

**Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd**

**Lenka Převorovská**

(lajma@volny.cz)

**ZS 2008/09**

**Výzkumné kolokvium**

Výzkumná zpráva

**Téma: Když se řekne „jít na pivo“**

aneb

„Poslední pivečko, pánové!“

## Úvod

Česká kultura by se bez nadsázky dala nazvat kulturou pivní a jako kompetentní členka své kultury si troufám tvrdit, že dominantní diskurz by mi dal za pravdu. Když nahlédnete do publikace *Hospody a pivo v české společnosti*, vydané jako sborník příspěvků přednesených na literárněvědné a kulturněhistorické konferenci, kterou pořádal v roce 1994 Ústav pro českou literaturu AV ČR, bude vám jasné, že pivo je vnímáno jako jeden ze základních prvků naší kulturní identity a je také jedním ze základních symbolů Čech v očích cizinců. Myslím si, že vzhledem k této skutečnosti si pivo zaslouží větší pozornost sociologie; proto (ale nejen proto) jsem mu věnovala svůj výzkum, jenž je jádrem práce, již právě čtete. Ze sociologického hlediska toho totiž o pivu víme vlastně velmi málo. Co pro nás znamená? Jakých nabývá významů v závislosti na kontextu? A co mě bude zajímat zejména: je tím samým v kontextu žen, jako v kontextu mužů?

V již zmíněné pivní publikaci je mnoho různých příspěvků, které se pivem zabývají z různých stran, více či méně vědecky; mnohé již tedy o pivu víme. Tento sborník, stejně jako dva vědecké články Vinopalovy (Vinopal 2005a, 2005b), z nichž druhý je ostatně jen výtahem prvního, jsem naštěstí přečetla až po té, co jsem provedla svou analýzu; to mi umožnilo přistupovat k sebraným datům nepředpojatě, bez optiky „toho, co již bylo napsáno“. Ukázalo se totiž, že jsou určité aspekty duálního vztahu „pivo-hospoda“, které jsou všemi kompetentními členy naší (české) kultury považovány za samozřejmé – a to natolik, že jsou zcela nereflktované. Sama samozřejmost vztahu „pivo-hospoda“ je koneckonců ze sociologické perspektivy nesamozřejmá.

### Češi a pivo: Pár slov k dominantnímu diskurzu I

Úvodem bych měla obhájit svou tezi o roli piva pro český národ v dominantním diskurzu ze sociologické perspektivy; ostatně, tato práce se uchází o status práce vědecké, takže moje znalosti coby kompetentní aktérky je třeba doložit relevantními evidencemi.

Myslím, že důkazy, které lze nalézt v publikaci *Hospody a pivo v české společnosti*, budou dostatečné, jakkoliv se jedná o publikaci tématicky zaměřenou právě na pivo, potažmo hospody. Nezapomínejme, že se jedná o sborník v němž se odráží názory řady autorů a autorek, pohybujících se v rámci dominantního diskurzu.

V některých člancích se zmiňuje dějinná úloha hospod a piva pro český národ, dva z článků jsou této úloze dokonce věnovány celé. Autoři s trochou nadsázky píší, že český národ de facto vznikl v hospodě, a tedy nad pivem – hospoda totiž byla poloilegální

platformou, kde se scházeli čeští buditelé, debatující o tom, co to český národ vlastně je, a kde také předávali své ideje lidu, učíce ho tak češství (Macura 1997). Z piva se vlivem této okolnosti stal jeden ze symbolů nového českého národa, což by se dalo vyjádřit lapidárním „kdo nepije pivo, není Čechem“ (Rak 1997). Pivo a hospody se váží k češství už od samého vzniku našeho národa. Dále texty konstatují, že se časem zvedla vlna odporu proti hospodské kultuře a že klesá její prestiž, nicméně se domnívám, že pivo a hospody coby symboly češství zůstaly v obecném diskurzu dodnes. Co je důležité, oba autoři píší své články z pozice potvrzující pivo a hospody jako důležitou součást české kultury, pouze hledají (a nachází) kořeny tohoto nezpochybňovaného vztahu v „objektivní“ minulosti. V jednom příspěvku autor dokonce dává implicitě rovnítko mezi „být lapen češtvím“ a „propadnout kouzlu hospody“ (Brouček 1997:233).

Hospody (a pivo) měly důležitou roli i v době totality, kdy se staly alternativní platformou pro artikulaci politických názorů proti komunistickému režimu, jež by jinde artikulovat nebylo možné; jednoduše řečeno, Češi se spokojili s nadáváním nad levným pivem, ventilující zde svou frustraci, místo aby vyvinuli aktivní odpor (Peřina 1997). Implicitě se zde stává popíjení piva v hospodách (opět ustálený vztah) jakýmsi charakteristickým rysem Čechů, typicky českým pasivním aktem nesouhlasu. Tedy opět příznačný národní rys, i když v tomto kontextu kritizovaný.

Do třetice uvedme poslední článek sborníku, jímž je historický exkurz do bitvy mezi kmeny Lůčanů a Čechů na Turských polích v pátém století našeho letopočtu. Tento článek je patrně nejvýmluvnější, protože zpochybňuje, že pivo je typicky českým nápojem. Důležité je, po jaké linii je toto zpochybnění vedeno: autor automaticky předpokládá, že polemizuje s dominantním diskurzem (čímž ho samozřejmě potvrzuje), ale nezpochybňuje skutečnost, že pro obyvatele území Čech představuje pivo typický nápoj, nýbrž skutečnost, že „my“ (tedy implicitě národ, sídlící na území České republiky), jeho konzumenti, jsme Čechy. Praví, že jsme dětmi Lůčanské kultury, protože Český kmen byl v oné slavné bitvě rozprášen, a to proto, že, zatímco Češi pili kořalku, lůčanským nápojem bylo pivo (Vokolek 1997). Jinými slovy, to, co autor zpochybňuje, není skutečnost, že pivo je pro nás Čechy typické, ale že my jsme Čechy.

Věnujme ještě pár slov sepjetí piva s hospodou. Tento vztah má svou vlastní historii, v níž se odráží jednak vývoj instituce hospody jako takové, za druhé klimatické podmínky českého regionu, v nichž se daří spíše plodinám potřebným k vaření piva, než révě, potřebné na výrobu konkurenčního vína. Tím se dostáváme ke třetímu bodu, a to jsou otázky kulturní,

protože skutečnost, že pivo konkuruje v českém diskurzu právě vínu, není sama sebou. Tento vztah by zasloužil svou vlastní práci.

### **Muži, ženy a pivo: Pár slov k dominantnímu diskurzu II**

Centrem mého zájmu bude, jak jsem již napsala výše, genderový aspekt nápoje nazvaného pivo. Domnívám se totiž, že dominantní diskurz, jenž dělá z Čechů národ piva, implicitně uvažuje o Češích-mužích. Jinými slovy, domnívám se, že se pivo v tom smyslu, jaký nám předestírá dominantní diskurz, týká mužů, tedy pouze jedné polovice českého národa. Zpochybňuji tak ono „každý“ ve výroku S. Broučka, že „každý má právo být členem hospody“ tvrdící, že znamená, implicitně a nereflektovaně, „každý muž“. Oprávněnost své domněnky doložím několika fakty. Začněme sférou, v níž se nejviditelněji odráží stereotypní představy, a tou je marketing.

Když se rozhledneme kolem sebe, zejména po reklamních luzích a hájích, všimneme si zajímavého jevu: na většině billboardů s reklamou na pivo je muž ten, kdo pivo konzumuje, a žena tou, která přihlíží, eventuálně muže obsluhuje, a to nezávisle na scéně. Co to vypovídá o naší kultuře?

Erving Goffman ve své slavné studii z roku 1979, nazvané *Gender Advertisements*, analyzoval 508 fotografií, především reklamních. Poukázal při tom na základní princip reklamy, platný dle mého mínění dodnes. Reklamní fotografie totiž znázorňují představy jejich autorů o ideálnětypické ženskosti a mužnosti. Předpokládá se přitom, že jejich představy se shodují s představami každého dobře socializovaného jedince stejné kultury, protože jsou součástí sdíleného kulturního inventáře stereotypů a norem. Reklamy tak znázorňují hyperritualizované stereotypy, umocněné proto, aby byly pro příjemce jasně čitelné a aby tak předaly své poselství (Sztompka 2007: 32). Z toho by se dalo usuzovat, že pivo je tedy nápojem především pro muže, což je mou vstupní hypotézou.

Doložme však mé tvrzení dalšími fakty. Podobně jako u předchozí kapitoly, i nyní budu těžit z publikace *Hospody a pivo v české společnosti* – v ní je totiž skutečně velké množství nereflektovaných genderových aspektů institucí pití piva a hospody.

Jednak můžeme vycházet z „objektivních“ historických faktů. Skutečnost, že český národ byl k hospodám a pivu vázán od samého svého vzniku, jsem zmínila výše. O holdování pivu na území Čech jsou však zmínky už ve středověkých cestopisech, v písemných památkách z dob husitských a v kramářských písních už od 16. století. V nich se s pivem gramaticky (a tedy implicitně) pojí zpravidla mužský rod, zatímco ženy jsou explicitně dávány

do vztahu s kávou a likéry, popřípadě jsou těmi, kdo nadává mužům za pití alkoholu (piva a kořalky) v hospodách (Ryšavá 1997).

Vraťme se k obrození a zamysleme se nad tím, co znamená fakt konstituování české národnosti v hospodách (tedy nad pivem) z genderového hlediska. Víme, že většina veřejných prostor představovala až do druhé světové války mužskou sféru života a vlivu, a hospody bezesporu veřejnými prostory jsou (jak je ostatně patrné i ze seznamů jmen významných osobností, jež se v hospodách scházely); zde se vedly politické debaty, řešily se problémy světa, pil se alkohol – pivo a pálenka, což jsou všechno tradičně maskulinní atributy. Ženy vyskytující se v hostincích (hospodách) byly buď špatné pověsti, anebo jen šly svým mužům do džbánu pro pivo, anebo muže obsluhovaly. Všechny tyto věci jsou nereflexivně a zpravidla implicitně zaznamenány na mnoha místech sborníku, a to jak z pozice mluvčích-autorů článku, tak z citací starších textů. Například citujme Nerudu, generalizujícího ve vzpomínkách obraz hospody: „*Když si tak vzpomenu na všechny ty časy! Na všechna ta piva! (...) A na ty sklepnice, hospodské dcerky, paní hospodské – a na ty Ignáce, Ferdinandy, Františky, Jakuby – co tu postav luzných (...)*!“ (Mravcová 1997: 59): Ženy jsou označeny neosobními kategoriemi vázícími se k funkci personálu se vztahem k hospodě (majitelka nebo dcera majitelky), muže zastupují křestní jména, což jsou kategorie evokující důvěrný vztah s mluvčím. O tom, že je situace podobná i dnes, svědčí postřeh pozorovatele-Japonce z devadesátých let: „*V tomto prostředí (pozn. hospodském) tu v hloučcích postává několik mužů, kteří vypadají jako dělníci vracující se po směně z práce. Nahlas o něčem diskutují a přitom popíjejí. Vzadu stojí dvě dívky s velkými džbány v rukou. Asi si pivo na dnešní večer odnesou domů.*“ (Brouček, 1997: 234)

Ženy jsou dávány mužskými autory (zejména v poezii) do vztahu k alkoholu (potažmo pivu), dvěma způsoby: vztah „alkohol(a)hospoda-a-ženy“ implikuje ženy lehkých mravů (např. Křivánek 1997:118), za druhé vztah „alkohol(a)hospoda-nebo-žena“, kdy singulár znamená výlučný vztah, značí sváry v partnerském vztahu kvůli mužovým návštěvám hospody a holdování alkoholu (např. Kovařík 1997:133). Hezkým příkladem je Gellnerova báseň: „*Seděl jsem v Praze v Besedě topografické/kde bývaly sjezdy sociálně-demokratické./Tenkrát byl tam Kohnův šantán pouze./O zdravý humor v Čechách nebývá nouze./Bavil jsem se tam dobře se subretou/rozumnou holkou, dávno plnoletou./Pila vesele plzeňskou za plzeňskou./Nezhléd jsem ještě tak emancipovanou ženskou./Náhodou pohlédla na galerii, kde jest/socha Marxova a očekávající sjezd/své strany. Holka se ptala: „Kdo je ten dědek?/ Jak rozparovač vypadá, Bůh je mi svědek!*“ (Křivánek 1997: 119) Žena pijící pivo v hospodě („besedě“) je kategorizována jako „subreta“, čili „zpěvačka mladistvých veselých

sopránových úloh (obvykle v operetě) (ABZ.cz: Slovník cizích slov), což není kategorie s příliš početnými konotacemi. Je charakterizována jako „dávno plnoletá“ čili pravděpodobně nemladá a „rozumná“; množství piva, které je schopna vypít („plzeňskou za plzeňskou“) je dáváno do souvislosti s nezvykle vysokou mírou emancipace. Rozhodně se tedy nejedná o nic běžného. Krom toho i zde se projevuje stereotyp, přiřítající ženám nezájem o politické dění, když tato žena nepozná Marxe.

Mnoho zmínek, jež samozřejmě počítají hospodu a pivo za maskulinní atributy, je však explicitní. Jako druhý příklad citujme báseň A. V. Valenky Mělnického, v níž se praví, že „*přitažlivé kouzlo hospody působí hlavně na mužské osoby*“ (Vasiljevová 1997: 74). Chození do hospod v mládí (obecně) je jinde označeno za „*jinošské radosti*“ (Vejvoda 1997: 252).

Na závěr této části, věnující se mužskému pohledu na muže a ženy v kontextu hospody, ocituji část příspěvku S. Broučka, jenž je rovněž výmluvný: „*Nemohu jinak, než skončit slovy kolegyně Stehlíkové, která se nepochybně stane klasikem (všimněme si generického maskulina) české hospody (...). Když byla z jistých rodinných důvodů zaměstnána v domácnosti, chodila svému pánovi (sic!) večer co večer pro pivo (sic). Nejdřív jí to připadalo jako potupa, ale pak poznala, že je to naopak velká důvěra a příležitost.*“ (Brouček 1997:237). V kontextu této věty věru nevím, co měl na mysli, když napsal o pár řádek výše: „*Nedělajíc (pozn. hospoda) rozdílu mezi lidmi ani v ohledu sexuálním, proměňuje se hospoda v českém lokálním prostředí v něco, co má význam podobný pralátce nebo prasystému, od něhož se odvíjí vše další*“ (tamtéž: 237). Nikde tuto svou nenápadnou tezi dále nerozvíjí, takže o jejím významu se můžeme pouze dohadovat.

Z druhé strany shrnu, co píší ve sborníku (ženy) o ženách a pivu. Asi nejvýmluvnější je článek Dagmar Mocné o původní české červené knihovně. Autorka konstatuje, že pivo, potažmo hospody, jsou v typických románech-o-lásce-pro-ženy, tabu. „Romány pro ženy“, určené dlouhou dobu pouze pro městské ženy, se vyznačovaly (a dodnes prý vyznačují) určitou poetizací, mají povznést ducha žen; pivo je v nich vnímáno jako pokleslý nápoj a hospody jako sprosté prostředí. Alternativami jsou kavárny či bary, přičemž plní různé funkce. Hospody se vyskytují pouze jako typický prvek venkova, a městským ženám, jež se v nich náhodou vyskytnou, se nelíbí (Mocná 1997).

Spisovatelky obecně líčí prostředí hospody pro ženy jako nebezpečné, nebo alespoň dvojznačné. Moldanová to vysvětluje takto: „*Vztah spisovatelek k hospodám je podstatně distantnější, než je tomu u spisovatelů-mužů. Není to proto, že by spisovatelky byly šmahem abstinence a pivo nepily (...), ale protože to byl prostor, kde se scházejí muži a kam žena*

*podle ustálené konvence, která platila na vsi stejně jako v prostředí měšťanském, nechodila bez doprovodu, prostor do značné míry cizí.“ (Moldanová 1997:95).*

Myslím, že je patrné, že dominantní diskurz je poměrně homogenní a jednoznačný: pivo a hospody jsou záležitostmi mužů.

### **Co je to hospoda?**

Až dosud jsem záměrně pracovala s kategorií hospoda, aniž bych ji vysvětlila. Není snadné odpovědět na tuto otázku, protože i kategorie hospoda má různé obsahy podle kontextu. Vzhledem k nepřebornému množství vlastností, jichž může nabývat, je pochopitelné, že se každému člověku se vybaví něco trochu jiného, navíc v závislosti na kontextu, ačkoliv některé dimenze vlastností by byly pravděpodobně čtenější, než jiné. Z vlastností, jichž může hospoda nabývat, zmiňme například tyto: kuřácké/nekuřácké (spíše kuřácké), čisté/špinavé, vaří/nevaří, městské/venkovské, a podobně. Je to prostředí s určitým členěním prostoru a stálou hierarchickou sítí vztahů, v níž se orientuje každý kompetentní člen české kultury, i když je v konkrétním podniku poprvé. Má určité společenské funkce, na venkově trochu jiné, než ve městě; mimo jiné tvoří alternativní názorovou arénu, umožňuje psychickou hygienu, je důležitým centrem společenského a komunitního života (Vinopal 2005a). V očích mužů, kteří psali své příspěvky do sborníku *Hospoda a pivo* v české společnosti, je „typická česká hospoda“ přátelským a důvěrně známým podnikem, kde se čepuje pivo, schází se skupina známých mužů (skutečnost, že se jedná o muže, je zpravidla implicitní) a vedou se řeči.

### **Výzkum: Kontext a záměr**

Můj výzkum je zaměřen na genderování pivem, neboli na to, jak se mluvními akty o pivu a hospodách ustanovuje maskulinita a feminita. Problematika mě bude zajímat z ženské perspektivy: budu se ptát, co znamená pití piva z pozice ženy, je-li praktikováno ženou, a co představuje v podání mužů. Pivo jsem zasadila do kontextu hospody.

Ženy považuji za kompetentní členky české společnosti, jež jsou schopny reflexivně konstruovat maskulinitu a feminitu tím, jakým způsobem umísťují sebe a muže do kontextu piva a hospody. Mluvní akty pojmám v etnometodologickém paradigmatu jako diskurzivní akty, čili jako rekonstrukci, potvrzení a znovuoživení diskurzu, který autorky potvrzují i tím, že s ním polemizují. Ženy jsou v goffmanovském smyslu hráčkami ženského týmu, které zároveň sdílí etnometodologické vědění v garfinkelově smyslu; toto své členské vědění

aplikují jak na sebe, tak na členy týmu opačného pohlaví, a tím konstruují svou ženskou i opačnou mužskou identitu. Předpokládám, že pití piva ženami budou konstruovat jinak, než pití piva muži, což vychází z mé hypotézy, že pivo je především mužský atribut.

Využiji etnometodologický přístup, některé pojmy si vypůjčím z dramaturgické sociologie Ervinga Goffmana a částečně využiji analýzu rámců. Zaměřím se na otázky „kdo-jak-kdy-kam-chodí na pivo-s kým-proč-co tam dělá-co to znamená“.

Jistou opozici perspektiv – čili jak vnímají mužové pití piva muži – budu čerpat ze sborníku *Hospody a pivo v české společnosti*.

Ve svém výzkumu jsem zpovídala šest žen. Nejprve se podívejme na kontext, v němž rozhovory probíhaly.

Všechny tázané jsou moje známé či kamarádky ve věku 28 až 51 let, čili jsem v rozhovoru vystupovala ve dvojí, značně odlišné roli: za prvé ve zcela nové roli výzkumné tazatelky, před níž cítily dotazované potřebu vystupovat v roli kompetentních informátorů, někdy projevovanou odvoláváním se na vědecká (nebo častěji pseudovědecká - etnoteoretická) tvrzení, a za druhé v roli blízké ženy, která toho o nich samozřejmě dost ví a před níž už mají určitou tvář. Zároveň jsem svým vlastním genderem vytvořila prostředí, v němž jsou obě postavy členkami téhož – ženského – týmu. Důležitou roli sehrála skutečnost, že interakce je vědecký rozhovor, navíc rozhovor nahrávaný na diktafon, a jako takový má určitá pravidla: informátorky byly postaveny do role tázaných, od nichž se očekává, že budou kompetentně odpovídat na pokládané otázky. Moje informátorky nevěděly předem, čeho se bude výzkum týkat, nemohly se tak na téma připravit. Jediné, co jsem jim řekla, bylo, že se jedná o školní projekt a požádala jsem je, jestli by se mnou „nezašly na pivo“, což v naší (české) kultuře samozřejmě znamená do-hospody-na-kus-řeči. Předem nevěděly ani, že bude rozhovor nahráván, to jsem jim oznámila až bezprostředně před jeho začátkem.

Scénu zpravidla tvořil interiér restaurace, čili instituce, v níž čepují pivo a v níž se vaří; až na jednu výjimku šlo o kuřácké prostředí. Čtyři z rozhovorů se odehrály v hospodě ve večerních hodinách, jeden přes oběd a jeden v kanceláři.

Ve třech případech šlo o zkrácenou verzi rozhovoru (otázky 10-15), přičemž jeden z nich jsem posléze rozšířila. Všem zúčastněným jsem pokládala stejnou baterii otevřených otázek, někdy obohacenou o otázky doplňující. Otázky byly následující:

- 1. Přemýšlela jsi někdy o tom, proč chodí chlapi do hospody?*
- 2. O čem si myslíš, že se tam baví?*



3. *Co znamená „chlapi sobě“?*
4. *Proč chlapi pijou pivo?*
5. *Jak podle tebe vypadá klasická návštěva hospody?*
6. *Myslíš, že to ženské dělají jinak?*
7. *Jsou tam naopak nějaké podobnosti?*
8. *A ty osobně chodíš na pivo s holkama?*
9. *Proč pijou ženské čím dál víc piva?*
- 
10. *Jaké pivo piješ nejraději?*
11. *Mohla bys ho nějak popsat?*
12. *Jak se vyvíjel tvůj vztah k pivu?*
13. *Jak často piješ pivo?*
14. *Jaký je nejčastěji důvod, proč si dáš pivo?*
15. *Mohla bys o sobě něco říct? Kdo jsi? Nějak se popsat, jakkoliv?*

V otázkách jsem použila dvojí kategorii pro vlastní gender. Předpokládala jsem, že kategorie „ženská/chlap“ bude vnímaná spíše jako obecná, stereotypní, týkající se obecného diskurzu a zpravidla opačného pohlaví, kategorie „holky“ že naopak obsahuje konotace na osobní vztahy v rámci vlastního genderu a navodí důvěrnější atmosféru.

Většina otázek je záměrně položená poněkud provokativně a je zavádějící. Nejvíce je to asi vidět u otázky 9 – to, že pijí „ženské“ (ať už je to kdokoliv) čím dál víc piva, jsem si vymyslela. Otázky jsou účelově málo specifikované, takže tázané mají poměrně široký prostor pro vlastní rámcování.

Mimo jiné jsem chtěla zjistit, jaký je rozdíl v členském vědění žen o tom, jak pijí pivo (respektive jak chodí do hospody) muži, a jak se dělá totéž v rámci vlastního genderu tázané. Shrnu-li to, otázky potenciálně ustavují čtyři základní okruhy:

- a) *ti druzí – druhé pohlaví („chlapi“) - hospoda/pivo* (jak uvidíme, tyto kategorie jsou skutečně nerozlučně spojeny, a to i v narativech žen) versus
  - b) *ženy obecně („ženské“) – hospoda/pivo,*
  - c) *„ty druhé“ v rámci našeho pohlaví, hodnocené z distance („ženské“) - hospoda/pivo a*
  - d) *my – naše pohlaví („holky“) - hospoda/pivo.*
- Uvidíme, jak nám je tázané zproblematizovaly.

## **Muži, hospoda a pivo - očima žen**

Už první otázka po tom, proč chodí „chlapi“ do hospody, vyvolala reakce zajímavé hned v několika aspektech. Prakticky ve všech ženských rozhovorech se vyskytuje dichotomie „štamgast“ – „normální chlap“, přičemž každý z nich je obrazem jiného stereotypu a provozuje kvalitativně jiné „pití piva/navštěvování hospody“, ačkoliv v některých rozhovorech tyto dvě kategorie v určitých aspektech splývají. Některé ženy automaticky přerámcovaly kategorii „chlap“ v kontextu kategorie „hospoda“ na „štamgasta“, zatímco jiné ženy definovaly apriori „chlapa“ jako „normálního chlapa“; dichotomie se ale zpravidla v průběhu rozhovoru projevila. Zajímavé je, že odpovědi (ať už se týkaly „štamgastů“ nebo „běžných chlapů“) implicitně počítaly se skutečností, že „chlapi“ chodí do „hospody“ „sami“, což znamená ve společnosti dalších „chlapů“. Dále mě zaujala skutečnost, že k dvojici „chlap“ a „hospoda“ automaticky náleží kategorie „pivo“, aniž bych ji já evokovala.

Podívejme se na to blíže.

### **Pití piva v hospodě jako únik od zodpovědnosti/k mužství: „jít do hospody“**

„Štamgast“ je kategorie, která má u tázaných žen značně negativní konotace. Je zpravidla zasazena do speciální scény typu „pajzl“, charakterizované kategoriemi „zaplivaný“, „zakouřený“, „pije se tam jenom pivo“. Štamgast je kromě typické scény charakterizovaný tím, jakým způsobem pije pivo a navštěvuje hospodu.

Jedním z aspektů je frekvence návštěv: denně/pravidelně.

Za druhé je to délka pobytu: dlouho.

Za třetí, množství vypitého piva: hodně.

Za čtvrté, další rekvizity: kromě piva ještě cigarety a karty.

Za páté, společnost: „kámoši“, s nimiž „štamgast“ potvrzuje svou mužskou identitu.

Za šesté, a to je nejdůležitější, účel návštěv, který by se dal shrnout jako „únik od zodpovědnosti“/„únik k mužství“, explicitně provázený v některých narativech opilostí. Hospoda je v tomto případě typicky a výlučně mužským prostředím (přínejmenším apriori, a až na jednu výjimku takovým zůstává až do konce), v němž si muži potvrzují mužskou identitu, kterou v životě „venku“ nejsou schopni plnohodnotně naplnit. Jsou vykresleni jako slaboši, prchající od závazků, rodin, domácí práce, problémů a zodpovědnosti do hospody mezi „kamarády“, s nimiž si ve vzájemných interakcích potvrzují svou mužnost a dostatečnost, tím, jak a o čem se baví: problémy řeší svalováním chyb na druhé („nadávají“),

čímž zbavují sami sebe zodpovědnosti, a mluví o stereotypních a v jádru neosobních tématech typu „fotbal, ženský, politika“. Pokud jde o sdílení a „povídání si“, nejsou ho schopni.

Otázku, proč pijí „chlapi“ pivo, zasadila do kontextu „štamgastů“ pouze jedna z žen. Podle jejího názoru je to proto, že je „zdravé“ a je třeba „dodržovat pitný režim“, ale také proto, že odpovídá jejich potřebě dlouhého pobytu v hospodě: dávajíc do opozice tvrdý alkohol, odůvodňuje tato žena pití piva „štamgasty“ tím, že ho mohou vypít hodně a ještě „dojít domů“ – evokuje tak nepsané pravidlo slušnosti, které zavazuje člověka sedícího v nějakém podniku neustále něco konzumovat, a zároveň implicitně uvažuje v kontextu „štamgastů“ v „hospodě“ pouze o alkoholických nápojích, čímž činí z alkoholu jedno z hlavních témat návštěvy hospody „štamgasty“. Když vztahuje pití piva ve společnosti k sobě, kategorii „hospody“ se vyhýbá.

Všechny ženy se od kategorie „štamgasta“ distancují, jednak samozřejmě tím, že ji odsuzují ve svých výpovědích, ale i explicitně: některé tím, že deklarují, že s nimi nikdy neměly nic společného, že s nimi nikdy nepřišly do styku, že si „neumí vůbec představit, co řeší“ (Lucie), popřípadě že měly „štěstí“, že většina „jejich chlapů“ „moc nepila“.

„Strašně záleží na tom, co to je za hospodu. Sou prostě pajzly, kde se vopravdu prostě pije to pivo a ..a není tam přes cigarety vidět... a nic víc a tam se vopravdu scházej takový ty ... pivní pupky, který .. vopravdu těžko říct, co řešej. To si vůbec nedovedu představit co. (...) Ale tak já nevím, já sem se nikdy jako ve společnosti takovejch těch úplnejch pivařů jako pupkatejch, hnusnejch jako nevyskytovala (...) (Lucie)

„No hlavně nadávají. Nadávají na všechno, ti co do hospody chodí nadávají na všechno, na zaměstnání, na šéfy, na politiky, na manželky, a nic pro to nedělají, proto sedí .. chodí do těch hospod, aby si to tam jako všichni ti chudáčci, který jsou silní v kramflecích jenom v tý hospodě (...) jsou tam bossové, a když přijdou domů a... nic. (smích)“ (Jarmila)

„Já jsem se vlastně nikdy nesečkala s takovejma chlapama, co by chodili do hospody takový jako že se prostě každej večer seberou a jdou tam posedět s tou partičkou kamarádů, takže možná proto jsem o tom nepřemýšlela. Ale když o tom teďka tak přemýšlím, tak ta partička kamarádů bude asi klíčová a to že vypadnou z toho domova a že teda prostě opravdu si připadaj jako chlapi.“ (Růžena)

„Musím říct, že jsem měla asi možná kliku v tom, že až na pár výjimek většina mejch chlapů nějak moc nepila. Tak třeba, nevím, pivo k obědu nebo sem tam něco, ale jako že by vysedávali pravidelně v hospodě, to ne.“ (Judita)

### **Pití piva v hospodě jako oáza maskulinity: „jít na pivo“**

Naproti tomu jsou „normální chlapi“, čili „chlapi“, pro které je chození do hospody v čistě pánské společnosti zcela normální, (genderově) přirozenou a tedy legitimní záležitostí, a tedy není nutné ji ani omlouvat. Jsou zasazeni do scény „hospody“, bez bližší specifikace – kromě toho, že se tam pije pivo. V tomto kontextu lze kategorii shrnout do sousloví „jít na

pivo“, což implicitně obsahuje „jít-do-hospody-na-pár-(točených)-piv-a-kus-řeči-mezi-náma-chlapama“, jedná se tedy především o instituci setkání a sdílení. Srovnajme si nyní, čím jsou jiní oproti „štamgastům“.

Za první, frekvence návštěv: občas (čili ne pravidelně).

Za druhé, délka pobytu: přiměřená (ženy ji nijak nespecifikují, z toho usuzují, že se jim zdá v pořádku).

Za třetí, množství vypitého piva: přiměřeně (stejný případ).

Za čtvrté, další rekvizity: žádné.

Za páté, společnost: další „chlapi“, „kamarádi“.

Všechny tázané ženy apriori předpokládají, že tito „chlapi“ chodí do hospody pouze s jinými „chlapama“. „Hospoda“ se tak stává v tomto kontextu místem setkání „party kámošů“, odpočinku od každodenního stereotypu i od „ženských“ (před nimiž se muži musí přetvařovat a dělat lepšími), jakousi přirozenou oázou maskulinity. „Chlapi“ sem chodí odpočívat a „povídat si“, čili sdílet, ačkoliv v některých případech témata, jimiž se zabývají „normální chlapi“ splývají s tématy, jimiž se zabývají „štamgasti“. V některých narativech evokují ženy stereotypizovaný prototyp témat (práce, ženské, fotbal, politika), aby jej pak zpochybnily – zejména právě pokud jde o téma „ženských“: mají za to, že se (jiné) ženy domnívají, že se „chlapi“ o „ženských“ baví a „pomlouvají je“, ale až na výjimky to není pravda:

**Judita:** „Tak všichni víme (*konstrukce prototypu*), že se baví o politice, o ženských, o autech, o tom, co je zrovna baví, nebaví... Akorát si myslím, (*zpochybnění prototypu*) že si spousta ženských myslí, jak je u toho piva ti chlapi jako děsně probíraj, jako ty své partnerky, což si myslím, že zas až tak moc úplně ne. Nebo ne tak že by se u tříhodinového.. u tříhodinový vycházky na pivo (smích) zabývali tím, že ta jejich tohle a támdle. To jako řešej, když je něco trápí, ale že by jako mleli o ženských furt dokola, to si myslím, že je nějaká zkrslená představa.

**Tazatelka:** A proč myslíš, že si to ženský myslej?

**Judita:** Já... To je podle mě z nějaký.. já nevím, jestli z žárlivosti - no to je blbost, žárlivost, ale z takovýho nějakýho pocitu, jako že... že je nutně někdo musí pomlouvat. Kor když ty chlapi jsou tam bez nich, tak to jako svádí k té myšlence, že je pomlouvaj, protože tam s sebou ty ženský neberou.“ (Judita)

V této ukázce se nám navíc objevuje evidence o tom, že chození „na pivo“ (čili do hospody) je mužská doména: ženy jsou v poslední větě stavěny do pozice, v níž je rozhodnutí o tom, zdali půjdou, nebo nepůjdou „na pivo“ se svými muži, mimo jejich kompetenci.

V kategorii „normální chlap“ se objevují i výčty osobních témat, na rozdíl od kategorie „štamgasta“, u níž se omezily na „nadávání na problémy“. V kontextu „normálních chlapů“ se objevují témata jako zájmy, problémy, stížnosti a jejich řešení.

Některé z kategorií témat a stylu povídání „chlapů u piva“ se objevují v explicitní opozici k „ženským“, a jsou vedeny z pozice „já žena o jiných ženských“, čili z pozice distance k dominantnímu diskurzu týkajícího se vlastního genderu, který ale zároveň není zpochybňovaný. Důležitou kategorií tady tvoří mužské „mlčení“, uváděné jako opozice k ženskému „krafání“, a to ve třech případech.

Jedna z žen explicitně rozlišuje témata „mužská“ a témata „ženská“, kdy muži jsou schopní „v klidu si vypít své pivo“, a popovídat si o neosobních (typicky mužských) i osobních tématech, ale nebaví se o (svých) ženách, zatímco ženy („ty druhé“) se schází za účelem „pomlouvání“ svých „chlapů“ v jejich nepřítomnosti a řešením problémů v rodině a dětí, popřípadě svobodné bezdětné ženy („mladé“) se baví o módě – vidíme typicky ženská témata, navíc zasazená do stereotypního ženského způsobu promluv, a sice z pozice distance od vlastního genderu:

Já myslím, že ženský toho v tý hospodě tolik nevypijou (smích), víc toho proklábosej a naopak od těch chlapů ty ženský jako ty chlapy pomlouvaj. Podle mě si jako strašně stěžujou, hele a tedle mi zas udělal tohle, a tedle mně – to ještě nic není jako, to kdybys věděla co dělá ten můj (smích), a tak. A, a pak si myslím, že hodně probíraj asi děti, když už je to teda ženská od rodiny, tak že největší téma jsou podle mě problémy v rodině a pak ty děti. A voni si toho asi moc, jako že by probíraly politiku, nebo, já nevím, možná ještě mladý holky probíraj hadry, ale... (...) Já myslím, že ženský se tam jdou opravdu jako vypovídat, a vyřešit spoustu věcí, a chlapi si tam jdou jenom odpočinout, a jenom tak jako poklábosit. I ty chlapi jsou podle mě víc schopný si dát prostě to pivko a v klidu si ho vypít, kdežto ty ženský tam jdou vyložené za tím účelem, že teda krafaj a že teda si můžou říct tisíc věcí, u kterýho ten manžel prostě není, nebo ten přítel, chlap.

Jedna z žen konstruuje celou etnoteorii o rozdílu sdílení v rámci jednotlivých genderů, a to z pozice „já žena o ženách obecně“. Relativizuje důležitost místa setkání a rekvizit (káva/pivo) a vidí hlavní rozdíl rozhovoru, kdy muži jsou konstruováni jako racionální jedinci, kteří mluví, jen když to bude mít nějaký praktický dopad, zatímco u žen je cílem „sdílení“, což znamená podpora vztahů. Její teorie kopíruje stereotypní představy o mužích a ženách a odpovídá tak na dominantní diskurz, navíc jakkoliv zlehčuje důležitost místa setkání a popíjeného nápoje, reflektuje a rozlišuje nápoj - a k tomu se automaticky vázící prostředí - mužský (pivo=hospoda) a ženský (káva=kavárna); marginalizuje jej pouze v tom smyslu, že v něm nevidí ten hlavní rozdíl setkávání žen se ženami a mužů s muži.

Já myslím, že i v tý hospodě se asi projeví .. projeví takovej ten rozdíl mezi chlapama ženskejma v tom, že ženská potřebuje sdílet. Ženská sdílí prostě zážitky, informace a prakticky cíl je to sdílení. Ne vždycky vyžaduje úplně řešení, protože sama moc dobře ví, že řešení od kamarádky nedostane. Může dostat nějaký rady, ale stejně prostě si to musí vyřešit sama. A tohleto chlapi vědí taky, ale .. oni prostě zase pouze řešej věci pokud chtějí je vyřešit a pokud vědí, že díky tomu, že se s.. někomu svěřej, že mu někdo fakt poradí a pomůže to vyřešit. A jelikož takový to běžný plácání o životě a o vztazích opravdu ti nikdo poradit nemůže, tak chlapi to podle mě ani

neřešej. Chlapi prostě pokud jako se vo něčem bavěj, tak protože opravdu chtěj třeba slyšet nějakej názor a radu a něco vyřešit. ... Kdežto ty ženský prostě si .. ženský rozebíraj, chtějí slyšet názory, ale jako bez řešení, že jo... Takže v tom se asi i duchu nesou prostě ty sedánky ať už u kafe nebo u piva... Že chlap bude řešit problém, dovedu si představit že bude .. to by možná byl jeden z těch inteligentnějších hovorů, řešit, že bude stavět barák a bude chtít prostě poradit vod kámošů co a kde jak má udělat a kde má sehnat prostě lepšího řemeslníka a tak a... ženský budou spíš prostě plkat o těch vztazích, což prostě nemůže mít řešení, protože to nemá řešení, protože na to neexistujou prostě žádný kuchařky. (Lucie)

Otázka, proč pijí „chlapi“ zrovna pivo, uvedla v život celé etnoteorie, ačkoliv bylo zjevné, že tato otázka ženy zprvu zaskočila a ony „přiznávaly“ (dávající tak reflexivně najevo své selhání coby informátorek), že o tom nikdy nepřemýšlely. Zde se podle mého názoru projevila skutečnost, že pivo je považováno za přirozený nápoj v kontextu „chlapi“ – „hospoda“, o němž není třeba ani přemýšlet, protože je nezpochybněný. Nicméně důvody, jež posléze uvedly, by se daly shrnout do tří souborů:

1) „Protože jim chutná“: důvod v jednom případě obhajovaný evidencí, která by se dala vyjádřit takto: „pijou ho, protože znám víc chlapů, než ženských, který ho pijou – ženský zase víc pijou kafe“, a zdůvodněná lidovou teorií, že „chlapi mají uzpůsobenou chuť na pivo“.

2) „Protože pivo je nápoj pro chlapy“: zde se rozehrává teorie o tlaku ostatních „chlapi“ na konformní vyjádření mužnosti v podobě pití piva v hospodě, a patří sem i názor, že pivo „patří k tomuto stylu setkávání“ jako cosi přirozeného (chlapi v hospodě).

3) Naučený zvyk: tady se dostáváme k zvláštnímu tématu, které by se dalo charakterizovat slovy „pivo jako rekvizita dospělosti“: ženy konstruuji trajektorii pití piva, tvrdíce, že muži začali chodit do hospody (a tedy samozřejmě pít pivo) v pubertě v rámci „hry na dospělost“ a jednoduše si zvykli jak na chození do hospody, tak na chuť piva. (Zvyk na chuť piva pak ale často uvádí i v souvislosti s vlastní trajektorií pití piva. Rozdíl je v tom, že ve svém případě se odvolávají na racionální důvody typu „to nejlevnější“ nebo „to nezdavější z nabízeného“, v důsledku kterých se tento zvyk vytvořil.)

4) Racionalizace: ekonomické důvody (pivo je nejlevnější), kvalita (pivo má téměř stálou kvalitu; srovnávací opozici tvoří víno).

Pouze dvě z žen relativizují otázku „proč pijou chlapi pivo“ a to v tom smyslu, že ji zasazují do lokálního kontextu: jedna tvoří dichotomii Čechy (pivo) – Morava (víno), druhá ČR (pivo) – zahraničí (nespecifikováno). Pivo se zde stává tradičním lokálním nápojem.

Zajímavý je případ ženy, která apriori přerámcovala kategorii „chlapi“ v souvislosti s kategorií „hospoda“ jako „štampasta“, a k redefinici ji přiměla obecná kategorie „lidi“ v souvislosti s kategorií „hospoda“:

**Tazatelka:** Jak podle tebe vypadá klasická návštěva hospody?

**Jarmila:** A co je klasická návštěva hospody?

(...)

**T:** Když jdou lidi do hospody...

**Jarmila:** Lidi, nebo ti chlapi?

**T:** Jak chceš, odpověz, na co se ti chce.

**Jarmila:** No protože když jdou lidi do hospody, tak to předpokládám, že takoví, co tam chodí občas, tak aby se někde sešli, když se večer nemůžou pozvat domů, protože chod domácnosti a rodiny by byl asi narušenější, tak si jdou někam sednout... (ticho) Tak si... tak si objednájí jídlo, pití, popovídají si a jdou domů. A když jsou to ti chlapi, tak buch buch do stolu, a teď si ponadávají pěkně, a když mají dost, tak jdou domů. (Jarmila)

Následuje řada repairů, jimiž se snaží relativizovat své prvotní apriorní rámcování „chlap a hospoda = štamgast“, podotýkajíc, že „pokud v tom, je to nějaký ten kolektiv, který si tam chce popovídat, tak chlapi, ženský se tam chovají stejně. Ale ze začátku jsem myslela, že jsou to ty chlapi, který chodí do hospody denně. A ženský, který chodí do hospody denně, asi jsou na tom stejně, jako ti chlapi, to se podle mě nedá rozlišit, jestli ženská nebo chlap, ale dennodenní štamgast nebo ten, co tam jde jednou za čas, to s pohlavím nemá nic společného.“ (Jarmila)

Vidíme, že v jejím podání se kategorie „lidi“ překrývá s kategorií „normální chlapi“; avšak tato žena ve svém narativu žádnou kategorii „normálních chlapů“, kteří by chodili ve společnosti čistě svého genderu „na pivo“, nepředpokládá. Jak uvidíme dále, kategorie, kterou definuje, je shodná s chozením do hospody, jak jej ustanovují ženy pro „ženské“.

## **Ženy, pivo a hospoda - očima žen**

### **Ženy v hospodě: v doprovodu „místních“**

Ženy uvádějí, že „ženské“ do hospod moc nechodí, a pokud, tak ve smíšené skupině lidí. Je to prý proto, že „ženským“ pivo moc „nechutná“. Výjimkou je jedna, která na otázku, jestli „to ženské dělají jinak, než chlapi, takovéhle vysedávání“, odpovídala v kontextu čistě ženské společnosti v hospodě; sama o sobě ale uvedla, že do hospody chodí spíš ve smíšené partě, a zdůvodnila to tím, že má víc přátel mezi muži. Obecně tázané uvedly, že do hospody (čili „na pivo“) chodí, vždycky ale uvedly i nějakou alternativu, ladící z obecným diskurzem: kavárna – místo piva káva, čajovna – místo piva čaj, vinárna – místo piva víno. Zatímco v hospodě se setkávají spíše v genderově smíšené skupině lidí, ony alternativy jsou uvedeny jako záležitost čistě ženská.

Udělejme si nyní podobné shrnutí o kontextu pití piva v hospodě ženami, jako v případě mužů:

Za prvé, frekvence návštěv: občas.

Za druhé, délka pobytu: přiměřeně.

Za třetí, množství vypitého piva: přiměřeně, popřípadě „kolik kdo zvládne“. Ani jednou se neobjevila kategorie opilosti, kromě jednoho případu, kdy tázaná explicitně vyloučila opilost ze svého vlastního navštěvování hospody (v jejím případě se slovo „hospoda“ ostatně v kontextu jí samotné ani neobjevilo) a vymezila se tím vůči „štamgastům“: „(s holkama chodíme) spíš do čajovny, ale na to pivo taky. No ale zase ne na takový kvantum, že tam nechodím na... jako jsme ze začátku mluvili o těch štamgastech, jako nejsem štamgast.“ (Jarmila)

Čtvrtým aspektem jsou další rekvizity: jídlo. Návštěva hospody ve smíšené skupině přátel a pití piva je vždycky doplněna jídlem jako důležitou součástí návštěvy.

Za páté, společnost: jak jsem již napsala, jedná se o společnost přátel nebo kolegů z práce, obvykle se zástupci obou pohlaví, výjimečně se může jednat o dvě ženy – kamarádky. Otázka čistě ženské společnosti je zpravidla problematizovaná jinými ženami („ty druhé“), které do hospody nechodí, protože jim pivo „nechutná“. Ženy tak dělají hned dvě věci: jednak neberou v úvahu dominantní diskurz, jenž se jinak v promluvách o „chlapech“ v kontextu „hospody“ projevil, a který činí z hospodského prostředí a s tím spojeného pití piva maskulinní scénu, když definují komplikaci jako objektivní problém „chuti“; a za druhé automaticky předpokládají, že se do hospody chodí pít pivo a tedy když ho člověk (žena) nechce pít, nemusí (sic) chodit do hospody; v kontextu smíšené party přátel se tedy lze domnívat, že ženy, jimž nechutná pivo (tedy „ty druhé“), dělají zcela samozřejmě jakýsi „ústupek“ mužům ze skupiny, jimž pivo chutná a kteří tedy (opět zcela samozřejmě) do hospody jdou, místo toho, aby šla celá skupina třeba do kavárny. Na druhou stranu je možné, že ženy, jimž pivo nechutná (tedy „ty druhé“) jsou kategorií stejné povahy jako „štamgasti“: je konstruovaná tak, aby odpovídala dominantnímu diskurzu (v rámci něhož by v tom případě ženám obecně z perspektivy příslušnic stejného týmu pivo nechutnalo), ačkoliv tázané takové ženy osobně neznají a ačkoliv samy dokáží vyjednat „chuť na pivo“ tak, že jejich ženství nijak nezpochybní.

I zde je nejdůležitější šestý bod, účel: hlavním smyslem návštěvy hospody je povídání si, sdílení. Návštěva hospody v tomto kontextu je bez výjimky považována za „společenskou událost“, scénou je blíže neurčená hospoda, v níž se ale točí pivo a vaří, popřípadě v jednom případě je scénou „zahrádka“ (protože se tam nekouří). Pivo a jídlo jsou důležité pro dokreslení pohody. Kategorie „normálního chlapa“ a „smíšené party“ se v mnoha aspektech překrývá.

**„Piju pivo, protože...“**



Většina žen uvedla, že pije pivo, protože jim chutná. Jakoby to ale samo o sobě nestačilo, nastupuje po tomto prostém konstatování celá řada racionalizací, kdy se prakticky zdůvodňuje, proč je pivo objektivně nejlepší. Pivo je srovnáváno s různými nápoji podle různých hodnotících kritérií a vychází vždy jako vítěz, čímž je racionálně ospravedlněna jeho konzumace. Většina těchto důvodů byla vyslovena i v autobiografické trajektorii pití piva. Ta má obvykle takovýto průběh: Na začátku vyprávějícím ženám pivo nechutnalo, neměly k němu vztah; pak ale z nějakého objektivního důvodu (obvykle implicitně obsahuje kontext hospody a společnost přátel, v jednom případě „prvního kluka“) pivo začaly pít, zvykly si na jeho chuť a nyní jim už chutná. Je to tedy zvyk, podmíněný objektivními důvody. Tyto důvody bychom mohli shrnout do několika kategorií (z nichž některé se kryjí s těmi, jež ženy uvedly pro „normální chlapy“):

1) Zdraví: zdravotní důvody jsou dominantní kategorií. Pivo je zde srovnáváno s kávou z hlediska množství, poměřovaného časem – implicitně se tak přistupuje na obecnou normu slušnosti, že když člověk sedí v nějakém podniku, měl by po celou dobu něco konzumovat. Pivo je zde jasným vítězem: tolik kávy, kolik by bylo třeba během setkání vypít, není zdravé. Dále vystupuje v kontextu se sladkými limonádami neboli „tlamolepy“, které podle dotazovaných žen rozhodně nejsou zdravé z blíže neurčených důvodů. Speciální a velkou položkou této kategorie je oblast „trávení“: všechny ženy dávají pivo do souvislosti s jídlem (v různých kontextech: večeře s přáteli, oběd ve všedním dni, večeře doma s rodinou) a odkazují na obecně uznávanou lidovou pravdu, že pivo je „nejlepší na trávení“.

2) Žízeň: to je velmi specifická kategorie. Podle obecně uznávané pravdy platí, že pivo nemá, pokud jde o „hašení žízně“, konkurenci. Je zde dáváno do souvislosti s „tlamolepy“, čili sladkými limonádami, po nichž je žízeň ještě větší. Žízeň se vyskytuje v kontextu léta (čili tepla), evokujícího „orosení půllitr“, popřípadě v jednom případě se vyskytuje jako následek fyzické práce a slouží k ospravedlnění pití piva „doma“ čili o samotě. Co je zajímavé, je instituce „pěstování žízně“, což je prezentováno jako umění, jež je nutné rozvíjet.

3) Ekonomické důvody: „Je ho nejvíc za nejméně peněz“. Jakoby ženy naznačovaly, že upřednostnily kvantitu před kvalitou. Možná to ale souvisí s onou normativní slušností neustálé konzumace.

4) Stálá kvalita: Pivo je v této kategorii porovnáváno s vínem. Ženy si zdůvodňují pití piva v hospodách tím, že pivo má stálejší kvalitu, zatímco víno může být nekonzumovatelné.

5) Pouze jedna žena uvedla, a to ještě zdráhavě, že svou roli hraje skutečnost, že se jedná o alkoholický nápoj.

6) Životní situace: Pravda, není to důvod zcela racionální, ale přesto jsem se rozhodla jej sem zahrnout. Pro jednu z žen je pití piva v hospodě, v mnohém nesoucí stejné znaky jako u „štamgastů“ (dalo by se charakterizovat jako „vysedávání v hospodě“, což obsahuje jednak pravidelnost, za druhé delší dobu, za třetí kontext velkého množství vypitého piva), jež navíc uvádí v souvislosti se svou vlastní minulostí, symbolem bezstarostného mládí, životní situace, kdy „myslím, že to byla taková nějaká ta vlna prostě kolem těch jednadvaceti, dvaadvaceti, kdy se člověk... kdy se prostě... kdy je v takovém tom že už není dítě, ale ještě není ten dospělák, co musí řešit ty věci, jaký řešíme dneska, jako aby bylo na hypotéku, aby prostě bla bla bla. Takovýto kdy je člověk volnej a nemusí nic řešit, dělat, a tak, tak prostě sedí s těma kámošema v tý hospodě a pije to pivko. (Judita)

### **Pivo doma nepijeme**

Dvě z žen uvedly v kontextu „vývoje vztahu k pivu“ důležitou roli rodiny, v níž bylo běžně k večeři konzumováno pivo. I tady se projevil genderový rozdíl: otec byl tím, kdo měl buď celé pivo sám pro sebe, zatímco matka s dětmi se dělila o druhé, anebo bylo jedno do rodiny a otec vypil většinu. Obě ženy považovaly tuto situaci za normální, ačkoliv se „očkovaly“ proti stereotypním představám a zkreslení představy: Rozhodně tatínek není takovej ten co by si jako k fotbalu otevřel lahváče a komandoval maminku ať přinese druhýho. (Lucie) S trochou nadsázky bychom snad takovéto domácí pité piva mohli nazvat „rituální trávení“.

Nicméně pokud jde o jejich vlastní domácnost, zdá se, že je mezi ženami normativně nepřipustné, aby pily pivo doma. Buď se v rozhovorech pití piva doma (nebo pouhá jeho přítomnost v domácí lednici) nevyskytuje vůbec, nebo je nějakým způsobem „přiznané“ a posléze zlehčené. Tak je to třeba v případě Judity, která „přiznává“, že pivo domů kupuje, ale kvůli návštěvám. Jiná žena dává pití piva doma do kontextu pouze s manuální prací, po níž se dostavuje „žízeň“, na kterou, jak všichni víme, je pivo nejlepší.

Výjimkou v domácím pití piva o samotě je jeden případ, kdy pivo slouží jako prostředek k úniku do spánku, čili hraje stejnou roli, jako prášky na spaní, ne jako alkoholický nápoj: zde je po dobu řady let pito jedno pivo na noc, což je vyjádřeno jako „potřeba“, spojená s problematickým vztahem. Tak je zvyk opuštěn po rozvodu, kdy potřeba mizí.

Snad to lze vysvětlit dominantním diskurzem, jenž chápe soukromé požívání alkoholu jako znak alkoholismu (v publikaci *Hospody a pivo* v české společnosti je to zmíněno v příspěvku Černouška). Explicitně to ale řečeno není a nedokáží to ani vyčíst z kontextu.

### **„Proč pijou ženy čím dál více piva?“**

Jak jsem už uvedla, tento údaj jsem si vymyslela. Pár žen se „nenechalo nacytat“ a podstatu otázky zpochybnilo. Až na jednu se ale potom snažily na nějaký důvod přijít. Tady se naplno projevilo, že hospoda a s ní automaticky spojované pivo je v obecném diskurzu mužskou záležitostí. V tomto světle se objevily nejčastěji názory „emancipačního charakteru“, související se změnou postavení žen: už není hanba jako žena pít pivo, což je totéž, jako chodit do hospody. Překvapivé je, že ženy okamžitě rámcovaly pití piva kontextem hospody, ani jednou nebyl zmíněn důvod piva jako takového, například v kontextu soukromí – kromě níže popsané etnoteorie, která byla ale sama následována „emancipační teorií“ související s hospodou coby mužským prostředím, do něhož začínají mít ženy volný přístup.

V jednom případě vznikla celá etnoteorie, vybudovaná kolem tématu marketingu, prezentovaná z pozice „já, žena, o ženách obecně“: „Já myslím, že i ta chuť se trošičku uzpůsobuje těch piv. Že jsou trošičku sladší nebo i o tom jsem i četla jako opravdu i názory jakoby na pivo, že ..že se opravdu ta chuť trošičku jakoby zjemňuje. Takže věřím, že i ..ta chuť je prostě momentálně taková trošku jemnější.. nějak jako se tady otevírá víc trh s těmadlectěma různějma specialitama pivníma, který určitě jsou přizpůsobený víc jako ženskému jazyku.“ (Lucie) Vidíme, že ženy mají podle této teorie jiné chuťové potřeby: ženy upřednostňují sladkou chuť (stereotypní představa), jemnou chuť (zřejmě souvisí s všeobecnou představou žen coby jemných stvoření – jemných ve srovnání s opozicí mužů) a jistou „sofistikovanost“ (opět stereotypní představa žen o ženách v opozici k „jednoduchosti“ mužů). Odvolává se na externí zdroj literárního charakteru coby autoritu. Tato žena uvádí podobné důvody i pro své vlastní priority týkající se výběru piva.

### **Mužské pití piva v hospodě – očima mužů**

V této části bych ráda využila příspěvky mužů ve sborníku Hospody a pivo v české společnosti, jako krátkou ilustraci v rozdílném konstruování pití piva muži z hlediska mužů a téhož z hlediska žen, jak jsem popsala výše. Je na místě poznamenat, že velký vliv na vyprávění mužů mělo patrně prostředí, v němž se vědecká konference uskutečnila: byla to „domácí půda“ mužství, hospody i piva, pivovar. A dále je zajímavé, že většina autorů vychází z akademického prostředí.

Překvapilo mě (zde se zřejmě projevila skutečnost, že jsem členkou opačného týmu), že ačkoliv byly příspěvky psané muži určeny do sborníku vydaného u příležitosti vědecké konference, často mají alespoň částečně podobu jakési „pivní konfese“, někdy až s milostným nábojem, kdy je patrné, že autoři mají svou oblíbenou hospodu, v níž mají svou partu

„kamarádů“-implicitně mužů, s nimiž pravidelně popíjí pivo. Často zmiňují i veskrze pozitivní roli alkoholu, ačkoliv se snaží distancovat od alkoholismu – oddělují jedno od druhého například právě oním „sociálním charakterem“ popíjení piva ve společnosti na straně jedné, a „alkoholickým“ popíjením piva o samotě (Černoušek 2007). Muži dávají v textech vehementně najevo svou lásku k hospodám a pivu, označující jej zdrobněle („pivečko“, „pivíčko“) nebo poeticky („zlatavý mok“). Do hospody chodí „vyčistit si hlavu“, odpočinout si, ale hlavně popovídat si s přáteli: je to tedy především kulturní aktivita, kde hraje důležitou roli skupina kamarádů-mužů, pravidelně se setkávající na onom jednom místě. Mít přinejmenším kladný vztah k pivu je tedy kladně vnímaná mužská prezentace v očích členů stejného týmu na mužské půdě pivovaru; konference se účastnily i ženy, ale lze se domnívat, že právě skutečnost „mužské scény“ oslabila skutečnost feminních svědkyň.

Podobný přístup se nevyskytl ani v jediném z příspěvků žen.

Jeden muž psal svůj příspěvek z pozice abstinenta, což byla pro určující kategorie pro celý jeho text. Tím se snažil zpochybnit oprávněnost dominantního diskurzu, určeného pivem a hospodou coby prvky s pozitivní hodnotou. Tím ovšem zároveň potvrdil jeho platnost, reflektuje, že dominantnímu diskurzu „odmlouvá“: „Když jsem přijal pozvání na tuto konferenci, věděl jsem, čeho se odvažuji. Ale abstinent se nesmí bát“ (Pokorný 1997:177).

I z tohoto stručného shrnutí je patrné, že ženy konstruují pití piva muži jinak, než muži sami (z pozice „já muž-o nás, mužích“, čili zevnitř). Muži sami od sebe ovšem nijak nekonstruují pití piva ženami. Mnohé z toho, co muži v souvislosti s pitím piva muži (zpravidla kategorie „my“) napsali, lze aplikací kategorií použitých ženami označit za znaky štamgastství, mezi ženami odsuzovaného. Ba co víc, z textů mužů je patrné, že se za štamgasty považují a že jsou na to hrdí. Překvapivě často se například vyskytly nářky nad úpadkem české „pivní kultury“, představované například „pražskou čtyřkou“ (rozuměj, hospod čtvrté cenové kategorie), která po sametové revoluci mizí z pražského centra (Karagjozov 1997) – z perspektivy žen typicky štamgastské prostředí -, anebo vyjádřené znepokojivou skutečností, že lidé (muži) začínají pít pivo doma, „v mlčenlivém kruhu rodiny“, místo aby chodili do hospody a „dokázali pravidelně udržovat neformální kroužky přátel majících povahu příznání, že mají volný čas a chtějí ho trávit společně“ (Kraus 1997: 18).

### **O tom, co všichni víme, aneb sociologická reflexe členského vědění**

Bylo mi vytknuto, že má zjištění jsou předvídatelná, a že „*nebylo nutné dělat výzkum, abychom se dozvěděli, že do hospod chodí „štamgasti“ a ostatní hosté, a že štamgasti nejsou pro mladé ženy prototypy správného mužství (...). Dále není zřejmé, co je zajímavého nebo významného na zjištění, že v rozhovorech ženy tvrdí, že „ženy pijí v hospodě pivo zpravidla s muži“ nebo „ženy se ženami navštěvují spíše prostředí typicky ženská“.*“ Dovolte tedy, abych se pokusila o polemiku.

Především se domnívám, že toto shrnutí je značně zjednodušující a zavádějící, protože kategorie „ostatní hosté“ zahrnuje jednak „normální chlapy“ a za druhé genderově smíšenou skupinu přátel, což, jak jsme si ukázali, jsou kategorie z *hlediska žen* kvalitativně zcela odlišné.

Dále došlo k zajímavému přerámcování v podobě označení mých informátorek za „mladé ženy“, což je samo o sobě označení poměrně vágní a z vlastní zkušenosti odvislé od věku mluvčího. V první verzi tohoto textu jsem věk neuváděla, neboť jsem jej nepovažovala za důležitý, nicméně jsem jej nakonec doplnila, abych předešla zkreslení a předpokladům, jež jsou mylné a pro některé čtenáře by mohly hrát roli při interpretaci výsledků.

Rovněž si nemyslím, že je samozřejmé, že mé informátorky feminizují pití piva tím, že uvádí feminitu do implicitně (!) maskulinního prostředí hospody a piva většinou ve společnosti jakéhosi „garde“ mužských společníků, ani to, že staví do protipólu typicky feminní prostředí, v němž se schází ženy se ženami. Respektive bych mohla svůj názor formulovat takto: *Všichni to víme; víme to tak dobře, že to v důsledku vypadá, jako bychom to nevěděli vůbec.*

V tomto bodě mi poskytl neocenitelnou pomoc sociolog Jiří Vinopal ze SoÚ AV ČR svým trefně pojmenovaným článkem „Instituce hospody v české společnosti“, v němž je dle mého názoru patrné, kam vede nezáměr o „zkoumání toho, co všichni víme“. Jeho článek je totiž stejně nereflexivní, jako je nereflexivní česká společnost k tomu, čím nám (členům české kultury) vlastně instituce piva a hospody je a jakých nabývá významů pro jednotlivé aktéry vzhledem k jejich umístění v sociální síti (srov. Bourdieu 1995); stejně nereflexivní jako úvaha člověka, jenž ze své přirozené pozice kompetentního člena skupiny, jež je podrobena zkoumání, konstatuje samozřejmost zjištění.

Vinopalův článek je rozdělen do tří kapitol: „*Takřka každou sociální instituci lze analyzovat přinejmenším ze tří hledisek: z hlediska celku společnosti, z hlediska jednotlivých sociálních skupin a z hlediska jednotlivce.*“ (Vinopal 2005a). Podotýká dále, že tato tři hlediska se prolínají.

V první kapitole se věnuje hledisku „společnosti“, cituje přitom texty ze sborníku *Hospody a pivo v české společnosti*; přejímá tak i implicitní a nereflektovanou skutečnost, že pod pojmem „lidé“ a „Češi“ se v kontextu hospod, piva a politických událostí s tím souvisejících se z mužské perspektivy myslí zejména muži. V období totality konstatuje funkci hospody pro „Čechy“, která odpovídá „nadávání“ a utíkání před problémy, jak jej ve svém narativu popisuje Jarmila – z tohoto hlediska lze tedy považovat Vinopalovy „Čechy“ za muže-štamgasty, již mají v očích žen značně negativní rysy a od nichž se ženy distancují. Dále praví, že „(...) každá z těchto (pozn. historických) etap v povědomí lidí něco zanechala a typickým znakem soudobého vztahu k hospodám (ale i k pivu) je proto vnímání jejich diferencované podoby. Lidé jsou schopni se na instituci hospody podívat z různých hledisek, stejně jako z určitého nadhledu; je chápána jako zařízení, které má s ohledem na každodenní život jak aspekty pozitivní, tak i negativní, s odstupem je pak vnímána jako kulturní památka.“ (tamtéž: 7) V kontextu mého výzkumu a ostatně i v kontextu toho, co „všichni víme“, vznáším relevantní námitku: Vinopal zcela zanedbal genderovou odlišnost vnímání hospody (ale i piva), zcela opominul skutečnost, že ono „vnímání jejich diferencované podoby“ je s největší pravděpodobností určeno zejména genderovou perspektivou aktéra, neboli jeho členským věděním coby kompetentního člena týmu mužů/žen. Lze si domyslet, že i ony „pozitivní i negativní aspekty“ jsou dané kontextuálně, přičemž důležitou součástí je samozřejmě zase genderová perspektiva a pak také implicitní kontext, neboli automatické přerámcování, které je invokováno blízkostí určitých kategorií (například „hospoda“ a „chlap“ je ženami často přerámcováno jako „štamgast“, který zase nese určité konotace).

Přesuňme se na úroveň skupiny („mikrosociologická perspektiva“), protože zde to začíná být opravdu zajímavé. Od tohoto momentu dále se totiž operuje s výsledky průzkumu veřejného mínění (CVVM, výzkum *Naše společnost 2004*, šetření 04-09), minimálně v jehož interpretaci se reflexe klíčové diference úhlů pohledu na základě příslušnosti k genderu omezuje na konstatování: „*Mnoho negativních jevů, spojených s chozením do hospod, je navázáno na genderový aspekt. Vzhledem k tomu, že návštěvníky hospod jsou stále ještě v drtivé míře muži, znamená to jednoduchou věc, totiž že jejich partnerky a případně děti je často (sic) postrádají. (S výrokem, že hospody odvádějí rodiče (sic!) od jejich rodin, souhlasí 57% obyvatel ČR, častěji pochopitelně (sic) ženy*“ (tamtéž: 16). V tomto výroku je několik implicitních předpokladů, které samozřejmě „všichni známe“, a proto výroku „rozumíme“; za zásadní považuji samu formulaci otázky pomocí neutrální kategorie „rodič“. Dále je zde patrný předpoklad, že muži svou absenci u rodin nereflektují, a také, že tito muži odpovídají ženami formulované kategorii „štamgasta“, když jsou v hospodě „často“, jak z citace vyplývá.

Celý text se mi jeví jako problematický právě z toho hlediska, že mám dojem, že se v textu prolíná autorovo přirozené členské vědění coby muže-Čecha s interpretacemi onoho průzkumu. Nejproblematictějšími, zejména v kontextu s mým vlastním výzkumem, provedeným z ženské perspektivy, se mi jeví právě kategorie „štamgasty“, kterou sice Vinopal určitým způsobem definuje a ustavuje, ale pak s ní zcela nereflexivně dále pracuje coby s kategorií „běžného návštěvníka“.

Definuje jej takto: *„je to muž v letech, nejspíš už v důchodu, který je s největší pravděpodobností vyučen a živi, či živil se, manuální prací. Do svého podniku, na své oblíbené místo, usedá již pěknou řádku let, přičemž je možné jej tam zastihnout nejméně obden. Právě tuto a ne jinou hospůdku navštěvuje právě proto, že to má odsud blízko domů, za ta léta už zde každého zná, tyká si s vrchním a chutná mu zdejší pivo. Nijak se nepozastavuje nad náhodou ušmudlaným ubrusem a vlašnou polévku je ochoten kuchaři velkoryse prominout. Chce si zde přece hlavně popovídat s kamarády, zahrát karty nebo zkrátka jen tak strávit čas a popít.“* (tamtéž: 12) Vidíme, že jeho popis se jeví vedle popisu žen jako zaujatý, osobní popis vedle neosobní, stereotypní (ženské) představy o štamgastovi. Kromě jiných „polidšťujících aspektů“ je důležitý rozdíl v motivaci pro návštěvu hospody, charakterizovaný „popovídat si s kamarády“. Tím získává postava štamgasty jinou kvalitu, podobnější kvalitě „normálního chlapa“. V definici se naopak nezmiňuje únik od neschopnosti vyřešit osobní problémy k mužství, jenž dominoval v narativech žen. Také fyzický popis, charakterizovaný Vinopalem pouze věkem, případně evokovaný „manuální prací“, je příznivější. Scéna, zabalená do kategorie „hospůdky“ a špína relativizovaná slovem „náhodou“, zjemňuje představu žen o typické scéně, do níž „štamgasty“ usazují, ačkoliv s ní v zásadě nepolemizuje. A co je zajímavé, vůbec se zde neobjevuje opilost.

Kromě toho poměrně často píše Vinopal zcela obecně o „návštěvnících“ hospody a o „službách“, „možnostech“, jež hospoda svému návštěvníkovi poskytuje a „hlavní funkci“, přičemž kvality, jež popisuje, zcela jasně odpovídají tomu, jak ženy popisují „štamgasty“. Kategorie štamgastů, u žen tolik problematická, se ve Vinopalově textu prolíná s kategorií „běžného návštěvníka“, přičemž tyto dvě kategorie různě zaměňuje; z hlediska aktuálního označení tak není vždy prokazatelné, o kom zrovna mluví – ačkoliv z charakteristiky je pro každého kompetentního člena české kultury evidentní, že se věnuje „štamgastům“. Například předpokládá, že lidé („kamarádi“) mají pěkný pocit ze sounáležitosti a jistoty díky členství v „jasně definované a přitom početné sociální skupině“ – opět jsme na poli štamgastentství, ačkoliv zde se explicitně týká „návštěvníka“.

V polemice s ženami (které dodávají do dominantního diskurzu obraz „štamgastenství“ jako deviace) Vinopal vědecky vysvětluje důležité psychologické funkce, které plní hospoda v životě člověka (rozuměj muže), popisuje přitom z jiného úhlu pohledu totéž, co ženy odsuzují. Vinopal však jinak rámcuje, a tím, že označuje „objektivní“ psychologické potřeby a popisuje, jakým způsobem na ně instituce hospody odpovídá, navíc v rámci „objektivního“ vědeckého diskurzu, legitimizuje navštěvování hospod (muži). V jednom místě dokonce psychologicky dokládá potřebu se opít, jakkoliv to samozřejmě neoznačuje kategorií „opít“, ale značně neutrálním slovem „odreagovat se“, proti němuž nelze nic namítnout (tamtéž: 15). Že se jedná celou dobu o muže je patrné z kategorií, jež se v textu objevují (pomocný dělník, učitel, úředník).

Nedostatek reflexivity genderového aspektu je mimo jiné patrný také v tvrzení, že *„opět zejména v menších sídlech platí, že potřebuje li člověk (sic) v sobotu půjčit míchačku, pomoci při pokládání střechy, nebo jen potřebuje vědět, v kolik začíná zápas dorostenců místního fotbalového mužstva, stačí zajít v pátek večer do hospůdky na jedno...“* (tamtéž: 8) Pod zdánlivě neutrální kategorií „člověk“ se evidentně skrývá kategorie „muž“, jak napoví i výčet informací, jež lze v „hospůdce“ získat.

Na závěr uvádím pár tvrzení („otázek“), citovaných z výzkumu:

*„Lidé se do hospod chodí odreagovat od každodenních starostí.*

*V hospodě se člověk dozví plno zpráv (...), které se jinak nedozví.*

*Hospoda je důležitým místem pro setkávání přátel, známých, kolegů.*

*Hospoda je jedním z mála míst, kde se dá mluvit o politice.*

*Jít do hospody je pro lidi takřka jediná zábava.“*

atd. (Vinopal 2005a:20).

Ve světle mého výzkumu je velmi pravděpodobné, že populace odpovídala na minimálně dvě různé otázky pod každou jednou z nich – podle toho, zdali se jednalo o ženu, anebo muže. Z předchozího je patrné specifické použití kategorií „člověk/lidé“ v kontextu hospody a piva, jež je v mužské perspektivy implicitně naplněné maskulinitou, zatímco u žen obsahuje většinou smíšený gender. Je tedy tématem k diskusi, o čem vlastně tento výzkum vypovídá – jestli o skutečné situaci v české společnosti, jak je interpretován, anebo o postojích a stereotypch, jež mají lidé (v tomto případě ženy) o hospodách. Myslím, že vzhledem k potlačení genderového aspektu ve zkoumání tematiky genderově velmi specifické odpovídali různí lidé (muži/ženy) na různé otázky; na druhou stranu, všichni jsme kompetentními členy české kultury, takže si pod procentuálními údaji, doprovázejícími



otázky, automaticky něco představíme, čili zdánlivě je všechno v pořádku. Jen jestli představíme všichni totéž.

Je otázkou, zdali je tento nedostatek reflexivity u interpretace sociologického průzkumu kvantitativního charakteru, jemuž, jak víme, propůjčuje vědecký charakter v očích veřejnosti určitou váhu a zpětně ovlivňuje veřejné mínění, pro sociologii přípustné.

## **Závěr**

V narativech žen je pití piva genderově diferencováno. Samozřejmě jsem tuto diferenciaci sama ustanovila otázkami, nicméně jejich zamlčené předpoklady byly jen výjimečně zpochybněny. Ženy člení muže pijící pivo v hospodě na dva typy: „štamgasty“, u nichž je navštěvování hospod výrazem slabošství a neschopnosti naplnit mužský ideál a od nichž se ženy distancují, často tvrdíce, že takové muže ani neznají, a „normální chlapy“, u nichž je navštěvování hospody kvalitativně jiné, tedy občasně a zcela normální, a většinou zahrnuje muže z jejich okolí. Obě skupiny chodí do hospody apriori pouze s dalšími muži a hospoda je v tomto kontextu místem ryze mužským, jakkoliv v prvním případě znamená „únik“, zatímco ve druhém „oázu“ a povídání si s „kamarády“ jako přirozenou potřebu mužů. Ani v jednom případě se ale neobjevila explicitně informace o tom, že by muži měli navštěvovat stále týž podnik. Štamgastenství je tak spíše určené četností a délkou pobytu v instituci hospody jako takové, jež nese některé typické scénické charakteristiky.

Ženy pijí pivo v hospodě zpravidla s muži, samotné (rozuměj v ryze ženské společnosti) pouze výjimečně. Hlavním smyslem setkání „u piva“ je čas strávený s přáteli či „partou“ a důležitou rekvizitou je kromě piva jídlo.

Ženy se ženami (v rámci kategorie „my“ i „ty druhé“) navštěvují spíše prostředí typicky ženská: kavárny, vinárny, čajovny. Zpravidla reflektují obecný diskurz, v němž pivo není typicky ženským nápojem, a polemizují s ním. O tom, že je pivo nerozlučně spjata s hospodou, a hospoda je mužským prostředím, vypovídá zejména „emancipační teorie“ coby reakce na otázku, proč pijí ženy čím dál více piva.

Ženy mají dále tendenci racionalizovat své vlastní pití piva, dodávající „objektivní důvody“, jež činí z piva nejlepší z alternativ, lišících se podle kontextu.

Výrazným rozdílem mezi narativy žen a texty mužů je skutečnost, že muži se naopak definují jako štamgasté, ačkoliv explicitně se tak zpravidla neoznačují. Mnohé z prvků, jež ženy odsuzují, přiznávají se zřejmou hrdostí.

Zde bych ráda uvedla,, že výsledky analýzy narativů žen nepovažuji za zcela triviální, zejména po konfrontaci s odbornými/„pivními“ texty mužů a s odborným textem Vinopalovým. Je třeba zabývat se takovými „samozřejmými věcmi“, protože se pravděpodobně ukáže, že jsou pro každého samozřejmě trochu jinak, v závislosti na jeho perspektivě; je třeba zkoumat je zejména v případě, že pak mají být centrem zájmu kvantitativního výzkumu typu průzkumu veřejného mínění občanů ČR.

Na úplný závěr si dovoluji citovat Vinopala, reprezentující v očích veřejnosti sociologický pohled na hospodu, jenž nám celou práci hezky shrne:

*„Lze shrnout, že hospody, hostince a pivnice mají v České republice hlubokou tradici a jsou dodnes považovány za něco, co je Čechům vlastní. V podobě nepřiliš noblesního prostředí s dřevěnými stoly a lavicemi, pivem, guláškem a utopenci je česká hospoda vnímána jako kulturní dědictví a na základě mnoha indicií lze vysledovat její kult, který se projevuje v reálném chování, zobrazování v lidové slovesnosti i v názorech a postojích lidí. Přesto není vztah Čechů k tomuto typu restauračního zařízení zcela nekritický a je jistě dobře, že jsou schopni vnímat i některé jeho negativní aspekty“ (Vinopal 2005a:18).*

#### **Literatura:**

- ABZ.cz: Slovník cizích slov. <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/subreta>
- BOURDIEU, P. (1995) [1986]. Sociální prostor a symbolická moc. Antologie francouzských společenských věd: Antropologie, sociologie, historie. *Cahiers du CeFRoS* (8).
- NOVOTNÝ, V. (ed.) (1997) *Hospody a pivo v české společnosti*. Praha: Academia
- SZTOMPKA, Piotr (2007). *Vizuální sociologie: Fotografie jako výzkumná metoda*. Překlad Jiří Ogrocký. Praha: SLON. ISBN 978-80-86429-77-9
- VINOPAL, Jiří (2005a). Instituce hospody v české společnosti. *Naše společnost* 2005. *Aktuální informace o české společnosti*, 1/2005
- VINOPAL, Jiří. (2005b). Pivo a hospody v české společnosti. Proč chodíme do hospody?“ *Kvasný průmysl*, 51 (10): 356-357.