v sobě mnoho nedostačujících a chybných vyložení svého termínu. Opět se dostáváme do situace, ve které elitní skupina bílých teoretiků vytváří definice o něčem, čemu jednoduše nemůže rozumět lépe, než zástupce odlišného etnika. K popsání tohoto jevu tedy nebudeme využívat žádné oficiální definice, ale seskupíme různé pohledy a myšlenky, které jsou pouze tlumočeny na základě autorčiny rozhovorů s jejími přáteli pocházejícími z jiného etnického pozadí a pokusíme se tak rasismus uchopit v celé jeho komplikovanosti a šíři. I tak si uvědomujeme, že to stále nebude dostačující.

⁴ Překlad viz příloha č. III

Podle teorie rasismu mají různé rasy odlišné vlastnosti, schopnosti a charakteristiky. Rasismus je snůškou stereotypů, předsudků a diskriminace k menšinovým etnickým skupinám. Je to sociální a institucionální moc a systém výhod založených na barvě pleti. (Mitchum, 2020) Nenabývá jen podoby nenávisti (což je také jedním ze stereotypů v této tématice), ale i fanatického zbožňování menšinové kultury nebo přílišné exkluzivity a kuriozity k ní vztážené. Rasismus nemusí být záměrný, ale je od člověka žijícím v bílém systému, tedy od všech lidí na Zemi, neoddělitelný. Rasismus je systematické utlačování menšin. A jelikož je systémový, sahá tento problém mnohem hlouběji, než si dokážeme představit. Mnozí si také chybně myslí, že existuje něco jako obrácený rasismus – který by vylučoval příslušníky bílé rasy z určitých menšinových záležitostí. Zde opět narazíme na problematiku jazyka a slova, jelikož už z podstaty problému, něco takového nemůže dávat smysl. Rasismus je historicky ustálený termín, který vznikl na základě utlačování menšin bílou rasou. Proto z historického hlediska nemůže slovo rasismus fungovat pro pojmenování situace opačné. To však neříká, že příslušníci europoidní rasy nemohou nabyt pocitu exkluze. Jen tento jev nemůžeme pojmenovat „obráceným rasismem“. To by znamenalo jen další diskriminaci. Jako bychom si my bílí chtěli přivlastnit i tento pojem, z našeho rozmaru být všude. Pro tyto situace by tak měl být vytvořen pojem nový, aby nedocházelo k dezinterpretaci.

Kolonizátoři a jejich snaha civilizovat a modernizovat domorodce, jen zbytečně mění jejich přirozené struktury na západní. Otázkou je zda dnešní dobrovolnické organizace nejsou jen prodlouženou rukou tohoto špatného systému a není v nich jen množství bílých zachránců, s dobrým záměrem, ale naprosto katastrofickým dopadem. Ten si však nikdy nemusí uvědomit, kvůli stínu ega jejich dobrého já. Rovnice „dobrý člověk nemůže být rasista“ nefunguje. Rasismus podle inspirace od Sartra není o Já a Jiném, ale o jinakosti Já vepsané do zvráceného výpadku paměti koloniální identity. (Sartre v Bhabha, 2012, s.96)



Obrázek 4: The Slave Ship, J. M. W. Turner, 1840

3 AFRICKÁ ESTETIKA

„Spirit, rhythm and creativity are the key criteria in discussing any aesthetic for African people. Spirit, rhythm and creativity derive from epic memory or sense of ancestorism or race memory. African people can draw upon a collective aesthetic bank that houses images, symbols, and rhythms based upon history and subsequent mythology.“⁵

(Asante, Thompson a Neal v Asante, 1994, s.4)

Estetiku bychom mohli chápat jako nauku, která hodnotí objekty z hlediska krásy, ošklivosti, harmonie. Je to nauka o kráse či „ne-kráse“ v umění. (Kolektiv, 1999) Toto vnímání umění v Africe existovalo vždy. Robert Farris Thompson definuje africkou estetiku jako *„intelektuální nastavení energie, které je funkční pouze tehdy, když je užíváno.“* (Thompson v Asante, 1994, s.2) Funkčnost je v tradiční africké estetice normativ, který nelze vyloučit. Z filozofického hlediska se Africká kultura vždy odkazovala k hodnotám, které reflektovaly specifický pohled na svět. Jak bylo řečeno výše, definovat Afriku jako jeden celek je nemožné. V této práci se však pokusíme nastínit univerzální estetiku Afriky, která je aplikovatelná na všechny druhy umění s jejich vlastním kontextem založeným na historii a mytologii – jinak nazváno obecná Pan-africká estetika. (Asante, 1994, s.2)

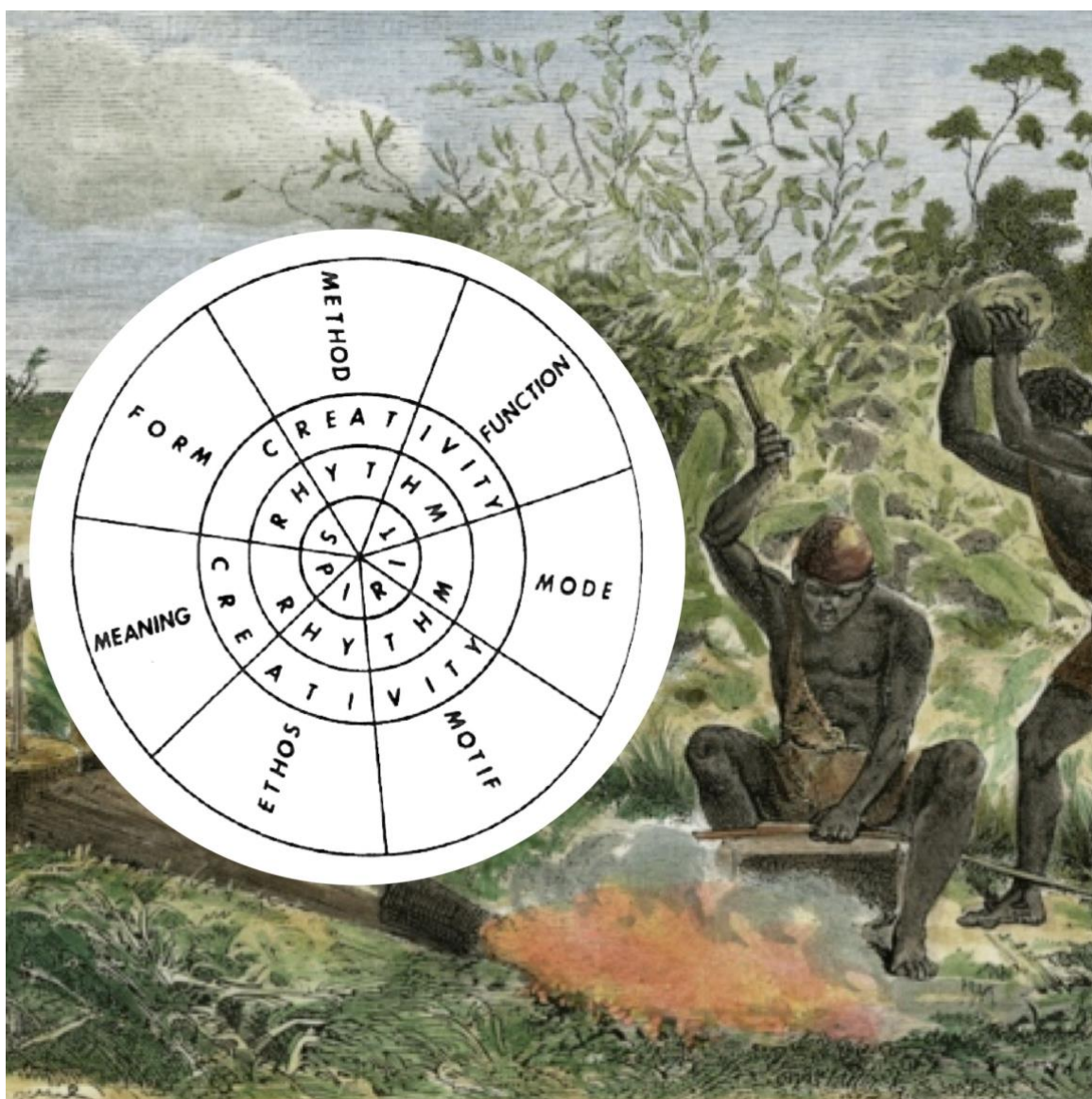
Povaha estetiky vždy bude v jistém slova smyslu zahrnovat náboženství, které zobrazuje spojenectví moci a tradice. Umělec v africké společnosti nevidí společnost jako nestranného pozorovatele, ale raději ji bere jako aktivního účastníka na jeho tvorbě, který nabízí vizi a perspektivu, jenž je inspirací pro jeho vyjádření. V tradiční africké filozofii jsou divák a umělec jedno. (Asante, 1994, s.2) Zásadním znakem africké estetiky je standard, který si váží procesu. To, jak jsou věci dělány – pohyb této akce, je stejně významný jako jejich výsledek, statický fakt. I psaný jazyk, ale především ten mluvený, je považován za hybatele – „otřesitele“, který má moc ovlivnit změnu. (Gottschild, 1996, s.11) K uctění této tradice Paul Carter Harrison použil termín Bantu – Nommo – síla/moc slova. (Harrison, 1972) Nommo je spirituální nastavení, v němž manifestujeme energii ve všech formách vyslovených i nevyslovených, v pohybech i v gestech. (Asante, 1994, s.13) Slova jsou verbálním pohybem a gesta jsou jeho fyzickou manifestací.

Africká estetika je viditelná v kulturách populárních i klasických. Najdeme ji v hudbě, tanci, divadle, filmu, umění, včetně umění zdobení těla. Je zastoupena různými symboly, barvami,

⁵ Překlad viz příloha č. IV

rytmy, rituály, styly a formami, které fungují jako umělecké nástroje kulturní historie. V širším slova smyslu můžeme africkou estetiku chápat jako zásadu opaku nebo setkání protikladů. Umění, které vyjadřuje dvě síly – přírodní a nadpřirozenou, které využívá realitu jako prostředek, jak estetiku ukázat, a které využívá mýtů a iluzí jako zdroj inspirace umělecké formy. (Asante, 1994, s.8)

Nzuri je konceptualizace Pan-africké estetiky. Tento model vyzdvihuje hodnotovou premisu estetiky, která nezaměnitelně srovnává krásu s dobrem, ale opak krásy – ošklivost nesrovnává se zlem. Má sedm aspektů, přičemž všechny vychází ze tří cyklických entit – duše, rytmu a kreativity, do kterých tyto aspekty konvergují. Tyto hlediska jsou – metoda, forma, význam, étos, funkce, režim a motiv.



Obrázek 5: Nzuri model, The Welsh – Asante, 1994, s.10

Zdroj: Vlastní zpracování

MEANING – význam exprese ve vztahu k jedinci a komunitě

ETHOS – kvalita vyjádření, která vyzařuje duši, emoci a energii

MOTIF – použití symbolů, které reflektují specifickou kulturu a její dědictví

MODE – způsob, jakým je umělecký produkt vyjádřen

FUNCTION – operativní vztah uměleckého produktu k jedinci a komunitě

METHOD/ TECHNIQUE – praktický, fyzický a materiální prostředek realizace díla

FORM – status uměleckého produktu, jeho struktura, tvar a kompozice

Všechny zdroje Nzuri modelu – spirit, rytmus a kreativita jsou „ntuonic“ (Ntu je životní síla, vitální energie). Tato síla je kosmická. Ovlivňuje všechny živé bytosti i věci. Přidává se ke všemu, proudí skrz všechno.

SPIRIT – manifest Ntu je nejbližší k duši. Metafyzická zkušenost lidí, která poskytuje éterické prohlédnutí jak do světa božstev, tak do vnitřního světa myšlenek a emocí.

RHYTHM – energie Ntu vede veškeré akty tvorby a materiální výsledky umělcových myšlenek. Rytmus existuje ve všech živých bytostech, ve všech věcech, všude a vždy. Rytmus je klíčem ne jen v hudbě a tanci, ale i ve vizuálním umění, architektuře, divadle, literatuře a filmu.

CREATIVITY – pouto mezi světem a člověkem. Rozšiřuje nové možnosti. Díky kreativě poznáváme nové dimenze.

(The Welsh – Asante Nzuri Model, 1994, s.10-13)

3.1 Africká estetika v tanečním kontextu

„We have two primitive sources, dangerous and hard to handle in the arts, but of intense psychic significance – the Indian and the Negro. That these influence us is certain.“⁶

(Martha Graham in Laban in Gottschild, 1996, s.47)

Brenda Dixon Gottschild, americká kulturní historička a choreografka, sestavila pět afrických elementů, které se objevují v mnoha evropských a amerických tanečních projevech, včetně baletu. Tyto elementy indikují jednotlivé procesy, tendence a přístupy: jsou intertextuální a neobjevují se v praxi jako oddělené entity. (Gotschild, 1996, s.12) Kultury ovlivňují jedna druhou, jejich produkty i procesy. Lidem se střetávají a předávají si své informace způsoby, které vidíme nebo jsou nám naopak skryty, ale které definitivně

⁶ Překlad viz příloha č. V

cítíme. (Gottschild, 1996, s.47) Přestože se v africkém tanci setkáváme spíše se samostatnými individui, je to tanec sociální, společenský. Společenský v jiném slova smyslu než nutně párový. Velkou významnost v africkém tanci má kruhová symbolika nebo také tanec v kruhu - jamu - ciperu, která poukazuje na neustálý koloběh života mezi světem živých a mrtvých. Ciper je považován za posvátné místo, kde se tanečníci mohou spojit s transcendentálním bytím. Významovost ciperu nejlépe popisuje symbolika Bakongo Cosmogramu.



Obrázek 6: Bakongo Cosmogram

Zdroj: Vlastní zpracování, ©cz.pinterest.com

3.1.1 Přijmutí konfliktu

Přijmout konflikt. Přijmout kontrastnost. Africká estetika je setkáváním protějšků, rozdílnosti, nepravděpodobnosti a sváru. Konflikt nemusí být nutně vyřešen, však od projevu je neoddělitelný. Křížovatkou je “náhodnost opozic”. Africké umělecké formy se paradoxně vyrovnávají s konfliktem hned v následnosti s ironií. Kontrast tohoto dilematu je vyjádřen např. v hudbě divnými vtípnými zvuky, v tanci se vám tanečník může zdát jakoby neuměl tancovat a jeho pohyby se budou jevit jako nesofistikované. Konflikty jsou dvojice opaků: směšný x tragický, trapný x smooth, nevinný x svůdný atd. V ironické hře na mocné postavení od jinak práva zbaveného černého těla je skryt nejsignifikantnější konflikt. (Gottschild, 1996, s.14)



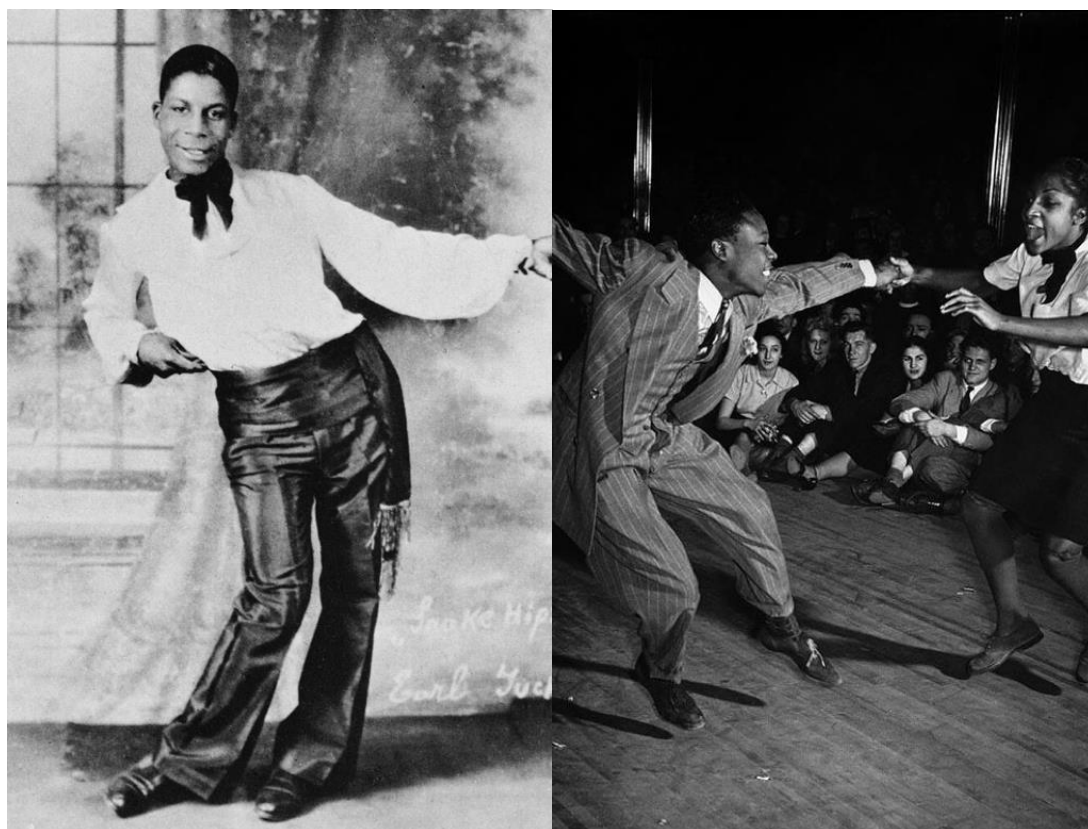
Obrázek 7: Bronx Deez N crew

Zdroj: ©cz.pinterest.com

3.1.2 Polycentrismus a polyrytmika

Z afrického pohledu pohyb může vznikat z jakéhokoliv místa v těle, a dvě či více center mohou operovat najednou. To samé platí i pro rytmus. Nohy mohou obstarávat jeden rytmus zatímco ramena druhý, torso může naopak tancovat na úplně jiný zvuk v hudbě. Tato

demokracie tělních částí stojí v ostrém kontrastu k evropskému rovnému tělu, které je diktováno vzpřímenou centrální páteří. (Gottschild, 1996, s.14)



Obrázek 8: Earl Snakehips Tucker a Savoy Ballroom in Harlem, 1939

Zdroj: ©cz.pinterest.com

3.1.3 Vysoce efektní juxtapozice

„African americans blend impossible and create beauty.“⁷

(Arndold Haskell in Gottschild, 1996, s.15)

Juxtapozice je postavení dvou rovin reality vedle sebe za účelem objektivního srovnání, posouzení a vyhodnocení. Tanečníci přechází z kontrastních nálad téměř okamžitě bez přechodu. Tancují stejný krok, ale se dvěma kontrastními povahami. Z dětského do dospělého. Juxtapozice je nálada, *attitude*. Je to pohybové zastavení, které narušuje plynulost linky natolik ceněné v Evropské akademické estetice. Vysoce efektní juxtapozice jednoduše vynechává přechody za účelem překvapení, ironie, komedie a rozjařenosti. Nutno podotknout, že Afrika není jediná, která využívá kontrastů ve svém uměleckém projevu. Přece ale je v rámci hry kontrastů daleko za hranicemi toho, co jiná umění dovolují. Mnohým

⁷ Překlad viz příloha č. VI

by africká kontrastnost mohla připadat naivní nebo extrémní, ostatním ale připomíná krásu splynutí nemožného. (Gottschild, 1996, s.15)

3.1.4 Ephebismus

“Old people dancing with youthful vitality are valued examples of ephebism in Africanist cultures.”⁸

(Gottschild, 1996, s.15)

Jedná se o řecké slovo pro mládež. Tento princip vyzdvihuje vitalitu, sílu, flexibilitu, drive, útok. Útokem se v tanečním kontextu myslí rychlost, ostrost, intenzita a síla. Změna dynamiky převládá nad udržením formy. Thompson ephebismus v tanci definuje jako frázování každé noty a kroku se suverénní živostí. (Thompson, 1974 in Gottschild, 1996, s.15) Části těla s touto vitalitou ožívují nespoutanou sílu tanečníka, jako výbušného flexibilního nástroje.



Obrázek 9: Cool Kids,

Zdroj: ©cz.pinterest.com

⁸ Překlad viz příloha č. VII

3.1.5 Estetika „pohody“ – The aesthetic of the Cool

“Getting there, rather than getting there.”⁹

(Schechner, 1973 in Gottschild, 1996, s.17)

Tato estetika žije napříč ostatními koncepty Gottschildové. Estetika “cool” obsahuje mnoho principů. Je to přístup, který kombinuje klid s živelností. Jeho hlavními komponenty jsou neviditelnost a lucidita v kontrastu se zářivostí. Obraz estetické „pohody“ je dokončen obličejovým vyjádřením – který je hot nebo cool (horký nebo chladný). Tanec je čitelný, tanečníci jsou reprezentováni s jasností. Obličejová bezstarostnost, ale přesně vypočítaná estetika pohybu jsou nejvýraznější známkou této estetiky. Kontrast, kdy tanečnickovo tělo tancuje energicky, tvrdě a “horce”, ale jeho obličej zůstává chladným. Tato estetika může být vyjádřena také úsměvem, smíchem, grimasou, slovní expresí, která se zdá, že přichází odnikud. Evropský tanec je centralizovaný, kontrolovaný a vyžaduje linie. Africký tanec je asymetrický, uvolněný, flexibilní, vitální, “hot and cool “ a vyžaduje kontrasty. Esencí je duševní síla, energie, látka, vkus a Spirit. (Gotschild, 1996, s.17)

3.2 Africká estetika v hudebním kontextu

„Nejdůležitější hodnota černé hudby je v tom, že bělochům dává důkaz o konci rasismu a přitom zachovává rasovou hierarchii takovou, jaká vždy byla.“

(Cashmore, 1997)

Africkou estetiku v hudebním kontextu pojmem v trochu jiném znění, než v kontextu tanečním. Na rozdíl od tance, který „propůjčuje“ své esenciální prvky napříč tanečními styly, je africká hudební estetika odcizená komplexně se všemi svými styly i žánry. Napodobování afroamerické kultury začalo už v polovině 19. století. Bílá Amerika tehdy objevila svěbytnou černošskou kulturu a začala ji parodovat. Postavení černocha nebylo bráno jako něco tragického, ale spíš komického. Později se černá hudba mající kořeny v Africe stala oblíbenou zábavou ve společnosti. Bílá společnost tak připsala Afroameričanům hudební talent (stejně tak jako to udělala se sportem a fyzickou prací) jako součást jejich přirozenosti. (Veselý, 2010, s.24) Něco, co nepotřebuje disciplínu, trénink ani inteligenci. Tento přirozený talent je podle Kelleyho jako vzduch: vždy je ho dostatek a dá se bez jakýchkoliv obtíží

⁹ Překlad viz příloha č. VIII

použit. (Kelley v Veselý, 2010, s.24) Možná právě proto bylo pro bílou Ameriku vždy tak snadné si černou hudbu přivlastnit. (Veselý, 2010, s.24)

Za první zcizení bychom mohli brát jazz, který vznikl fúzí africké a evropské tradice v přístavištích New Orleans s nepochybnými černošskými kořeny. Jelikož však černoši neměli přístup k veřejnému vystupování, jazzovou hudbu si přivlastnili běloši. Králem jazzu byl označen Paul Whiteman – bělošský kapelník. K dalšímu zcizení došlo v 50. letech, kdy se černý rhythm and blues stal rock'n'rollem Elvise Presleyho, soul doménou britských hvězd Dusty Springfield nebo Toma Jonese, disco synonymem pro Bee Gees a hip hopovým nejprodávanějším rapperem se stal Eminem. (Veselý, 2010, s.24) Přestože se však našlo i pár černých umělců, kteří dosáhli celosvětového věhlasu (Michael Jackson, Prince), z jejich úspěchu profitovaly nahrávací společnosti v čele s bělochy.

Tato existující globální nerovnost společně s neodolatelnou africkou estetikou dnes vytvořili celosvětovou touhu po hip hopu. Tyto nerovnosti se už totiž nemusí týkat jen rasy, ale jakýchkoliv vnímaných odlišností. Hip hop se tak stal synonymem pro jakoukoliv revoltu po celém světě. Je však nutné si uvědomit, že tahle mladá vibrující společnost je jen prodloužením Afroamerické popkultury. Hip hop je globální známkou pro mnoho menšin. Rap probouzí sílu slova. B-boying ztělesňuje polyrytmiku. Africká estetika v hip hopu se stává jakýmsi stavem vyjádření pro různé významy utlačování. (Osumare, 2007, s.68) Hip Hop je „expression through oppresion“ – exprese skrz opresi. Místo, kde se umělci mohou vyjádřit a nalézt sebe.

Ztracení a znovunalezení identity stojí za vznikem dynamické černé hudby, na níž je dnes postavena veškerá hudba populární. Jako klíčovou esenci černé hudby definuje Amiri Baraka „variace téhož“. (Baraka in Veselý, 2010, s.21) Slavný černošský spisovatel Ralph Ellison definuje ve své eseji jazz (na rozdíl od komerční produkce) jako souboj jednoho umělce s ostatními; každé sólo nebo improvizace představuje definici umělcovy osobnosti: jako jedince, člena skupiny, článku v řetězu tradice. A jelikož jazz žije jedině v nekonečných obměnách tradice, musí jazzový hudebník nutně ztrácet svou identitu v momentě, kdy ji pro sebe nalézá. (Ellison in Veselý, 2010, s.21) Nic však není tak příznačné k této myšlence, jako samotná realita černocha ztraceného v systému bílých elitářů, který nalézá sám sebe skrz hudbu.



Obrázek 10: Diagram okrajových spojitostí globálního hip hopu, Osumare, 2007, s.69
 Zdroj: Vlastní zpracování, ©cz.pinterest.com

3.3 Význam vlasové stylizace v národním kontextu

Vlasy hrály významnou roli v kultuře staro-afrických civilizací od prvopočátku. Symbolizovaly rodinné zázemí, sociální postavení, duchovnost, kmen, ale také rodinný stav, plodnost nebo zdraví. Vlasy byly a jsou v africké estetice identitou jedince. Již v 15. století různé kmeny používaly vlasy jako znak sociální hierarchie. Členové královské rodiny nosili propracované účesy jako symbol svého postavení. Silné, dlouhé a upravené vlasy symbolizovaly plodnost a schopnost nosit zdravé dítě. Při držení smutku se vlasům věnovala jen velmi malá pozornost. Protože vlasy byly vyvýšenou částí těla, starověké komunity věřily, že pomáhají při božské komunikaci. Tato víra je důvodem, proč byla vlasová úprava svěřena pouze do rukou blízkých příbuzných. Lidé si mysleli, že pokud se pramen vlasů

dostane do rukou nepřítele, může se majiteli vlasů stát neštěstí. Po celé Africe byla úprava vlasů spojována s kmenovými rituály. Vlasy byly významným spirituálním fetišem, prostředníkem s černou magií. (A History of African Women's Hair, 2019)

17. století však na kontinent přineslo obchod s černošskými otroky, které mělo tento významný odkaz zcela vymazat. Při převozu na americký kontinent byly vlasy Afričanů násilně oholeny. Tímto gestem otrokáři systematicky potlačovali jakékoliv vazby na jejich kulturu, rodinu, na sebe samé. Odstranění vlasů bylo pro Afričany velice ponižující. V novém světě nevěděli kým jsou a ani kam patří. Byl jim nastolen nový symbol krásy – dlouhé světlé rovné vlasy.

V otroctví se ženy o své vlasy nemohly starat tak jako dřív. Nedovolovaly to ani podmínky materiální ani společenské. Krásné africké účesy byly obdivovány a přitahovaly bílé muže, což vyvolávalo žárlivost u bílých žen. Proto byl v roce 1789 ve státě Louisiana vydán zákon, který africkým ženám nařizoval si vlasy zakrývat. Ani to však nepomohlo, jelikož ženy přišly na nové způsoby, jak si šátky kreativně uvázat. Tato improvizace vyvolávala opět pozornost. (Tajemství afrických vlasů, 2020) Vlasy byly prominentní sociální aktivitou, zejména u žen. Lidé měli příležitost se stýkat, zatímco si navzájem upravovali vlasy. Komunální tradice vlasů existuje dodnes. Jejich význam, symbolika a důležitost pro jedince stále přetrvává a je velmi silná. Proto je nutné, abychom si tuto významnost uvědomovali a snažili se co nejvíce vyhýbat kulturní apropiaci.

Afrika je velmi bohatá na staré vlasové tradice a styly. Bylo by nemožné je zde představit všechny. Pro představu zde ale uvedeme ukázky, které dále poslouží jako příklad ke srovnání západních a východních kultur.

U kmene Himba, žijícím v oblasti severozápadní Namibie, vlasy označují věk, životní fázi a rodinný stav. Dospívající dívky nosí copánky nebo dredy visící přes obličej. To symbolizuje, že vstoupily do puberty. Vdané ženy a čerstvé matky nosí čelenky Erembe vyrobené ze zvířecí kůže. Mladé ženy, které jsou připraveny na manželství, si svazují dredy, aby odhalily své tváře. Svobodní muži nosí jediný cop, aby ukázali svůj stav. Jakmile se ožení, zakryjí si hlavu a už ji nikdy na veřejnosti neodhalí. Sejmutí pokrývky hlavy se povoluje pouze na pohřbech. (A History of African Women's Hair, 2019)



Obrázek 11: Úprava vlasů, kmen Himba Namibie

Zdroj: Vlastní zpracování, ©cz.pinterest.com



Obrázek 12: Fotografie od Jeremy Rodney-Hall

Zdroj: © thecut.com

4 ČESKÁ LIDOVÁ ESTETIKA

*“Kde domov můj,
kde domov můj?
V kraji znáš-li Bohu milém,
duše útlé v těle čilém,
mysl jasnou, vznik a zdar,
a tu sílu vzdoru zmar?
To je Čechů slavné plémě,
mezi Čechy domov můj,
mezi Čechy domov můj!”*

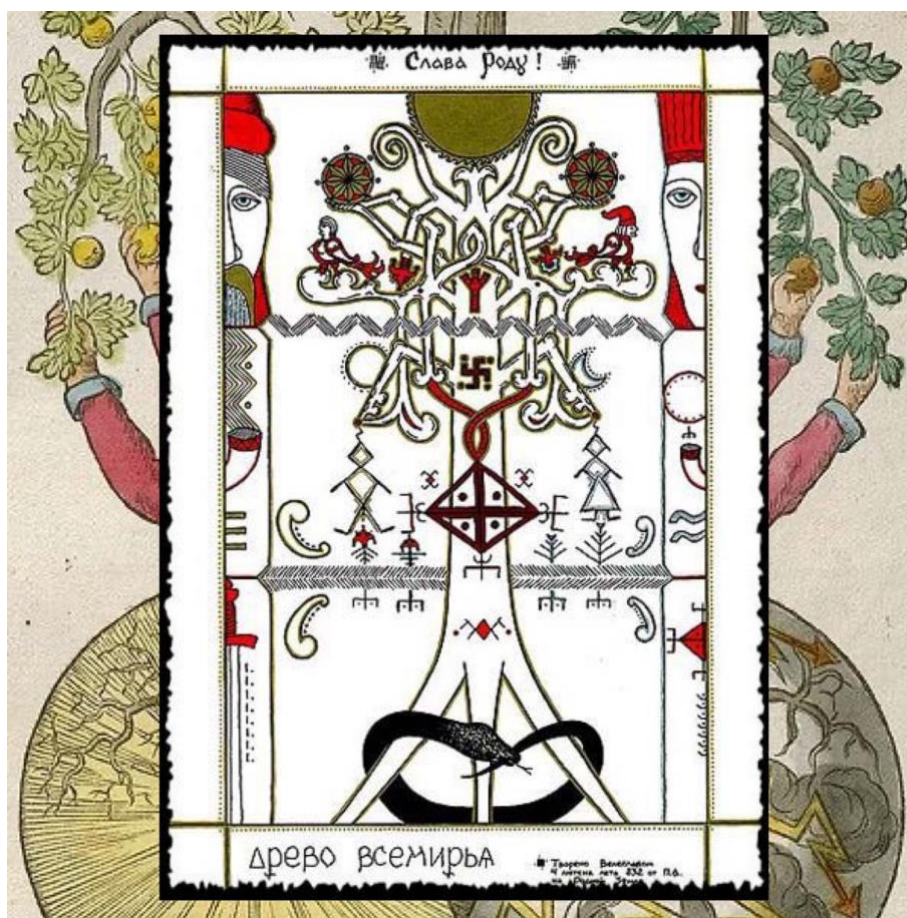
(Tyl, Česká národní hymna, 1834)

Folklór a lidové tradice mají v České republice hluboké kořeny. Typickými znaky jsou národní kroje, keramika, písně, pořekadla, ale také tance nebo tradiční architektonická zdobení. Stejně jako u africké estetiky, vylíčit etnografické a kulturní znaky celého Česka je pro tuto práci příliš obsáhlé téma. Přestože existuje mnoho prvků, které tyto regiony v oblasti Čech a Moravy spojuje, zaměří se autorka především na lidové prvky jejího etnografického regionu – Valašska, ležícího na území Moravy. Srovnávat celý kontinent s jedním malým regionem v Česku, se sice může jevit jako nesmyslné, ale pro tuto práci je to podstatné. Demonstruje to fakt, že i tak vzdálené kultury mohou mít něco společného, a že naše odlišnosti jsou důkazem jiné reality, kterou žijeme a jakýmsi podnětem otevřeně přijímat neznámé.

Na celé zemi je bezesporu hlavním hybatelem vývoje estetiky náboženství. Slované před přijetím křesťanství byli známí pro svou polyteistickou pohanskou víru. Jejich realita stála na pověrách a mýtech. Po příchodu křesťanství však neopustili svou bohémskou národu a svou víru prokazovali bez vlivu církve. Věřili v dualitu – v boha dobra a v boha zla. Provozovali lidovou magii, ale také rituály oslavující přírodní jevy.¹⁰ Cizí jim nebylo ani léčitelství, které dnes dobře známe díky románu Kateřiny Tučkové *Žitkovské bohyně*. Lidové umění bylo považováno za umění nízké, jelikož nemělo žádná svazující pravidla a vytvářelo díla, která měla sloužit každodennímu životu. Lidovou činnost můžeme označit jako spontánní tvorbu. Umělci jsou bezprostřední. Jejich lidskost je v dílech vyjádřená citem, silnou expresivností, projevem sympatie a antipatie, lyrikou a dalšími lidovými symboly.

¹⁰ Informace získány na základě osobních rozhovorů s Klárou Blažkovou

Lidové umění je výslovné, jelikož každé umělecké zpracování je jakýmsi pokusem o konverzaci a vyjádření sebe sama. (Novotná, 2008, s.24)



Obrázek 13: Slovanské pojetí světa

Zdroj: Vlastní zpracování, © knotmagick101.com

Definovat folklór jako takový je velmi obtížné i pro odborníky, kteří se tímto jevem zabývají. Termín folklór nejprve označující oblast „starožitností“ – mravů, obyčejů, pověr, balad a přísloví prošel postupným vývojem jak duchovním tak materiálním. (Merton a Kagarov v Gusev, 1978, s.7) Jediné, co je kulturně jisté, je neustálá změna, a proto je složité přesně vyčlenit prvky, které jsou čistě folklórní, a které vyvstaly z procesu změny. Gusev dále zdůrazňuje, že „estetika folklóru, je estetika kolektivní tvorby, vyjadřuje kolektivně vypracované představy o krásnu, o ohyzdnu, o vznešeném a všedním, o tragičnu a komičnu, představy, které lidové masy široce přijaly a které se staly tradičními. Ve folklóru se projevuje bezprostředně a aktivně estetický ideál mas, nebo přesněji – estetický ideál sociálních kolektivů, tvořících lid v různých stádiích jeho historického vývoje. Už tato jediná okolnost vybízí k tomu, abychom se odborně dívali na folklór jako na zdroj poznání estetického vnímání a estetického vkusu lidu.“ (Gusev, 1978, s.265)

Lidová slovesnost obsažená ve folklorismu předávala příběhy z generace na generaci. Význam slova měl podobný účel jako africké nommo – byl hybatelem lidové kultury, strážcem kulturního dědictví. Autoři zůstávali anonymní. Každý z posluchačů věděl, že vypravěč se pouze řídí tradicí. (Burke, 2005, s.130) Vyprávěcí besedy měly velký sociální význam. Lidé se setkávali a bavili starodávnými příběhy a místními klepy.

Výrazným projevem lidovosti folklóru je i jeho národní osobitost – jazyk, melodie, obraznost, forma. Tento svérázný charakter určitých kultur je natolik svébytný, že u ostatních národností nemusí nalézat pochopení. Často si totiž zvykáme právě a jen na náš pohled na svět. A proto například proniknout do lidové vize africké kultury, může nám Slovanům nebo i Evropanům působit jisté obtíže. To by však nemělo být překážkou. Právě progresivní estetické myšlení přiznává a ospravedlňuje existenci různých forem, pro odraz umělecké skutečnosti založené na jejích geografických a historických podmínkách. (Gusev, 1978, s.55) Původní spontánně rozvíjející se folklórní druhy zpravidla nemohly existovat, neboť se formovaly pomocí různých etnických křížení. Je tedy nemožné určit, který národ přispěl čím. Dějiny folklóru nejsou otázkou stovek ani desetitisíců let. Hledat autora je zbytečné. Proces přejímání a inspirace byl, je a bude z kulturních procesů nevyhnutelný. „Čistá, organická národní folklórní specifická je fikce.“ (Gusev, 1978, s.55)

4.1 Česká lidová estetika v tanečním kontextu¹¹

Na rozdíl od typických projevů africké estetiky v tanci se na českou lidovou taneční estetiku doposud nikdo nezaměřil s tímto specifickým pohledem. Možným důvodem je fakt, že ať je náš lidový tanec jakkoliv ovlivněn našimi osobními příběhy, vždy bude obsahovat typickou evropskou estetiku vzpřímeného těla, jednoho centra i rytmu a jednoho významově převažujícího charakteru. Proto popsání těchto dvou kapitol nemůžeme brát jako jejich srovnání, přestože bychom tam jistá pojitka najít mohli. V africké estetice se autorka nevěnovala jejich specifickým lidovým tancům, které také mají svá pravidla a normy, ale po vzoru pan-africké estetiky popsala jejich společné vyjadřovací prvky. V české lidové estetice se na tuto kontroverzi podíváme z jiného pohledu a budeme brát českou lidovou taneční estetiku jako rovnou té evropské. Je už tedy z úvodu jasné, že africká a evropská estetika jsou naprostým opakem, a že česká a evropská jsou jistým synonymem.

¹¹ Informace získány na základě osobních rozhovorů s Klárou Blažkovou

Lidový tanec je součástí sociálního a kulturního prostředí, stává se určitým prostředkem komunikace. Za nejstarší vrstvu lidových tanců lze považovat tance obřadní, které měly své jednoznačné určení, k jaké příležitosti byly užívány – svatba, dožínky, vinobraní, atd. Tyto taneční projevy pocházely už z dob pohanských Slovanů a jejich obřadů. Některé tance však svou obřadní významovost získaly až následně. Do nejstarší skupiny patří i mužské tance „do skoku“. Sólový nebo kolektivní tanec odzemek, verbuňk, hajdouch, které mají svou ustálenou strukturu – předzpěv před muzikou, volný začátek a rychlou dohrávku. Točivé tance, jakožto jedny z nejvýznamnějších tanečních druhů na území České republiky i Slovenska, vytváří samostatnou typologickou skupinu starších tanců. Název celé typologické skupiny je odvozen od ústředního pohybového motivu, který je společný všem druhům točivých tanců, a to vzájemného víření dvojice na místě. Točivé tance se skládají ze tří částí – předzpěvu taneční písně, společného víření a samostatného tanečního projevu chlapce a dívky. Zvláštností točivých tanců po kompoziční stránce je (proti tancům vázaným na jedno hudební téma, s pevnou fixací tanečních figur na jednotlivé úseky jediné taneční písně) možnost volného tanečního projevu, částečné improvizace a individuálního dotváření jednotlivých figur a prvků. Tato volnost je však velmi ojedinelá. V rámci druhu točivého tance a jeho vnitřních zákonitostí, je tanec ve svém pohybovém i figurálním vyjádření, a především ve své vazebnosti a sledu jednotlivých figur, zcela podřízen hudbě a tradici.



Obrázek 14: Lidové tance

Zdroj: Vlastní zpracování

Zajímavostí, která má přesah i do taneční kultury, je typické krojové odívání. K tanci se lidé oblékali do krojů, které souvisely s danou událostí. Pracovní kroj byl jednoduchý, nebarevný, naopak kroje sváteční byly dokladem své doby, zručnosti a talentu svých tvůrců. Kroje se lišily v každém kraji a měly své symbolické specifika vztažené k území, na kterém lidé žili. Co však všechny kraje spojovalo, byl salašnický život blízký přírodě. Lidé si uvědomovali přírodní energii a transformovali ji do těla muže a ženy. Věděli, že žena a muž se neliší jen fyzicky, ale také svým energetickým systémem. Muž čerpá energii ze shora, z vesmíru naopak žena je napojená na Zemi. S tímto tvrzením vznikla také pověra vztažená k ženám, jejich sukním a stylem, jakým by se správně měly oblékat. Dlouhá sukně totiž tvoří kužel, který pomáhá energii čerpanou ze Země shromažďovat a vést vzhůru. Když si sukni svlékáme přes hlavu, celé se do této energie zabalíme a vyživíme s ní naše tělo i duši. Když sukni příště oblékneme přes hlavu, je připravená opět se spojit se Zemí.



Obrázek 15: Lidový kroj a zuberská výšivka

Zdroj: Vlastní zpracování

4.2 Česká lidová estetika v hudebním kontextu¹²

Mezi nejstarší a nejrozšířenější nástroje na Valašsku patřily flétny, gajdy, koncovky a další dechové nástroje. Melodika lidové hudby na Valašsku vždy měla svá specifika. Patří k nim zejména výskyt tzv. „valašské kvarty“, kde se dvě čisté kvarty používají hned za sebou (c-f-

¹² Informace získány na základě osobních rozhovorů s Klárou Blažkovou

g-c). Pro tento pojem lze také použít označení lydické melodičky. Určitým rámem melodičnosti byl především široký rozsah nástrojů a jejich ladění. V pozdější době flétny a gajdy postupně vystřídal klarinet nebo smyčcové nástroje. Rytmičké členění valašské hudby se pohybovalo převážně v sudém taktu. Přesto se však hudební doprovod rytmizoval podle dané oblasti a specifického tance, kterému byl určen. Na východní Moravě a tedy i na Valašsku hudba nabývala ryze zpěvného charakteru s bohatým rytmičkým členěním. Složení muziky je podobné jako v západní oblasti. Často se přidává cimbál a různé píšťaly. Moravskou doprovodnou hudbu bychom závěrem mohli rozdělit na čtyři základní typy – gajdošská, hudecká, cimbálová a dechová muzika. Tanec, hudba a text vytvářeli vzájemně jednotný logický celek, který navozoval určitou atmosféru, ať už emotivně nebo tematicky. (Etnografický region Valašsko, 2005)



Obrázek 16: Pěvecký sbor Blaženky

Zdroj: Vlastní zpracování

4.3 Význam vlasové stylizace v národním kontextu¹³

Vlasy jsou i ve valašské kultuře symbolem ženskosti. Kromě toho mají i mnoho jiných mystických významů. Jsou ukazatelem životní, tělesné, ale i duševní síly, znakem vitality, sexuality a plodnosti. Navíc v sobě nesou záznamy o životní energii. Krásné, lesklé a zdravé vlasy jsou spolu s rozevlátou sukňí známkou mladistvé ženské krásy. Na rozdíl však od rozevláté sukně by ženské vlasy rozevláté být neměly. Naši předkové věřili, že vlasy jsou

¹³ Informace získány na základě osobních rozhovorů s Klárou Blažkovou

naším energetickým napojením na kosmos, a že se tato mocná síla ve vlasech ukládá. Ženy si nechávaly mnohdy růst vlasy až na zem, jelikož jejich stříhání znamenalo zbavování se své síly a ženského potenciálu. Péčí o své vlasy se zároveň staraly o svou energii, o sebe a svou rodinu. Pramen vlasů se v mnoha pověrách objevuje jako magický předmět. Splétání vlasů představovalo stejně jako v Africe i u nás ochranu před zlem. Vdané ženy dříve nosily vlasy spletené pod závojem či šátkem, aby si chránily energii pro svou rodinu. Svobodné dívky své vlasy zaplétaly, zdobily ochrannými pentlemi či sponami, aby odvrátily pozornost od odkrytých vlasů. Věřilo se totiž, že pohledy (i ty obdivné) na rozpuštěné vlasy z nich kradou posvátnou sílu. Ženy, které chodily s rozpuštěnými vlasy, přicházely o svou energii a kdokoliv si ji mohl i jen pohledem ukrást pro sebe. Ženy své vlasy rozpouštěly jen v přítomnosti velmi blízkých lidí. Když rozpustila žena své vlasy před svým mužem a dětmi, obdařila je svou silou.



Obrázek 17: Valašská stylizace vlasů

Zdroj: Vlastní zpracování

Zvyklost vyžadující, aby si ženy úplně zahalovaly vlasy na veřejnosti, není praktikována jen v muslimských společnostech. Obecné pravidlo říká, že čím je společnost více svázaná náboženskými regulami, tím je vyvíjen větší tlak na halení ženských vlasů. I v rámci naší kultury od středověku platilo, že vdaná žena se na veřejnosti nesměla objevit bez zahalených vlasů. Pokrývka hlavy ostatním signalizovala manželský stav, tudíž nedostupnost pro potencionální nápadníky. Vlasy, jakožto erotický symbol, byly vyhrazeny pouze

manželovým očím, a to v soukromí, v prostorách domova. Na veřejnosti bylo jejich odhalování zakázáno. Oproti tomu svobodné dívky musely chodit prostovlasé a čepec si směly nasadit až po svatbě. Během svatebního aktu docházelo k rituálu zvanému „čepení nevěsty“. Princip byl většinou obdobný: nevěště byl nejprve z hlavy sejmuto věneček (symbol panenství) a jedna ze starších žen pak zakryla vlasy čepcem či šátkem, čímž byl zpečetěn přechod nevěsty do společenství vdaných žen. Někdy tomuto aktu předcházelo rozplétání nevěstinych copů a stříhání vlasů. Řada lidových svatebních písní zdůrazňuje okamžik, kdy se nevěsta loučí se svým dívčím účesem, protože si od této chvíle musí krásné vlasy „zavíjeti po všechny časy“. Tato úprava vlasů byla pro vdanou a „počestnou“ ženu závazná. Ženám usvědčeným z cizoložství bylo naopak zakázáno si hlavu na znamení hanby zakrývat. Pozůstatek zvyklosti zakrývání můžeme vysledovat ve způsobu tradičního zahalování jeptišek. Jeptišky, nevěsty Kristovy, zakrýváním potlačují erotický symbol vlasů. Dlouhé vlasy a jejich úprava navíc symbolizují možnou marnivost, parádivost a módnost, tedy profánní záležitosti, od kterých jsou jeptišky ve své oddanosti duchovnu oproštěny.

5 METODIKA

5.1 Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce je zjistit míru povědomí o africké estetice a vytvořit komunikační kampaň pro propagaci uměleckých výstupů vycházejících z africké presence, která bude postavena na pevných etických základech, bude čerpat z literatury černošských autorů a zároveň bude navazovat na mezery ve výpovědích kvantitativního dotazování. Souběžně se také bude snažit přispět ke zlepšení vzdělání v tématu africké estetiky v umění, které denně konzumujeme nebo jsme v jeho blízké působnosti. S aktuální kritickou situací v otázkách rasismu, kulturní apropriace a globalizace je nutné si přiznat africkou všudypřítomnost, která zde byla vždy, jen se zdála být neviditelnou, protože jsme ji jednoduše vidět nechtěli.

5.2 Výzkumné otázky

Za účelem splnění cíle diplomové práce jsou stanoveny tyto výzkumné otázky:

VO 1: V jaké míře dokáže český národ rozpoznat prvky africké estetiky v uměleckých formách?

VO 2: Jaké jsou argumenty pro obhajobu přejímání jiných kultur a jaké jsou hranice v rámci uměleckého kontinua?

5.3 Výzkumné metody

Výzkum bude založen na několika metodách, které společně sestaví rozsah míry uvědomění o africké estetice v uměleckém sektoru na území České, ale i z části Slovenské republiky. První výzkumnou metodou je *pozorování*, které vychází z autorčina dlouhodobého vnímání situace v uměleckém prostředí, zejména na české undergroundové taneční scéně. Observaci bychom obecně mohli nazvat jako smyslovou perцепci okolního světa (Reichel, 2009, s. 94), jenž odhaluje spontánní reakce subjektů zájmu, které jsou pro výzkum podstatné zejména pro jejich autentičnost a upřímnost. Nevýhodou pozorování je však slabý dosah k informacím o motivu recipienta a příčinách jeho chování.

Druhá metoda využije nástroje *kvantitativního dotazování* pro průzkum většího vzorku lidí, který nabídne konkrétnější odpovědi. Kvantitativní dotazování obecně zkoumá veřejné mínění, jelikož sbírá velké množství dat. Jeho výsledky lze měřit a analyzovat. (Giddens, 2013, s. 63) Dotazování k této diplomové práci proběhlo v únoru roku 2021 – během měsíce

černošské historie jako pocta jejich kultuře (samotné vyplnění dotazníku je poučným činitelem v přiblížení se k tomuto tématu) a zároveň jako možný paradoxní ukazatel neznalosti a ignorance. Jako výstupní platforma byl využit online dotazník ve formuláři Google, který byl podpořen dotazováním na instastories v aplikaci Instagram. Výhodou této metody je její rychlost a snadná dosažitelnost respondentů v online prostoru. Naopak nevýhodou je, že tato forma dotazování pouze potvrdí nebo vyvrátí naše domněnky, ale nepřijde s žádným novým vhledem do problematiky.

Jako poslední metoda výzkumu je zvolen *kvalitativní strukturovaný rozhovor* s umělci, kteří se v africké estetice inspirují nebo ji žijí. Tyto rozhovory proběhly distančním způsobem kvůli aktuální pandemické situaci a jsou zaznamenány buď hlasově nebo písemně. Konkrétní otázky byly na vyžádání recipientů zaslány předem, jelikož si autorka uvědomuje komplikovanost této tematiky a chápe jistou míru prostoru, kterou u těchto odpovědí umělci potřebují. Výhodou kvalitativního rozhovoru v tomto konkrétním znění je flexibilita, ale také rychlost a vzájemná nezávislost. Nevýhodou však jistě bude absence autentických momentů a reakcí dotazovaných.

V prvním kroku analýzy autorka vyjasní zkoumané jevy. Následně aplikuje výše zmíněné metody, které jsou základním prvkem k objasnění povědomí a názorovosti občanů ČR v otázkách africké estetiky. Výsledky výzkumu budou prezentovány v grafech. Cílem bude popsat mechanismus fungování sledovaných jevů a navržení teorie, která vysvětlí tato konkrétní chápání problému. Zpracování výsledků proběhne v těsné, ale postupné návaznosti, aby nedošlo ke ztrátě logické posloupnosti finálního výkladu.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

6 CHARAKTERISTIKA PRIMÁRNÍHO VÝZKUMU

V rámci primárního výzkumu byly provedeny dvě šetření zabývající se problematikou povědomí o africké estetice v umění na území České a Slovenské republiky: dotazníkové kvantitativní šetření cílené na spotřebitele či diváky a kvalitativní rozhovory s umělci mapující povědomí této problematiky ze strany tvůrců a producentů.

6.1 Primární dotazníkové šetření

Kvantitativní dotazování k této diplomové práci proběhlo v únoru roku 2021 – během měsíce černošské historie. Jako výstupní platforma byl využit online dotazník ve formuláři Google, který byl podpořen dotazováním na instastories v aplikaci Instagram. Průzkumu se zúčastnilo celkem 256 respondentů. 116 z nich zodpovídalo výzkumné otázky na Google formuláři a kolem 140 recipientů své odpovědi zaznamenalo na Instagramu. Oba tyto výzkumy budou vyhodnoceny společně. Jejich podrobné vyličení najdete v příloze diplomové práce.

6.1.1 Účel výzkumu

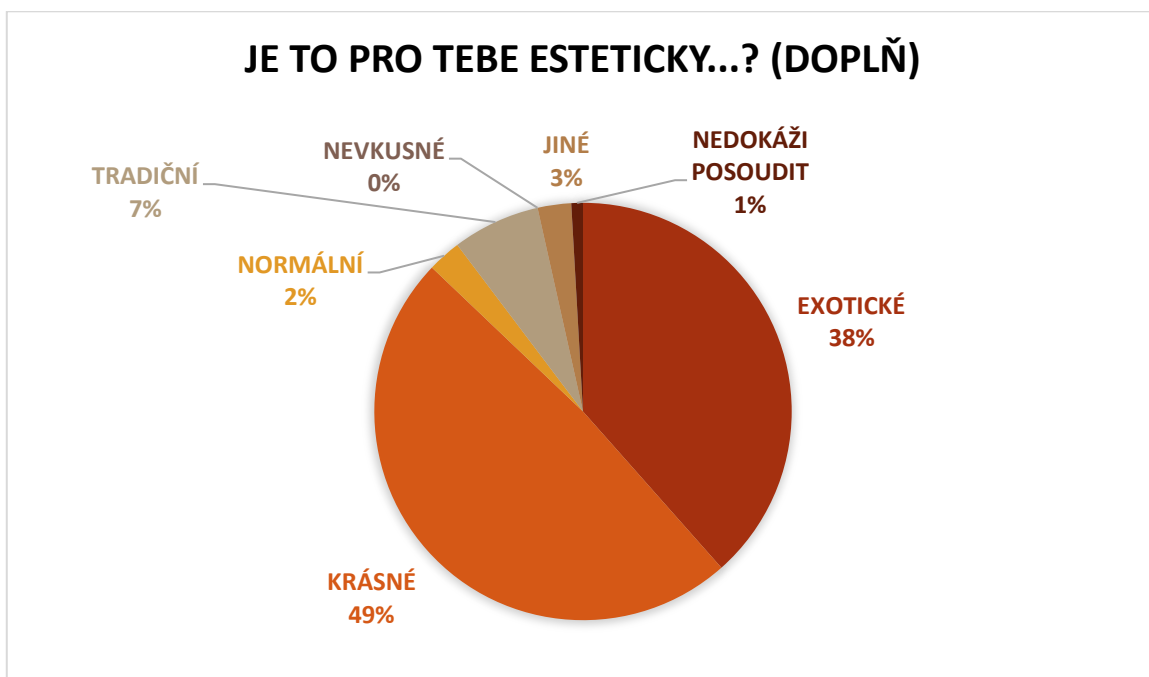
Cílem dotazníkového šetření bylo zjistit povědomí o africké estetice v umění na území České a Slovenské republiky. Účel, za jakým toto šetření bylo provedeno, je normalizovat povědomí o této problematice a vytvořit komunikační kampaň pro taneční divadlo, která bude postavena na etických základech a bude respektovat původ obsahu divadla. Na základě provedeného výzkumu bude autorka schopna poskytnout získané informace taneční komunitě, se záměrem pomoci při volbě vhodných marketingových prostředků, které budou propagovat umělcovu tvorbu a zároveň respektovat africkou kulturu.

6.1.2 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Z výsledků kvantitativního výzkumu vyplývají tato fakta:

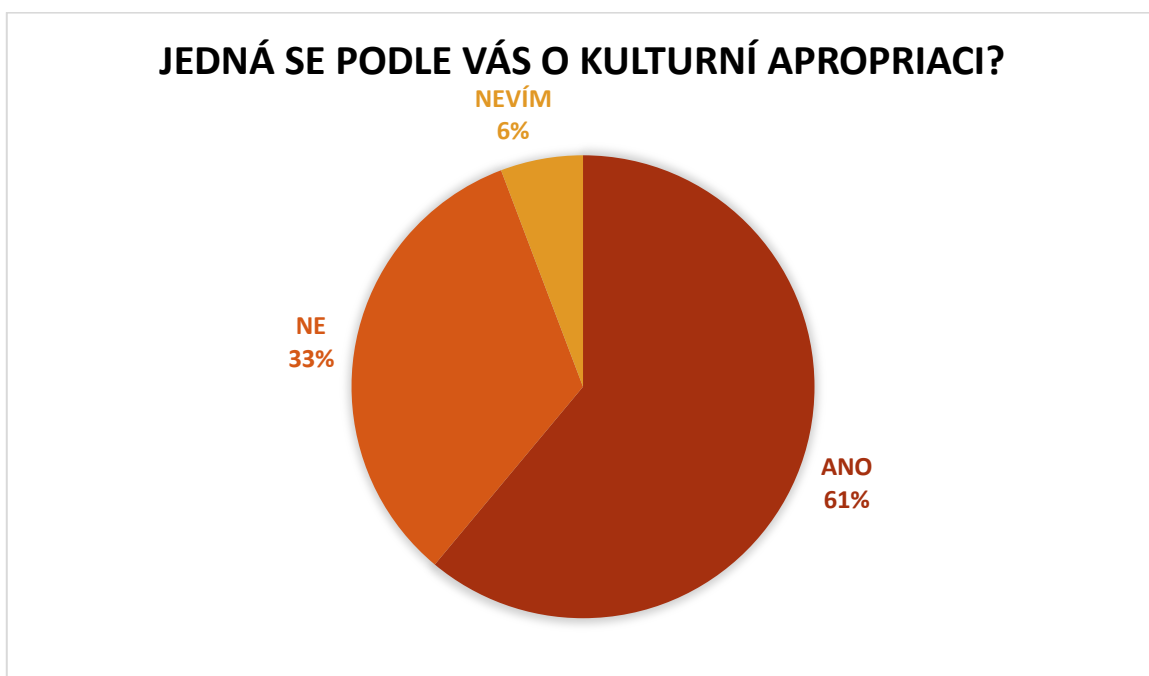
Většina respondentů shledává africkou estetiku za něco „krásného“. V celkovém vzorku se našel pouze jeden člověk, kterému nepřípadala esteticky přívětivá. To vykazuje fakt, že na našem území je tato estetika přijímána spíše pozitivně a lidem se její vizuální stránka líbí. Celkem 38 % dotazovaných popsalo tuto estetiku jako exotickou, což zcela jasně poukazuje na problematiku „jinakosti“ zmíněnou výše v této práci. Někteří jedinci se s touto estetikou ztotožňují natolik, že objektivně nedokáží posoudit, zda se v případě přejímání určitých

prvků této kultury jedná o kulturní apropriaci. Až 33 % zúčastněných se v případě copánků herečky Bo Derek vyjádřilo, že se o kulturní apropriaci nejedná.



Graf 1: Vnímání africké estetiky

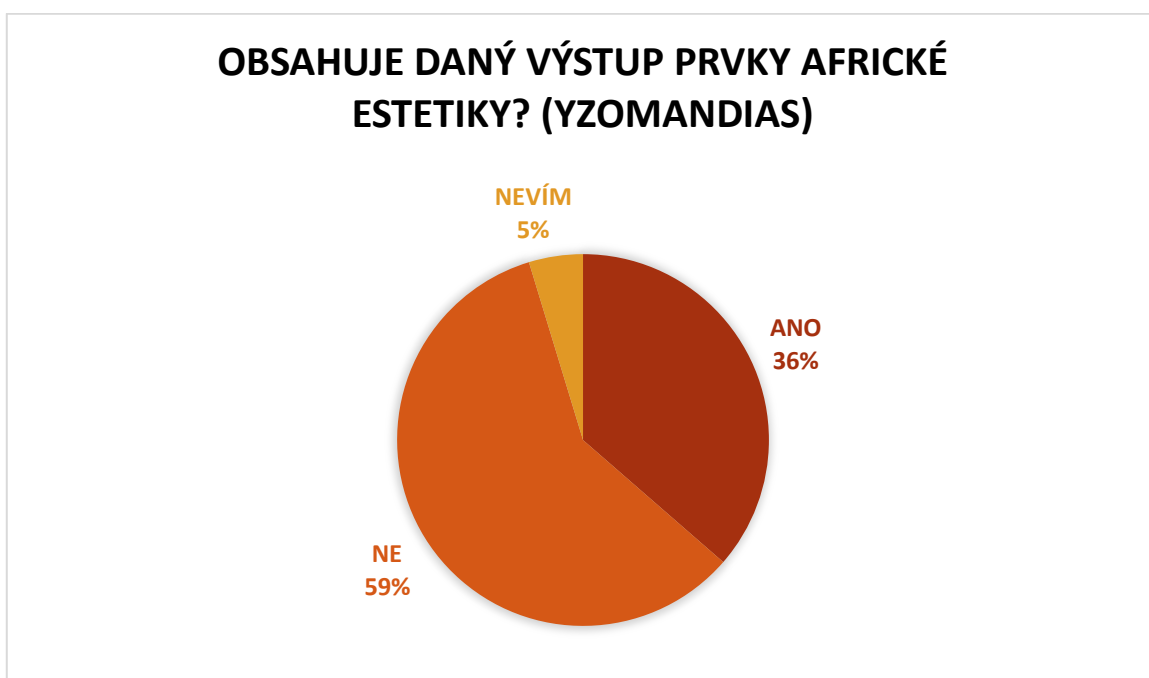
Zdroj: Google Forms + Instagram



Graf 2: Kulturní apropriace

Zdroj: Google Forms + Instagram, vlastní zpracování

Z kvantitativního výzkumu dále vychází, že pro mnoho respondentů je velmi problematické rozpoznat prvky africké estetiky v hudebních a tanečních projevech, které nejsou zprvu jasně zřetelné. Mnohem lepší výsledky byly zaznamenány u hudebních a tanečních stylů, které jsou obecně zahrnuty do pouličního umění a také ve videích, kde vystupují umělci afrického původu. Za problémové bychom mohli považovat situace, ve kterých naopak umělci jsou převážně euro-atlantského původu bez ohledu na to, jakému stylu se věnují. Například český rapper Yzomandias v očích českých a slovenských spotřebitelů prvky africké estetiky nevyužívá i přes fakt, že jeho projev vychází z rapu a tedy i Hip Hopové kultury. Výsledná čísla jsou až nadpoloviční.

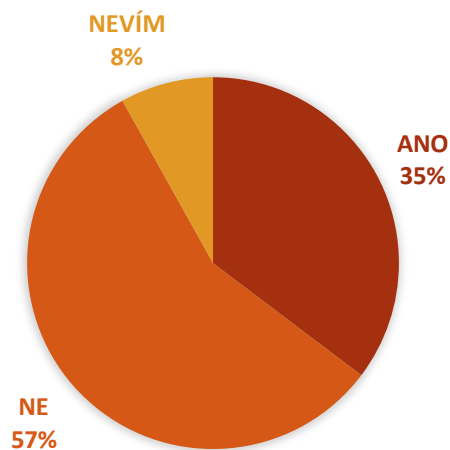


Graf 3: Yzomandias

Zdroj: Google Forms + Instagram, vlastní zpracování

V případě hudebníka Elvise Presleyho je situace pro evropského diváka mírně komplikovanější. Obecné povědomí o Rock'n Rollu je velmi zkreslené už od jeho vzniku. Chybné vyložení opět přesáhlo hranici poloviny. Až 57 % lidí si myslí, že Presley nepřejímá žádné estetické prvky z africké kultury. Přestože mnoho z recipientů poslouchá hudbu vycházející z africké estetiky, jejich povědomí o tomto termínu je v mnohých případech minimální. Co se týká tanečního stylu lindy hop, setkáváme se zde s velmi podobným jevem. 52 % lidí nevnímá prvky africké estetiky v tomto tanečním stylu.

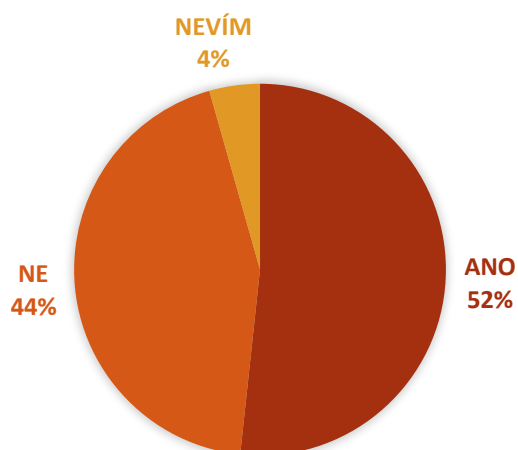
**OBSAHUJE PODLE VÁS DANÝ VÝSTUP PRVKY
AFRICKÉ ESTETIKY? (ELVIS PRESLEY)**



Graf 4: Elvis Presley

Zdroj: Google Forms + Instagram, vlastní zpracování

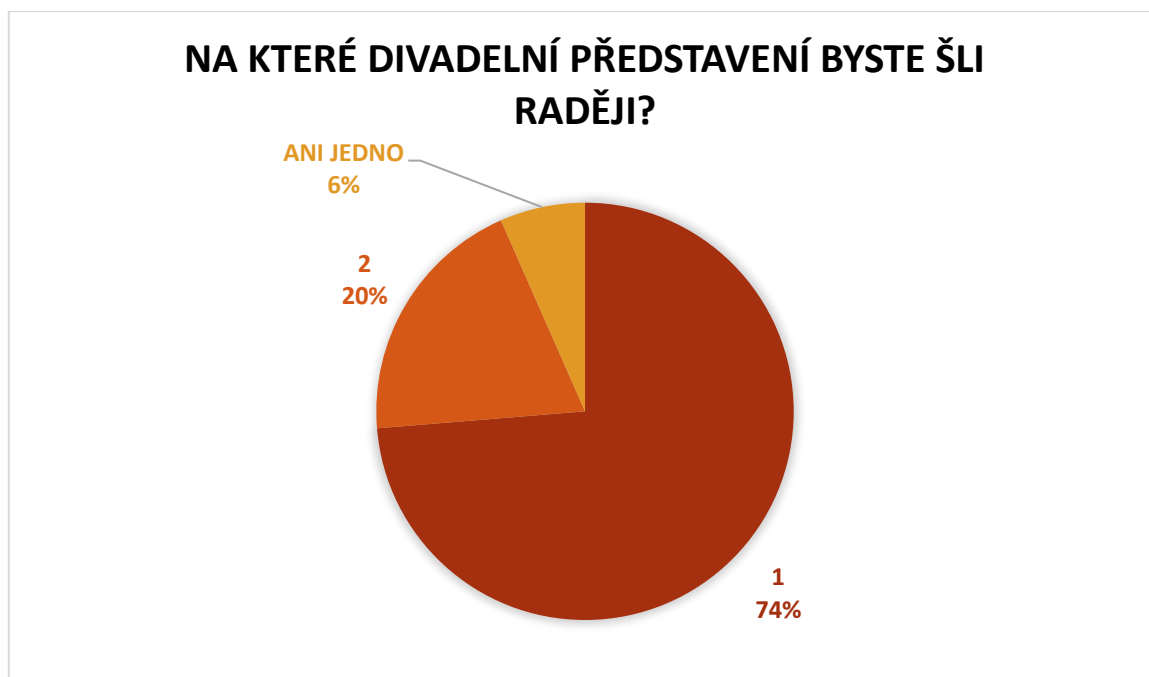
**OBSAHUJE PODLE VÁS DANÝ VÝSTUP PRVKY
AFRICKÉ ESTETIKY? (LINDY HOP)**



Graf 5: Lindy hop

Zdroj: Google Forms + Instagram, vlastní zpracování

Pro výzkum této práce je velmi důležitým a pozitivním ukazatelem, že valná většina dotazovaných by při možnosti výběru raději volila divadelní představení inspirované právě africkou filozofií než představení klasické. Moderní divadlo opřené o spiritualitu a subjektivnost, jenž obsahuje prvky mystiky, mnoho opakujících se konfliktů v průběhu děje a se silným akcentem na bezesporné přijímání kontrastů, oslovilo celkem 74 % účastníků průzkumu.

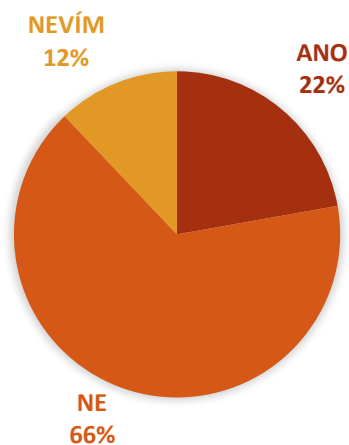


Graf 6: Divadelní představení

Zdroj: Google Forms + Instagram, vlastní zpracování

V sekci televizních pořadů se jediná špatná odchylka odpovědí objevila u výstupu Donalda O' Connora – Singing in the rain, kde až 66 % respondentů nevnímalo prvky africké estetiky. Tato ukázka byla také jediná v této sekci, ve které vystupoval běloch. Naopak ve výtvarném umění byla africká estetika pro dotazované mnohem viditelnější. Důvodem může být fakt, že estetika na obrazech vystupuje sama o sobě, bez těla svého tvůrce. Navzdory tomu, že tvůrcem Avignonských slečen a také obrazu Tři ženy byl španělský kubistický malíř a sochař Pablo Picasso, inspirace v AE je v jeho díle zcela zjevná. Stejně tak u obrazu Zátěš s mandolínou francouzského malíře postimpresionismu Paula Gauguina diváci správně vnímali absenci této estetiky.

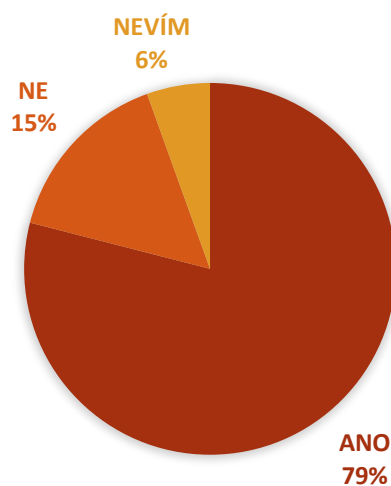
**OBSAHUJE PODLE VÁS DANÝ VÝSTUP PRVKY
AFRICKÉ ESTETIKY? (DONALD O'CONNOR -
SINGING IN THE RAIN)**



Graf 7: Donald O' Connor

Zdroj: Google Forms + Instagram, vlastní zpracování

**OBSAHUJE DANÉ DÍLO PRVKY AFRICKÉ ESTETIKY?
(AVIGNONSKÉ SLEČNY)**



Graf 8: Avignonské slečny

Zdroj: Google Forms + Instagram, vlastní zpracování

V problematice znalosti pojmu africké estetiky si většina nebyla zcela jistá, zda se s tímto termínem již setkala. Pro mnoho recipientů byl tento pojem nový, přestože jsou v určitém kontaktu s touto estetikou. V případě, že s tímto pojmem byli již obeznámeni, jednalo se převážně o umělce z oblasti tance, hudby a výtvarného umění nebo o studenty filozofie. Z řad obyčejných spotřebitelů jsme se spíše setkali s neznalostí tohoto termínu. Přestože tyto výsledky nelze označit za obecný fakt pro naše území, vzhledem k malému vzorku respondentů, 71 % lidí si je jisto, že je africká estetika v nějaké formě obklopuje na každodenní úrovni.



Graf 9: Znalost pojmu africké estetiky

Zdroj: Google Forms + Instagram, vlastní zpracování



Graf 10: Povědomí africké estetiky kolem nás

Zdroj: Google Forms + Instagram, vlastní zpracování

6.2 Strukturované kvalitativní rozhovory s umělci

Jako poslední výzkumná metoda byl zvolen kvalitativní strukturovaný rozhovor s umělci, kteří se v africké estetice inspiřují nebo jim je geneticky přirozená. Autorka provedla osm rozhovorů s umělci, kteří se převážně věnují tanci, ale také jiným aktivitám spojeným s uměním. Tyto rozhovory proběhly distančním způsobem kvůli aktuální pandemické situaci. Jsou zaznamenány písemně a uloženy v příloze této práce. Otázky byly na vyžádání recipientů zaslány předem z důvodu citlivosti tohoto tématu. Mezi účastníky kvalitativního rozhovoru byli: Jean Thierry d'Almeida – český tanečník s africkými kořeny, reprezentující taneční styl krump, Angela Nwagbo – česká umělkyně s africkými kořeny, zastupující umění tance a divadla, Katarína Čilíková – slovenská tanečnice stylu hip hop a vášnivá geografka zajímající se převážně o Africký kontinent, Lukáš Dudík – český tanečník věnující se stylům poppin' a lockin', které bychom mohli zastřešit pod žánrem funk, Radka Lišková – česká tanečnice afrických stylů jako je afrohouse a kuduro, Jana Jelínková – česká tanečnice afrohouse, kuduro, aj., která nabyla celosvětového uznání, Martina Zachrlová – česká umělkyně využívající prvky africké estetiky ve své výtvarné tvorbě, ale také tanečnice street dance a Denisa Mrvová – slovenská tanečnice stylů afrobeats, azonto, aj., která taktéž sdílí africké taneční umění po světě.

6.2.1 Účel výzkumu

Účelem kvalitativního zkoumání bylo zjistit, zda si umělci uvědomují přítomnost africké estetiky v jejich uměleckém projevu. Dále pak jak s touto vědomostí nakládají, jakým způsobem komunitě přispívají nazpět a zda je historický kontext obsažen v jejich lekcích. Stěžejním bodem pro autorku bylo však zjistit, kde a v čem vidí dotazovaní hranice toho, že tyto styly můžeme přejímat a sdílet napříč kulturami. Na základě těchto výsledků bude autorka schopna zmapovat situaci na poli taneční scény a tyto výstupy jí poskytnou oporu při následné tvorbě komunikační kampaně pro taneční divadlo.

6.2.2 Vyhodnocení a interpretace kvalitativního výzkumu

Z výsledků kvantitativního výzkumu vyplývají tato fakta:

Africkou estetiku dotazovaní umělci vnímají jako určité kulturní vyobrazení jednotlivých afrických zemí a kmenů. V čem se však rozsah chápání tohoto termínu liší, je právě otázka rasovosti, kdy Evropané si pod africkou estetikou představují převážně hmotné prvky. Naopak Afro-Evropané v této estetice spatřují i prvky mnohem abstraktnější, které nelze

vidět ani se jich nemůžeme dotknout. Pro Almeidu je vysoká hodnota AE obsažena i v konceptu jejich dochvilnosti a způsobu mluvení. Jelínková, jakožto zástupce evropské tendence vůči AE, přesto vnímá její charakter ve světle africké tradice. Pro ní je africká estetika uměním být v přítomnosti a čistá radost ze života. Hlavními atributy AE pro Evropany jsou barvy a atypické vzory, což z části neguje Čilíková, která na základě existující teorie tvrdí, že vznik této vzorovitosti a barevnosti je připisován Holanďanům, jež chtěli oblečení pouze lépe prodávat. Africká estetika je velmi široký pojem a nelze přesně určit jeho vymezení, což si také umělci uvědomují. Povrchové chápání termínu AE je u Evropanů založeno na velmi obecných až stereotypních představách, což potvrdilo i naše šetření. To však není naší chybou. Tímto generalizovaným způsobem nám je Afrika předkládána v knihách i v jiných dokumentech. Hlubšího pochopení této kultury, pokud z ní chceme aktivně čerpat, musíme dosáhnout vlastní iniciativou sami.

Zástupci euro-atlantského původu přitažlivost tohoto umění připisují atributům jako je různorodost, svoboda, energie, vztah s minulostí, sentiment a živost. Všechny tyto uvedené aspekty jsou esencí africké estetiky. Všichni dotazovaní shodně cítí africkou presenci ve svém uměleckém projevu. Jedinou výjimkou, která rozporuje tento fakt, je tanečník Lukáš Dudík, který si je sice vědom, že street dance styly pochází od Afroameričanů, nicméně africkou estetiku ve svém tanečním projevu (Funku) necítí. Tento fakt odůvodňuje tím, že dané styly vznikaly v jiném historickém i geografickém kontextu. Vzhledem k výše uvedeným charakteristikám africké estetiky, která je přítomna v celé africké diaspoře, vychází, že jeho vyložení podstaty africké estetiky je neúplné. Z hlediska míry znalosti tohoto pojmu nebyl jediný. Mnoho z dalších dotazovaných také vypovědělo, že je to poprvé, co se s tímto pojmem setkávají. Jelínková v rozhovoru například zmiňuje, že ani tanečníci v Africe s tímto pojmem nejsou obeznámeni, jelikož nad tancem tolik neteoretizují.

„Učila jsem se především od pouličních tanečníků, kteří až tolik neřeší historii. Často jsme jim pokládali spousty otázek, na které neznali odpověď, jelikož se nad tím třeba nikdy nepozastavili. Oni prostě tancují. Neřeší proč, co a jak.“

(Jana Jelínková)

Z rozhovorů dále vyplynulo, že pro všechny zúčastněné je důležitý historický kontext, jelikož napomáhá pochopení daného tanečního stylu. Mnoho kroků vychází z reálných situací a správně je můžeme interpretovat, jen pokud známe jejich celkové pozadí. Jak zmiňuje Jelínková, tanec se sice můžeme naučit technicky, ale pokud se neztotožníme s jeho kulturou, nikdy na nás nebude vypadat přirozeně. Mnoho z nich se také vzdělávalo od

mentorů, kteří s nimi tento historický kontext v určité míře sdíleli. Ti tanečníci, kteří neměli takové štěstí ve svých začátcích, se ale vždy snažili v těchto otázkách vzdělat samostatně. Dotazovaní tedy potvrdili zahrnutí historického kontextu do rámce jejich studia a výuky. Ať už na úrovni vědomé či nevědomé. Čilíková věří, i když se osobně nepovažuje za médium rozšiřující tuto osvětu, že vzhledem k tomu, co dělá a co sama vyhledává, se tento kontext na jejich hodinách objevuje přirozeně. V otázce podpory původních kořenů a lidí této kultury mnoho artistů uvedlo, že přispívá nazpět účastí nebo organizací různých akcí, které dávají africkým umělcům příležitost se zviditelnit, nebo které svým výtěžkem přispívají africkým obyvatelům v nouzi. Bohužel jen málo z nich je aktivních z hlediska boje proti rasismu. Důvodem může být fakt, že v rámci taneční komunity naši tanečníci neregistrují, a především nepociťují rasismus. Možná se nad ním ani nepozastavují, protože se na ně tato problematika tolik nevztahuje. Almeida však podotýká, že vyrůstání v Česku v jisté míře opravdu omezovalo jeho umělecké vyjádření. Češi často nerozuměli jeho projevu a měli tendence tento projev rekonstruovat. Z hlediska obecného povědomí této problematiky se respondenti shodli, že zde určité povědomí panuje, ale je velmi zkreslené. Čilíková zmiňuje, že i přes nešťastný počátek vztahu mezi Evropou a Afrikou, jsou vzájemně tyto kontinenty velmi ovlivněny.

„Povědomí africké estetiky je u nás velmi zkreslené. Je třeba zmínit fakt, že celé území Afriky bylo kolonizováno. Je tam tedy obrovský vliv Evropy...I když to není úplně nejšťastnější vztah a ty vazby nejsou postaveny na krásném základu, jsou tam, existují závisle na sobě.“

(Katarína Čilíková)

Dále doplňuje, že jeden ze způsobů, jak povědomí o africké estetice zesílit, tkví právě v obecném vzdělávání na úrovni školství, ale také v tom, že umělci využívající tuto estetiku budou o její existenci vědět, budou své publikum vzdělávat, propojovat informace a nechávat prostor pro otázky a diskuzi. Nejen však v otázkách umění, ale celého kontextu, který se o tyto projevy opírá – kolonizace, rasismus, otroctví, kulturní apropriace, atd. Naopak Dudík hovoří o tom, že není třeba povědomí o AE zlepšovat. Kdo bude chtít se zajímat o tuto kulturu, si podle něj určitě nějakou cestu najde. To nás dostává k nosné otázce, v jaké míře je tedy v pořádku, že tyto kulturní prvky můžeme přejímat napříč kulturami. Umělci se nezávisle na sobě shodli, že nutností pro ospravedlnění přejímání těchto prvků je vzdát respekt, vyjádřit podporu a především se snažit porozumět dané kultuře. Almeida však vyzdvihuje fakt, že tohle pravidlo není univerzální a existují jisté případy, kdy ani tahle

snaha nestačí. Jelínková tanec vidí jako něco, co nejde ukrást. Tanec je podle ní pro všechny, bez rozdílů pleti. Nwagbo doplňuje, že hranice neleží nikde jinde, než kde jsou v běžném životě, a že je správné pokud následujeme naše srdce. Kulturní identita je podle ní něco, co nás všechny nesmírně ovlivňuje a je velmi důležitá pro spojení se svými kořeny. Věří však, že naše kořeny mohou sahat hlouběji a ve více směrech než jen v otázce barvy pleti.

„Věřím, že ty genealogicky dohledatelné kořeny nejsou vždy jedinými kořeny, které může člověk zkoumat, a proto si myslím, že je možné, aby se někdo našel v „cizí“ kultuře.“

(Angela Nwagbo)



Obrázek 18: Angela Nwagbo, Jean Thierry D'Almeida, Katarína Čilíková, Lukáš Dudík, Radka Lišková, Jana Jelínková, Martina Zachrlová, Denisa Mrvová

Zdroj: Vlastní zpracování

7 SHRUNTÍ PRIMÁRNÍHO VÝZKUMU

Výsledky kvantitativního a kvalitativního výzkumu bychom mohli shrnout takto:

Africká estetika na našem území má jistě své místo. Využívá a konzumuje ji kdokoliv, kdo rád poslouchá hudbu od jazzu po hip hop, kdo se s oblibou pohybuje v rytmu lindy hopu nebo housu, kdo našel atraktivnost v komplikovaných účesech jako jsou box braids nebo jen rád nosí atypické africké vzory či urban styl (ghetto styl). Africká estetika je zde přítomna i bez afrického člověka a inspiraci v ní nacházíme odjakživa. Nemusíme být ani Pablo Picasso, který chce ozvláštnit kubismus, ani Prago Union, kteří své texty rapují, abychom vnímali přítomnost africké estetiky kolem sebe. Když se pozorně podíváme, zjistíme, že její formy najdeme téměř všude. Globální éra hip hopu, který se stal populární formou revolty vůči jakémukoliv systému, utváří světonázor a ideály současné mládeže. Otázkou je, zda tohle momentální „cool“ pro některé jedince nebude jen sezónní zábavou na hluboké historii černošské komunity. Zde bychom se mohli vrátit k Bačuvčíkovi a připomenout si, že někteří diváci opravdu chodí za uměním, ale ti ostatní přichází pouze za zábavou. A je zřejmé, že ti, kteří se jen baví, nebudou mít touhu se zainteresovat hlouběji do kultury. Jedná se pouze o momentální opojení, vyplnění volného času. V tomto případě se tedy nesnaží kulturu porozumět a přestože ji dopřávají určitý respekt a kredit, nelze tento vztah považovat za rovnocenný.

Africkou estetiku tedy využíváme téměř všichni a pokud ne, jistě se s ní denně setkáváme. Povědomí o určité africké esenci na území České a Slovenské republiky máme, ale je velmi ploché a svázané mnohými stereotypy. Samotný pojem africké estetiky byl znám pouze lidem z umělecké sféry, a to také ne všem. Autorka si uvědomuje, že tento termín je příliš akademickým pojmenováním, které slouží lepšímu zařazení do systému, což v případě pouliční kultury je něco, co velmi nesouzní. Nejde zde však o pojem jako takový, ale o vše, co se za ním skrývá. Musíme si uvědomit, zda tvoříme umění, které má africké kořeny a zajímat se o to, co vlastně konzumujeme. A ať už to nazveme estetikou, esencí, příchutí nebo stylem, musíme vědět, odkud naše inspirace pramení. V Česku a Slovensku tedy nejde pouze o zvýšení obecného povědomí, ale spíše o normalizaci správného obecného povědomí, tím správným způsobem. A jelikož tato estetika už není v jistém slova smyslu něčím neobvyklým, nemůže se autorka plně ztotožnit s tvrzením Lukáše Dudíka, podle kterého zvyšovat obecné povědomí na našem území není třeba. Tato teze by mohla fungovat v případě estetiky, která se u nás objevuje jen vzácně, ne však u estetiky africké, která je vykrádána po staletí a dnes jsou formy na ní založené globálním fenoménem.

Mnoho z respondentů, také mělo značný problém identifikovat její prvky a to převážně v případech, kde nebyl žádný zástupce tmavé pleti, nebo zmíněné styly nevznikly konkrétně na africkém kontinentu. Barva pleti ani místo však nejsou podmínkou přítomnosti africké estetiky. Africká estetika stojí za společenstvím Afričanů, Afroameričanů, Afroevropanů, Afroasiatů. Africká estetika stojí za jejich zvyky, tradicemi, za jejich podstatou, kterou v sobě mají i přes vliv kolonializmu. A tuto esenci může díky popularizaci a globalizaci kultur vizuálně přebrat kdokoliv, kdo v ní najde zalíbení.

Závěrem tedy vyvstává, že umělecké formy využívající africkou estetiku jsou u nás stejně populární jako ve světě. Že jejich různorodost, volnost a rytmika nás láká mnohem více, než pravidla a ztuhlost klasických evropských tradic. Pro některé je kontrastem, který balancuje naše tradiční zvyklosti, pro jiné je to životní styl, který oživuje jejich přítomno. Má tedy značnou významnost o této tématice diskutovat a vytvářet prostor pro její šíření.

8 ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK

V této části zodpovíme výzkumné otázky, které jsme si položili v metodické části práce na straně 61.

VO 1: V jaké míře dokáže český národ rozpoznat prvky africké estetiky v uměleckých formách?

První výzkumná otázka se zabývala mírou vnímání africké estetiky v uměleckých formách na území převážně České, ale i Slovenské republiky. Lze konstatovat, že tato míra obecného povědomí u nás je velmi nízká. Opírá se o mnoho stereotypních vzorců myšlení a historicky mylně zakotvených informací. Z výzkumu také vyplývá, že větší povědomí o tomto termínu měli zpravidla recipienti z řad umělců nebo filozofů. Rozpoznání afrických prvků Čechoslovákům dále stěžovaly ukázky s absencí Afričanů. Přirozené vyvození termínu africké estetiky bylo u Čechů spojováno pouze s černošskou osobností a s prvky typickými pro africký kontinent. Rozklíčování této charakteristiky u bělochů jevílo dotazovaným značné obtíže. Konečné výsledky výzkumu byly v tomto znění očekávány. Mnoho podstatných prvků africké kultury bylo přejímáno dávno před naší současností, a tak není divu, že jejich typické charakteristiky známe z první zkušenosti od bílých umělců a nyní si je tedy automaticky přivlastňujeme. Závěrem konstatujeme již výše zmíněné tvrzení, které vychází z výsledků obou výzkumů a to, že v našem případě se nebudeme snažit zvyšovat obecné povědomí, ale normalizovat správné obecné povědomí převážně v oblasti kultury.

VO 2: Jaké jsou argumenty pro obhajobu přejímání jiných kultur a jaké jsou hranice v rámci uměleckého kontinua?

Další výzkumná otázka cílila více na stranu umělců a producentů, kteří z africké kultury nějakým způsobem vychází, nežli na samotné spotřebitele. Zabývala se argumenty, které hájí či odporují přejímání kultur napříč státy či kontinenty. Z kvalitativního průzkumu vyšel jednohlasný výsledek, který v rámci lidských svobod a práv obhajuje přejímání těchto kulturních prvků. Jedinými hranicemi jsou respekt, kredit a snaha porozumět dané kultuře. Otázka interkulturních vlivů je samozřejmě mnohem hlubší a komplikovanější, proto nelze tento malý vzorek odpovědí považovat za jakýsi imperativ či určité povolení kulturní prvky přejímat. Však v momentě, kdy se jedinec najde v jiné kultuře, kterou bude respektovat, odkazovat k ní a vracet jí určitým podílem, můžeme tento vztah označit za založený na etických základech. Propojování kulturních identit je přirozeným jevem. Dnes není snadné přesně určit, která kultura měla jaký vliv na kulturu jinou a naopak. V otázce hnutí Hip hop

je ale zcela na místě adresovat vliv africké estetiky, který se přenáší stejnou měrou do hip hopu českého, tak jako žije v hip hopu americkém. Musíme využít tyto poznatky a respektovat původ těchto nově celosvětově populárních umění obzvláště, pokud vychází z prostředí oprese menšinových skupin.

9 VÝCHODISKA PRO PROJEKTOVOU ČÁST

Východiska pro projektovou část vyplývající z obou výzkumů budou postaveny na filozofii, která se opírá o tyto tři stěžejní elementy: respekt, zájem, podpora. Kvantitativní výzkum nám pomohl zjistit v jaké oblasti se vyskytují mezery v chápání africké estetiky, kvalitativní rozhovory spolu s informacemi obsaženými v teoretické části nabídly způsoby, jak tyto mezery vyplnit. Divadelní projekt YINAKOST by v tomto případě neměl mít jen hodnotu uměleckou, ale hodnotu přesahující do vzdělání obecnostva a ústící do podpory komunity. Zodpovědnost bílých umělců uvnitř černošského umění stojí na sedmi základních bodech, které jsou funkčním prototypem ohleduplnosti k dané kultuře. Jedná se o: zajištění výdělků i mimo černošské umění, aby bylo možné komunitě přispět i jiným způsobem, než který svou činností z ní profituje. Normalizovat podporu místních, ale i zahraničních černošských umělců a propagovat jejich díla bez toho, aniž bychom jejich tvorbu diferencovali od tvorby bělošské. Darování určité finanční podpory nazpět – účast na workshopech s mentory, nákup jejich knih, dokumentů, vzdělávání sebe i ostatních. Být si vědom jevu „white washing“ v umění – přizpůsobování podmínek bělošskému narativu. Vzdělávat se ze zdrojů, které jsou antirasistické a především mít vždy na paměti, že jsme v této kultuře hostem. Důležité si je také uvědomit, že černošská komunita nehledá pomocnou ruku, ale cestu jak s nimi bude zacházeno jako s rovnocennými. V následující části autorka popíše způsoby, kterými tato východiska naplní, tak aby marketingová a komunikační kampaň pro divadlo stála na etických základech, jež mají rovněž etický obsah.

9.1 Respekt

Respekt, ohled, uznání, úcta. Vztah mezi lidmi, který je důležitou součástí mravního chování. Ve společnosti je respekt vnímán jako rovnost práv neboli spravedlnost, která je otevřená vůči jinakosti. Respekt přináší svobodu nám i ostatním. Kant tvrdí, že s lidmi je třeba zacházet způsobem, který respektuje jejich zvláštní morální postavení; zachází se s nimi jako s osobami. Dá se to chápat tak, že nepoužíváme lidské bytosti jako pouhé zdroje, respektujeme jejich autonomii, respektujeme jejich práva a respektujeme jejich volby. Lidství je předmětem úcty. (Kant v Hodson, 1983, s.1)

Cílem divadelního projektu bude respektovat africkou kulturu, jejíž estetika je pro obsah tohoto tanečního divadla elementární. Respektu lze docílit výše zmíněným vzdělávacím přesahem. Zde se nabízí vytvoření určitého informativního obsahu, který bude sloužit k propagaci samotného představení. Zajímavou kulturní, ale i vzdělávací vložkou by také

mohla být výstava zaměřená na mezikulturní problematiku připravena v atriu divadla. Diváci si mohou tak ve chvílích, kdy čekají na usazení do hlavního sálu, vychutnat vizuální krásy africké estetiky a zároveň se příjemným způsobem informovat o inspiracích pro dílo, které vzápětí uvidí. Významným prvkem respektování dané kultury je také odkazování ke zdroji. V našem případě je nutné v rámci kampaně odkazovat na původní kořeny. Aby tento formát však mohl fungovat obecně a ne jen pro projekty, které mají zájem a snahu povědomí o této problematice šířit, museli bychom zvolit jiné, méně intenzivní přístupy. Uvědomujeme si, že ne všechny umělecké počiny využívající tuto estetiku, budou také o ní svým obsahem vypovídat. V těchto případech by se však forma respektu dala vyjádřit v jediné větě na programu, či obsáhnout ve výpovědích umělců v rozhovorech. Kdokoliv, kdo své dílo postaví na vizuálu pouličních tanců, by tak měl krátce zmínit, odkud tyto styly pochází. A nejde zde o území geografické, street dance bychom totiž správně zařadili do Ameriky, ale o území kulturního dědictví. Pokud na africkou estetiku budeme nahlížet podle vzoru Kanta, neměla by být jen pouhým zdrojem naší inspirace. Pokud si ji zvolíme vědomě, či nevědomě, měli bychom respektovat její práva a autonomii. Důležitým aspektem je však vědět, co děláme. Mít zájem zjistit, odkud naše inspirace pramení. Mít znalosti a vědomosti o tom, co tvoříme, dříve než začneme produkovat populární umění, které bude dost možná oslovovat široké publikum a vytvářet tak špatné povědomí či formovat zkreslený kulturní obraz. Co se týká této diplomové práce a její projektové části, je divadelní představení založeno na poselství šířit informace o této problematice. Marketingové přístupy budou tedy mnohem intenzivnější než u obecného formátu. Cílem není však respektovat, abychom splnili určitou etickou normu proto, abychom mohli tvořit. Cílem je respektovat, protože ctíme kulturu jejíž estetika k nám promlouvá, a ze které profitujeme.

9.2 Zájem

Zájem bychom mohli označit za specifický druh motivace, který v nás vyvolává touhou činit věci, které vedou k uspokojení. Je to však také určitá oběť, kterou jsme schopni podstoupit při naší realizaci. V rovině společnosti je zájem souhrnem společenských hodnot, díky kterým jsou lidé schopni koordinovat kolektiv. Z hlediska psychologie je oblast zájmu spojována s pozorností vůči určitým předmětům. Skutečný zájem může být často rozmělněn politickými a obchodními záměry. Obecné zájmy se ale vždy pohybují v morální rovině a snaží se uspokojit etické paradigma. (Keller, 2017) Zájem, který je nutno vyvinout pro tvorbu a propagaci divadelního představení musí fungovat oboustranně. Jak ze strany všech zúčastněných tvůrčích složek, tak ze strany publika. Zájem tvůrců vytvořit umělecký, ale

zároveň etický produkt z hlediska respektování africké kultury, je z perspektivy projektu YINAKOST na místě. Ke spolupráci budou pozváni pouze umělci, kteří budou mít zájem participovat na šíření tohoto povědomí a umělci, kteří budou otevřeni vzdělání a diskuzi. Tvorbou obsahu bude diskutována z kompetentními tvůrci a odborníky v oboru. Jedním z nich by mohl být Moncell Durden, na jehož inspiraci také vzniklo téma této diplomové práce. Moncell Durden je pedagog tance, choreograf, etnograf, ztělesněný historik a autor, který se specializuje na pedagogické postupy, které dokazují kulturní a historický kontext v tom, co nazývá morfologií afro-kinetické paměti. V roce 2010 založil Intangible Roots, organizaci zaměřenou na vzdělávání a uchování afro-diasporických formací sociálního tance. Moncell Durden byl také jedním z autorčiny mentorů v rámci jejího studia tance ve Švédsku. Zájem umělců bude pramenit z vlastního zájmu být uvědoměným tanečníkem, naopak pro zájem publika bude nutností vytvořit kvalitní komunikační kampaň projektu. Zásadním pravidlem je, aby daná forma oslovení nebyla nijakým způsobem k divákům útočná, či ponižující. V takovém případě by mohlo dojít o ztracení celkového zájmu se těmito citlivými otázkami vůbec zabývat. Opět se můžeme inspirovat teoretickou částí a pokusit se zkombinovat umění se zábavou pro široké publikum. Zvýšenému zájmu obecnosti k této problematice by také mohla napomoci aktuální situace a to rovnou ze dvou hledisek. První hledisko bychom mohli označit za jakýsi nechtěný a negativní apel související s vyvrcholením boje za Black Lives Matter, jenž spustila policejní brutalita usmrcením George Floyd. Tento konflikt byl mezníkem v boji proti rasové nespravedlnosti, který v problematice zaangažoval celý svět. Druhé hledisko bychom mohli nazvat pozitivním východiskem očekávané post-pandemické situace, která znovu otevře dveře divadel. Po roční kulturní odmlce se očekává zvýšený nárůst zájmu o živé umění. Stěžejním zájmem projektu je se zajímat a zaujmout ostatní lidi k tomu, aby měli zájem.

9.3 Podpora

Podpora komunity je zásadním elementem etického vztahu nejen mezi umělci. Způsoby, kterými můžeme podpořit kulturu z níž čerpáme je hned několik. V rámci projektu YINAKOST by část výtěžku mohla být věnována předem vybrané organizaci, která pomáhá v určitých oblastech zmíněné problematiky. Zde si však musíme dávat velký pozor, aby nedocházelo k tzv. komplexu „white savior“ – bílého zachránce. Pojem bílého zachránce referuje k západní společnosti snažící se „napravit“ problémy národů nebo problémů barevných lidí, kteří bojují o přežití. Nesnaží se však pochopit jejich historii ani současný stav regionu. Jejich pomoc je prostředkem budování si své vlastní dobré image. Role bílého

zachránce je novým vyobrazením básně The White Man's Burden – Břímě bílého člověka Rudyarda Kiplinga.

*„To bělochů je břímě:
své syny vyšlete,
at' v cizích krajích slouží
těm, jimž prý pány jste;
at' obranný jsou pancíř
divochům divných ras,
z nichž každý plaše zírá,
půl děcko a půl d'as.*

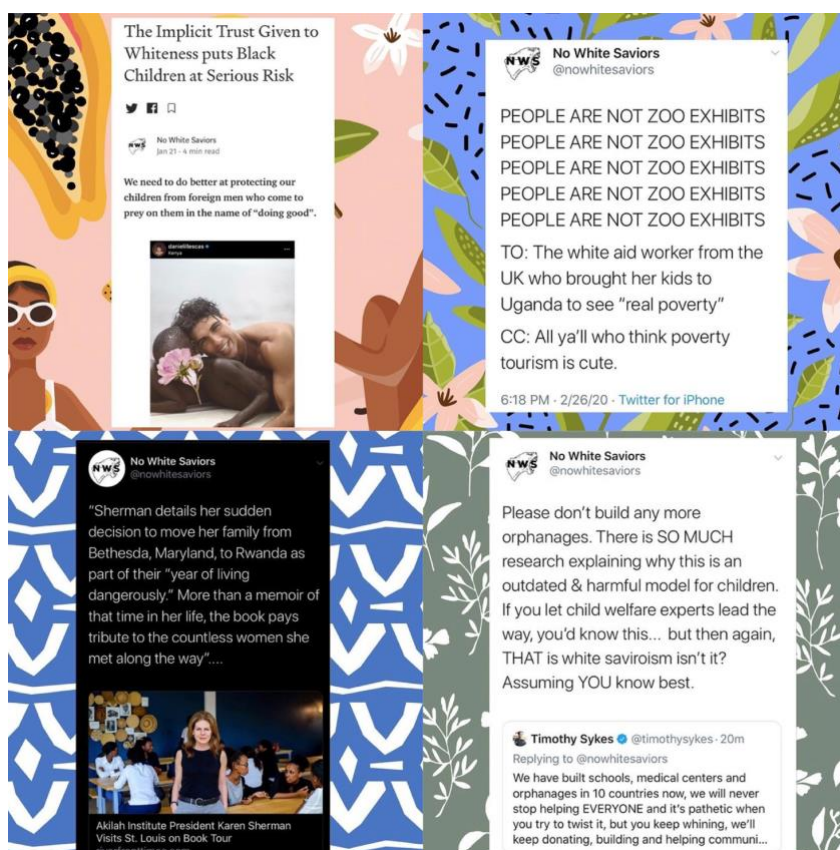
...

*To bělochů je břímě:
boj věčně podnikat,
vyhlásit zápas moru
a nasycovat hlad;
a válka-li se končí,
v níž o věc míru jde,
pohanů blud a tupost
vše v niveč uvede!“*

(Kipling R., The White Man's Burden)

Často se setkáváme i se zachránci s dobrými úmysly. Kvůli jejich nedostatku vzdělání, ale „pomáhají“ takovým způsobem, jakým by v té jisté situaci pomohli sami sobě. V rasových otázkách však nelze uplatnit univerzální heslo „chovej se k ostatním tak, jak bys chtěl, aby se oni chovali k tobě.“ Ani zlaté pravidlo etiky „*Co nechceš, aby ti jiní činili, nečiň ty jim.*“ (Bible, Tob 4,15) Různé systémy vyžadují různé přístupy, které jsou přizpůsobeny dané oblasti. To, co potěší nás, nemusí těšit ostatní. Přijímání a respektování různorodosti je klíčem k dosažení porozumění. Abychom se v rámci projektu YINAKOST vyhnuli komplexu bílých zachránců, mohla by jeho činnost podpořit právě organizaci Intangible Roots Moncella Durdena a přispět tak k šíření cenných vědomostí po světě. Naším cílem není jednorázový zájem, který přinese uznání od okolí, ale vytvoření prostoru pro diskuzi o těchto otázkách. Dalším způsobem podpory by mohlo být samotné zapojení černošských umělců do projektu. Vytvoření platformy pro jejich realizaci. Ať už jako tanečníků, hudebníků, organizátorů, konzultantů nebo jakýchkoliv umělců doprovodného programu.

Bylo by totiž nesmyslné a pokrytecké vytvářet něco o africké estetice bez subjektivního náhledu tohoto etnika. Takto bychom totiž zachovávali staré zaběhnuté vzorce, kdy se skupina bělochů snaží referovat o problému jiných skupin, aniž by poskytla hlas druhé straně. Pro nás známé: „O nás, bez nás“. Nutné je naslouchat a mít stále na paměti, že jsme hostem v této kultuře. U obsazení zástupců menšinových kultur se také můžeme setkat s problematikou tokenismu. Tokenismus je praxe, která vykonává pouze povrchní nebo symbolické úsilí při začleňování příslušníků menšinových skupin, aby vytvořila klamný dojem o rasové a sexuální rovnosti. Na poli České Republiky si však uvědomujeme, že mnoho uměleckých seskupení nebude mít možnost v rámci svého street dance představení zakomponovat příslušníky jiné rasy, proto se zkusíme zaměřit i na způsoby podpory, kde tato varianta bohužel není proveditelná. V obecném měřítku by tedy forma podpory mohla fungovat v mezích osobní neveřejné podpory tvůrců, kteří jsou naší inspirací, ale také neustálým odkazováním ke zdroji či aktivní účastí v hnutích bojujících proti rasismu. V rámci projektu YINAKOST bude forma podpory založená jak na podpoře finanční a to i z jiných zdrojů, než je samotné představení, na podpoře mentální, na spolupráci, ale i na korektním odkazování ke zdroji.



Obrázek 19: White Savior Complex

Zdroj: ©cz.instagram.com

III. PROJEKTOVÁ ČÁST

10 KOMUNIKAČNÍ A MARKETINGOVÁ KAMPAŇ TANEČNÍHO DIVADLA VYUŽÍVAJÍCÍHO PRVKY AFRICKÉ ESTETIKY

V následující části bude vytvořena komunikační a marketingová kampaň k tanečnímu divadelnímu představení YINAKOST, která bude vycházet z výsledků praktické části diplomové práce. Také zde budou vysvětleny veškeré marketingové termíny, pro které v teoretickém segmentu nezbyl prostor.

10.1 Představení projektu YINAKOST

Taneční projekt YINAKOST je uměleckým divadelním počinem s edukativním přesahem artistického seskupení Univerz~um Kateřiny Janotové. Dílo se pokusí normalizovat povědomí o africké estetice převážně v taneční komunitě, ale také v obecném sektoru. Nabídne květnatý program plný umění a vědomostí.

Jinakost, diversita a kontrastnost – to je projekt YINAKOST. Dílo inspirováno nejen africkou a českou estetikou, ale i všudypřítomnou přirozeností života kolem nás, promlouvá k divákovi 21. století. Děj pohybuje se na vlnách abstraktní přináší katarzní pointu – přes všechnu naši jinakost jsme ve své podstatě jednotní. Jedním organismem, přírodním záměrem, vesmírným vzorcem. Však diversita je elementární, jelikož svět může přežít jen díky ní. Stromy jako metaforické pojmenování lidstva připomínají důležitost našich kořenů. Jejich druhové kategorie jsou naše rasy, jejich kmeny jsou naše těla, jejich kořeny jsou naše historie. A i přes nekonečnou diverzitu jsou stromy spojeny svými kořeny hluboko v zemi a vytváří tak harmonický stav vzájemné koexistence. Metafora stromu se prolíná celou inscenací a čerpá inspiraci z básně Ilana Shamira. Strom nám radí uzemnit se, potopit své kořeny hluboko do země, pamatovat na své místo mezi všemi živými bytostmi, přijmout s radostí změny ročního období, přijmout moudrost přírody pustit listí na podzim, těšit se z přítomnosti, cítit vítr a Slunce, nechat své končetiny tančit ve vánku, užívat si výhled.



Obrázek 20: Plakát divadla Yinakost

Zdroj: Vlastní zpracování

10.2 Situační analýza

Situační analýza se soustředí na vnější a vnitřní prostředí projektu YINAKOST. Za vnitřní prostředí bychom mohli označit všechny členy organizačního týmu, uměleckého seskupení a vybavení. Vnější prostředí je naopak složeno z potencionálního publika a cílových skupin. V rámci situačního rozboru provedeme analýzy PEST, SWOT, analýzu konkurence, ale také analýzu cílové skupiny.

10.2.1 PEST analýza

PEST analýza se soustředí na vnější prostředí organizace a na vlivy, které na ni působí. Tyto vlivy makroprostředí může společnost jen velmi obtížně měnit a korigovat. PEST analýza mapuje politicko-právní, ekonomickou, sociálně kulturní a technologickou atmosféru v odvětví. V odborné literatuře se můžeme setkat s rozšířenou verzí této analýzy, a to o faktory legislativní a ekologické (PESTEL). Tyto faktory mohou organizaci ovlivňovat v rámci příležitostí a hrozeb daleko do budoucnosti. (Grasserová, M., Dubec, R., Řehák, D., 2010)

Politické a ekonomické faktory

Divadelní představení YINAKOST bude závislé na dotacích a grantech Zlínského kraje či města Vsetína. Důležitá bude také pomoc od mateřské skupiny All Style Unit, která získává na svůj chod státní podporu v rámci tělovýchovné jednoty Sokol. Organizační tým, který realizuje tento nový projekt má letité zkušenosti v oblasti event marketingu v tanečním sektoru. O dotace žádá každoročně. V oblasti těchto dotačních programů velmi záleží na vlivu politických změn, které by mohly výši dotací snížit. Je tedy nutné hledat i jiné způsoby, jakými by se projekt dal financovat. Co se týká aktuální situace, ekonomický stav kulturního odvětví ohrožuje i pandemie COVID19, což možnost finanční podpory pomocí grantů pro nové projekty oddaluje. Pokud se však na tento problém podíváme z druhé strany, mohli bychom vydedukovat, že v roce 2022, v rámci oživení kultury po pandemii, vyvstane mnoho jiných možností, které realizaci projektu YINAKOST podpoří.

Sociální faktory

Sociokulturní faktory v oblasti, ve které bude projekt realizován, se opírají především o životní styl a vzdělání potencionálního publika. Za sociální faktor bychom mohli označit i odbornou veřejnost se specializací na taneční a performativní umění, u které se předpokládá návštěva tohoto umělecky edukativního formátu zábavy. Na divadelní představení by také mohli být pozváni diváci z řad studentů a projekt by mohl spolupracovat se školami v rámci

předmětů jako je hudební a tělesná výchova, dějepis, psychologie, sociologie. Sociálním faktorem YINAKOSTI je jednoznačně také její rasová a mezikulturní tematika.

Technologické faktory

Divadelní přehlídka a její komunikace bude založena především na propagaci v online prostředí. Komunikace z cílovou skupinou bude vedena přes platformy jako je Instagram a Facebook. Technologická komunikace organizačního týmu bude provedena přes Google rozhraní. Další technologické přístroje, které budou k organizaci potřeba jsou telefony, počítače, notebooky, tiskárny a scannery. Z hlediska samotného představení a doprovodného programu nesmí chybět osvětlení, aparatura, kontrolor a projektor.

Tabulka 2: PEST analýza projektu YINAKOST

FAKTORY	PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
POLITICKÉ A EKONOMICKÉ FAKTORY	Dotace, granty, podpora	Snížení počtu dotací Pandemie
SOCIÁLNÍ FAKTORY	Edukativní přesah v rámci mezikulturní problematiky Spolupráce se školami Účast odborné veřejnosti	Nezájem ze strany škol/studentů Nezájem ze strany odborné veřejnosti
TECHNOLOGICKÉ FAKTORY	Online technologie v marketingu, efektivní komunikace	Cílové skupiny bez online dosahu

Zdroj: Vlastní zpracování

10.2.2 SWOT analýza

SWOT analýza je jednou z metod marketingového strategického rozboru současného stavu organizace a jejího okolí. Je to tedy aktivní strategie v mikro i makro prostředí. V interním sektoru zkoumá její silné stránky a slabiny, v externím se zaměřuje na její příležitosti a hrozby. Výsledné hodnoty se zapisují do tzv. SWOT matice, která je přehledným zdrojem těchto souhrnných informací. Při sestavování SWOT analýzy může docházet k prolnutí pozitivních a negativních faktorů a to v případě, kdy určitá činnost může mít pozitivní vliv na interní situaci společnosti, ale negativní dopad na okolí. (Urban, 2019) V návaznosti na SWOT analýzu jsou dále generovány další strategie, které napomáhají dosažení cíle společnosti. (Blažková v Majchráková, 2011, s.18-20)

Tabulka 3: SWOT analýza divadelního projektu YINAKOST

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
edukativní přesah pro veřejnost i členy týmu	vzdálenost od velkých měst (Praha, Brno)
aktuálnost rasové tematiky	omezený rozpočet
populárnost stylů a uměleckých forem, které dílo bude obsahovat	přípravy realizovány během vládních restrikcí kvůli vlivu pandemie
profesionalita a portfolio všech účastníků projektu	tématika projektu může zasáhnout jen publikum pohybující se v této oblasti
státní podpora	je to projekt nového uměleckého souboru
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
získání financí či nových zdrojů, které umožní další šíření povědomí o africké estetice	nedostatečná komunikační kampaň, která neosloví publikum
zvýšení okruhu diváků	pandemická situace COVID19
nárůst prestiže v taneční komunitě	nezájem oslovených potencionálních účastníků
účast na divadelních festivalech po světě	politické změny v oblasti podpory kultury
získání nových kontaktů ke spolupráci	legislativní a ekonomické změny

Zdroj: Vlastní zpracování

Na základě provedení SWOT analýzy byly vyvozeny tyto nosné body silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb.

Nejsilnější stránkou projektu YINAKOST je jeho edukativní přesah v tématech, které jsou v současnosti velmi aktuální. Tento přesah funguje jak v prostředí interním, tak externím. Tvorbou díla a jeho procesem se bude problematika šířit a diskutovat mezi zúčastněnými umělci, jeho výsledným produktem bude oslovovat širokou veřejnost. Edukativní fáze však nebude soustředěna jen na realizaci projektu, ale také na jeho propagaci. Obsah komunikační kampaně bude rovněž jedním z nástrojů, jak společnost informovat a poučit. Díky reklamě zasáhneme publikum vyžádané ale i nevyžádané, které o této tématice nemá zájem vést dialog. Slabé stránky, které stěžují dosažení úspěšnosti projektu, jsou finanční podmínky a vzdálenost od velkých měst, která poskytují mnohem širší a otevřenější publikum. Další komplikací může být fakt, že tento projekt je prvotinou nového uměleckého souboru.

Za největší příležitost považujeme získání finančních zdrojů, které by byly darovány na podporu šíření povědomí o africké estetice, ale rovněž příležitost taneční divadlo YINAKOST předvést i jinde ve světě. Největší hrozbou je probíhající pandemická situace COVID19, která už nyní znemožňuje hladký průběh organizace a nelze přesně určit, v jaké situaci se bude kultura nacházet v září roku 2022.

10.2.3 Analýza konkurence – Porterův model pěti sil

Tento model lze jinými slovy nazvat analýzou konkurence v daném odvětví a tedy analýzou vnějšího prostředí organizace. Každé odvětví lze charakterizovat z několika ekonomických a technologických hledisek, která vytváří základnu konkurenčních sil. Abychom mohli úspěšně analyzovat konkurenční prostředí, je třeba detailně prozkoumat všech pět Porterových sil. (Tichá, I., Hron, J., 2003) Tento model je univerzálním klíčem ke sledování soutěže, bez ohledu na to, na jaký obor se společnost specializuje. (Kermally v Řeřábek, 2011, s.39) Je však nutné vytknout fakt, že Porter tímto modelem přikládá velký význam konkurenci a to na úkor vzájemné spolupráce. Konstrukce modelu je nehybná, což konkurenci jasně vymezuje a zobecňuje strukturu průmyslu. Navíc odlišnost ziskovosti v odvětví neurčuje ziskovost společnosti v něm. (Řeřábek, 2011, s. 43)

Potenciální konkurenti

Vstup nových konkurentů do odvětví ovlivňuje množství a rozsah bariér, které tomuto vstupu brání a také reakce zavedených podniků na nového konkurenta. Negativní reakce bývají nejčastěji důvodem možného zhoršení finanční situace všech podniků v odvětví či nutností snižovat ceny. Bariéry vstupu nového subjektu nejčastěji závisí na existenci těchto působících faktorů: úspory, kapitálová náročnost, diferenciací produktů či služeb, náklady, distribuce, vládní politika.

Vyjednávací síla ze strany dodavatelů

Dodavatelé mohou působit na nový subjekt zvyšováním cen nebo snižováním kvality dodávaných produktů, aby demonstrovali svou sílu a významnost na trhu. Silní dodavatelé jsou vlastníci koncentrovaní na jedinečný produkt, který není závislý na jiných dodávkách a mají možnost vertikální integrace do odvětví, pro které dodávají své výrobky.

Vyjednávací síla ze strany odběratelů

Odběratelé jsou silnou složkou v tomto řetězci pokud nakupují ve velkém, mají možnost měnit své dodavatele, jelikož nepotřebují diferencovaný produkt a nakupují výrobek, který se pohybuje v rámci jejich finančních možností. To jim dovoluje se orientovat spíše na kvalitu než na cenu.

Hrozba substitučních výrobků

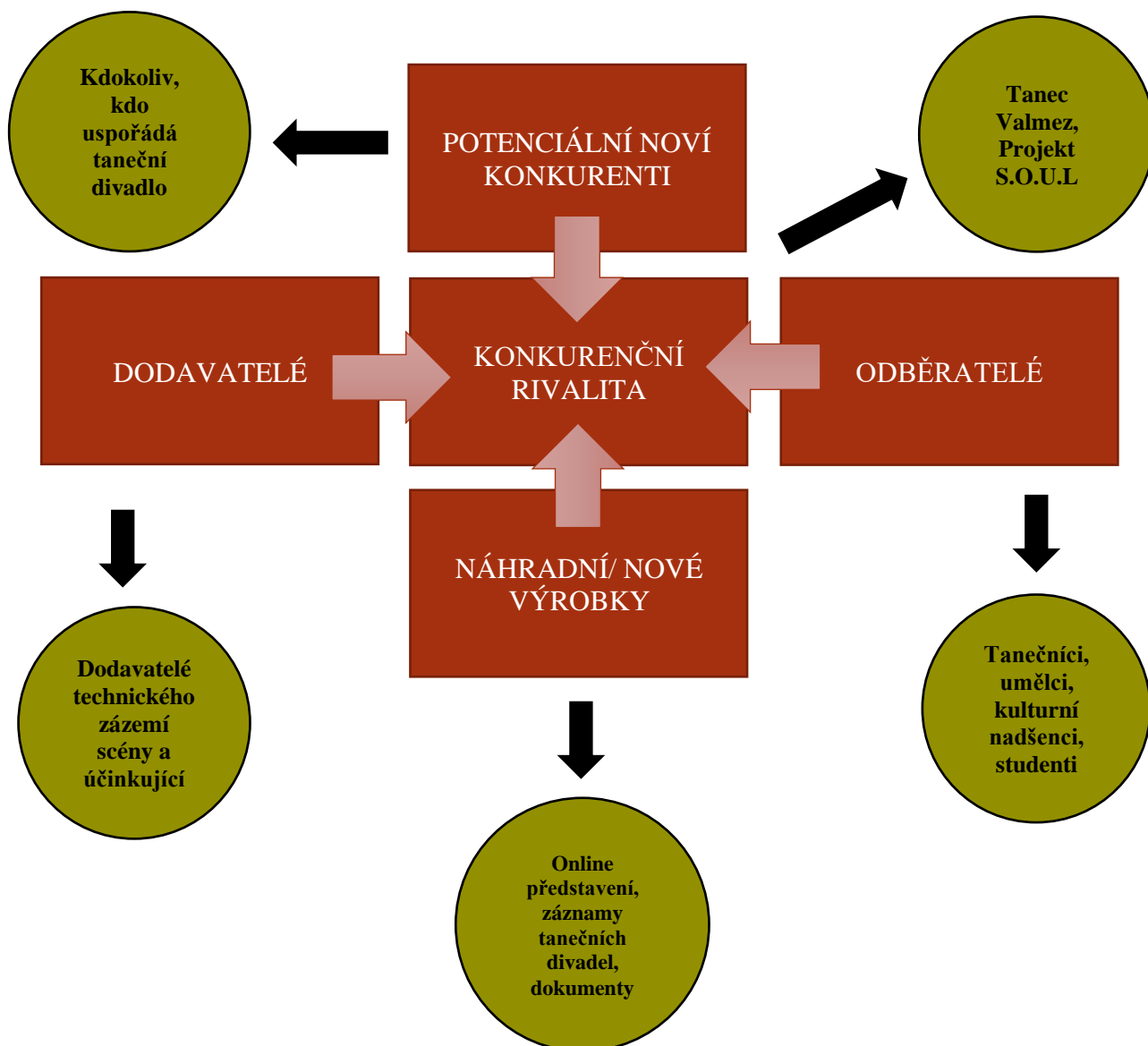
V případě, že lze snadno výrobky nahradit jinými substituty, hovoříme o méně atraktivním odvětví. Tato situace nastává s příchodem nových a inovativních technologií, které se

mnohem snadněji snaží uspokojit potřeby zákazníků. Tyto substituty jsou vyráběny v odvětvích s větším ziskem, což může vést k tomu, že původní odvětví zaniká.

Rivalita mezi konkurenty

Rivalitu mezi podniky bychom mohli označit za touhu vylepšit si svou vlastní pozici v dané konkurenci na úkor ostatních. Nejčastěji si konkurují firmy s velmi podobnými středobody zájmu. Nejsilnější konkurence je v přibližně stejně velkých firmách a přichází v momentech, kdy míra růstu odvětví je nízká a zvýšení tržního podílu je možné jen poražením konkurenta. Rivalové sledují různé cíle, které se vzájemně neslučují, a proto dochází k neustálým střetům.

Tabulka 4: Porterův model 5 sil pro divadelní projekt YINAKOST



Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 5: **KONKURENČNÍ RIVALITA V ODVĚTVÍ** 2021 2022

1.A POČET KONKURENTŮ A JEJICH KONKURENCE SCHOPNOST	<u>Velcí konkurenti:</u> Summer Dance Forever - Theater, Tanec Valmez <u>Malí konkurenti:</u> Projekt S.O.U.L	6	8
1.B RŮST ODVĚTVÍ	Kvůli pandemii je narůst v odvětví tanečních divadel letos velmi malý, což se ale s rokem 2022 jistě změní.	5	7
1.C PODÍL ČISTÉHO JMĚNÍ/ PRODEJE - VELKÉ FIXNÍ NÁKLADY	Náklady na realizaci představení jsou velké, především kvůli možným účinkujícím ze světa. Podíl čistého jmění se očekává nižší.	4	5
1.D DIFERENCIACE VÝROBKŮ/SLUŽEB	Z hlediska zvolené tematiky je divadlo na našem území jedinečné	8	6
1.E DIFERENCIACE KONKURENTŮ	Diferenciace konkurentů je značně vysoká. Každý tvoří svůj originální umělecký počín.	9	9
1.F ROZŠÍŘUJÍ SE KAPACITY POUZE VE VĚTŠÍCH PŘÍRUSTCÍCH?	Ne	2	2
1.G INTENZITA STRATEGICKÉHO ÚSILÍ	Každé divadelní představení je zaměřeno na úspěch. Není však postaveno, na tom, aby jiná úspěchu nedosáhla	4	5
1.H NÁKLADY ODCHODU Z ODVĚTVÍ	Náklady odchodu z odvětví jsou nízké až mizivé. Organizaci nestojí nic pokud se rozhodne představení neuskutečnit.	1	1
1.I CHARAKTER KONKURENCE POSTOJ K BUSINESS ETICE	Konkurence typu gentleman	3	3
1.J ŠÍŘE KONKURENCE	Šíře konkurence je široká. Nejde jen o jeden aspekt jako je cena, ale také o náplň programu, zázemí, kvalitu ozvučení, místo konání.	7	7

Tabulka 6: **HROZBA VSTUPU DO ODVĚTVÍ**

2021

2022

2.A ECONOMIES OF SCALE - ÚSPORY Z ROZSAHU	I malí začínající konkurenti se mohou dostat do odvětví. Nejde zde o velikost, ale kvalitu.	8	8
2.B KAPITÁLOVÁ NÁROČNOST VSTUPU DO ODVĚTVÍ	Střední, což by také mělo zůstat i do budoucna. Záleží na rozsahu kreativity při tvorbě a realizaci. Budoucnost ovlivní také post-pandemická situace – více konkurence	5	5
2.C PŘÍSTUP K DISTRIBUČNÍM KANÁLŮM	Spíše snadný	4	3
2.D POTŘEBA VLASTNIT PŘI VSTUPU DO ODVĚTVÍ SPECIÁLNÍ TECHNOLOGIE, KNOW HOW, LICENCE	Je potřeba vlastnit speciální know-how. Technologické zázemí poskytne divadlo a licenční práva budou potřeba jen v případě užití licencované hudby.	8	7
2.E PŘÍSTUP K SUROVINÁM, ENERGIÍM, PRACOVNÍ SÍLE	Střední	5	5
2.F SCHOPNOST EXISTUJÍCÍCH KONKURENTŮ SNIŽOVAT PO VSTUPU NOVÝCH KONKURENTŮ NÁKLADY A ZLEPŠOVAT SLUŽBY	Není na sobě závislé	0	0
2.G DIFERENCIACE VÝROBKŮ/ SLUŽEB, LOAJALITA ZÁKAZNÍKŮ EXISTUJÍCÍCH KONKURENTŮ	Projekt je velmi diferenciováný. Tanečníci se vždy snaží najít novou inspiraci. Není nutné, aby stejný divák navštívil představení vícekrát	6	6
2.H VLÁDNÍ POLITIKA	Jelikož se jedná o kulturní záležitost, vláda u nás není příliš nakloněná podpoře. Tu zajišťují spíše města a kraje, kde se divadlo koná. Po pandemii mohou však nastat změny	4	7
2.I VÝVOJ PO PŘÍPADNÉM VSTUPU DO ODVĚTVÍ	Při negativních reakcích po vstupu, je výstup z odvětví velmi snadný	7	7

Tabulka 7: **VYJEDNÁVACÍ SÍLA ZÁKAZNÍKŮ**

2021

2022

3.A POČET VÝZNAMNÝCH ZÁKAZNÍKŮ	Divadelní představení stojí na velkém množství drobných zákazníků	1	1
3.B VÝZNAM VÝROBKU/ SLUŽBY PRO ZÁKAZNÍKA	Služba je pro zákazníky významná. Jelikož díky ní získávají mnoho důležitých informací a umění povznáší ducha	2	2
3.C ZÁKAZNÍKOVY “SWITCHING COSTS”	Náklady přechodu zákazníka ke konkurenci jsou nízké	9	9
3.D HROZBA ZPĚTNÉ INTEGRACE	Tanečníci jsou velmi aktivní v tvorbě svých vlastních divadel. Je tedy možné, že naši diváci mohou začít podnikat v analyzovaném odvětví sami	8	8
3.E ZISKOVOST ZÁKAZNÍKA	Různorodá	5	5

Tabulka 8: **VYJEDNÁVACÍ SÍLA DODAVATELŮ**

2021

2022

4.A POČET A VÝZNAM DODAVATELŮ	Dodavatelé zajišťující techniku – mnoho možností, rozdíl v kvalitě Dodavatelé know-how – tanečníci umělci, málo kompetentních	6	6
4.B EXISTENCE SUBSTITUTŮ	Ne, malá hrozba	7	6
4.C VÝZNAM ODBĚRATELŮ PRO DODAVATELE	Jednorázové představení, které není nijak významné pro dodavatele	1	1
4.D HROZBA VSTUPU DODAVATELŮ DO ANALYZOVANÉHO ODVĚTVÍ	Nepravděpodobná u dodavatelů techniky, reálná u dodavatelů know-how	6	7
4.E ORGANIZOVANOST PRACOVNÍ SÍLY V ODVĚTVÍ	Střední	5	5

Tabulka 9: **HROZBA SUBSTITUTŮ**

2021

2022

5.A EXISTENCE MNOHA SUBSTITUTŮ NA TRHU	Neexistuje mnoho substitutů, které by mohly nahradit živý kulturní zážitek, jediná možnost náhrady je přesunutí divadla do online prostředí, které však není lepší variantou	4	7
5.B KONKURENCE V ODVĚTVÍ SUBSTITUTŮ	Spíše nízká	4	7
5.C HROZBA SUBSTITUTŮ V BUDOUCNU	Reálná, ale jen z části. Po pandemii budou lidé chtít zažít kulturu opět naživo. Co ale může být výhodou, že se taková představení mohou zároveň vysílat i online a tedy umožnit presenci diváků z celého světa	6	4
5.D VÝVOJ CEN SUBSTITUTŮ	Ceny mohou být nižší, jelikož míst pro diváky v online prostředí je neomezené množství, představení nemusí být tedy omezováno pouze na počet míst v divadle	7	8
5.E UŽITNÉ VLASTNOSTI SUBSTITUTŮ	Střední – možné posílení internetu, ale online zážitek se nedá srovnat se zážitkem naživo	5	5

Zdroj: Vlastní zpracování

KONKURENČNÍ RIVALITA V ODVĚTVÍ

2021 = 49:10 = 4,9

2022 = 53:10 = 5,3

HROZBA VSTUPU DO ODVĚTVÍ

2021 = 47:9 = 5,2

2022 = 48:9 = 5,3

VYJEDNÁVACÍ SÍLA ZÁKAZNÍKŮ

2021 = 25:5 = 5

2022 = 25:5 = 5

VYJEDNÁVACÍ SÍLA DODAVATELŮ

2021 = 25:5 = 5

2022 = 25:5 = 5

HROZBA SUBSTITUTŮ

2021 = 26:5 = 5,2

2022 = 31:5 = 6,2

VYHODNOCENÍ PORTEROVY ANALÝZY NA ZÁKLADĚ VÝSLEDŮ VÝŠE

1. Míra konkurence je střední. V našem případě se na konkurenci nedá nenahlížet stejným způsobem jako v případech jiných. Domníváme se, že v uměleckém sektoru panuje spíše podpora mezi umělci. Kdokoliv, kdo bude tvořit svá díla reflektující tyto otázky, bude podporovat přesah zamýšlený v našem divadle. Jediné konkurenční meze vidíme v možném shodném datu konání a v blízkosti míst realizace. To by mohlo mezi potencionálním publikem vytvořit úvahy o tom, které divadelní představení navštíví raději.

2. Hrozba vstupu na trh je středně náročná. Téměř kdokoliv z umělců může vytvořit divadelní performance. Výstup z odvětví je taktéž snadný. Úspěch však není zárukou. Bariérami vstupu může být nedostatek finančních prostředků či trvající pandemická situace.

3. Vyjednávací síla zákazníků je střední. Diváci nemají vliv na obsah divadla. Pro budoucí tvorbu by však mohlo být zásadní zachovat dialog mezi pódiem a publikem.

4. Vyjednávací síla dodavatelů je opět střední. Z hlediska dodavatelů technických potřeb je nižší, než by se dalo očekávat. Kreativita umělců je i v rámci technických záležitostí značná. V určitých případech tedy není nutné se spoléhat na kvalitní dodavatele. To však neplatí o dodavatelů know-how a umělců, kteří dílo budou prezentovat.

5. Hrozba substitutů je v současnosti vyšší. Důvodem jsou epidemická opatření, která omezují kulturu vykonávat živě. Přenáší se proto do online prostoru. V případě návyku publika na virtuální zážitek může tento substitut zvyšovat na své popularitě i do budoucna. Jinak také může nastat přesně opačný efekt, kdy diváci budou přesyceni online kulturními formáty a budou vyhledávat živou zkušenost.

10.2.4 Segmentace trhu a tržní zacílení

„Divák je návštěvník divadla, tvořící publikum, adresát divadelního poselství, součást divadelního procesu, partner divadelní komunikace...“

(Dvořák, 2005, s.68)

Úkolem segmentace trhu je rozdělit trh na několik menších celků s cílem nalézt ty segmenty, které jsou co nejvíce heterogenní a homogenní. Při segmentaci lze použít jeden ze dvou přístupů: segmentace dle charakteristik zákazníků nebo dle jejich nákupního chování. (Soukalová, 2019)

Tabulka 10: Segmentace trhu dle charakteristik zákazníka

Segmentace podle sociální třídy a jejich příjmů	Segmentace podle osobnosti	Segmentace podle věku	Segmentace podle životního stylu
Nastupující kosmopolitní třída	Rádi se vzdělávají, jsou otevřeni novým přístupům. Milovníci umění	12-15 let volnočasoví studenti tance nebo jakéhokoliv umění	Tanečníci Street Dance – Undergroundové kultury
Zajištěná střední třída	Upřednostňují tanec performativní v divadle	16-30 let umělci, studenti umění, filozofie, kultury, mezinárodních vztahů	Contemporary tanečníci
Tradiční pracující třída	Upřednostňují tanec využívající africkou estetiku	30 a více let uznávaní umělci ve svém oboru, kritici	Komerční tanečníci a tanečníci ostatních stylů (balet, step, břišní tance, ...)
Třída místních vazeb	Nadšenci v oblasti kultury		Tanečníci, kteří se tanci věnují jen na amatérské úrovni
Ohrožená a strádající třída	Extroverti		Jiní umělci
	Introverti		Pravidelní návštěvníci divadla

Zdroj: Vlastní zpracování

Taneční projekt YINAKOST se zaměřuje na několik segmentů cílové skupiny, každý z nich je pro taneční divadlo přitažlivý a vyhovuje jeho podmínkám. Často je mezi nimi nulová synergie, což je výhodné z hlediska rizik.

Naše cílová skupina jsou především umělci od věku 15 let, kteří se věnují divadlu, tanci či jiným formám umění. Tito lidé mají velký vztah k hudbě a k estetice pohybu, jsou otevření

novým přístupům a touží po rozvoji. Jsou to také všichni lidé, kteří se chtějí inspirovat undergroundovou kulturou nebo rádi navštěvují kulturní akce. Kulturní aspekt obsažen v projektu YINAKOST obsahuje několik elementů a tedy není specificky vyhraněn jen pro určité obecnstvo. Nosná tematika může zaujmout specifické publikum pohybující se v oblasti filozofie, historie, mezikulturních vztahů, estetiky, ale i psychologie či sociologie.

10.3 Komunikační cíle kampaně

Po provedení situační analýzy tedy zjištění, kde se na trhu nacházíme, je důležité stanovit cíle naší komunikace směrem k potencionálním zákazníkům. Tyto komunikační cíle vycházejí z marketingových cílů, které se týkají objemu prodeje, podílu na trhu a jejichž cílem je podpořit cíle společnosti. (Smith, 2000) Komunikační cíle můžeme považovat za nejdůležitější předpoklady pro úspěšnou komunikační kampaň a její vyhodnocení. (Karlíček a Král, 2011, str. 12) Komunikační cíle kampaně jsou postaveny na metodě SMART, která se zaměřuje na tyto specifické vlastnosti:

- (S) pecific (určité) – cíle by měly být konkrétní
- (M) easurable (měřitelné) – cíle by měly být snadno měřitelné
- (A) greed (odsouhlasené) – na těchto cílech by se měl shodnout celý tým
- (R) ealistic (reálné) – cíle by měly být proveditelné
- (T) ime specific (načasované) – měly by mít vymezen svůj časový rámeček

Komunikační cíle musí být celému organizačnímu týmu srozumitelné. Měly by je motivovat k lepšímu výkonu. (Pelsmacker, P., Geuens, M., Bergh, J., 2003)

10.3.1 SMART cíle projekt YINAKOST

1. Normalizace povědomí o presenci africké estetiky v uměleckých formách

Specific

Cílem je uskutečnit taneční divadelní performance YINAKOST, která bude obsahovat prvky africké estetiky, ale především bude rozšiřovat povědomí o její presenci v uměleckých formách na našem území. Součástí bude i informativní výstava zabývající se touto tematikou. Představení proběhne ve vsetínském domu kultury 10.9.2022. Pozváni budou lidé z taneční komunity, divadelní veřejnosti, umělci a studenti středních a vysokých škol. Po skončení představení budou vydány články týkající se divadla YINAKOST.

Measurable

Cíl lze ověřit kontrolou, zda se pozvaní lidé zúčastnili divadla a zda články o představení byly vydány.

Agreed

Celý organizační tým souhlasí se stanovenými cíli.

Realistic

Pro realizaci projektu je vytvořen harmonogram uvedený níže v této práci, který rozdělí činnosti jednotlivých týmu do časové osy.

Timed

Cíl bude dosažen 10.9.2022, kdy se uskuteční taneční divadelní představení YINAKOST.

10.4 Kreativní námět

Po stanovení komunikačních cílů, bychom se měli zabývat otázkou, jak těchto cílů dosáhneme. Pro účely tvorby komunikační kampaně projektu YINAKOST se budeme zabývat tvorbou vhodného a zároveň etického marketingového sdělení a jeho kreativním ztvárněním. Podle Pelsmackera je základem kreativní strategie komunikačního sdělení kreativní námět, který komunikuje pozici značky originálním způsobem, jenž je srozumitelný a tudíž snadno přitáhne pozornost cílové skupiny. (Pelsmacker, P., Geuens, M., Bergh, J., 2003, s.213)



Obrázek 21: Yin a Yang

Zdroj: Vlastní zpracování aplikace BazArt

Kreativním námětem projektu YINAKOST je jeho samotný název. Foneticky jinakost, jakožto pojmenování pro něco odlišného, láká publikum vidět věci v jiné – nové perspektivě. Zároveň však psaná forma „yinakosti“ neguje její primární význam a poukazuje na skrytou symboliku yin yangu – tedy na jednotu v diverzitě. Na nádech jinakosti ve věcech známých a na trochu známého uvnitř neznáma. Na dvě protichůdné síly, na kontrasty, které bez sebe nemohou existovat stejně jako den a noc. A v momentě, až se toto „jiné“ spojí do jednoho celku, tak jako yin a yang se pojí v jednotu dvou sil, se spolu naučíme koexistovat. Nastane přirozená harmonie a smysl jinakosti bude zbaven jeho prvotního významu. Všichni jsme jedno a naše diverzita je to, co svět dělá krásným.

10.5 Taktika

Další fází komunikačního plánu je odpověď na otázku: „*Jak se do námi určeného cíle přesně dostaneme?*“. V této fázi se volí nástroje, které budou použity pro komunikaci s potencionálním publikem. Pro projekt YINAKOST bude komunikační kampaň cílena převážně na online prostředí. Blažková (2005) uvádí výhody a nevýhody marketingové komunikace na internetu. Výhodou je celosvětový dosah, nepřetržitý tok informací 24 hodin denně, rychlost sdělení, možnost zpětné vazby, poměrně nízká nákladnost a snadná práce s informacemi. Mnoho těchto výhod však funguje jako dvousečná zbraň. Například příliš snadná a odbytá práce s informacemi může plodit dezinformace, přičemž výše zmíněná rychlost internetu nesoucí takové sdělení může způsobit značné zmatení. Pro taneční divadelní projekt YINAKOST budou použity dva komunikační prostředky a tři stěžejní komunikační média, skrz která budeme sdílet obsah veřejnosti. Konkrétně internetové webové stránky a komunikace na sociálních sítích jako je Instagram a Facebook.

10.5.1 Webové stránky yinakost.cz

Webové stránky můžeme označit jako formu direct marketingu, jelikož skrz ně lze uskutečnit online prodej vstupenek na představení. Jsou interaktivní, flexibilní a jejich efektivita je snadno měřitelná. Tato efektivita však závisí na klíčových kritériích, jako je atraktivní obsah, vyhledatelnost, jednoduché užití a grafický design webu, které definují Karlíček a Král (2011, s.174-179).

Atraktivní obsah webových stránek

Obsahem, který přidá na hodnotě webových stránek, bude sekce obsahující vzdělávací materiály – dokumenty, rozhovory, odkazy k tématu africké estetiky. Nebude to tedy pouze informativní kanál ohledně divadelního představení, ale informativní médium normalizující povědomí s odkazy na kompetentní jedince, kteří se k tomuto tématu vyjadřují. Vzhledem k těmto faktům bude tento web jedinečný, užitečný, ale hlavně důvěryhodný portál, který obsahuje přesvědčivé informace dokazující opravdový zájem o danou a navíc velmi aktuální tematiku.

Vyhledatelnost

Dobrá vyhledatelnost neboli dobré umístění webové stránky ve vyhledávacích jako je seznam.cz nebo google.com závisí na optimalizaci SEO – search engine optimization. Dle Procházky bychom optimalizaci SEO mohli definovat jako úpravu webových stránek takovým způsobem, aby jejich forma a obsah byly snadno zpracovatelné pro roboty internetových vyhledávačů. Cílem je získat vyšší pozici ve výsledku fulltextového vyhledávání na klíčová slova, která jsou úzce spjata s náplní webu. (Procházka, 2012, s.29) S klíčovými slovy může pomoci Google Adwords, jenž dokáže zjistit, jaká slova se v dané oblasti nejčastěji zadávají. Vybraná hesla se musí na webu několikrát opakovat, aby byl samotný web dohledatelný. Vyhledatelnost webu lze zvýšit i placenými reklamami.

Jednoduché užití

Web musí být srozumitelný a snadno čitelný. Úvodní strana by měla fungovat jako přehledný rozcestník k veškerým informacím na webu. Měla by být poutavá, aby návštěvníka donutila prostudovat obsah webových stránek. Web by se měl také správně zobrazovat na jiných zařízeních, než je počítač. Podle Kotlera rozhoduje o jednoduchém užití webových stránek také rychlost načítání, srozumitelná homepage a snadnost nalézt jiné odkazy na další relevantní stránky. (Kotler, P., Keller, K., 2007) Stránky by neměly být velmi dlouhé, aby se uživatel vyhnul zbytečnému rolování. Každá sekce webu by měla obsahovat home button, který návštěvníky vrátí zpět na hlavní stránku.

Grafický design webu

Grafický design by měl být především kreativní. Nesmí však svou kreativitou odvést pozornost od důležitých informací, které chceme návštěvníkovi sdělit. Zahay nedoporučuje kombinovat mnoho barevných kombinací. Nejpřehlednější a zároveň nejfunkčnější webový

design obsahuje jednoduché bílé pozadí, které umožňuje rychlé načítání stránek. (Zahay, D., Roberts, M. 2013)



Obrázek 22: Návrh homepage

Zdroj: Vlastní zpracování

10.5.2 Sociální média

„Sociální média jsou online média, kde je obsah (spolu) vytvářen a sdílen uživateli. Sociální média se nepřetržitě mění tím, jak se mění (přibývá) jejich obsah a funkce.“ (Janouch, 2014, s.299) Pro projekt YINAKOST bude zásadní využití platforem jako je Instagram a Facebook, kde se vyskytuje nejširší záběr naší cílové skupiny. Obě platformy, stejně jako web, budou poskytovat mnoho zajímavých informací i mimo konkrétní informace k představení. Atraktivní obsah příspěvků, možnost sdílení a rychlá vzájemná komunikace umožní z tanečního divadla vytvořit projekt s velkým edukativním přesahem, který může normalizovat povědomí o africké estetice dlouho před i po realizaci samotného projektu.



50 Posts 1 763 Followers 712 Following

YINAKOST
Taneční divadlo
10.9.2022 Vsetín
www.yinakost.cz



Divadlo



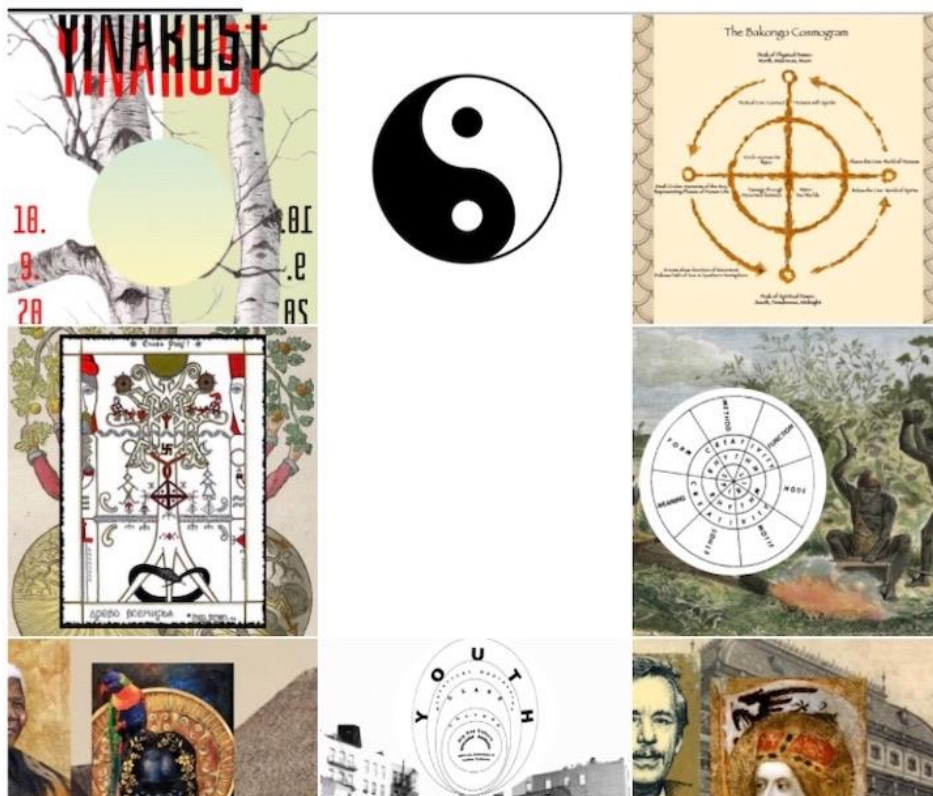
Zajímavosti



Zákulisí



Podpora



Obrázek 23: Návrh instagramové stránky

Zdroj: Vlastní zpracování

10.6 Marketingová strategie

Marketingová strategie tanečního divadelního projektu YINAKOST vychází ze získaných znalostí této diplomové práce, z provedených analýz a z odborné literatury.

10.6.1 Marketingový mix

Nástroje marketingové strategie, které budeme níže rozebírat, jsou produkt, cena, propagace a distribuce, jinak také řečeno marketingový mix neboli 4P marketingového mixu (product, price, place, promotion).

10.6.2 Produkt

Divadelní představení YINAKOST je typ nehmotného produktu či služby. Má krátkodobý charakter. Naopak jeho internetové platformy mohou jeho vzdělávací přesah o normalizaci povědomí o africké estetice šířit i v dlouhodobém časovém intervalu. Samotné představení se však odehrává v určitém místě a daném čase. Cílem je přinést dílo, které reflektuje aktuální dění ve světě a tím zvýšit povědomí o této problematice, ale také získat nové finanční prostředky nebo sponzorství na vzdělání či podporu umělců této specifické kultury. Diváci si odnesou ne jen umělecký zážitek, ale také nový pohled na jinakost.

10.6.3 Cena

Finančními příjmy budou pouze peníze vybrané ze vstupenek divadelního představení. Cena vstupenek je rozdělena do dvou kategorií, které obsahují standartní vstupné, ale i zlevněné vstupné pro studenty.

Tabulka 11: Ceník publika

Poplatek hosté	250 Kč
Poplatek studenti	150 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

10.6.4 Propagace

Propagace divadla bude mířená především na internetové prostředí. Využity budou především sociální sítě. Dále k propagaci využijeme Redbull Taneční Bulletin a Tanečnoscenu.sk. Vhodný způsob propagace může být taktéž reklama pomocí plakátů a letáčků do škol či na veřejném prostranství.

10.6.5 Distribuce

Divadelní představení YINAKOST se bude konat v domě kultury Vsetín. Dům kultury je situován v centru města – osm chůze od autobusového nádraží a šest minut od vlakové stanice. Na místo se lze dopravit i autem. Parkování se nachází ze zadní a pravé strany budovy.

10.7 Harmonogram

Harmonogram projektu YINAKOST obsahuje program pro realizaci akčních plánů, které specifikují činnost každého oddílu organizačního týmu a vedení. Tento harmonogram je časově vymezený k provedení jednotlivých úkolů. Obsahuje informace o tom, kdo je zodpovědný za jakou část projektu. Tento harmonogram je doplněn o přesný časový rozvrh sdílení příspěvků na sociálních sítích, který bude probíhat po celý čas organizace představení.

Tabulka 12: Harmonogram projektu

Stanovení produkce	Vedení	Listopad 2021
Založení profilu projektu na sociálních sítích	Produkce	Leden 2021
Žádost o dotaci	Vedení	Konec roku
Hotový program (inscenace a doprovodný program)	Vedení a produkce	Leden 2022
Rozpočet	Vedení a produkce	Leden 2022
Schůze organizačního týmu	Vedení a produkce	Leden 2022
Pozvání tanečních a jiných hostů	Vedení a produkce	Březen/Srpen 2022
Žádosti o záštitu	Vedení a produkce	
Pozvánky školám	Vedení a produkce	Květen/Červen/Září 2022
Informační články o projektu na web a soc. síť	PR manažer	Únor/Srpen 2022
Realizace projektu		10. září 2022
Shrnující zpráva a vyúčtování	Vedení a produkce	Do konce září 2022

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka 13: Harmonogram aktivity v online prostředí

	Březen				Duben				Květen				Červen				Červenec				Srpen				Září	
	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	38
W E B																										
I G																										
FB																										
	PŘÍPRAVA				PREZENTACE PROJEKTU				PREZENTACE ÚČINKUJÍCÍCH				SDÍLENÍ VZDĚLÁVACÍHO OBSAHU				SDÍLENÍ VZDĚLÁVACÍHO OBSAHU				JINAKOST X YINAKOST				REALIZACE KONTROLA PODĚKOVÁNÍ	

Zdroj: Vlastní zpracování

10.8 Rozpočet

Rozpočet je založen na financování z dotací Zlínského kraje, města Vsetína, ale také na podpoře mateřské organizace TJ Sokol Vsetín skupiny All Style Unit. Organizace taktéž zažádá o grant od nadačních fondů Zlínského kraje. Počítá se také s vlastními vklady. Mnoho nákladů bude uhrazeno symbolickým příspěvkem členům projektu, kteří jsou odborníky ve svém oboru a do projektu jsou zapojeni kvůli nabrání nových zkušeností.

Tabulka 14: Předpokládaný rozpočet projektu YINAKOST

Kategorie	Náklady	Popis
Doprava	3 800 Kč	Dovoz a odvoz technických potřeb, proplacení jízdného externistů
Propagace	5 000 Kč	Placená reklama na soc. sítích měsíc před realizací, tisk propagačních předmětů
Občerstvení	2 000 Kč	Raut pro účinkující (10.9.2022)
Externí účinkující	10 000 Kč	Max. dva tanečníci mimo seskupení Univerz~um
Kulisy, výzdoba	10 000 Kč	Předměty na scénu a do předsálí (výstava)
Technické zázemí navíc	8 000 Kč	Pronájem světel, projektoru, mlhy
Pronájem domu kultury	30 000 Kč	Pronájem sálu a lidí na den (+ generální zkouška)
Kostýmy	8 500 Kč	Kostýmy pro účinkující (9 ks)
CELKEM NÁKLADY		77 300 Kč
PŘEDPOKLÁDANÉ PŘÍJMY		93 000 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

10.9 Kontrola a měření efektivity

V tomto momentě je nám známo, jaké nástroje ke komunikaci a propagaci využijeme, v jakém časovém horizontu a v jaké cenové relaci. Poslední projektovou částí je kontrola a měření efektivity zvolených komunikačních nástrojů a kontrola splnění předem určených cílů. Naším cílem je normalizovat povědomí o presenci africké estetiky v umění na našem území, které chceme publiku představit prostřednictvím tanečního performance YINAKOST a v dalších podpůrných a vzdělávacích aktivitách kolem projektu. Tato kontrola bude probíhat až jako vyhodnocení uskutečněného eventů v roce 2022. V současnosti si však představíme metody, které budou u jednotlivých nástrojů využity. Cílem je zjistit, které nástroje se v rámci komunikační a marketingové kampaně tanečního divadla osvědčily nejvíce, aby byla možná kvalitnější realizace budoucích projektů v uměleckém sektoru.

Webové stránky

Efektivitu webových stránek budeme zjišťovat pomocí analytického nástroje Google Analytics. Tento nástroj umožňuje měřit a pochopit interakce, ke kterým dochází na našich webových stránkách a poskytuje množství cenných dat, které se z analýz dají vyčíst. Tyto data jsou například: které naše stránky na webu jsou nejnavštěvovanější, konkrétní den a hodinu, kdy uživatelé web navštěvují, kolik času zde stráví, a kteří uživatelé provedli vyžádanou akci, tedy nákup vstupenky. (Oxyshop, 2015)

Facebook

Facebook má mnoho nástrojů, které fungují jako ukazatel efektivity. Na základě těchto nástrojů zjistíme jak naši sledující na příspěvky reagují. Těmito indikátory, které lze najít na Facebooku v Přehledu stránky, jsou:

- „To se mi líbí“ – na základě tohoto nástroje lze zjistit, kolik lidí označilo stránku „To se mi líbí“, ale také kolik z nich zrušilo sledování za určité období.
- „Dosah“ – v oddílu Dosah lze nalézt, kolik lidí bylo zasaženo našim příspěvkem, kolik jej okomentovalo a kolik sdílelo
- „Návštěvy“ – oddíl návštěvy nám pomůže zjistit, který obsah a formát se lidem na naší stránce líbí, jestli o nás píší na Facebooku a jakým způsobem se na naši stránku dostali.

- „Příspěvky“ – zde se dozvíme, kdy jsou naši sledující online, na který typ příspěvků reagují a co konají jiné úspěšné stránky pro to, aby oslovily své zákazníky.
- „Lidé“ – v oddílu lidé najdeme informace o okruhu uživatelů, které oslovujeme. A to dle pohlaví, lokality či jazyka.

Instagram

Existuje mnoho způsobu jak trasovat efektivnost našeho instagramového profilu. Pro naše účely budou stačit klasické neplacené indikátory jako jsou „To se mi líbí“, počet „followers“, komentářů, sdílení, ale také počet uložení našich příspěvků, jenž má podle nového algoritmu Instagramu dnes nejsilnější váhu.

Efektivita kampaně

Jak byla celková kampaň projektu YINAKOST efektivní můžeme změřit kvantitativním dotazníkem zveřejněným v podobné formě na stejných platformách, jako bylo provedeno dotazníkové šetření nyní v rámci praktické části diplomové práce. Tohle dotazování by mohlo proběhnout pár měsíců po realizaci celého projektu. Je jisté, že vlivů, které toto povědomí mohou zlepšit, bude neustále narůstat, a proto nelze určit, zda tím zásadním ukazatelem bude náš projekt. To však pro dosažení cíle není tolik zásadní.

10.10 Rizika kampaně

Rizikem kampaně může být nedostatečné propojení všech dílčích cílů do jednoho sdělení, které se příjemcům bude jevit jako nesrozumitelné. Dále efektivitu kampaně pro projekt YINAKOST může ohrozit nezájem či obava se takové akce účastnit.

ZÁVĚR

Diplomová práce se zabývá problematikou vlivů kulturní rozmanitosti na marketingovou komunikaci se zaměřením na africkou estetiku. Hlavním cílem bylo zjistit míru povědomí o africké estetice na území České a Slovenské republiky a následně toto povědomí normalizovat vytvořením komunikační kampaně pro propagaci uměleckých výstupů vycházejících z africké presence. Tyto výstupy jsou na základě získaných informací z praktické části práce a z teorie odborné literatury postaveny na etických základech. První část práce je tvořena teoretickou základnou, ve které autorka definuje vymezené pojmy v oblasti marketingu kultury, interkulturní komunikace, africké a české lidové estetiky. Na teoretický oddíl je navázána praktická část, ve které jsou analyzovány dva provedené výzkumy – kvantitativní dotazování veřejnosti a kvalitativní rozhovory s umělci. V poslední – projektové části autorka navrhuje komunikační a marketingovou kampaň tanečního divadelního projektu YINAKOST, jenž je výstupním bodem realizace všech zmíněných cílů.

Z práce vyplývá, že míra obecného povědomí o pojmu africké estetiky je u nás velmi nízká a opírá se o mnoho stereotypních vzorců myšlení a historicky mylně zakotvených informací. Lze konstatovat, že větší povědomí bylo znatelné u recipientů ze stran umělců. Dále bylo zjištěno, že otázka interkulturního přejímání prvků jiné kulturní skupiny je v pořádku jen za podmínek dodržení respektu, podpory a zájmu porozumět dané kultuře. Tyto východiska se staly nosnými pilíři projektové části práce, která navrhla komunikační kampaň tanečního divadelního projektu YINAKOST. Autorka věří, že je dnes nesmírně důležité mluvit o těchto tématech a právě umění může být efektivním pojítkem mezi estetickou krásou a mnohdy nepříjemnou skutečností.

Na základě výzkumu diplomové práce bylo zjištěno mnoho užitečných informací, které v budoucnu mohou posloužit umělcům, ale především jejich marketingovým týmům ke správné propagaci uměleckých děl čerpajících z africké estetiky. Díky práci autorka nabyla nových znalostí a dovedností, které svou filozofickou abstraktností přesahují meze marketingové komunikace. Cíl diplomové práce byl splněn.

“Je samozřejmostí, že názory bělochů musí být změněny, aby se náš svět posunul. Názory, které vychází z centra této problematiky však z pravidla bývají utlačovány. Skutečná sociální transformace by se tedy neměla tolik soustředit na názory bělochů, ale spíše na posílení a propagaci černošských lidí, kteří skutečně trpí.”

- Charity Croff

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

1. ANDREASEN, A. R. *Expanding the Audience for the Performing Arts*. United States of America: McNaughton and Gunn, Saline, MI, 1991. 56 s. ISBN 0-929765-01-X
2. BAČUVČÍK, R. *Marketing neziskových organizací*. Vyd. 1. Zlín: VeRBuM, 2011. 190 s. ISBN 978-80-87500-01-9
3. BAČUVČÍK, Radim. *Marketing kultury*. Praha: Verbum Publishing, 2012. 198 s. ISBN 978-80-87500-17-0
4. BERRY, J.W., POORTINGA, Y.P., SEGALL M.H., DASEN, P.R. *Cross-Culture Psychology. Research and Applications*. Cambridge, CUP, 2002
5. BHABHA, H. K. *Místa kultury*. přel. Martin Ritter. TRANZIT, 2012, 345 s. ISBN 978-80-87259-16-0
6. BLAŽKOVÁ, M. *Jak využít internet v marketingu: krok za krokem k vyšší konkurenceschopnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 156 s. ISBN 80-247-1095-1
7. BROUČEK, S. *Základní pojmy etnické teorie*. Český lid, 4, 78, 1991. s.237-257
8. BUKOFZER, M. F. *Hudba v období baroka. Od Monteverdiho po Bacha*. Přel. J. Juráňová. Bratislava: Opus, 1986. 677 s.
9. BURKE, P. *Lidová kultura v ranně novověké Evropě*. Praha: Argo, 2005. 374 s. ISBN 80-7203-638-6
10. CARROLL, B. *Language, Thought, and Reality – Selected writings of Benjamin Lee Whorf*. New York: The MIT Press, 1956. ISBN 978-0-26-223003-2
11. CASHMORE, E. *The Black Culture Industry*. UK: Routledge, 1997. 216 s. ISBN 978-0-415120-83-8
12. COLBERT, F. a kol. *Marketing Culture and the Arts*. Vyd. 2. Montreal: Paul and Pub Consortium, 2001. 262 s. ISBN 2-89105-552-7
13. ČÁP, J., MAREŠ, J. *Psychologie pro učitele*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2001. 656 s. ISBN 80-7178-463-X
14. ČEPELKA, O. *Práce s veřejností v nepodnikatelském sektoru*. Vyd. 1. Liberec: Omega, 1997. 243 s. ISBN 80-902376-0-6
15. DICKMAN, S. *Arts marketing: The Pocket Guide*. Australia: Center for Professional Development, 1997. ISBN 1-86339-195-9
16. DIGGLE, K. *Arts marketing*. Vyd. 1. London: Rhinegold Publishing Limited, 1994. 293 s. ISBN 0-946890-58-7
17. DVOŘÁK, J. *Malý slovník managementu divadla*. Praha: Pražská scéna, 2005. s.237. ISBN 80-86102-49-1
18. FANON, F. *Černá kůže, bílé masky*. přel. Irena Kozelská. TRANZIT, 2011. 192 s. ISBN 978-80-87259-12-2
19. GIDDENS, A. *Sociologie*. Praha: Argo, 2013. ISBN 978-80-257-0807-1
20. GOTTSCHILD, B. D. *Digging the Africanist Presence in American Performance: Dance and other contexts*. Westport: Praeger Publishers, 1996. ISBN 0-313-29684-7
21. GRASSEOVÁ, M., DUBEC, R., ŘEHÁK, D. *Analýza v rukou manažera: 33 nejpoužívanějších metod strategického řízení*. Brno: Computer Press, 2010, s. 178-180
22. GREENBERG, C. *Avantgarda a kýč*. přel. Tomáš Pospiszyl. Labyrint Revue č. 7-8: Časopis pro kulturu, 2000. 74 s.
23. GUSEV, V. J. *Estetika folklóru*. Praha: Odeon, 1978. 373 s.
24. HARRISON, P. C. *The Drama of Nommo and Totem Voices*. New York: Groove Press, 1972. 231 s. ISBN 978-0-8021-3126-3

25. HNÁTEK, M. *Člověk a globalizující se svět*. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati: Institut mezioborových studií Brno, 2005.
26. HOFSTEDE G., HOFSTEDE G. J. *Kultury a organizace. Software lidské mysli*. Praha: Linde, 2006. 336 s. ISBN 80-86131-70-X
27. HOFSTEDE, G., HOFSTEDE, G. J., MINKOV, M. *Cultures and organizations: Software of the mind*. Vyd. 3. McGraw Hill Professional, 2010. 576 s. ISBN 978-0-07-177015-6
28. HORÁLEK, K. *Filosofie jazyka*. Praha. Univerzita Karlova, 1967. 158 s. ISBN 978-80-210-6265-8
29. CHADIMA, M. *Filozofie – úvod do dějin evropského myšlení*. Hradec Králové: Ústav sociální práce: Gaudeamus, 2013. 206 s. ISBN 978-80-7435-300-0
30. CHESTERSON, G.K. *The Autobiography*. San Francisco: Ignatius Press, 2006, 350 s. ISBN 978-1-68149-199-8
31. CHONG, D. *Arts Management*. Vyd. 1. London, New York: Routledge, 2002. 156 s. ISBN 0-415-23682-7
32. JANOUCH, V. *Internetový marketing*. 2. vyd. Brno: Computer Press, 2014, 376 s. ISBN 978-80-251-4311-7
33. JANOUŠEK, P. a kol. *Dějiny české literatury 1945-1989*. Vyd. 1. Praha: Academia, 2008. 980 s. ISBN 978-80-200-1631-7
34. JOHNOVÁ, R. *Marketing kulturního dědictví a umění*. Vyd. 1 Praha: Grada, 2008. 288 s. ISBN 978-80-247-2724-0
35. KARLÍČEK, M., KRÁL, P. *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu*. 1.vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-3541-2.
36. KLÍMA, J. *Dějiny Afriky – vývoj kontinentů, regionů a států*. Praha: Lidové noviny, 2012. 687 s. ISBN 978-80-7422-189-7
37. Kolektiv autorů. *Velká všeobecná encyklopedie, díl 2*. Praha: Diderot, 1999. 677 s. ISBN 80-902723-4-7
38. KOTLER, P., KELLER, K. *Marketing management*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5
39. KOTLER, P., SHEFF, J. *Standing Room Only. Strategies for Marketing the Performing Arts*. Boston, Mass: Harvard Business School Press, 1997. 560 s. ISBN 0-87584-737-4
40. KUSÁK, A. *Kultura a politika v Československu: 1954-1956*. Praha: Torst, 1998. 663 s. ISBN 80-7215-055-3
41. MACURA, V. *Znamení rodu a české sny*. Praha: Academia, 2015. 638 s. ISBN 978-80-200-2506-7
42. MÁCHA, K.H. *Máj*. Vyd.1.Praha: Mladá fronta, 2016. 80 s. ISBN 978-80-204-0792-4
43. MAJCHRÁKOVÁ, D. *Analýza vybrané firmy*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2011. 94 s. Vedoucí diplomové práce Ing. Martin Pernica, Ph.D
44. MATYSOVÁ, K. *Akultura imigrantů v České republice*. Vysoká škola ekonomická v Praze. Fakulta mezinárodních vztahů, 2012. ISSN 0572-3043
45. OSUMARE, Halifu. *The Africanist Aesthetic in Global Hip hop*. New York: Palgrave Macmillan, 2007. ISBN-10: 0-230-60961-9
46. PATOČKA, J. *Nejstarší řecká filozofie*. Praha: Vyšehrad, 1996. ISBN 80-7021-195-4
47. PELSMACKER, P., GEUENS, M., BERGH, J. *Marketingová komunikace*. Praha: Grada, 2003. 581 s. ISBN 80-247-0254-1

48. PROCHÁZKA, D. *SEO: cesta k propagaci vlastního webu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 144 s. ISBN 978-80-247-4222-9
49. PRŮCHA, Jan. *Interkulturní komunikace*. Praha: Grada Publishing, 2010. 199 s. ISBN 978-80-247-3069-1
50. RABUŠIC, L. *České hodnoty 1991-1999*. Brno: Masarykova univerzita, 2001. 176s. ISBN 978-80-2102-623-0
51. RAHNER, K. *Základy křesťanské víry*. Svitavy: Trinitas, 2004. ISBN 80-86036-99-5
52. REICHEL, J. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-3006-6
53. RENTSCHLER, R. *Museum and Performing Arts Marketing: The Age of Discovery*. In: *The Journal of Arts Management, Law and Society*. Vol 32, No. 1, Spring 2002. s. 7-14. Heldref Publications, 2002. ISSN 1063-2921
54. ROLNÝ, I., LACINA L. *Globalizace – etika – ekonomika*. Vyd. 2. Věrovany: Jan Piszkiwicz, 2004. 300 s. ISBN 80-86768-04-X
55. SHAFF, A. *Úvod do sémantiky*. Přel. Pavel Materna. Praha: NPL, 1963. 331s.
56. SHEFF BERNSTEIN, J. *Arts Marketing Insights. The Dynamics of Building and Retaining Performing Arts Audiences*. Vyd. 1. San Francisco: Josey-Bass, 2007. 294 s. ISBN 0-7879-7844-2
57. SOUKALOVÁ, Radomila, 2019. Aktuální případové studie a prezentace na www.vyuka.fmk.utb.cz – kurz KMAR3
58. SURJOMANTONOVÁ, D., WAGNEROVÁ, I. *Interkulturní rozdíly – Češi a Indonésané*. In: KOLMAN, L. *Komunikace mezi kulturami*. Praha: Alfa nakladatelství, 2007. s.147-162
59. SVOBODA, V. *Základy public relations*. Vyd. 1. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 2001. 152 s. ISBN 80-7318-043-X
60. TAJTÁKOVÁ, M. a kol. *Marketing kultúry: jako oslovit' a udržat' si publikum*. Bratislava: Vyd. EUROKÓDEX, 2010. 260 s. ISBN 978-80-89447-29-9
61. TICHÁ, I., HRON, J. *Strategické řízení*. 1. dotisk. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2003. 240 s. ISBN 80-213-0922-9
62. TYL, J. K. *Kde domov můj. Fidlovačka aneb žádný hněv a žádná rvačka*. 1834
63. VESELÝ, Karel. *Hudba ohně: Radikální černá hudba od jazzu po hip hop a dále*. Praha: BiggBoss, 2010. ISBN 978-80-903973-1-6
64. WELSH, Kariam Asante. *The African Aesthetic: Keeper of the traditions*. Westport: Praeger Publishers, 1994. ISBN 0-313-26549-6
65. ZAHAY, D., ROBERTS, M. *Internet marketing: integrating online and offline strategies*. 3rd ed. Mason, OH: South-Western Cengage learning, 2013, xxii, 484 p. ISBN 978-113- 3625-902
66. ZAHŘÁDKA, P. *Vysoké versus populární umění*. Olomouc: Peripulum, 2009. 124 s. ISBN 978-80-86624-48-8

INTERNETOVÉ ZDROJE

1. *A History of African Women's Hair*. Afrika.com, 2019. [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: <https://africa.com/history-african-womens-hairstyles/>
2. BENEŠOVÁ, K. *Kulturní a jazykový relativismus – komunikační problémy raného setkávání s Novým světem*. Diplomová práce. Západočeská univerzita v Plzni. Fakulta filozofická, 2016. [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: https://dspace5.zcu.cz/bitstream/11025/24677/1/DP_Benesova.pdf
3. DIOP, D. *Africa My Africa*. In: African Skies, 2019. [online]. [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: <https://folukeafrica.com/africa-my-africa-by-david-diop/>
4. *Etnografický region Valašsko*. Archiv.fos.cz, 2005. [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: <http://archiv.fos.cz/encyklopedie/objekty1.phtml?id=122634>
5. GNARR, J. In: Global Voices. *Vzdají se Islandčané svého jazyka kvůli angličtině?* Přel. Anna Záhorská, 2015. [online]. [cit. 2021-03-15]. Dostupné z: <https://cs.globalvoices.org/2015/09/4679>
6. HODSON, J.D. *The Ethics of Respect for Persons*. In: The Ethics of Legal Coercion. Philosophical Studies Series in Philosophy, vol 26. Springer, Dordrecht, 1983. [online]. [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: https://doi.org/10.1007/978-94-009-7257-5_1
7. KELLER, J. *Zájem*. In: Sociologická encyklopedie, 2017. [online]. [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Zájem>
8. KIPLING, R. *The White Man's Burden*. In: Metodický portál, 2015. [online]. [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/k/GLE/20395/BRIME-BILEHO-MUZE.html/>
9. LEHMANOVÁ, Z. *Integrace Evropy z hlediska kultury – Mezinárodní vztahy 03/2001*. Praha: 2001. [online]. [cit. 2021-03-12]. Dostupné z: <https://mv.iir.cz/article/view/690/735>
10. MITCHUM, K. In: The Atlantic. *The dictionary definition of Racism has to change*. 2020. [online]. [cit. 2021-03-15]. Dostupné z: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2020/06/dictionary-definition-racism-has-change/613324/>
11. NOVOTNÁ, I. *Pojem lidovost jako hodnotící pojem*. Diplomová práce. Masarykova univerzita v Brně: Fakulta Filozofická, 2008. [online]. [cit. 2021-03-15]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/ru821/bakalarka.pdf>
12. *Nový encyklopedický slovník*. 2017 In: CzechEncy [online]. [cit. 2021-03-15]. Dostupné z: <https://www.czechency.org/slovník/LINGUA%20FRANCA>
13. Oxysshop.cz. 2015. In: *Začínáme (a nekončíme) s Google Analytics* [online]. [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: <https://www.oxysshop.cz/blog/zaciname-a-nekoncime-s-google-analytics.html>
14. ŘEŘÁBEK, T. *Analýza konkurence*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, ekonomická fakulta, 2011. 111 s. [online]. [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: https://theses.cz/id/s11h5i/DP_Rerabek_Tomas.pdf
15. *Státní kulturní politika*. 2015. In: Ministerstvo kultury [online]. [cit. 2021-03-11]. Dostupné z: <https://www.mkcr.cz/statni-kulturni-politika-69.html>
16. *Tajemství afrických vlasů*. Mamazafriky.cz, 2020. [online]. [cit. 2021-03-16]. Dostupné z: <https://mamazafriky.cz/kuriozity-z-toga/tajemstvi-africky-ch-vlasu/>
17. URBAN, J. *Od SWOT analýzy k tvorbě firemní strategie*. 2019 In: Ústav práva a právní vědy. [online]. [cit. 2021-04-07]. Dostupné z: <https://www.ustavprava.cz/blog/2019/10/od-swot-analyzy-k-tvorbe-firemni-strategie/>

18. *Výhody předplatného*. 2021. In: Městské divadlo Zlín [online]. [cit. 2021-03-11].
Dostupné z: <https://www.divadlozlin.cz/cs/prodej/predplatne/vyhody-predplatneho/>

INTERNETOVÉ ZDROJE POUŽITÝCH OBRÁZKŮ

1. Obrázek č. 4. *Slave Ship*, Turner, 1840. Dostupné z:
<https://joyofmuseums.com/museums/united-states-of-america/boston-museums/museum-of-fine-arts-boston/the-slave-ship-by-j-m-w-turner/>
2. Obrázek č. 6. *Bakongo Cosmogram*. Dostupné z:
<https://cz.pinterest.com/pin/379780181079577524/>
3. Obrázek č. 7. *Bronx Dez N Crew*. Dostupné z:
<https://cz.pinterest.com/pin/194851121367371537/>
4. Obrázek č. 8. *Earl Snakehips Tucker*. Dostupné z:
<https://cz.pinterest.com/pin/194851121367371537/>, *Savoy Ballroom in Harlem*, 1939.
Dostupné z: <https://cz.pinterest.com/pin/1548181122112261/>
5. Obrázek č. 9. *Cool Kids*. Dostupné z:
<https://cz.pinterest.com/pin/573153490075671872/>,
<https://cz.pinterest.com/pin/27654985182583792/>
6. Obrázek č. 10. *Diagram okrajových spojitostí globálního Hip Hopu*. Dostupné z:
<https://cz.pinterest.com/pin/557883472575593292/>
7. Obrázek č. 11. *Úprava vlasů kmene Himba*. Dostupné z:
<https://cz.pinterest.com/pin/357825132893443603/>,
<https://cz.pinterest.com/pin/2744449761194490/>
8. Obrázek č. 12. *Fotografie od Jeremy Rodney-Hall*. Dostupné z:
<https://www.thecut.com/2019/01/the-hair-appointment-celebrates-black-hair-braiding.html>
9. Obrázek č. 13. *Slovanské pojetí světa*. Dostupné z:
<https://knotmagick101.wordpress.com/2017/05/27/rod-and-cosmology/>
10. Obrázek č. 19. *White Savior Complex*. Dostupné z:
<https://www.instagram.com/nowwhitesaviors/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

AE Africká estetika

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Typologie kultur, Hofstede, 1999; Hofstede a Hofstede, 2006; Hofstede a Minkov, 2010.....	28
Obrázek 2: Koláž Česko	32
Obrázek 3: Koláž Afrika.....	35
Obrázek 4: The Slave Ship, J. M. W. Turner, 1840.....	41
Obrázek 5: Nzuri model, The Welsh – Asante, 1994, s.10.....	43
Obrázek 6: Bakongo Cosmogram.....	45
Obrázek 7: Bronx Dez N crew	46
Obrázek 8: Earl Snakehips Tucker a Savoy Ballroom in Harlem, 1939	47
Obrázek 9: Cool Kids,	48
Obrázek 10: Diagram okrajových spojitostí globálního hip hopu, Osumare, 2007, s.69	51
Obrázek 11: Úprava vlasů, kmen Himba Namibie	53
Obrázek 12: Fotografie od Jeremy Rodney-Hall	53
Obrázek 13: Slovanské pojetí světa	55
Obrázek 14: Lidové tance	57
Obrázek 15: Lidový kroj a zuberská výšivka	58
Obrázek 16: Pěvecký sbor Blaženky.....	59
Obrázek 17: Valašská stylizace vlasů	60
Obrázek 18: Angela Nwagbo, Jean Thierry D'Almeida, Katarína Čilíková, Lukáš Dudík, Radka Lišková, Jana Jelínková, Martina Zachrllová, Denisa Mrvová	75
Obrázek 19: White Savior Complex	84
Obrázek 20: Plakát divadla Yinakost.....	87
Obrázek 21: Yin a Yang	100
Obrázek 22: Návrh homepage	103
Obrázek 23: Návrh instagramové stránky	104

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Označování černochů v USA (Zdroj: Průcha, 2010, s.66)	38
Tabulka 2: PEST analýza projektu YINAKOST	89
Tabulka 3: SWOT analýza divadelního projektu YINAKOST	90
Tabulka 4: Porterův model 5 sil pro divadelní projekt YINAKOST	92
Tabulka 5: KONKURENČNÍ RIVALITA V ODVĚTVÍ	93
Tabulka 6: HROZBA VSTUPU DO ODVĚTVÍ	94
Tabulka 7: VYJEDNÁVACÍ SÍLA ZÁKAZNÍKŮ	95
Tabulka 8: VYJEDNÁVACÍ SÍLA DODAVATELŮ	95
Tabulka 9: HROZBA SUBSTITUTŮ	96
Tabulka 10: Segmentace trhu dle charakteristik zákazníka	98
Tabulka 11: Ceník publika.....	105
Tabulka 12: Harmonogram projektu.....	106
Tabulka 13: Harmonogram aktivity v online prostředí.....	107
Tabulka 14: Předpokládaný rozpočet projektu YINAKOST.....	107

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Překlad básně Africa My Africa, David Diop

Příloha P II: Překlad citace Chesterson

Příloha P III: Překlad citace Fanon

Příloha P IV: Překlad citace Asante

Příloha P V: Překlad citace Graham

Příloha P VI: Překlad citace Haskell

Příloha P VII: Překlad citace Gottschild

Příloha P VIII: Překlad citace Schechner

Příloha P IX: Odpovědi kvantitativního dotazníku Google Formes

Příloha X: Odpovědi kvantitativního dotazníku Instagram

Příloha XI: Rozhovor Jean Thierry d'Almeida

Příloha XII: Rozhovor Angela Nwagbo

Příloha XIII: Rozhovor Katarína Čilíková

Příloha XIV: Rozhovor Lukáš Dudík

Příloha XV: Rozhovor Radka Lišková

Příloha XVI: Rozhovor Jana Jelínková

Příloha XVII: Rozhovor Martina Zachrlová

Příloha XVIII: Rozhovor Denisa Mrvová

**PŘÍLOHA P I: VOLNÝ PŘEKLAD BÁSNĚ AFRICA MY AFRICA
DAVIDA DIOPA**

"Afrika moje Afrika."

...

Nikdy jsem tě neznal

Ale tvá krev teče v mých žilách

Tvá krásná černá krev, která zavlažuje pole

Krev tvého potu

Pot tvé práce

Práce tvého otroctví

Afriko, řekni mi Afriko

Jsou to tvá záda, která nejsou zlomená

... ten strom tam

Úžasně sama uprostřed bílých a vybledlých květů

To je vaše Afrika, která se znovu objevuje

trpělivě, tvrdohlavě

Čí ovoce získává kousek po kousku

Hořká chuť svobody. “

PŘÍLOHA P II: PŘEKLAD CITACE CHESTERSON

„Half the trouble about the modern man is that he is educated to understand foreign languages and misunderstand foreigners.“

"Poloviční problém moderního člověka spočívá v tom, že je vzdělaný v porozumění cizím jazykům a nedorozumění cizincům."

PŘÍLOHA P III: PŘEKLAD CITACE FANON

„To us, the man who adores the Negro is as „sick“ as the man who abominates him. Conversely, the black man who wants to turn his race white is as miserable as he who preaches hatred for the whites. In absolute, the black is no more to be loved than the Czech, and truly what is to be done is to set man free.“

„Pro nás je člověk, který zbožňuje černocho, stejně, nemocný “jako muž, který jim opovrhuje. Zároveň, černocho, který chce změnit svou rasu na bílou, je stejně nešťastný jako ten, kdo káže nenávist k bílým. Nakonec, černá není o nic víc milovaná než česká a to, co je opravdu potřebné uskutečnit, je osvobodit člověka.“

PŘÍLOHA P IV: PŘEKLAD CITACE ASANTE

„Spirit, rhythm and creativity are the key criteria in discussing any aesthetic for African people. Spirit, rhythm and creativity derive from epic memory or sense of ancestorism or race memory. African people can draw upon a collective aesthetic bank that houses images, symbols, and rhythms based upon history and subsequent mythology.“

„Duch, rytmus a kreativita jsou klíčovými kritérii při diskuzi o jakékoli estetice pro africké lidi. Duch, rytmus a kreativita vycházejí z epické paměti nebo pocitu předků nebo rasové paměti. Afričané mohou čerpat z kolektivní estetické banky, která obsahuje obrazy, symboly a rytmy založené na historii a následné mytologii.“

PŘÍLOHA P V: PŘEKLAD CITACE GRAHAM

„We have two primitive sources, dangerous and hard to handle in the arts, but of intense psychic significance – the Indian and the Negro. That these influence us is certain.“

"Máme dva primitivní zdroje, nebezpečné a obtížně zvládnutelné v umění, ale s velkým psychickým významem – Indické a černošské zdroje." To, že nás ovlivňují, je jisté.“

PŘÍLOHA P VI: PŘEKLAD CITACE HASKELL

„African americans blend impossible and create beauty.“

"Afroameričané mísí nemožné a vytvářejí krásu."

PŘÍLOHA P VII: PŘEKLAD CITACE GOTTSCHILD

“Old people dancing with youthful vitality are valued examples of ephibism in Africanist cultures.”

"Staří lidé tančící s mladistvou vitalitou jsou cennými příklady ephibismu v afrických kulturách."

PŘÍLOHA P VIII: PŘEKLAD CITACE SCHECHNER

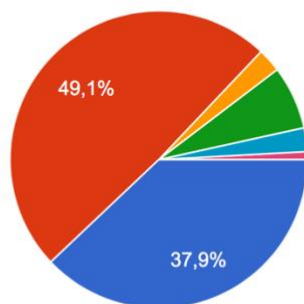
*“Getting there, rather than getting **there**.”*

*"Dostat se tam, spíše než se dostat **tam**."*

PŘÍLOHA P IX: ODPOVĚDI KVANTITATIVNÍHO DOTAZNÍKU GOOGLE FORMES

Je to pro tebe esteticky...? (Doplň)

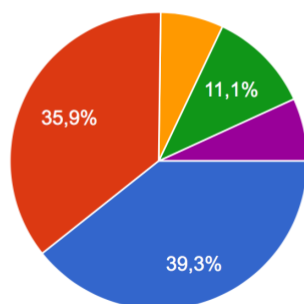
116 odpovědí



- EXOTICKÉ
- KRÁSNÉ
- NORMÁLNÍ
- TRADIČNÍ
- NEVKUSNÉ
- JINÉ
- NEDOKÁŽI POSODIT

Který styl více preferujete (1, 2), oblékli byste si ho (ANO, NE)? (Pohlaví ani národnost by neměla být rozhodující)

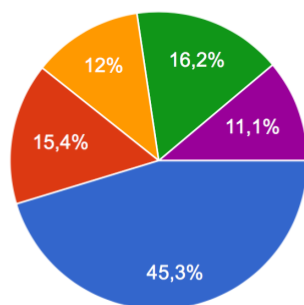
117 odpovědí



- PREFERUJI MOŽNOST 1/ ANO
- PREFERUJI MOŽNOST 2/ ANO
- PREFERUJI MOŽNOST 1/ NE
- PREFERUJI MOŽNOST 2/ NE
- ANI JEDNA Z UVEDENÝCH MOŽNOSTÍ

Který styl více preferujete (1, 2), oblékli byste si ho (ANO, NE)? (Pohlaví ani národnost by neměla být rozhodující)

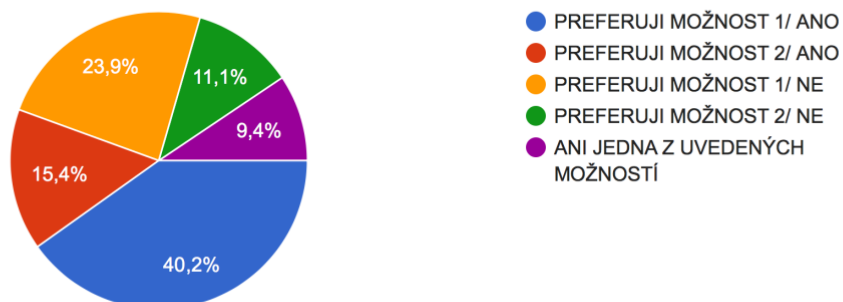
117 odpovědí



- PREFERUJI MOŽNOST 1/ ANO
- PREFERUJI MOŽNOST 2/ ANO
- PREFERUJI MOŽNOST 1/ NE
- PREFERUJI MOŽNOST 2/ NE
- ANI JEDNA Z UVEDENÝCH MOŽNOSTÍ

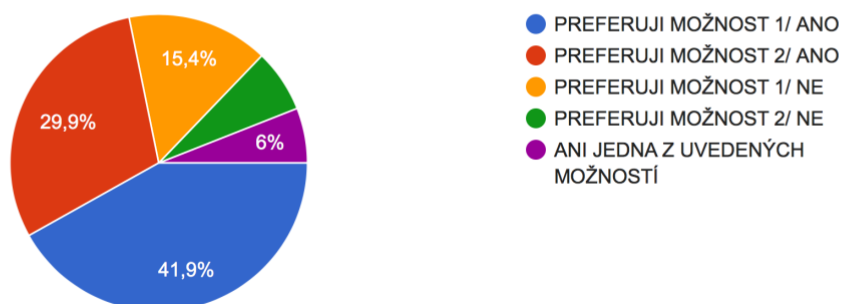
Který styl více preferujete (1, 2), oblékli byste si ho (ANO, NE)? (Pohlaví ani národnost by neměla být rozhodující)

117 odpovědí



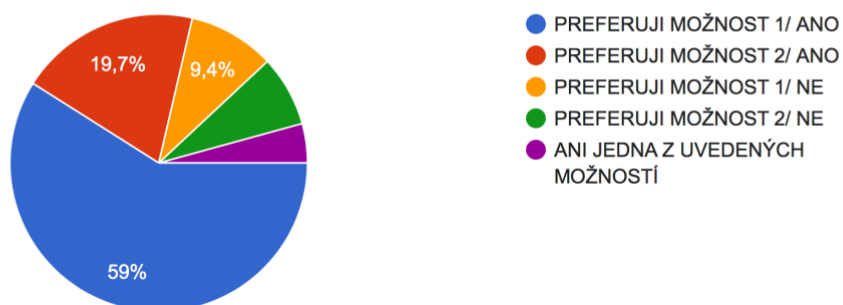
Který styl více preferujete (1, 2), oblékli byste si ho (ANO, NE)? (Pohlaví ani národnost by neměla být rozhodující)

117 odpovědí



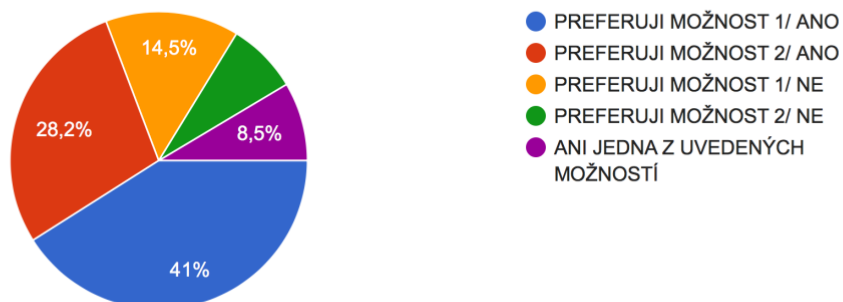
Který styl více preferujete (1, 2), oblékli byste si ho (ANO, NE)? (Pohlaví ani národnost by neměla být rozhodující)

117 odpovědí



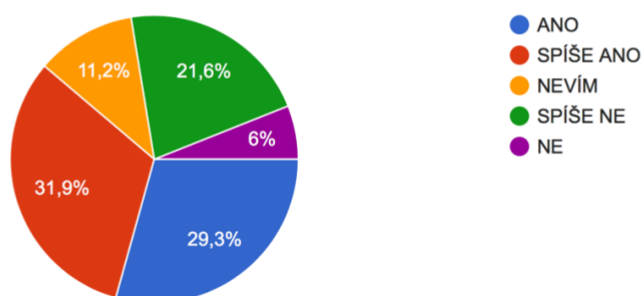
Který styl více preferujete (1, 2), oblékli byste si ho (ANO, NE)? (Pohlaví ani národnost by neměla být rozhodující)

117 odpovědí



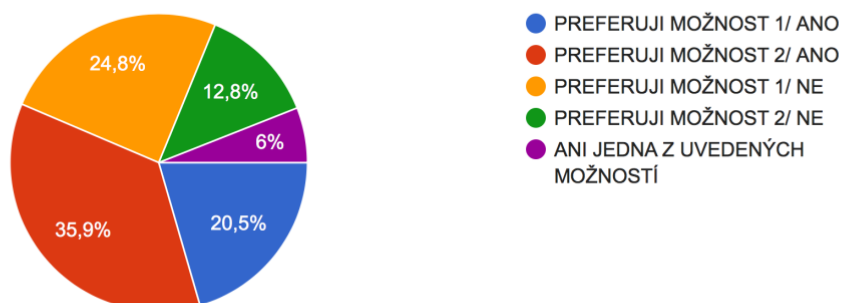
Jedná se podle vás o kulturní aropriaci? (přivlastnění určitých prvků menšinové skupiny skupinou dominantní)

116 odpovědí



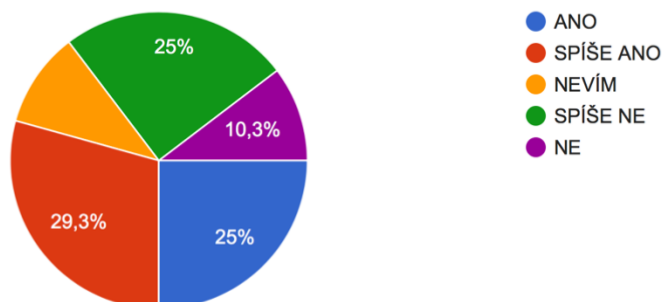
Který styl více preferujete (1, 2), oblékli byste si ho (ANO, NE)? (Pohlaví ani národnost by neměla být rozhodující)

117 odpovědí



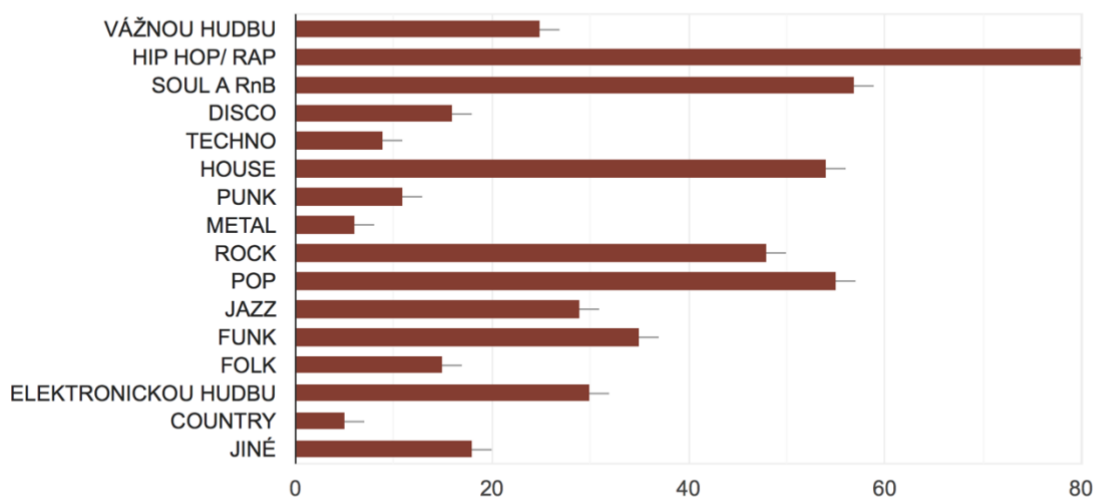
Jedná se podle vás o kulturní apropriaci? (přivlastnění určitých prvků menšinové skupiny skupinou dominantní)

116 odpovědí



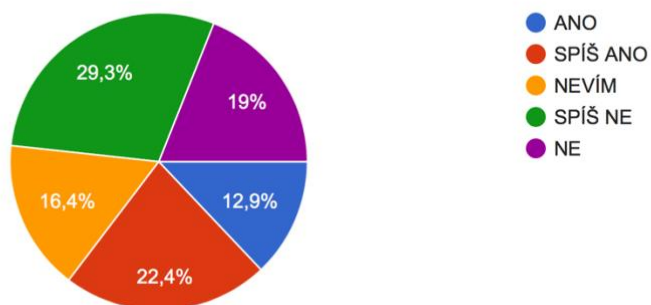
Jakou hudbu nejraději posloucháte? (Můžete zvolit i více možností)

117 odpovědí



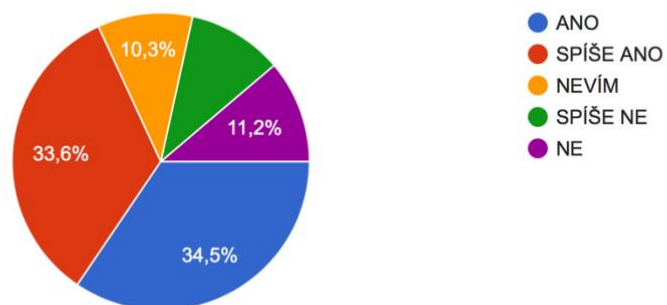
Obsahuje podle vás daný výstup prvky africké estetiky? (Elvis Presley)

116 odpovědí



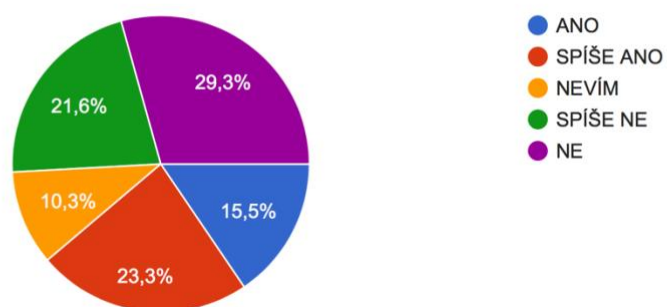
Obsahuje podle vás daný výstup prvky africké estetiky? (Vanilla Ice)

116 odpovědí



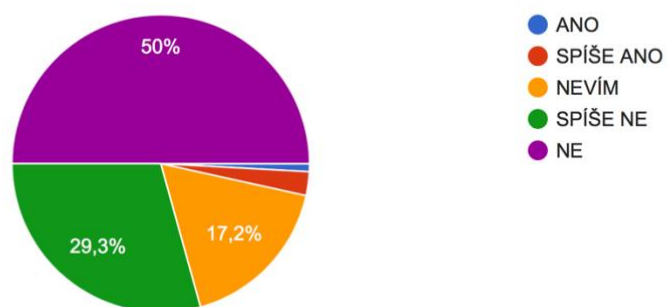
Obsahuje podle vás daný výstup prvky africké estetiky? (Yzomandias)

116 odpovědí



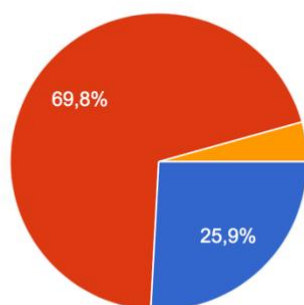
Obsahuje podle vás daný výstup prvky africké estetiky? (The Magic Flute)

116 odpovědí



Který taneční projev je pro vás přitažlivější?

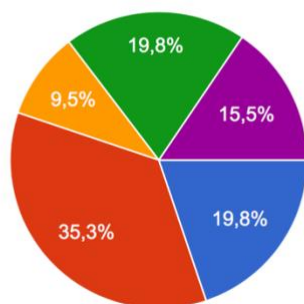
116 odpovědí



- MOŽNOST 1
- MOŽNOST 2
- ANI JEDNA Z UVEDENÝCH MOŽNOSTÍ

Obsahuje podle vás daný výstup prvky africké estetiky? (Lindy Hop)

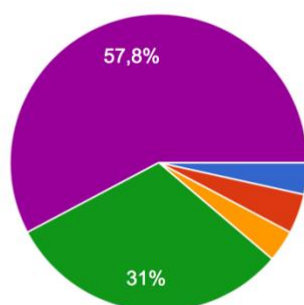
116 odpovědí



- ANO
- SPÍŠE ANO
- NEVÍM
- SPÍŠE NE
- NE

Obsahuje daný výstup prvky africké estetiky? (Mazurka)

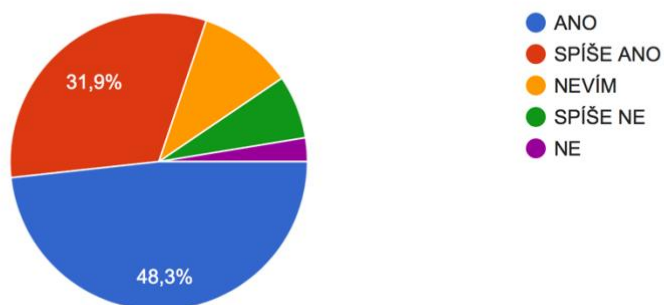
116 odpovědí



- ANO
- SPÍŠE ANO
- NEVÍM
- SPÍŠE NE
- NE

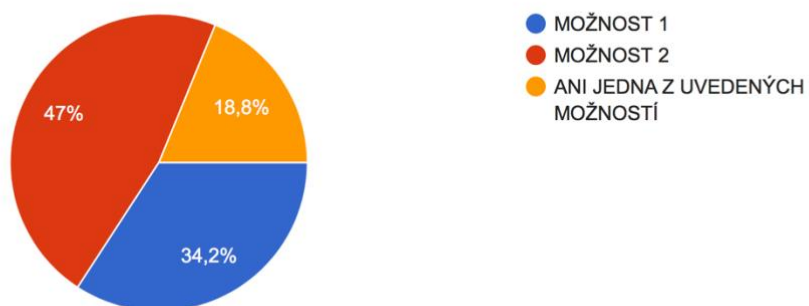
Obsahuje daný výstup prvky africké estetiky? (House Dance)

116 odpovědí



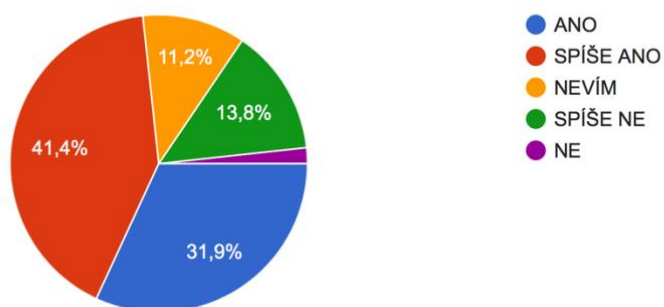
Které dílo preferujete?

117 odpovědí



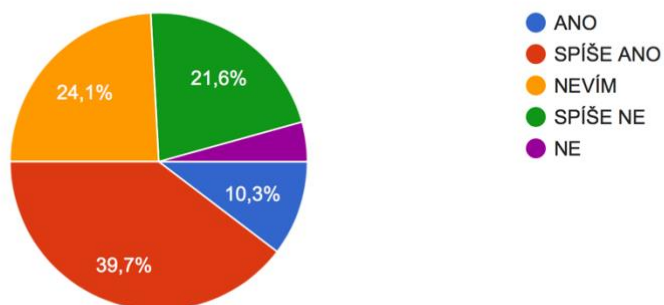
Obsahuje podle vás dané dílo prvky africké estetiky? (Avignonské slečny)

116 odpovědí



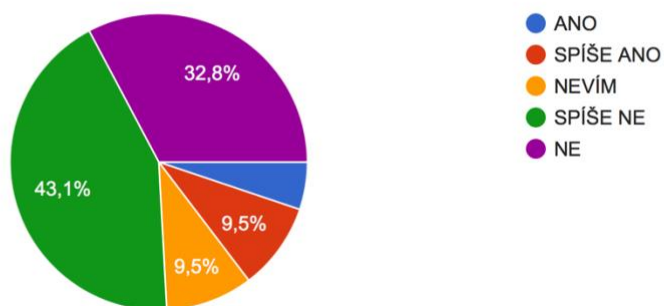
Obsahuje podle vás dané dílo prvky africké estetiky? (Tři ženy)

116 odpovědí



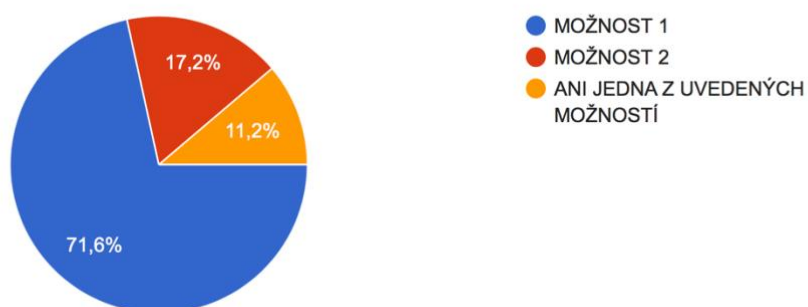
Obsahuje podle vás dané dílo prvky africké estetiky? (Zátiší s květinami a mandolínou)

116 odpovědí



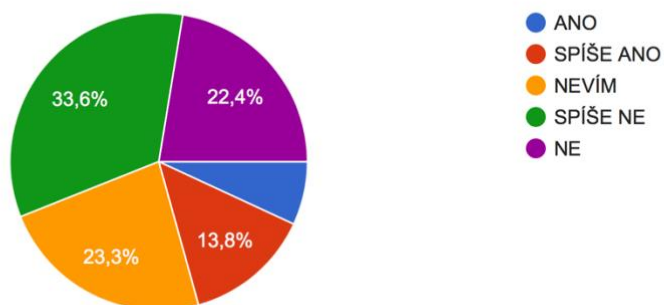
Na které divadelní představení byste šli raději?

116 odpovědí



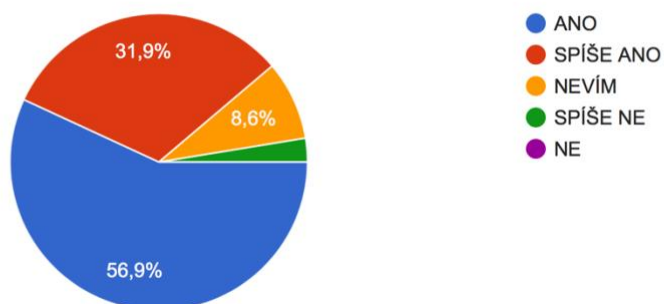
Obsahuje podle vás daný výstup prvky africké estetiky? (Donald O'Connor - Singing in the rain)

116 odpovědí



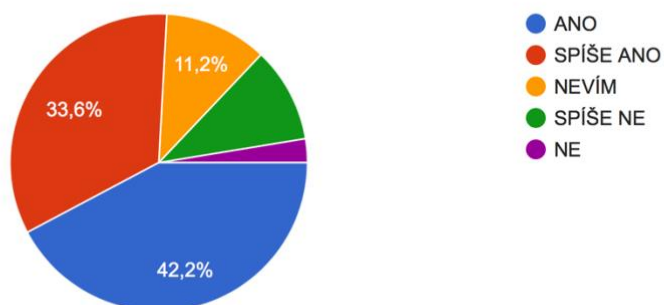
Obsahuje podle vás daný výstup prvky africké estetiky? (Soul Train TV pořad)

116 odpovědí



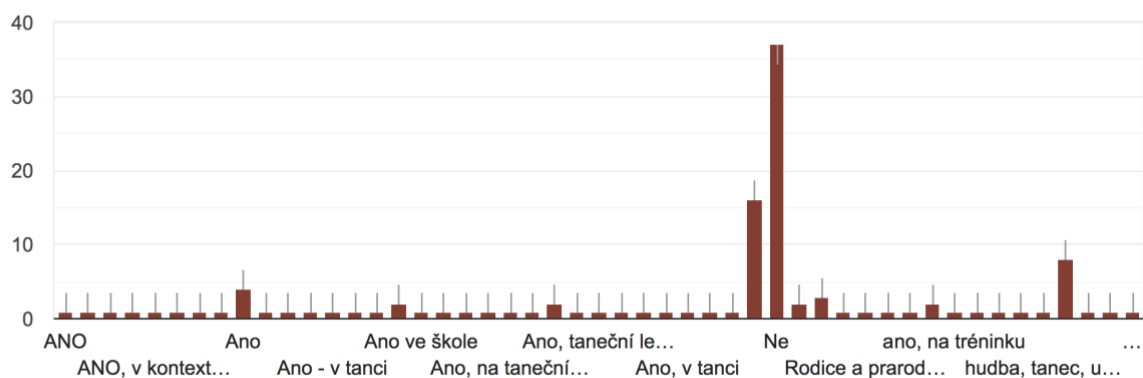
Obsahuje podle vás daný výstup prvky africké estetiky? (Muzikál Helzzapoppin')

116 odpovědí



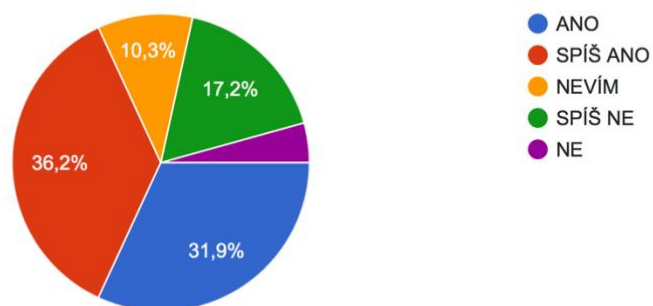
Setkali jste se s pojmem "Africká estetika" již dříve (ANO, NE)? Pokud "ANO" v jakém kontextu?

116 odpovědí



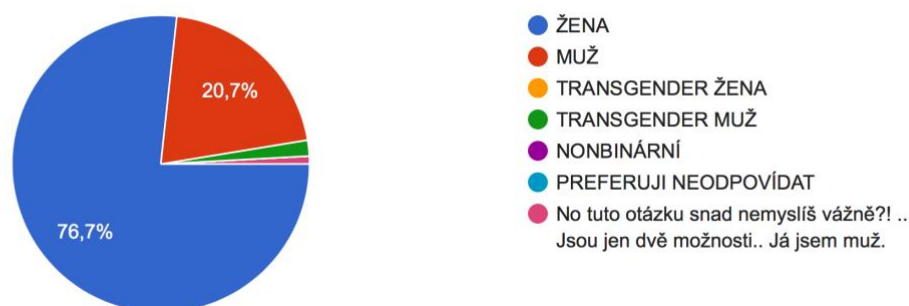
Myslíte si, že vás africká estetika obklopuje ve vašem každodenním životě?

116 odpovědí



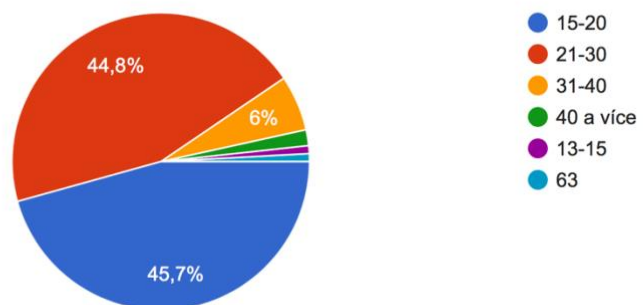
Ke které genderové identitě se nejvíce identifikujete?

116 odpovědí



Kolik je vám let?

116 odpovědí



PŘÍLOHA P X: ODPOVĚDI KVANTITATIVNÍHO DOTAZNÍKU INSTAGRAM

Je to pro tebe esteticky...?

Doplň
Type something...

Responses

torys_9 Ne Reply	kudrnac_k Ano ❤️ Reply	kocendova_v Ano Reply	papaya.sn Zajímavé Reply
martina.denk V pohodě Reply	martinaValcharova Atraktivní Reply	dencitka Ano Reply	alexandrir hodnotné :) Reply
stepan_skrab Ano Reply	barborakrenkova15817 Přijatelné Reply	adele_siki je to krasny Reply	janiepopelt Moooooooooc ❤️❤️❤️ Reply
kocendova_v Ano Reply	papaya.sn Ano Reply	terezaostranska Ano Reply	_miriam.k_ Exotické Reply
terezaostranska Ano Reply	_miriam.k_ Je Reply	mylitteth.ng Yes Reply	machuu.k exotické Reply
denisa_stastna Ano Reply	zuzanag. Exotické Reply	martingalda Ano je to pro mě estetické 🙌 Reply	anniemargaux Ano, je to nádherný 🌟🌟 Reply
palko_sch zaujimave Reply	leproke uklidňující Reply	marketamazalova Ano! Reply	malipe85 Výrazné 🌟 Reply
amalovanka zajímavé, obdivuhodné Reply	_krcmarovagabi_ Exotický Reply	v.kulkusova Exotické Reply	4nie_s Krásné Reply
wa2dhe Ano, krasny Reply	michaela Energické Reply	majda_simkova Ano Reply	lucietalikova Originální Reply
lucie_koutna Ano Reply	andisek_ Zvláštní Reply	clovekvezline příjemné 😊 Reply	

<p>82 votes for 1. 97 votes for 2.</p> <p>Share Results</p> <p>1. 2.</p> <p>Který styl preferuješ?</p> <p>1. 46% 2. 54%</p> <p>132 votes for ano 36 votes for ne</p> <p>Share Results</p> <p>Oblékl/a by sis ho?</p> <p>ANO 79% NE 21%</p>	<p>89 votes for 1. 77 votes for 2.</p> <p>Share Results</p> <p>1. 2.</p> <p>Který styl více preferuješ?</p> <p>1. 54% 2. 46%</p> <p>108 votes for ano 54 votes for ne</p> <p>Share Results</p> <p>Oblékl/a by sis ho?</p> <p>ANO 67% NE 33%</p>	<p>115 votes for 1. 40 votes for 2.</p> <p>Share Results</p> <p>1. 2.</p> <p>Který styl více preferuješ?</p> <p>1. 74% 2. 26%</p> <p>105 votes for ano 51 votes for ne</p> <p>Share Results</p> <p>Oblékl/a by sis ho?</p> <p>ANO 67% NE 33%</p>
<p>88 votes for 1. 77 votes for 2.</p> <p>Share Results</p> <p>1. 2.</p> <p>Který styl více preferuješ?</p> <p>1. 53% 2. 47%</p> <p>128 votes for ano 36 votes for ne</p> <p>Share Results</p> <p>Oblékl/a by sis ho?</p> <p>ANO 78% NE 22%</p>	<p>136 votes for 1. 29 votes for 2.</p> <p>Share Results</p> <p>1. 2.</p> <p>Který styl více preferuješ?</p> <p>1. 82% 2. 18%</p> <p>140 votes for ano 23 votes for ne</p> <p>Share Results</p> <p>Oblékl/a by sis ho?</p> <p>ANO 86% NE 14%</p>	<p>85 votes for 1. 76 votes for 2.</p> <p>Share Results</p> <p>1. 2.</p> <p>Který styl preferuješ?</p> <p>1. 53% 2. 47%</p> <p>118 votes for ano 38 votes for ne</p> <p>Share Results</p> <p>Oblékl/a by sis ho?</p> <p>ANO 76% NE 24%</p>

50
votes for 1.

100
votes for 2.

Share Results



Který styl více preferuješ?

1. 33%
2. 67%

90
votes for ano

57
votes for ne

Share Results



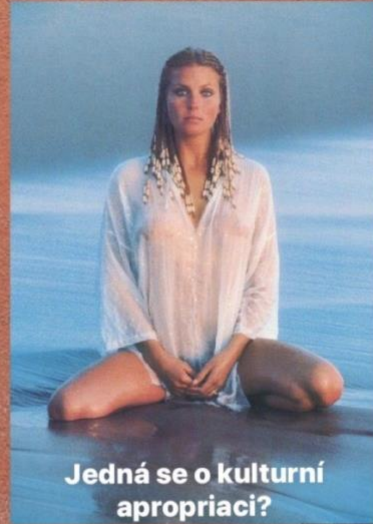
Oblékl/a by sis ho?

ANO 61%
NE 39%

67
votes for ano

42
votes for ne

Share Results



ANO 61%
NE 39%

55
votes for ano

55
votes for ne

Share Results



ANO 50%
NE 50%

Jakou hudbu nejraději posloucháte?
(Můžete napsat i více možností)

Hudba

Type something...

Responses

torys_9

Pop, disco, klasika, jazz

Reply

teruszka

Funky, soul, house, folklor

Reply

martinavalcharova

Elektronická - acidcore, tekno, hardcore, frenchcore, techno,...

Reply

stepan_skr

Hip hop, jazz

Reply

bara.kucerkova

Pop

Reply

martina.denk

Sinatra, armstrong 90s, alternativ, indie pop

Reply

drawoholic_lilly

Rock a alternative

Reply

baris_juris

RnB, Soul

Reply

tposvarova

Hiphop,R&B,Soul

Reply

vavrikovaeliskaa

Rap nebo hip hop

Reply

barborakrenkova15817

Ráda si poslechnu vše dle nálady

Reply

dianastrkacova

Soul

Reply

Vodafone CZ 12:57

Responses

papaya.sn

Hip hop, RnB, house, jazz

Reply

dencitka

Dancehall, R&B, house, afrobeats, afrowing

Reply

terezaostranska

Indie pop, pop, house, hip hop

Reply

martingalda

Czsk (Nohavica, Müller, Kryl, staré Chinaski, Kryštof elektro, rap, funk

Reply

palko_sch

rap, rock, jazz, funky, skoro vsecky zanre, vacsinou nie klasicke radiove hity.

Reply

klara_mil

Pop, tanečn

Reply

rohlikzbynek

Rock, Folk, Jazz, Filmová a ambientní hudba, elektro, techno

Reply

michaela.zava

Rnb, hip hop, house

Reply

anniemargaux

House, oriental beats, Indie rock/ alternative

Reply

armored...pr

HipHop,Rock..

Reply

leproke

r&b, soul, rap

Reply

v.kulkusc

Hip hop Pop Vážná hudb

Reply

alexandrinka

ambient/ experimental/ doom/R&B/hc/punk

Reply

janiepopelkova

Soul, house, groovy HH, meditacni hudbu :D

Reply

amalovanka

Neosoul

Reply

valentinefi

disko, soul

Reply

4nie_s

HH

Reply

martinag

Soul, RaB, House, pop

Reply

rohlikzbynek

Rock, Folk, Jazz, Filmová a ambientní hudba, elektro, techno

Reply

michaela.zava

Rnb, hip hop, house

Reply

nikolm_

Pop

Reply

andisek_

Poslouchám snad úplně všechno

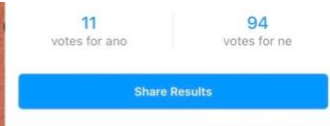
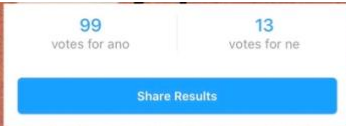
Reply

malipe89

Pop

Reply

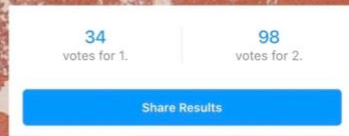
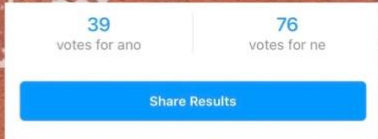
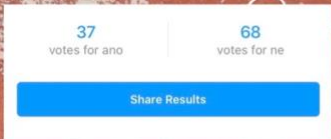
Obsahuje podle vás dané dílo prvky africké estetiky?



Vannila Ice



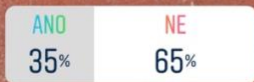
Magic Flute



Který taneční projev je pro vás přitažlivější?



Elvis Presley



Yzomandias



Který? ❤️



Obsahuje podle vás dané dílo prvky africké estetiky?

14
votes for ano

103
votes for ne

Share Results



Mazurka

ANO
12%

NE
88%

55
votes for ano

59
votes for ne

Share Results

103
votes for ano

12
votes for ne

Share Results



Lindy Hop

ANO
48%

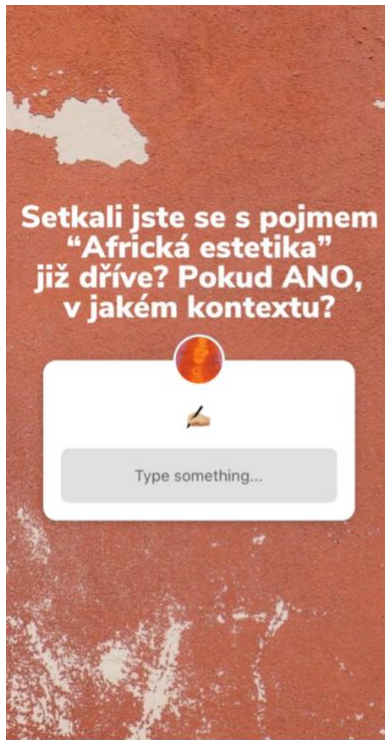
NE
52%



House Dance

ANO
90%

NE
10%



Responses

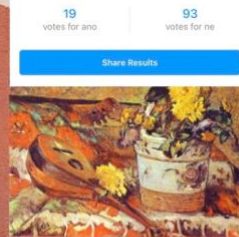
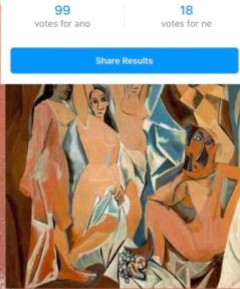
Responses

torys_9 Ne Reply	teruszka Ne Reply	drawoholic_lilly Ne Reply	barborakrenkova15817 Ne Reply
bara.kucerkova Ne Reply	martina.d Nesetkala Reply	viki_kovarikova Tanec Reply	alexandrinka pri štúdiu dejín umenia, vo vizuálnej kultúre a taktiež pri tanci Reply
martinalvalcharova Ano, v uměleckém a filozofickém kontextu Reply	stepan_sl Ne Reply	janiepopelkova Mimo tebe v tomto spojení popravde asi ne :) nebo je tak, že bych to vnímala Reply	terezaostranska Ne Reply
drawoholic_lilly	barborakre	martingalda	anniemargaux

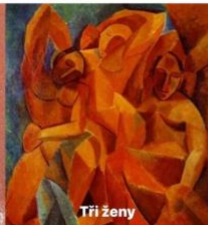
Responses

martingalda Asi to slyším prvně, ale asociuje se mi tanec u ohně, bubnování, zpěv, volnost, tradice a rituály Reply	anniemargaux Tuším ne, pokud to nebylo od tebe/v ASU Reply	kej.ftn bylo bez spatnych zameru, pokud budeme tvrdit ze copy jsou pouze africka vec, tak to byla pouha... Reply	kej.ftn ...nekdo mel barevne obleceni, nebo zapleten vic copu nez jeden. podotykam ze vsechno ! Reply	machuu.k Ano, na lekci Reply	clove Nope Reply
kej.ftn Vice problemu s inspiraci africkou estetiku nez sami prislusnici africke ci afroamericke ethnicity Reply	kej.ftn Appropriation nejsou zadne etnicity ktera by s tim mela co do cineni, obyvatel usa/ evropy bile pleti maji Reply	martinagajdosikova Nesetkala Reply	kej.ftn ...casto se mezinarodni f zacnou navazet do randc skupin a posilat pomalu l threats za to ze.. Reply	fifadancer Spise ne Reply	palko nie Reply
kej.ftn Situacich k sikane vetsin. Jeste bych podotkla, ze vsichni co utoci na korejske umelce kvuli cultural Reply	kej.ftn ...inspirace nebo snad obdiv a ne zesmesneni. mensin se v dnešní dobe obcas pouziva v nekterych... Reply	kej.ftn ano, zejména v kombinaci s kulturni apropiaci v ramci korejskeho hudebniho prumyslu.pomerne... Reply	_krcmarovagabi V kontextu s tančením Reply	leproke ne Reply	v.kulk Ano, výtvarné zadání Reply
leproke ne Reply	v.kulkusova Ano, výtvarné zadání Reply	zusanagajdosik Ano, v umění Reply	annasevcikova ano, ve článku o vykrádání afrických tradic v módě Reply	4nie_s ANO TANEC Reply	

Obsahuje podle vás dané dílo prvky africké estetiky?



Které dílo preferujete?

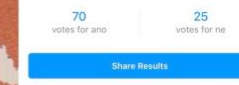
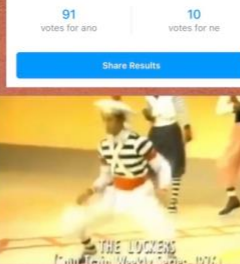


Na které divadelní představení byste šli raději?

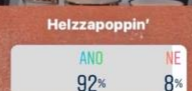
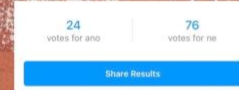
1. Jedna z předních moderních tanečních společností na světě uvádí nové divadelní představení. Dílo obsahuje konzervativní tradiční prvky a je určeno o správnou chuť a subjektivní umění. Dramatické příběhy slyšných momentů, odvážný a netypický, který vás přivede cestou národnostního kontinua. Inspirováno je moderním tancem a myšlenkami, které přijímá konflikt jako zdroj energie a inspirace.
2. Jedna z předních klasických tanečních společností na světě uvádí nové divadelní představení. Dílo obsahuje prvky z repertoárových operních tanců. Inspirováno je operou a myšlenkami, které mají více odvětví a používání. Mladé tance a citlivé. Důraz důležitě na je kladem na rovnováhu vývoj vzhledem k cit. Porovnání příběhu je například vzhledem k tanci. Technické a účinné ke klasice. Hudební scénář, což může být vzhledem formu a dík účinné učení ke klasice.



Obsahuje podle vás dané dílo prvky africké estetiky?



Myslíte si, že vás africká estetika obklopuje ve vašem každodenním životě?



Moc děkuji!



PŘÍLOHA P XI: ROZHOVOR JEAN THIERRY D'ALMEIDA

1. Co je podle tebe africká estetika? Jak ji vnímáš, kde ji všude kolem sebe vidíš a jakým způsobem ji v sobě cítíš?

Myslím si, že africká estetika jsou všechny možné projevy africké kultury, které vnímáme všude. Podle toho, co se nám líbí. Kolem sebe ji vnímám v hudbě, oblečení, v účesech, v dochvilnosti a způsobu mluvení. U sebe osobně ji vnímám v genetických věcech a ve smyslu pro umění, hudbu a také ve smyslu pro různorodost.

2. Jakým formám umění se věnuješ a jak moc jsou pro tebe důležité? Je to spirituální záležitost? Propojení se sebou? Zábava, koníček nebo něco, co nejde od tvé identity oddělit? Živíš se tímto způsobem?

Věnuju se tancování a trochu i zpěvu. Do toho také hraju fotbal a rád tvořím videa, co se týká nápadu nebo po tom i jako aktér v nich. Něco jako „herec“. Když krumpuju tak se dokážu dostat do nějakého spirituálního nastavení, a ano tímto vším se i živím. Ještě bych chtěl dodat, že je to pro mě zábava i koníček, ale i obživa a práce. Všeho bych se do jisté míry však dokázal na profesionální úrovni vzdát, ale vždy bych to nějakým způsobem stejně dělal.

3. Jaké bylo pro tebe vyrůstat v České republice? Ovlivnilo nějak tvé umělecké vyjádření tohle prostředí a česká kultura?

Cítil jsem se omezeně v celkovém svém vyjádření. V tanci to tím pádem přišlo automaticky. Cítil jsem se dost ovlivněný a omezený Českou republikou. Lidé tady ne hned zprvu rozumí mému tanečnímu projevu. Tím, že mu často nerozuměli, tak měli tendence ho opravovat a říkat, že to, co dělám není dobře. Česká kultura mě ovlivnila především skrz její povahu mít strach z věcí co neznají. Obecně jsem tedy nezapadal do nějakých škatulek, do kterých jsou zvyklí věci kategorizovat, aby jim to dávalo smysl. To se, ale v mém případě nepodařilo. Tato věc mě ovlivnila i kladně – víc jsem pozoroval některé aspekty ve svém tanci a více jsem trénoval.

4. Myslíš, že tvůj umělecký projev je zde pochopený? Cítíš kolem sebe podporu?

Dnes už se cítím víc pochopený. Prostředí a komunita, ve které se pohybuju, se už naučila mě vnímat a rozumět mi. Pochopení teda cítím, i když ne vždy a všude. Co se týká podpory, ta je tady strašně malá, osobně cítím hodně malou podporu. Samozřejmě největší podpora vždy přichází z vlastní komunity - pro mě krumpové, ale u ostatních stylů, to tolik necítím. Samozřejmě vše se zlepšilo v průběhu let, ale je zde stále velká mezera v tom, jak zlepšit podporu, jak vůči mně, tak celé krumpové komunitě, ale taky mezi všemi ostatními styly.

5. V jakém rámci je podle tebe v pořádku (jestli vůbec), že tyto formy umění, které obsahují prvky africké estetiky, můžeme dělat napříč kulturami? Jaké jsou podle tebe hranice?

Myslím si, že je to absolutně v pořádku. Můžeme dělat různé věci napříč kulturami, a je to krásné. Ty hranice bych definoval slovem respekt a kredit. Když ti daní lidé, kteří provozují danou činnost, která pochází z jiné kultury a zároveň ji respektují - to jejich tradiční, ale i moderní pojetí, pokud se to úplně nebije, tak je skvělé, když se tomu věnují. Je to super.

V tomto případě si myslím, že to ani nikomu nevádí. Hranice jsou o respektu k té kultuře, kde to vzniklo, a kdo to šířil. Určitě však existují jisté teoretické výjimky. Nemusí to nutně platit na všechno.

6. Myslíš, že v Česku a na Slovensku máme jisté povědomí o africké estetice kolem nás? (V hudbě, tanci, divadle, oblíkání, výtvarném umění) Pokud ne, co bychom měli zlepšit?

Určitě nějaké je. Do jisté míry odpovídám jako Čech i Slovák, že zde je, ale také tím, že táta pochází z Afriky, tak si uvědomuji, že mé povědomí bude asi mnohem větší. To povědomí u nás je malé a přiklání se do jisté míry spíše k negativnímu postoji. Ale kdo chce, najde si i to pozitivní. Obecné povědomí zde je i skrz jednoho z našich nejúspěšnějších raperů – Bena Cristovaa. Ben je mulat, který nosí dredy, do toho se také různě oblíká a tento otevřený pohled na barvy a oblečení předává dál. Samozřejmě se to promítá i v hudbě přes hip hop rap a afrobeat. Co bychom mohli zlepšit, je přístup. Být víc otevření novým věcem, nebát se jich, nebát se nových lidí, nebát se nových kultur a nebát se krás nových kultur.

7. Je něco, co bys chtěl/a lidem v rámci tohoto tématu sdělit, vzkázat, vyjádřit, vyzdvihnout?

Asi bych chtěl vyzdvihnout tohle – mějme se všichni rádi, mějme rádi sami sebe, naučme se komunikovat a až zvládneme tyhle věci, tak se naučme vidět krásu v jiných kulturách, a to i přesto, že se s námi některé věci neslučují. Tohle totiž neznamená, že jsou špatné. Krása je v různorodosti.

PŘÍLOHA P XII: ROZHOVOR ANGELA NWAGBO

1. Co je podle tebe africká estetika? Jak ji vnímáš, kde ji všude kolem sebe vidíš a jakým způsobem ji v sobě cítíš?

Estetika čerpající inspiraci z jednotlivých kultur afrických zemí a kmenů. Vnímám, že je postupně znovuobjevována mnohými afro-americkými a afro-evropskými umělci. Jako pár zmínek mohu uvést z hudební scény jména jako Tobe Nwigwe, Alicia Keys a Solange. Umělce zmiňuji jako první, jelikož jejich vizuály se ke mně dostanou skrze jejich umění, ale na sociálních médiích (Instagram) sleduji i lidi, kteří vyloženě umělci nejsou, ale africkou estetiku oslavují (např. @teeshrosa) Africká estetika se tedy ke mně dostává hlavně přes hudbu, filmy a obecně populární kulturu. Na taneční scéně jsem si ji také už dříve všimla, ať už v podání Evropanů a Evropanek či tanečníků a tanečnic majících africký původ (Mavinga, Toyin, Hurricane)

2. Jakým formám umění se věnuješ a jak moc jsou pro tebe důležité? Je to spirituální záležitost? Propojení se sebou? Zábava, koníček nebo něco, co nejde od tvé identity oddělit? Živíš se tímto způsobem?

Věnuji se tanci a herectví. Tanec je velmi emocionální a intuitivní záležitost a cítím se díky němu živá a propojená jak se svým pravým já, tak s ostatními lidmi. Nejvíce pro mě má smysl ve chvíli, kdy v rámci něj můžu sdílet energii s ostatními lidmi, proto třeba teď v době pandemie sama příliš často netančím. Zároveň tancem do jisté míry živím díky komerčním, ale i uměleckým příležitostem. Musím však podotknout, že jsem stále student a živí mě hlavně mamka. Herectví studuji na Akademii múzických umění v Praze a je to pro mě dobrodružství, splnění dětského snu, způsob poznání sebe sama, výzva a výhledově i stálé živobytí.

3. Jaké bylo pro tebe vyrůstat v České republice? Ovlivnilo nějak tvé umělecké vyjádření tohle prostředí a česká kultura?

Nemám s čím porovnávat, takže pro mě vyrůstání v ČR bylo normální. Pocházím z dobrého rodinného zázemí, a tudíž jsem vždy měla, co jsem chtěla a potřebovala. Jako malá jsem skrze tátu poznávala hodně k americkou kulturu, hlavně filmy a hudbu. To ovlivnilo moji lásku k hip hopu a nasměrovalo mé první kroky k tanci a taneční komunitě. Nevím, jak mé umělecké vyjádření ovlivnilo české prostředí, ale myslím, že nějak určitě ano. Třeba to časem ještě zjistím.

4. Myslíš, že tvůj umělecký projev je zde pochopený? Cítíš kolem sebe podporu?

Určitě cítím, že kolem sebe mám spoustu lidí, kteří „to“ cítí podobně jako já. Hlavně v taneční komunitě, kde všichni sdílíme lásku a respekt k té samé kultuře, která je českou většinou společností vnímána asi dost jinak. Kamarádi z divadelního prostředí to spíše obdivují a podporují mě v tom, ale nemyslím si, že to úplně cítí.

5. V jakém rámci je podle tebe v pořádku (jestli vůbec), že tyto formy umění, které obsahují prvky africké estetiky, můžeme dělat napříč kulturami? Jaké jsou podle tebe hranice?

Je to zcela v pořádku. Bylo by dokonce v nepořádku, kdyby to v pořádku nebylo. To už by, myslím, zpochybňovalo lidskou svobodu, protože neexistuje a ani by neměl existovat nikdo, kdo by nám mohl jen na základě našeho etnického původu, zakázat věnovat se nějaké formě umění. Hranice podle mého nejsou nikde jinde, než kde jsou v obyčejném životě. Takže pokud k ostatním lidem (potazmo jejich kultuře) přistupuji s respektem a

snahou o porozumění, je vše v pořádku. Pokud se člověk zamiluje do jiné kultury než té vlastní, je dobře, že poslouchá svoje srdce a jde za ním čili cestuje, čte, poslouchá, zkrátka učí se o té dané kultuře, inspiruje se jí a obklopuje se jí. Pokud je mu v ní dobře a našel se v ní tak je to nádhera. Kulturní identita je podle mého věc, která nás všechny velmi ovlivňuje a je důležité pro člověka spojit se se svými kořeny. Zároveň věřím, že ty genealogicky dohledatelné kořeny nejsou vždy jedinými kořeny, které může člověk zkoumat, a proto si myslím, že je možné, aby se někdo našel v „cizí“ kultuře. Důležité však je, aby byl upřímný k sobě i ostatním a nesnažil se mermomocí najít v kultuře jen proto, že je ta kultura zrovna in. To jsou však už niterné věci každého z nás a je důležité umět vnímat sami sebe, abychom poznali, jak to doopravdy máme.

6. Myslíš, že v Česku a na Slovensku máme jisté povědomí o africké estetice kolem nás? (V hudbě, tanci, divadle, oblíkání, výtvarném umění) Pokud ne, co bychom měli zlepšit? Většinová společnost toto povědomí určitě nemá. Respektive může mít, ale obávám se, že je často zkresleno klišé a předsudky o Africe a Afričanech, které byly v historii vytvořeny pomocí populární kultury a médií. Zlepšit by se určitě mělo to, že pokud někdo referuje o čemkoliv, co se týče ať už jednotlivých afrických zemí nebo afrického kontinentu jako takového, měl by si nejdříve dané téma pečlivě nastudovat. Obecné povědomí, jak už jsem psala, nestačí, jelikož zde (na západě) byl a je vytvářen zkreslený obraz Afriky i lidí z ní pocházejících.

7. Je něco, co bys chtěl/a lidem v rámci tohoto tématu sdělit, vzkázat, vyjádřit, vyzdvihnout?

Chtěla bych říct, že pokud by měl někdo chuť se se mnou o tomto tématu pobavit, svěřit svoje nejistoty a obavy, podělit se o myšlenky (i ty kontroverzní, které se třeba v dnešním ovzduší zdráhá vyslovit) nebo se mě zeptat na něco, co s tématem souvisí, budu ráda. Necht' se mi ozve na Facebook, Instagram nebo na angela.nwagbo@gmail.com a můžeme si vyměnit názory, protože si myslím, že nejdůležitější je, obzvláště v dnešní době, diskuse.

PŘÍLOHA P XIII: ROZHOVOR KATARÍNA ČILÍKOVÁ

1. Co je podle tebe africká estetika? Jak ji vnímáš/cítíš, kde ji všude kolem sebe vidíš?

Africká estetika je podle mě něco pěkného a krásného, co pochází z Afriky nebo je to Afrikou ovlivněno - jejím obyvatelstvem nebo krajinou. Vnímám ji, že je ve formách kterými se zrovna obklopuji. Vnímám ji velice výrazně a folklórně a připadá mi taková surová, velmi původní. Hudba, tanec, kultura, hip hop komunita a vlastně celkově mě velmi láká vše, co z ní vychází. Mam k ní opravdu blízko.

2. Čím tě přilákala zrovna tato forma umění, které děláš? Co jím vyjadřuješ, kde se inspiruješ? Je to tvá práce, která tě živí?

Přilákala mě spojením pohybu a hudby. Svou různorodostí a nekonečností možností, svou svobodou a volností. Hudba mě velice baví. Vyjadřuji svůj pohled, myšlení, vnímání a pocity, ale asi bych to nenazvala tím klišé, že vyjadřuji sebe, určitě ano, ale nezevšeobecňuji to. Vyjadřuji momenty, které mě zajímají, a na které se soustředím. Může to být jak pohyb, psaní o tanci, sdílení, učení. Chci prostě vyjádřit to, čemu se věnuji přes různá média. Inspiruji se v mnoha věcech. Inspiruje mě asi všechno, čemu dávám pozornost. V tanci ale tu pozornost nejvíce věnuji svým mentorů, od kterých čerpám informace ale také úplně z každodenních situací, lidských setkání až po nějaké neživé složky. Pohyby, kontakty, cokoliv. Momentálně se neživím jen tancem, jelikož je to náročné v této situaci, ale živí mě částečně a je to takové spíš poselství. Moc mě to baví. Já jsem takový typ, že ráda přijímám, ale i odevzdávám. Je to tedy i má práce, ale nenazývám to tak.

3. V tvém uměleckém projevu se vyskytují prvky africké estetiky, jsi si toho vědom/a? Kdy ses s tímto pojmem setkal/a poprvé?

Ano, myslím si, že můj tanec obsahuje prvky africké estetiky. A jsem si toho vědoma. Mnoho lidí mě k tomu připisuje i můj taneční projev. Připadá jim z nějakého důvodu africký. Co se týká mého tance, tak jsem si všimla, že pohyby a postavení těla, které mám lidem okolo připadá hodně afroamerický. A v podstatě i hodně takových se v mém průzkumu, který byl zaměřený na můj tanec, vyjádřilo, že tancuji jako černoška. Já osobně odděluji pojmy afroamerický a africký, jelikož ty historické události jsou trochu jiné. Takže si myslím, že můj pohyb je afroamerický. Není postaven přímo na vlivu Afriky. Přijde mi, že i my máme k Africe blíž jak Američani a nechci tyto pojmy splétat dohromady.

4. Jak přistupovali tví mentoři při sdílení svých informací a historického kontextu o umění, které děláš? Zmiňovali se nějakým způsobem o africké estetice nebo rasismu? Pokud ses vzdělával/a sám/sama, bylo to součástí tvého zkoumání? Navštívil/a si někdy za účelem svého vzdělání Afriku nebo Ameriku?

Co se týká hip hopu, tak bych se nazvala samoukem. Vše jsem sbírala postupně sama a utvářela si nějaké povědomí. Zároveň si myslím, že jsem byla namočena do správných vod, kde jsem dostávala informace z první a nebo druhé ruky. Můj taneční začátek byl pod Laci Strikem a ten velmi dbal na knowledge v hip hopu. Takže hned od začátku tam byly ty vědomosti odkud to pochází, jak se to pojí s politikou a sociologií. Některé historické věci ale byly až moc podané v přítomnosti. Historie podle mě souvisí s historií a nemělo by se teď bavit, co je správné. Na workshopech jsem se hodně dostala k jiným názorům. Bylo to

tedy radikální, ale zároveň jsem nebyla ovlivněná jen jedním proudem a tvořila jsem si povědomí sama. Určitě se tam zmiňovali i věci jako rasismus a Afrika. Můj výzkum z tohoto ohledu, jakožto i absolventky geografie, která se velmi zajímá o země a přírodu, vždy tíhnul spíše k těmto původním zemím. A popravdě nikdy jsem se tolik nezajímala o Ameriku. Z hlediska mého tance jsem spíše evropská hip hopová tanečnice. Neřídím se velmi Amerikou. Jsem dost zaměřená na Francii, kde jsou taky velmi ovlivněni africkou estetikou. Ameriku nějakým způsobem podvědomě odštrihuji – je to asi spíše tím geografickým kontextem. V Africe jsem byla několikrát. Spíš se po světě pohybuji v rovnoběžkách. Sice mám nějaké touhy a nezodpovězené otázky ohledně Ameriky, ale síše se беру jako tanečníci, nežli hip hopového pionýra. To však neznamená, že to ignoruji, ale chci hlavně posouvat tanec, pohyb jako takový. Afriku jsem ale navštívila několikrát. Bylo to za účelem geografického výzkumu, i když tanec je ode mě neoddelitelný. Tanec spojuji se vším, co dělám, i přesto, že to někde není s tím účelem. Je to pro mě přirozené.

5. V jakém rámci je podle tebe v pořádku, že tyto formy umění můžeme dělat? Jako lektor/ka na různých workshopech, jak moc je pro tebe důležité mluvit o kořenech a původu toho, co děláš? Je to součástí lekce?

Je úplně v pořádku, že tyto formy umění můžeme dělat. Od té historie, kdy se určil nějaký ten smysl toho, se to už hodně posunulo. Hip Hopem bojuje každý za něco. Je to velmi velká kategorie. Podle mě Hip Hop už nemá hranice. Ty hranice jsou velmi otevřené a i já to vnímám tak, že respektuju tu historii a ten příběh, ale tanec také vnímám, že je hodně o sebevyjádření, takže jsem v tomto ohledu uvolněná. Nepřicházím velmi do styku se studenty, kteří jsou poprvé na hodině Hip Hopu, a proto to až tolik nezmiňuji, a není to kvůli tomu, že bych to nepovažovala za důležité, ale většina z nich jsou už trenéři a ti si svůj výzkum dělají sami. Já sama ale jsem dost založená na historických věcech. Nehovořím o nich však plně na přímo. Nejsem to médium, které dělá nějakou osvětu, ale myslím si, že se to na hodinách přirozeně objevuje. Je důležité vědět co děláme a respektovat ten původ. Tohle sdílím určitě.

6. Myslíš, že v Česku a na Slovensku máme jisté povědomí o africké estetice kolem nás? (V hudbě, tanci, divadle, oblíkání, výtvarném umění) Pokud ne, co bychom měli zlepšit?

Pokud se podívám na celé obyvatelstvo – lidé mají dost zkreslené představy o Africe. Hodně z nich si vyjeví barevné vzory, což jsem nedávno zjistila, že to byl vynález Holanďanů, aby se to oblečení lépe prodávalo, takže jejich typické oblečení klidně může být vlastně úplně fádní, původní. Takže dle mého názoru je to povědomí africké estetiky velmi zkreslené. Třeba také zmínit i s těmi kolonizátory, že celé území Afriky je vlastně kolonizované. Je tam tedy obrovský vliv Evropy a to je přesně to, proč jsem říkala, že my máme k Africe blíž než Amerika. I když to není úplně nejšťastnější vztah a ty vazby nejsou postaveny na krásném základu, prostě jsou tam, existují závisle na sobě. Cele to naše vnímání Afriky je velmi ploché, ale myslím si, že ji vnímáme všude. Co bychom měli zlepšit je určitě vzdělávání ve všeobecnosti. Já sama vím, jak fungují školní osnovy některých předmětů, a že vlastně ten povrch nám je jasný, ale po tom ty nezajímavé a detailní věci, historii kolonií a té jejich různorodosti nám nejsou řečeny. Afrika je velmi různorodá. Je tam extrémní zima, horko, vlhko. A od tohoto podnebí se odvíjí veškeré jejich vzory, technologie atd. Takže vzdělávání skrz školu je velmi důležité. Co se týká tance, tak je důležité lidem propojovat informace a nechat je, ať se ptají, dát jim prostor pro diskuzi. Ptát se, aby člověk získal nějakou reflexi v tom, co už ví a co ještě ne. To je pole mě nejdůležitější.

7. Podporuješ aktivně nějaká hnutí bojující proti rasismu? Jakým způsobem podporuješ black artists?

Nepodporuji aktivně žádné hnutí proti rasismu. Podporuji tu myšlenku, ale nic konkrétně. Já sama se snažím bojovat proti rasismu různými způsoby. Nemyslím si, že bych se nad tím nějak zamýšlela, jakým způsobem to dělám. Co se týká tvorby, tak tam tu rasovu myšlenku úplně nevidím. Například v Africe jako takové, cítím různé problematiky, ale ten rasismus tam není v takové míře. Když se podívám ale na Ameriku, je tam problém jednak historického kontextu, ale také aktuální situace. Tam to vnímám trochu jinak.

PŘÍLOHA P XIV: ROZHOVOR LUKÁŠ DUDÍK

1. Co je podle tebe africká estetika? Jak ji vnímáš/cítíš, kde ji všude kolem sebe vidíš?

Africká estetika je pro mě především nějaké kulturní vyobrazení. Rozdělil bych to asi na dvě části. První jsou prvky africké kultury – kmeny, barevné oblečení spoře oděných mužů a žen, kteří se snaží sladit s přírodou. Jako druhé se mi hned vybaví jejich specifická příroda – savany, džungle. Příroda, kterou mi tady nemáme a je pro nás exotická. S vizuální představou africké estetiky se mi hodně vybaví i pestrá barevnost. Africkou estetiku bych shrnul jako kmenové kulturní prvky, oblečení, různé masky, ale především jejich specifickou přírodu. Když se řekne Afrika představím si spoustu barev, slunečnou přírodu obklopenou barvami. Upřímně ji kolem sebe moc nevidám nebo nepociťuji ji ve věcech ve svém okolí až v takové míře, ale chovám papoušky, kteří pochází z Afriky a ano chovám je právě pro jejich krásnou barevnost, která mi Afriku znázorňuje nejvíce.

2. Čím tě přilákala zrovna tato forma umění, které děláš? Co jím vyjadřuješ, kde se inspiruješ? Je to tvá práce, která tě živí?

Moje práce to není, nikdy mě to neživilo a asi ani nebude. Ani bych si to nepřál. Lockin mě přilákal především hudbou a vztahem k retru, k dřívější době. Neboť vše, co se odehrávalo dřív mi nějakým způsobem připadá romantické, líbí se mi retro způsob oblékání, retro taneční styly, retro auta. Tanec, který dělám vypadá taky stále podobně, moc se nevyvinul a jeho hudba a oblečení, které se k němu nosí se také velmi nezměnilo. Dále mě k tanci přivedla asi nějaká forma exhibicionismu a showmanství. Styly, které tancuji nejsou příliš o feelingu, ale spíše o show, o nějakém efektu energii, atd. Myslím si, že jiné taneční styly jako house nebo hip hop jsou více o feelingu než právě funk – pop a lock. Inspiruju se především od dětí, od hudby, a od tanečnicků, které sleduju, inspiruju se hodně z hudebních klipů a z živých vystoupení zpěváků a nemusí to být jen zpěváci funku. Svým tancem vyjadřuji především sám sebe, ale i svou stránku, kterou skrývám nebo která není tak silná mimo stage. Snažím se tancem hlavně bavit, vyjádřit hudbu svým tělem.

3. V tvém uměleckém projevu se vyskytují prvky africké estetiky, jsi si toho vědom/a? Kdy ses s tímto pojmem setkal/a poprvé?

Jsem si vědom, že streetdancové styly vznikly především od Afroameričanů, nicméně, že bych africkou estetiku ve svém projevu využíval, si teda vůbec nejsme vědom. A myslím si, že je to hlavně kvůli tomu, že když tyto styly vznikly, tak už to bylo dost od Afriky vzdálené. Myslím si, že dost diametrálně. Stále sice přetrvává v tanci jakýsi postoj shrbenosti a pokrčených kolen, což u evropských tanečních stylů nevidíme, ale upřímně si nejsem vědom, že by africká estetika ovlivňovala taneční styly, které dělám. A s tímto pojmem jsem se ještě nesetkal.

4. Jak přistupovali tví mentoři při sdílení svých informací a historického kontextu o umění, které děláš? Zmiňovali se nějakým způsobem o africké estetice nebo rasismu? Pokud ses vzdělával/a sám/sama, bylo to součástí tvého zkoumání? Navštívil/a si někdy za účelem svého vzdělání Afriku nebo Ameriku?

Já jsem se vzdělával především sám, co se týče tancování. Samozřejmě jsem se setkal s prvky rasismu, jelikož si uvědomuji, že nebýt rasismu, tak tyto taneční styly by možná ani

nevznikly. Rasismus byl určitě podnět k tomu, aby tanečníci vytvářeli, to co vlastně dnes děláme všichni. Mentora jsem nikdy neměl. Jediné, co bylo součástí mého zkoumání, byla především tedy otázka rasismu, který se objevuje v každém příběhu. Snažil jsem se vžít do situace lidí, o kterých jsem se zrovna vzdělával. Rasismus se snažím stále pochopit a vzdělávat se v něm. Bohužel jsem ale ještě neměl příležitost navštívit Ameriku ani Afriku. A doufám, že to brzy napravím.

5. V jakém rámci je podle tebe v pořádku, že tyto formy umění můžeme dělat? Jako lektor/ka na různých workshopech, jak moc je pro tebe důležité mluvit o kořenech a původu toho, co děláš? Je to součástí lekce?

Ano, je pro mě důležité mluvit o kořenech toho, co dělám. Snažím se svým studentům vždy nastínit v jaké společnosti a oblasti tyto tance vznikaly. Základy jsou pro nás nejdůležitější, jelikož se vlastně snažíme napodobit něco, co vzniklo v úplně jiné době a bylo postaveno na úplně jiných základech, než máme my. Snažíme se pochytit tu chuť toho, kde to vlastně vzniklo a navázat na ty kořeny a z toho se pak snažíme odrazit a vytvořit něco vlastního. Já jsem zastánce toho, že pokud chceme vytvořit vlastní styl, nebo pokud tvrdím, že tancuji určitý taneční styl, musím znát jeho základy a musím vědět, jak je správně ovládat a svým způsobem už tímto vyjadřuji respekt té dané kultuře, těm lidem, co to vytvořili. Podle mě je úplně v pořádku, že tyto tance můžeme dělat. Všechno, co je prostě cool nebo to mají lidé rádi se dřív nebo později kvůli globalizaci začne šířit. A tomu nejde zabránit. Takže já si myslím, že je velice správně, že můžeme tancovat street dance všichni, a že tak jako oni dříve, tím dnes můžeme zlepšit život spousty lidem.

6. Myslíš, že v Česku a na Slovensku máme jisté povědomí o africké estetice kolem nás? (V hudbě, tanci, divadle, oblíkání, výtvarném umění) Pokud ne, co bychom měli zlepšit?

Myslím si, že ano. Určitě ano. Já teda, co se týče africké estetiky se s tím ve svém tanci moc neseťkávám, takže to ani nevnímám. Vnímám ji především v hudbě, tanci jako afrohouse a v oblíkání. Ani v divadle ji moc neregistruji. Podle mě se africká estetika nejvíce objevuje ve stylech jako je afrohouse, dancehall a zde pozoruji od svých přátel, kteří se tomu věnují, že to povědomí mají. Jsem často svědkem těchto projevů. Myslím, že to obecné povědomí o Africe každý z nás má už od dítěte. Jelikož máme možnost vidět spoustu dokumentů a i v učebnicích je spousta obrázků nebo textů o Africe, které nám jejich kulturu přibližují. Otázka zní, zdali je to správné přiblížení nebo je to jen naše skreslená představa. Myslím si, že tedy povědomí v Česku i na Slovensku máme, ale řekl bych, že není úplně správné. Takové mlhavé povědomí. Myslím si taky, že na tom není potřeba zlepšovat nic. Ten, kdo chce studovat pojem africké estetiky, nebo Afriku jako takovou, si tu cestu vždy nějakým způsobem vyhledá, ale nemyslím si, že je potřeba něco obecně zlepšovat.

7. Podporuješ aktivně nějaká hnutí bojující proti rasismu? Jakým způsobem podporuješ black artists?

Nepodporuju aktivně žádná hnutí bojující proti rasismu, nepodporuju aktivně ani black artists. Mě totiž mrzí, že se to stále ještě odděluje. Už to, že se někdo nazve black artist, je podle mě segregace člověka oproti ostatním. Myslím si, že pokud bychom mohli smazat tady ty pojmy běloch a černochoch a všichni bychom mohli být jen artists, tak by to asi bylo jednodušší. Taky si ale myslím, že to úplně není možné, protože rasismus ve své podstatě dává smysl, přece jenom jsme zvířata, jsme produkt matky přírody stejně jako jiná zvířata, a ty taky existují v mnoha rasách, jsou od sebe odlišní a chovají se jinak. Odlišují se jak

jménem tak projevem. Pokud chceme, aby se rasismus vymýtil, tak bychom se měli přestat oddělovat a měli bychom se brát pouza jako lidi. Jsem pro to, že to zbytečně podněcuje násilí a zmatky. Chápu však, a také my bylo jednou zdůrazněno, že to nemohu posoudit, protože mám tu nejjednodušší pozici – jsem bílý muž, což je z hlediska rasy ta nejlepší možná pozice na světě. Ze své pozice chci říct, že mně to všechno mrzí, co se děje a nepodporuji to, ale už to, že je někdo black artist a ostatní jsou artist, je z mého hlediska rasismus. Na druhou stranu si myslím, že rasismus se nám nikdy nepodaří úplně vymýtit, jelikož rasy jsou, byly a budou. Jsou i v přírodě mezi zvířaty. V jistém slova smyslu to k nám lidem patří jako k živočišnému druhu. Ale uvědomuji si, že z mé pozice je velmi snadné na to takto nahlížet.

PŘÍLOHA P XV: ROZHOVOR RADKA LIŠKOVÁ

1. Co je podle tebe africká estetika? Jak ji vnímáš/cítíš, kde ji všude kolem sebe vidíš?

Africká estetika jsou zřejmě prvky, které pocházejí z Afriky a dokreslují atmosféru díla/situace (dílo – může to být obraz s africkou tematikou, situace – může to být událost, která se nese v duchu Afriky), mohou to být také prvky, které definují určitý africký rod, kmen, zemi (každý kmen má určité věci, které jsou typické jen pro jejich kmen – např. určité účesy, doplňky – náramky, náušnice, malba po těle, vzory a typy látek pro jejich oděvy apod.). Myslím si, že momentálně je africká estetika moderní – pokud budu mluvit o módě, úpravě účesu, doplňcích, tancích. Často vidím firmy, které se inspiroují africkými vzory a tvoří podle toho módní kousky. Mnoho lidí taky zkouší různé účesy, které jsou pro Afričany typické – různé copánky. I líčení se inspirouje Afrikou a vidíme různé tribal makeupy apod. Dle mého názoru v dnešní době vidíme hodně věcí, které by se daly považovat za prvky africké estetiky.

2. Čím tě přilákala zrovna tato forma umění, které děláš? Co jím vyjadřuješ, kde se inspiroješ? Je to tvá práce, která tě živí?

Vždycky jsem v sobě cítila, že tíhnu k Africe. Zajímaly mě filmy o Africe, ať už z její historie nebo o její přírodě a lidech, kteří tam žijí. Když jsem začala dělat Dancehall, přirozeně jsem se začala zajímat o historii tohoto tance. V podstatě obyvatelé Jamajky jsou původně Afričané. Za nějaký čas jsem objevila na internetu moderní africké tance a v tu dobu se moje kamarádka Jana Jelínková začala některé tance učit a sama je vyučovala. Já jsem k ní tehdy chodila na tréninky a vzdělávala se od ní. Poté jsem sama začala jezdit na nejrůznější akce, např. do Polska, kde se konal jeden z největších tanečních festivalů Kuduro Mania. Tam jsem se do tanců, které momentálně dělám a preferuju – kuduro a afrohouse, zamilovala. Bylo tam tolik lektorů a naučila jsem se tam tolik věcí, že jsem z toho byla opravdu nadšená. Učila tam taky Janča a přijela tam vyučovat i moje nejoblíbenější tanečnice Blaya Rodriguez, která zpívala ve skupině Buraka Som Sistema. Na těchto tancích miluju tu energii, která při nich srší. Miluju taky tu hudbu, která vás nenechá sedět klidně a rozhybe vás. Když tancuju afrohouse, cítím v sobě něco speciálního, co jsem třeba u Dancehallu necítila. Nevím ani, jak bych to popsala slovy. Dancehall byl taková moje první silná láska, ale kuduro a afrohouse je mnohem silnější láska, pravá láska, která mě nikdy neopustí. I když netancuju, myslím na tanec. Moc mě baví to, co jsem se naučila a to, co jsem vymyslela, sdílet s ostatními. Bez toho to není ono. Když tancuju a učím, jsem to já, jsem sama sebou. Inspiroju se na workshopech a taky mě inspiroují videa ostatních tanečníků a klipy umělců. Před koronavirem to byla moje práce. Uprávně jsem neměla až tolik peněz, ale stačilo mi to v rámci možností a hlavně mě moje práce naplňovala. Momentálně už rok nemohu tuto práci vykonávat. Mám pouze nějaké on-line lekce, ale je jich málo a není to to samé, jako lekce naživo.

3. V tvém uměleckém projevu se vyskytují prvky africké estetiky, jsi si toho vědom/a? Kdy ses s tímto pojmem setkal/a poprvé?

Ano, jsem si vědoma, že se v mém umění objevují prvky africké estetiky. Přiznám se, že pojem africká estetika slyším poprvé v rámci tohoto rozhovoru. Pro prvky Afriky v umění jsem neměla žádný název, ale věděla jsem, že tam jsou. A je to logické – když se věnuju

tancům, které nepocházejí z mé země, ale z Afriky, konkrétně z Angoly, je jasné, že se to musí projevit i v mém tanci – ať už mluvíme o základních technikách tance, o postoji těla, o hudbě, o typickém vzoru na látkách, které se používají pro šití oděvů, apod.

4. Jak přistupovali tví mentoři při sdílení svých informací a historického kontextu o umění, které děláš? Zmiňovali se nějakým způsobem o africké estetice nebo rasismu? Pokud ses vzdělával/a sám/sama, bylo to součástí tvého zkoumání? Navštívil/a si někdy za účelem svého vzdělání Afriku nebo Ameriku?

Když jsem začala tyto tance dělat, ještě se o nich u nás mnoho nevědělo. Tudíž ani moje první mentorka neměla mnoho informací. Když začala cestovat, informací přibývalo, ale spíše se týkaly správné techniky tanců a hudby. Až na různých festivalech, které se věnovaly africkým moderním tancům, jsem se dozvěděla více o historii, o lidech z Angoly apod. Taky jsem pravidelně navštěvovala Lisabon, kde jsem se vzdělávala v těchto tancích a snažila se více proniknout do jejich historie. O rasismu se až tak moc nemluvalo. Ale někdy bylo znát, že se některým lidem nelíbí, že běloši tancují tyto tance. Zažila jsem to na vlastní kůži na jedné akci právě v Lisabonu. Časem se samozřejmě začala tematika rasismu řešit a taky se řešilo, zda vůbec my z Evropy, Ameriky,....můžeme a máme právo tancovat africké tance. To je velké téma. V roce 2018 jsem byla v Angole. Byl to nejlepší zážitek mého života, splněný sen. Byla jsem tam se skupinou Evropanů. Tuto akci zorganizoval Angolan žijící v Praze Jacinto Teca. Jacinto vyučuje hlavně kizombu, ale sem tam se věnuje i afrohouse a kuduru. Pro lidi, kteří se o Angolu zajímají, zorganizoval dvoutýdenní výlet do Angoly, do Luandy. Strávila jsem tam 16 dní a bylo to velké dobrodružství. Nebylo to ani tak o tom vzdělávat se v tanci, jak o poznání místní kultury. Musím říct, že jsem zažila dobré i špatné. Viděla jsem, jak tam lidé žijí, jak vypadá ghetto, jak se lidé baví na párty, jak vypadají tržiště, byla jsem i v džungli. Zažila jsem i to, jaké to je nemít vodu několik dní, jak se cestuje po místních cestách, které jsou opravdu divoké. Jsem však za tuto příležitost nesmírně vděčná. V rámci výletu jsem měla i 4 lekce s místním tanečníkem a zpěvákem Vandrem Posterem, který mě učil kuduro i afrohouse. Bylo to nesmírně náročné, protože Angolani to mají prostě v sobě a tancují úplně jiným způsobem. Vandro je však úžasný a trpělivý učitel a snažil se mi předat, co jen mohl. Musím říct, že jsem lepšího učitele nezažila, pokud mluvíme o rodilých Afričanech. Většinou jsou to úžasní tanečníci, ale učit moc neumí, ani počítat, protože na to nejsou zvyklí. Někteří se to však dokážou naučit, jak pohyby vysvětlit, a to je potom super.

5. V jakém rámci je podle tebe v pořádku, že tyto formy umění můžeme dělat? Jako lektor/ka na různých workshopech, jak moc je pro tebe důležité mluvit o kořenech a původu toho, co děláš? Je to součástí lekce?

Pro mě je důležité mluvit o tom, odkud tanec pochází, co je jeho podstatou. Vždycky když učím nějakou novou skupinu, na začátku lekce se snažím sdělit základní informace, popř. nějaké zajímavosti. I během lekce/workshopu, když vysvětluju nějaký pohyb, se snažím lidem ten pohyb nějak přiblížit, a pokud o něm vím více (nějakou historii), podělím se o to. Myslím si, že lidé pak lépe pochopí, o čem ten tanec je a lépe si jej zapamatují. Nerada učím jen tak, bez informací. I když nemám mnoho času, vždycky se snažím říct aspoň minimum. Vyzývám taky zájemce, kteří chtějí vědět více, ať se za mnou staví po lekci, nebo mě kontaktují pro další informace. V jakém rámci je v pořádku, abychom toto umění dělali? Můj názor je takový, že my jsme si nevybrali, jakou budeme mít barvu pleti, kde se narodíme, v jaké zemi, v jaké době. Myslím si, že každý má právo tančit, co chce. Důležité ale je respektovat podstatu tance, jeho techniku, jeho historii, lidi, kteří jej vytvořili. Podle

mě je nezbytné se zajímat o to, jak ten tanec vznikl, proč, kdo se o to zasloužil. Je důležité taky šířit správné informace. Samozřejmě, může se stát, že něco řekneme špatně. Každý chybuje a může se poučit ze svých chyb. Hlavně, ty informace musíme vždycky získávat od dalších lidí, a ono, každý má svůj pohled na věc, proto se informace mohou různit. Výhoda dnešní doby je, že se s lidmi můžeme spojit velmi rychle prostřednictvím sociálních sítí. Můžeme taky vidět různé dokumenty, které nám pomůžou si udělat obrázek o dané tematice. Takže abych to shrnula – podle mě můžeme tančit africké tance, nosit africkou módu, účesy, ale musíme vědět, proč to děláme a hlavně si zachovat svou osobnost, nehrát si na něco, co nejsme. Respektovat africkou kulturu, inspirovat se, ale nevyužívat ji.

6. Myslíš, že v Česku a na Slovensku máme jisté povědomí o africké estetice kolem nás? (V hudbě, tanci, divadle, oblíkání, výtvarném umění) Pokud ne, co bychom měli zlepšit?

Myslím si, že máme o africké estetice nějaké povědomí, ale asi záleží na věkové kategorii. Pokud se zeptáme našich babiček, co je to africká estetika, myslím si, že nedostaneme úplně uspokojivé odpovědi. Mladší generace už ví víc a dokážou si ty informace i efektivněji hledat na internetu, pokud samozřejmě chtějí. Co se týče rasismu, tak toto téma v Česku není tak rozsáhlé a není v podvědomí mnoha lidí. Řekla bych, že v Česku je hodně rasistů, kteří nerespektují a hlavně se o to hlouběji nezajímají a jen lidi škatulkují a urážejí. V tomto by mohla proběhnout větší a lepší osvěta ve školách. Informovat děti o tom, co je a není rasismus, o historii afrických lidí, o respektu k ostatním lidem.

7. Podporuješ aktivně nějaká hnutí bojující proti rasismu? Jakým způsobem podporuješ black artists?

Umělce se snažím podpořit třeba tím, že když se se mnou spojí a požádají mě o spolupráci, třeba že mám na jejich píseň natočit video, tak jim ráda pomohu a něco vytvořím. Vlastně tím, že my sdílíme jejich hudbu, točíme videa na jejich hudbu a uvádíme zdroje, tím šíříme jejich umění a propagujeme je. Podporuju např. tanečnický tým, že navštěvuju jejich workshopy. Mým snem je sem pozvat nějakého artistu z Angoly. Ale na to je třeba ještě hodně práce. Vybírala jsem taky v rámci Black Lives Matter peníze a poslala je zmíněné organizaci. Měla jsem taky v plánu uspořádat taneční akci na podporu Angoly a výtěžek poslat charitativní organizaci v Angole. Koronavirus ale všechno změnil a momentálně je pořádání akcí znemožněno. Doufám, že v budoucnu budu mít možnost své plány uskutečnit.

PŘÍLOHA P XVI: ROZHOVOR JANA JELÍNKOVÁ

1. Co je podle tebe africká estetika? Jak ji vnímáš/cítíš, kde ji všude kolem sebe vidíš?

S tímto slovem jsem se, abych řekla pravdu nikdy, nesetkala, ale co si pod tím představuji, je celá jejich kultura - tanec (tradiční i moderní) a hudba. Vnímám tu jejich estetiku taky tak, že skrz ni vyjadřují, jak se cítí - historické okamžiky, nepokoje, politickou situaci, válku. Čisté emoce. Například Kuduro v Angole má velmi agresivní hudbu, jelikož tento styl reaguje na válku, politickou situaci a nesouhlas, který v té době probíhal. Tancem vyjadřují bolest. U těch modernějších stylů už si tolik nezakládají na tomto. Africká estetika je pro mě tanec, hudba, radost, přirozenost, vášeň, živelnost. Především ale ta přirozenost, bytí v přítomném okamžiku. Více si užívají života, více to mezi sebou sdílí. My se ženeme pořád dopředu za něčím, „hrabeme si na vlastním písečku“. V Africe tančí všichni spolu. Když jsem tam poprvé přišla, nejprve na mě všichni koukali, ale jak jsme začali tancovat, tak nás to neskutečně propojilo. I ten jejich face expression, radost. Nepřemýšlí nad vším tolik. Je to opravdové, čisté, o životě. Je to krásné. S tím vším se samozřejmě pojí i jídlo, oblečení, vlasy a spoustu dalších věcí. Afrika je veliká, má mnoho kultur. Každá část je trochu jiná, i když jsou propojeny.

2. Čím tě přilákala zrovna tato forma umění, které děláš? Co jím vyjadřuješ, kde se inspiruješ? Je to tvá práce, která tě živí?

Poprvé, kdy jsem se setkala z africkou hudbou a tancem, tak to bylo díky internetu. Mě se hrozně líbila ta hudba a ten tanec. Energie, dávka radosti. Jejich hudba ve mně vyvolávala pocity, jako doposud žádná jiná. Bavilo mě se na ně dívat, líbily se mi jejich pohyby. Tak jsem to začala zkoušet. Poté jsem jela do Portugalska, kde jsme s pouličními tanečnickými sdíleli vše spolu. Učila jsem se od nich a také jsem to konečně viděla na živo. Pro mě to bylo velmi přirozené, cítila jsem, že to ke mně mluví, a že to cítím. Činí mě to šťastnou. Vyjadřuji tím vlastní radost a co cítím v té hudbě, v nich, ale i ve mně. I přesto, že jsem z jiné kultury, cítím, že se v tom mohu vyjádřit a jsem v tom svobodná. Naplňuje mě to. Čím tento vztah k tanci byl hlubší, začala jsem se tomu více věnovat a také to studovat. Později jsem tyto tance začala i učit, samozřejmě s povolením těch tanečníků, kteří mě učili. Postupně se to stalo mou prací a dostalo se to do té míry, že jsem schopna se to dé kultury neustále vracet, organizovat akce, zvát si lidi z Angoly a celé Afriky. Dokonce jsem vytvořila takový kanál, přes který mohu propagovat tyto tanečnické. Jelikož už mám v této komunitě jméno a vyšlapala jsem určitou cestu, můžu dát příležitost ostatním. Čímž to té kultuře vlastně vracím a obohacuji to.

3. V tvém uměleckém projevu se vyskytují prvky africké estetiky, jsi si toho vědom/a? Kdy ses s tímto pojmem setkal/a poprvé?

Poprvé jsem pojem africké estetiky slyšela od tebe. Ano uvědomuji si to. Ta živelnost, vášeň, přirozenost, oheň, bytí s přítomným okamžikem i ta face expression. Pro mě je to strašně přirozené. Buď africké tance cítíš, nebo se je naučíš technicky, ale pokud se s nimi neztotožníš, nebude to nikdy vypadat přirozeně. Já jsem se s tím ztotožnila a cítím se součástí.

4. Jak přistupovali tví mentoři při sdílení svých informací a historického kontextu o umění, které děláš? Zmiňovali se nějakým způsobem o africké estetice nebo rasismu? Pokud ses vzdělával/a sám/sama, bylo to součástí tvého zkoumání? Navštívil/a si někdy za účelem svého vzdělání Afriku nebo Ameriku?

Navštívila jsem Senegal a Angolu. Obě dvě kultury jsou velmi rozdílné, i co se týče tance. V Senegal jsem byla především kvůli tradičnímu tancování – Sabara a v Angole kvůli Afrohousu a Kuduru. V Americe jsem byla spíše za Hip Hopem. Učila jsem se především od pouličních tanečníků, kteří až tolik neřeší historii. Učila jsem se především od pouličních tanečníků, kteří až tolik neřeší historii. Často jsme jim pokládali spousty otázek, na které neznali odpověď, jelikož se nad tím třeba nikdy nepozastavili. Oni prostě tancují. Neřeší proč, co a jak. „Go with the flow“. Když se budu bavit o starší generaci, tak tam jsme se bavili i s jedním ze zakladatelů Kudura, proč a jak to vzniklo. Nikdy jsem se nesetkala s tím, že by mě někdo kritizoval pro to, co dělám. Naopak byli rádi. Vytvořili jsme i video, které má dnes už 8 miliónu shlédnutí a lidé na ulici nás začali poznávat a děkovat, že tu jejich kulturu propagujeme do světa, a že to děláme dobře. Takže s rasismem jsem se nesetkala, naopak se spoustou radosti a lásky. Udivovalo je, že jsem běloška a umím takto tancovat. Z mé strany mám tedy pozitivní zkušenosti. Co se týká ale celosvětové scény, tak ten rasismus tam zcela určitě panuje. Někde jde cítit, že se jim nelíbí, že jejich tance tancujeme, že je takto okrádáme. Ale tanec se přece ukradnout nedá, je pro všechny, bez rozdílu pleti. Stejně tak hudba. Tohle my bohužel vyřešit nemůžeme. Co ale můžeme, je neustále se vzdělávat, abychom ostatní nesoudili podle barvy pleti. Určitě tedy o rasismu a utlačování vím. Uvědomuji si, co všechno si za sebou nesou až do dneška, ale když jde o to, co dělám já - pokud to děláme, učíme a šíříme to dál zároveň známe co, kde, kdy, jak proč a jejich background, myslím že je to v pořádku.

5. V jakém rámci je podle tebe v pořádku, že tyto formy umění můžeme dělat? Jako lektor/ka na různých workshopech, jak moc je pro tebe důležité mluvit o kořenech a původu toho, co děláš? Je to součástí lekce?

Je velmi důležité vědět, co člověk dělá a co učí. Proto říkám, ať se jedná o jakýkoliv taneční styl, pokud se ho rozhodneme učit, musíme vědět, že to děláme správně. Přece když se začnu učit anglicky, taky si nevezmu dvě první lekce a hned jdu učit dál. Musíme tomu dát čas. Pointa je - opravdu se nejprve pořádně vzdělat a vše si zjistit, mluvit s těmi lidmi, co u toho zrodu stáli a ověřit si, že to máš vše správně uchopené a až teprve potom vzdělávat lidi na workshopech. Co vnímám jako velmi důležité, je odkazování na originální umělce. To je v této komunitě nezbytné. Díky tomuto si i studenti uvědomí, že i když oni to jednou budou chtít předávat dál, budou tomu muset dát čas. Vše si zjistit od správných zdrojů a zajímat se. Než začneš něco učit, musíš vědět, co děláš.

6. Myslíš, že v Česku a na Slovensku máme jisté povědomí o africké estetice kolem nás? (V hudbě, tanci, divadle, oblíkání, výtvarném umění) Pokud ne, co bychom měli zlepšit?

Myslím si, že někteří u nás určitě mají. Především asi ti, co se o africkou kulturu nějakým způsobem zajímají. Pak jsou tu ale lidé, které to nezajímá a o těch já moc teda nevím. Co ale platí pro to, aby se to zlepšilo je. Že máme být víc otevření, méně soudiví, více se zajímat a vzdělávat, ale hlavně tedy nikoho NEODSUZOVAT.

7. Podporuješ aktivně nějaká hnutí bojující proti rasismu? Jakým způsobem podporuješ black artists?

Vyloženě hnutí přímo ne, ale z mé pozice vytvářím události jako AfroKuduro Lovers, která se konala v Mexiku, ale i Paříži. A zde zvu lektory z Afriky, kteří vím, že jsou kompetentní a dělají svou práci dobře. Neznamená to totiž, že pokud pocházím z Afriky automaticky umím ovládat všechny tance. Nesmíme si myslet, že z jejich strany to nevyžaduje stejnou zodpovědnost ve vzdělání. Většinou organizuji akce, které se týkají moderních stylů, a tanečnický podporuji tak, že jim dávám prostor, kde se mohou vyjádřit, dávám jim hlas. Vytvořila jsem takto cestu pro mnoho artistů, kteří nebyli komerčně tak vidět. Být skvělý tanečník, neznamená být slavný. Bez komerčního kanálu se často o těchto skvělých tanečnicích nikdo nedozví. Tímto způsobem to africké kultuře vracím. Rozhodně ale i tak, že pokud jsem svědkem rasismu, tak to neignoruji a vždy se pokusím dotyčného vzdělat.

PŘÍLOHA P XVII: ROZHOVOR MARTINA ZACHRLOVÁ

1. Co je podle tebe africká estetika? Jak ji vnímáš/cítíš, kde ji všude kolem sebe vidíš?

Je to něco živějšího. Vnímám z toho, že jde o „neuřáplou“ kulturu. Něco tak přirozeného, kde si nikdo na nic nehraje. Osobitý styl, jak v tanci tak v umění. Opakující se barevná škála, motivy, styl tance, který poznáš na první pohled. Teď momentálně ji vidím spíš na sociálních sítích, kde jsou profily, které se zaměřují na tento styl. Ať jde o fashion, o fotografii, o černé africké ženy, které jsou zakomponovány do umění. Pomalovaná černá plet, nebo stylové křiklavé hadry. Vnímám ji jinak například v obchodech, které prodávají africké motivy - přijde mi to krásný inspirovat se, ale tato kultura a esence by se k nám měla dostávat přímo od opravdového zdroje. Tuto kulturu vnímám kolem sebe především v tanci. Velmi mě inspiruje. Je přirozená v každém pohybu. Dále čerpám inspiraci z fotografií.

2. Čím tě přilákala zrovna tato forma umění, které děláš? Co jím vyjadřuješ, kde se inspiruješ? Je to tvá práce, která tě živí?

Tohle umění, které dělám, je převážně inspirováno ženskou krásou. Etnickou. Černé ženy, s plnými rysy, které se umí hýbat, to je něco, co lahodí mému oku :). Vždy jsem to nějak od mala obdivovala a pak nějak přirozeně vše přetransformovala na papír. Šlo to samo. Prostě tvoříš to, co obdivuješ, co se ti zrovna vrylo pod kůži a ani to nemusí nikde říkat. Prostě to cítíš. Prohlížíš do noci fotografie a videa africké kultury. Najednou zjistíš, že tvůj šatník je čím dál barevnější a už tě to prostě lapilo :). Inspiraci hledám převážně na Pinterestu, Instagramu - na sociálních sítích. Kde je hodně inspirace, co se týče fotografií afrických nebo etnických žen.

Asi tím vyjadřuju to, čím já bych chtěla být :) To že bych chtěla být taky barevnější, groove, ... Tvořím to, co miluju. Barevný svět plný tance, který vznikl v kořenech kultury, ovlivnil nás všechny. Je to taky takové poděkování přes umění.

To, co tvořím, bych ráda jednou měla jako svou práci, která by mě živila. Je to spíš ale moje hobby. Tohle jde dělat jen když je nálada. Nebo zrovna uvidíte cool kousek džínoviny v sekáči a napadne vás, co s tím. Jsou to nahodilé momenty, které mě obohatí můj den :). Takže nutí mě to i být neustále ve střehu, sledovat, co se kolem děje, hledat neustále inspiraci, nezakrňt.

3. V tvém uměleckém projevu se vyskytují prvky africké estetiky, jsi si toho vědom/a? Kdy ses s tímto pojmem setkal/a poprvé?

Ano, jsem si toho vědoma. Myslím, že už na základní škole jsem dělala takový ten první klasický africký pruh a inspiroval mě úplně poprvé kmen Masajů. Dokonce jsem si kupovala i náhrdelníky podobné těm jejich. Tu barevnost a motivy jsem pak překreslovala.

4. Jak přistupovali tví mentoři při sdílení svých informací a historického kontextu o umění, které děláš? Zmiňovali se nějakým způsobem o africké estetice nebo rasismu? Pokud ses vzdělával/a sám/sama, bylo to součástí tvého zkoumání? Navštívil/a si někdy za účelem svého vzdělání Afriku nebo Ameriku?

Navštívila jsem pouze Ameriku, Afriku bych moc ráda. V Americe jsme se vzdělávali tanečně od známých legend. A večer chodili na živou jazzovou hudbu do klubů. A atmosféra byla famózní. Znovu jsem se utvrdila v to, že Afroameričané jsou tak pravdiví v tom, co dělají. Jak to cítí. Teď momentálně se vzdělávám knihou, která se jmenuje HUDBA OHNĚ. Je to od prvopočátku, kdy Afričané byli otroky v Americe a právě jedině, co je spojovalo, byla hudba která je držela při sobě. Hudba se tak popisuje až do dnes. Teprve teď až se zajímám více o historický kontext a když vím víc, baví mě tato kultura ještě víc. Bohužel před tím jsem to brala víc povrchně a jen jako něco barevného, hezkého. Takže opravdu povrchně. Kontext a historii je důležité znát. Mí mentoři, Wahe rád zmiňuje historii i Zizoe, jinak se pídím po tom sama. Jamba kamarád, co pochází z Afriky, ten mi popisoval historický kontext stepových kroků, Regina v dancehallu také říká historii a Dona, toho občas taky vyzpovídám. Je dobré, když jsi posedlý a zajímáš se. O rasismu ale nikdo moc nemluvil.

5. V jakém rámci je podle tebe v pořádku, že tyto formy umění můžeme dělat? Jako lektor/ka na různých workshopech, jak moc je pro tebe důležité mluvit o kořenech a původu toho, co děláš? Je to součástí lekce?

Co vím, že Regina hodně řeší, že není dobré učit například dancehall, když jsi ještě nebyl na Jamajce nebo nemáš prostě přehled. Což je pravda. Já se například ráda učím od těch, kteří do toho vloží veškeré úsilí a opravdu tím žijí, a pak některé informace předám dál s tím, že je zmíním. Jelikož se tancem neživím a žiju jiným uměním tak tohle mně vyhovuje. Nasávat od ostatních všechno, co ví :) A tím právě i ten historický kontext. Je to důležité. Nejen, že si člověk více zapamatuje, odnese z lekce, ale také se mu ten určitý styl stane bližší. Prohloubí to pouto. Nebrat to povrchně, jen jakože je to prostě teď v této době hustý a cool trsat hiphop. Ale na to si každý přijde časem. Já na to přišla až tehdy, když jsem poprvé dostávala takové informace od Waheho. Do té doby se to v mé skupině neřešilo. Takže když já sem cítila, že mi to dává smysl od Waheho, začala jsem se sama pít a chtít předávat zkušenosti dál. Je to důležité. Knowledge.

6. Myslíš, že v Česku a na Slovensku máme jisté povědomí o africké estetice kolem nás? (V hudbě, tanci, divadle, oblíkání, výtvarném umění) Pokud ne, co bychom měli zlepšit?

Myslím, že povědomí máme. Cítím to od každého jinak, v jiném množství a intenzitě, ale cítím to. Pokud jde o taneční komunitu. V tanci cítím, že ale přebírají africký vibe newage styl v hiphopu, novodobé moves. Nové africké kroky taky vznikají, ale bohužel nejsou tak populární. Nebo se předělávají do hiphopového stylu. Myslím, že fusion afrických moves starých, nebo middle age by mohlo v tanci rozšířit a obohatit mnoha tanečnickům jejich freestyle. Ten groove, co africký move má, je něco, co bychom měli zařadit i do hiphopu, nebo alespoň tedy to je něco, co bychom měli zlepšit. Jít od tohoto počátku, od těch základních moves, groove, maleva atd. a inspirovat tím svůj tanec jakkoliv. Mně osobně

dancehallové kroky hodně přinesly a obohatily můj freestyle taneční. Byl víc ženský, víc smooth a jiný, živý...přesně jak jsem popisovala, jak na mě africká kultura působí. //Oblékání a umění – myslím, že to je pak na každém, co jemu sedí za styl. - není to úplně simply móda a umění. Je to charismatické. //Spíš hudba a tanec - to je něco, čím bychom měli obohatit to, co teď umíme. ///

7. Podporuješ aktivně nějaká hnutí bojující proti rasismu? Jakým způsobem podporuješ black artists?

Bohužel nepodporuji, necítím totiž kolem sebe, že by se to dělo. Jsem v jakési komunitě, kde se spíš rasismus vůbec neobjevuje. Moji známí mají rádi africkou kulturu. Jelikož jim ji někdy připomínám. Stylem jakým se oblékám, co maluji atd. Spíš slyším od okolí, jak je to baví. Black artist – vím, že Jamal měl před rokem dělat jednu akci právě v tomto duchu, podpořit africkou kulturu. Měla jsem tam být se svým uměním. Těšila jsem se, bohužel akci museli odvolat. Jinak podpora:) - zrovna na zítra jsem si zaplatila lekci s Donem, aby mě provedl znovu africkým movem, kroky. Taky nevím jestli tohle brát jako podporu, ale často sdílím artists na sociálních sítích, kde je buď afrotanec, afro-fashion atd. Teď momentálně dělám na logu pro jeden Brazílský projekt který rozjíždí taneční komunitu v Praze, kde se bude využívat jak samba, tak afro-move, dancehall atd. spojený s typickou hudbou a jídlem. Tohle podpořit a pracovat na něčem takovém mě baví. Dává mi to smysl. Africká kultura bude více v podvědomí lidí. Zjistí, že tam je cítit dobrý vibe :)

PŘÍLOHA XVIII: ROZHOVOR DENISA MRVOVÁ

1. Co je podle tebe africká estetika? Jak ji vnímáš/cítíš, kde ji všude kolem sebe vidíš?

Africká estetika je pre mňa zobrazenie bohatej kultúry s hlbokými koreňmi. Povedala by som, že v nej vyniká rôznorodá farebnosť materiálov alebo vizuálov, čo samo o sebe kúsok zaujímavej histórie. Africká estetika je jedinečná, krásna a autentická. V podstate ju vidíme všade tam, kde sa vyskytuje prvok kultúry pochádzajúci z Afriky (účesy, šperky, vzory, pohyby).

2. Čím tě přilákala zrovna tato forma umění, které děláš? Co jím vyjadřuješ, kde se inspiruješ? Je to tvá práce, která tě živí?

Moderné africké tance ma prilákali svojou farebnosťou v prenesenom slova zmysle - pozitivita, energia, súdržnosť. Konkrétne afro pop (moderná afro hudba) je naklonený k populárnej hudbe, čo je nám mladým blízke. Interpreti v tomto žánre boli okrem svojej tradičnej hudby inšpirovaný technom, hiphopom, popom.. Svoju vášeň k tejto hudbe vyjadrujem tancom. Keď tancujem afro, chcem preniesť šťastie, ktoré pri tom cítim na druhých. Tanec ma živil, kým som sa nepresťahovala do Londýna. :D Inšpirujem sa všade, kde sa dá. Inšpiráciou sú pre mňa ľudia - na internete, na ulici, kamaráti alebo ľudia, ktorých stretnem v zahraničí.

3. V tvém uměleckém projevu se vyskytují prvky africké estetiky, jsi si toho vědom/a? Kdy ses s tímto pojmem setkal/a poprvé?

Som si vedomá, že sa v mojom prejave objavuje africká estetika. Nie som si istá, či som sa týmto konkrétnym pojmom v minulosti stretla.

4. Jak přistupovali tví mentoři při sdílení svých informací a historického kontextu o umění, které děláš? Zmiňovali se nějakým způsobem o africké estetice nebo rasismu? Pokud ses vzdělával/a sám/sama, bylo to součástí tvého zkoumání? Navštívil/a si někdy za účelem svého vzdělání Afriku nebo Ameriku?

Moji mentori videli môj vážny záujem porozumieť veciam a zapálenie pre tento štýl hudby a tanca. Pri opisovaní udalostí a vysvetľovaní sa sústredili na pozitíva. Na žiadnej lekcii, pri žiadnom rozhovore s lektormi, alebo diskusii pri moderných afro štýloch som sa nestretla s pojmom africká estetika alebo rasizmus. Afriku som počas vzdelávania navštívila niekoľko krát. O rasizme som sa vzdelávala do predošlého roku len okrajovo, v rámci všeobecného prehľadu.

5. V jakém rámci je podle tebe v pořádku, že tyto formy umění můžeme dělat? Jako lektor/ka na různých workshopech, jak moc je pro tebe důležité mluvit o kořenech a původu toho, co děláš? Je to součástí lekce?

Tanečník, ktorý tieto formy umenia používa, by sa mal dostatočne vzdelávať a uvedomiť si, na čom je jeho záujem použiť túto formu umenia založený. Mal by sám alebo s pomocou mentorov zvažovať, či je správne, aby túto formu umenia použil. Myslím si, že je v poriadku, ak človek úprimne danú kultúru obdivuje, váži si ju, svojimi činmi ju oslavuje, nejakou formou pomáha alebo vzdeláva iných. Mal by jej venovať dostatok času a byť v

kontakte s ľudmi z danej kultúry. Moji študenti vedia, že mi veľmi záleží na tom, aby vedeli, čo tancujú. Predtým, ako sa začneme hýbať, predstavím konkrétny štýl, krajinu jeho pôvodu, históriu (minimálne v skratke), ich tvorcov a významné ikony. Snažím sa vysvetliť, za akých podmienok a ako daný štýl vznikol.

6. Myslíš, že v Česku a na Slovensku máme jisté povědomí o africké estetice kolem nás? (V hudbě, tanci, divadle, oblíkání, výtvarném umění) Pokud ne, co bychom měli zlepšit?

Ak by sme mali urobiť celoplošnú anketu, asi by sme zistili, že Slováci a Česi nemajú dostatočné povedomie alebo rešpekt voči africkej estetike. Vzdelávanie mladých ľudí či už cez médiá, v škole alebo počas mimoškolských aktivít by mohlo situáciu zlepšiť.

7. Podporuješ aktivně nějaká hnutí bojující proti rasismu? Jakým způsobem podporuješ black artists?

Konkrétne hnutia proti rasizmu podporujem zdieľaním na mojich sociálnych sieťach alebo finančne. Skôr sa však sústredím na organizácie v Afrike, ktoré pomáhajú ľudom v núdzi. Nie som si istá, či sa za black artists považujú africkí tanečníci a speváci alebo ide skôr o afro-americkú kultúru. Keďže veľa času venujem africkej kultúre, samozrejme podporujem umelcov z tejto komunity, či už finančne, odporúčaním ostatným, podporovaním ich projektov, organizovaním akcií.