

**Masarykova univerzita
Filozofická fakulta**

Ústav evropské etnologie

Magisterská diplomová práce

2009

Bc. Jindřiška Kolářová

**Masarykova univerzita
Filozofická fakulta**

Ústav evropské etnologie

Etnologie

Bc. Jindřiška Kolářová

**Moravský kras – regionální produkt.
K problematice současné rukodělné výroby**

Magisterská diplomová práce

Vedoucí práce: PhDr. Miroslav Válka, Ph. D.

2009

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracoval/a samostatně s využitím uvedených pramenů a literatury.

.....

Ráda bych zde poděkovala PhDr. Miroslavu Válkovi, Ph. D. za vedení mé práce, dále pak všem informátorům za jejich názory, které mi poskytli a díky kterým mohla tato práce vzniknout.

OBSAH

1. Úvod.....	3
2. Rukodělná výroba	5
2.1. Znaký lidové výroby	6
2.2. Předmět jako výrobek rukodělné výroby	7
3. Terminologie	10
3.1. Lid	10
1.1.1. Lid jako etnografický pojem	11
3.2. Lidovost.....	12
3.3. Svéráz.....	12
3.4. Ttradice	13
3.5. Družstva.....	14
3.6. Živnost	15
4. Klasifikace lidové výroby	16
4.1. Karl Bücher (1847 – 1930)	16
4.2. Vladimír Scheufler (1922 – 1996).....	19
4.3. Josef Jančář.....	25
5. Nástin historického vývoje organizace lidové výroby	26
6. Asociace regionálních značek, o.s.	33
6.1. historický vývoj organizace	34
6.2. Přístup nových regionů	35
6.3. Struktura a organizace	35
7. Moravský kras - regionální produkt	37
7.1. Místní akční skupina Moravský kras, o.s.....	38
7.2. Postup při udílení certifikátu	39
7.3. Certifikační kritéria	39
7.4. Prezentace značky.....	40
1.1.2. Logo.....	41
1.1.3. Prodejní místa.....	41
7.5. Seznam výrobců a certifikovaných výrobků	43
8. Výrobci a jejich vztah k regionálnímu značení.....	44
8.1. Světlana Tioková - tvaroslovné a dekorativní pečivo	45
8.2. Iva Unčovská – krejčovská firma Yvonne.....	51
8.3. Erika Leksová - skleněné dekorační předměty, šperky	55
8.4. Daniela Koplová – ručně malované a batikované hedvábí.....	58
9. Závěr.....	59
10. Seznam zkratk	62
11. Summary.....	63
12. Literatura a internetové zdroje.....	64
13. Informátoři	68
14. Příloha.....	69

1. ÚVOD

Základním principem tradiční rukodělné výroby je schopnost využít místní a obnovitelné materiální zdroje pro zhotovování výrobků. Technologickými postupy, které si lidé předávali z generace na generaci se mezi nimi udržovala znalost jak zhotovovat výrobky z hlíny, proutí, slámy, orobince, dřeva, lnu, konopí, vlny z ovcí nebo kůže. V současné době je tato vlastnost rukodělné výroby využívána v programech, které se zaměřují na ochranu přírody a trvale udržitelný rozvoj. Rukodělné práce se tak nestávají jenom centrem zájmu národopisců, ale často i určitým prostředkem, kterým lidé dávají najevo svůj postoj ke světu okolo nich. V současné době to můžeme pozorovat především nárůstem kurzů a publikací, které se těmto dovednostem věnují. Z rukodělných prací se tak stává způsob jak aktivně trávit volný čas, což je velký posun od doby, kdy bývaly zdrojem obživy. Tento aspekt řemeslné výroby se stále více vytrácí a dnes je často spíše udržován uměle, než aby plnil svoji funkci, tedy obstarával živobytí.

V posledních letech vznikají různé organizace, které se snaží o udržení tohoto prvku v životě člověka a já jsem se ve své práci rozhodla na jednu z těchto organizací zaměřit, konkrétně na Asociaci regionálního značení (ARZ). Tato organizace spadá pod environmentální sdružení Apus a z toho také vychází její zaměření. Nejedná se o sdružení, které by se zabývalo dokumentací, či ochranou rukodělné výroby, ale snaží se o podporu výrobců, kteří se věnují tradiční výrobě nebo výrobě, která z tradiční výroby pochází a má vztah ke konkrétnímu regionu. Tato podpora se uskutečňuje formou regionálního značení, což je grafické logo, které mohou používat výrobci, kteří obdrží certifikát o dodržování určitých kritérií kvality, šetrnosti k životnímu prostředí a vztahu k regionu. Značení začalo jako součást projektu Natura 2000 v rámci ochrany evropsky přírodně zajímavých lokalit a časem se rozrostlo na současných 10 regionů, z nichž každý má v rámci ARZ své logo a regionálního koordinátora. Počet těchto oblastí se stále rozrůstá, již nyní se chystá regionální značení v oblasti Hané.

Ve své práci jsem se zaměřila na region Moravského krasu, jako na region, který je v blízkosti Brna a který mě zaujal svými produkty. Mým cílem bylo zjistit, jak tato organizace funguje ve vztahu k výrobcům a jak oni vnímají její přínos.

Nejpříhodnější cestou jak tyto informace získat bude, zeptat se přímo výrobců, a to buď formou rozhovoru nebo dotazníku, v závislosti na jejich ochotě a časové vytíženosti. Ráda bych také zjistila, jaké mají výrobky vtaž k danému regionu z hlediska toho, jak to vnímají sami výrobci a jak k tomu přistupují.

Pro to, aby byla práce lépe srozumitelná, jsem se rozhodla, že bude obsahovat i teoretickou část, kde bych se pokusila nastínit historické a teoretické pozadí pro tuto problematiku. Ráda bych také zařadila několik poznámek k historii organizace rukodělné výroby, neboť současný stav je výsledkem vývoje, který prošel určitými fázemi.

Tomuto tématu se věnovala celá řada badatelů s cílem zmapovat a klasifikovat jev lidové rukodělné výroby. Mezi prvními se pokusil o klasifikaci rukodělné výroby německý historik a národohospodář Karl Bücher, který na tento jev nahlíží ze stránky ekonomické. Na jeho myšlenky navazují a dále je rozvíjejí badatelé jako např. Vladimír Scheufler, Josef Jančář, či Karel Langer. S výsledky jejich práce se můžeme, mimo jiné, seznámit na stránkách časopisů Český lid, Umění a řemesla, Tvar, Věci a lidé, či Národopisné revue. U Josefa Jančáře bych pak vyzvedla knihu „*Lidová rukodělná výroba na Moravě*“ (1988), která obsahuje soupis literatury k tomuto tématu.

Ve dnech 20. – 22. dubna 2004 se v Měčíně uskutečnil seminář na téma *Domácká a řemeslná výroba – tradice a současnost*. Studie z tohoto semináře byly publikovány v Národopisném věstníku číslo 63. Zmínila bych Jiřího Woitsche se studií „*Málo známé kořeny klasifikace rukodělné výroby*.“ Tato studie upozorňuje na jméno Karla Büchera a jeho přínos pro klasifikaci rukodělné výroby. Z dalších studií bych ještě poznamenala Martina Šimšu : „*Nositelé tradice lidových řemesel – státní ocenění současných tvůrců tradičního řemesla*.“ Studie se zabývá jedním z novodobých způsobů podpory tradičních řemesel, což vychází z „*Koncepce účinnější péče o lidovou kulturu*“ přijatou v roce 2003, v níž se Česká republika zavazuje k podpoře a zvýšenému zájmu o tuto oblast.

2. RUKODĚLNÁ VÝROBA

Součástí kulturního dědictví každé země jsou i rukodělné dovednosti, někdy nepřesně zahrnované pod pojmem lidové umění. S rozvojem průmyslu nastala snaha, aby pod tlakem rychle rostoucí industrializace nezánikly svébytné technologické a tvaroslovné principy rukodělné práce. K jejich ochraně se ve 20. století využívají dokumentační střediska, výrobní společenstva, specializované obchody a mnoho dalších forem podpory, jak ze strany státu, tak i ze strany nadnárodních společenstev (UNESCO). V mnoha ohledech je současný regionální charakter rukodělné výroby brán jako jeden ze způsobů obrany proti unifikaci ze strany výrobců.

Snahu udržet rukodělnou výrobu můžeme vidět již od období průmyslových výstav konaných v 2. pol. 19. století.¹ Řemeslo a lidová výroba se tak stávají zdrojem romantického obdivu a měšťáckého sentimentalismu. Teprve až později se začíná přicházet na to, že touto cestou dochází k spíše k oddalování se od těchto hodnot a že je potřeba přístup k lidové výrobě přehodnotit.

Touto myšlenkou se došlo do fáze vzniku různých spolků a organizací, které se snažily o návrat k původním formám lidové výroby. Proces však nebyl jednoznačný a nepostupoval vždy stejně. Vedle organizací s programovým vedením jako byl Artěl či později ÚLUV,² je zde i řada negativních příkladů potýkajících se s problémem nabídky a poptávky. Celý proces se dá shrnout do problému: výrobce – oborník na lidovou výrobu – spotřebitel. Zmíněná situace se týká především svérázných období, kdy docházelo k mystifikaci ve smyslu, co je tradiční a co ne. Vytvářely se tak prapodivné kombinace, kdy se vedle sebe pod vlivem romantismu ocitly věci jako jsou vyřezávané poličky, manufakturní keramika, kované lustry a kukačky z Harzu. Výrobce tak naplňoval představy spotřebitele bez ohledu na skutečnou povahu výrobků.

Poptávka po těchto „tradičních“ výrobcích často znesnadňovala práci sdružením, bojujícím za její obnovu. Jako příklad se dá uvést malírna ve slováckém Radějově

¹ Jančář, J.: Lidová rukodělná výroba na Moravě. Strážnice, 1988, s. 39.

² Tamtéž, s. 39.

u Strážnice. Vedoucí této dílny usiloval o dobrý obchodní efekt, který byl ohrožen jinou dílnou v obci. Když byla jedna z nadějných malířek vybrána, aby mohla jít na náklady Komisariátu pro ochranu památek na uměleckoprůmyslovou školu, byla tato nabídka zamítnuta s tím, aby si nepokazila „původní“ umělecký projev.³

Shrnutím těchto faktů se dá říci, že rukodělná výroba obecně nejvíc upadá tam, kde je nejvíc obchodně využívána.

2.1. ZNAKY LIDOVÉ VÝROBY

Mezi znaky lidové výroby patří podle V. Scheuflera časová, regionální, technická variabilita a nerovnoměrnost ve vývoji. Tzn., co je v jedné oblasti technologicky oblíbeným pracovním postupem předávaným z generace na generaci, nemusí být v jiné oblasti vůbec známo, popřípadě se tam kvůli velké odlehlosti nemuselo ještě dostat.⁴

Dalším znakem je sepětí výrobce s materiálem a jeho přirozenými vlastnostmi a funkcí výrobku. Výrobce se snažil dát výrobku co nejúčelnější tvar a dekor, a to i za předpokladu, že respektoval dobové módní proudy.

Dále je otázka tradice a regionality výrobku. Předměty, které jsou vyrobeny jednoduchým technologickým postupem a které jsou obecně využívány, bývaly regionálně a etnicky nevyhraněné. Vyvíjely se nepatrně a jejich výroba byla udržována především jejich potřebností a funkčností. Jak se však technologický proces výroby stával složitější, tenčila se i skupina výrobců, kteří tento výrobek dokázali vytvořit a otázka tradice, etnicity a regionalisty nabývala většího významu.

Podle V. Scheuflera nelze lidovou výrobu dělit jen na výrobu domácí a výrobu domáckou (dále dělenou na domáckou výrobu, jejíž přebytky se směňují; sezónní, či příležitostnou výrobou zboží; pravidelnou výrobu pro zprostředkovatele, či objednavatele z dodaných surovin, někdy půjčenými, někdy vlastními výrobními

³ Jančář, J.: Lidová rukodělná výroba na Moravě. Strážnice, 1988, s. 39.

⁴ Scheufler, V.: Teorie a aplikace lidové výroby. Umění a řemesla, 3, 1958, 82 – 86.

nástroji). Tato klasifikace je podle Scheuflera omezená, protože by vylučovala z lidové výroby a národopisného bádání všechny řemeslné výroby. Podle něho se jedná o dvě rozdílné oblasti společenských věd – řemeslo z oblasti ekonomicko - správní a lidová výroba oblasti národopisné.⁵

2.2. PŘEDMĚT JAKO VÝROBEK RUKODĚLNÉ VÝROBY

Důvody existence výrobku v tradiční rukodělné výrobě můžeme rozdělit do dvou skupin z hlediska aktuálnosti jejich využití. Do jedné skupiny patří výrobky, které mají uplatnění v soudobé bytové, oděvní a jiné kultuře a jsou schopny dalšího vývoje. Druhá skupina jsou výrobky, jejichž užitková hodnota zanikla nebo se změnila a mají v soudobé hmotné kultuře omezené uplatnění. Zachovávají se především pro jejich národně - kulturní význam.⁶

K výrobě předmětu patří také znalost materiálu a pracovních postupů, které k tomuto materiálu patří. Toto „poznávání“ prošlo dlouhým vývojem a začalo již v době, kdy člověk začal používat nástroje k ulehčení práce. K tomuto procesu patří poznání přírodních materiálů jako je dřevo, přírodní pletiva, kámen, živočišné produkty. Ke zpracování těchto materiálů bylo potřeba dozvědět se něco o jednotlivých technologických vlastnostech výrobních materiálů: pružnost, pevnost, ohebnost, tvrdost, spřádavost, vypalitelnost atd. a naučit se upotřebit přírodní tvary své potřebě: vázání, pletení, kroucení, navlékání atd.

Než člověk došel do stádia cílevědomé a záměrné výroby nástrojů a s jejich pomocí i předmětů, musel projít etapou získávání prvotních nástrojů nevýrobní činností, tedy jednoduše řečeno používal to, co našel v přírodě. K mnohým objevům ho dovedlo pozorování zvířat, přírody a v neposlední řadě využití vrozených instinktů. Kvalitativní skok prodělal ve stádiu vyspělého lovectví, kdy došel k potřebě loveckých nástrojů a pastí. Další významnou etapou bylo, když se člověk usadil a začal hospodařit na polích. V této době došlo k objevu pálení

⁵ Tamtéž, s. 82 – 86.

⁶ Scheufler, V.: Teorie a aplikace lidové výroby. Umění a řemesla, 3, 1958, 82 – 86.

keramiky. Keramická pec otevřela lidem cestu k dalším zpracovatelským postupům, jako je tavení rud a skla.

Pokusíme-li se zamyslet nad určitou zákonitostí vzniku a vývoje užitkového předmětu, zjistíme, že hlavními prostředky, kterými se člověk posunoval kupředu byl určitý účel, kterého chtěl dosáhnout a řada experimentů podpořených manuální zručností. Čím víc člověk poznával základní operace spojené s určitým materiálem a výrobními technikami, tím víc docházelo ke zjemnění a složitosti provedení a dalším pokusům, jako bylo přenášení již známých technik na nové materiály a obráceně. Dochází tak ke zvětšování škály jednotlivých výrobků a technologií. S tímto rozvojem také přišla na řadu specializace některých výrob a následný směnný obchod.

Karel Langer vyvozuje z pohledu na vývoj a vznik tvaru užitkových předmětů několik pouček:⁷

Pražákladem umělých tvarů je tzv. pratvar, kde lidský zásah spočíval pouze v určení jiné funkce. Tyto plnily z počátku funkce pracovního nástroje, užitkového předmětu a ozdoby - fetiše. Tyto pratvary se pak dále rozvíjely dalšími úpravami, mezi které patří technicky náročnější zpracování, zpracování v nový tvar nebo výrobu nové suroviny. Dá se tedy říct, že člověk v první fázi předměty a nástroje pouze používal, ve druhé technickým zásahem uzpůsoboval a ve třetí záměrně vyráběl.

V této souvislosti můžeme mluvit o směrech vývoje. Nejjednodušší směr vývoje je lineární, tedy od prostých tvarů ke složitějším. Zde se také můžeme setkat se změnami funkce od užitkovosti až k symboličnosti (kyj – mlat – palcát – řemeslnická a rychtářská ferule – panovnické žezlo). Další způsob vývoje je divergentní vývoj (rozbíhání, osamostatnění). To znamená, že víceúčelový prvotvar rozvíjí každou svojí dílčí funkci samostatně (dutý roh – hudební nástroj, nádoba na pití, pouzdro na brousek). Díky tomu vznikají i nové výrobní obory. Opak tohoto postupu je konvergentní vývoj (sbližování, spojování), kdy týž obor vzniklý z různých předmětů vyústí v nový řemeslný obor (keramika z válků a

⁷ Langer, K.: Matka i učitelka. Pokus o výklad vzniku a vývoje tvaru užitkových předmětů. Umění a řemesla, 1970, č. 2, s. 26 – 33.

obmazávaná vplyne do vytáčení na kruhu a odlévání forem). Předměty z jednotlivých výrobních řad mohou také přebírat některé tvarové, materiální, funkční, technické a zdobné prvky z jiných řad. Vývoj se může ubírat také po spirále, kdy může dojít k znovu zařazení již dříve opuštěného materiálu, funkce, technologického postupu.

Obecně se dá říci, že důvodem přecházení k novým postupům mohou být ekonomické, estetické, návykové nebo manipulační důvody.⁸

Ke konci této kapitoly bych chtěla shrnout vlastnosti, které by měl splňovat dobrý návrh předmětu. Za prvé je to splnění technické funkce, k níž byl určen (nůž by měl krájet atd.), musí být lehce ovladatelný a udržovatelný. Z estetického hlediska by neměl působit rušivým dojmem, tvar či barva nesmí rozčilovat nebo poutat víc pozornosti, než je třeba. Měla by se také zvážit vhodnost materiálu i hledisko charakteru vztahu k člověku se zřetelem k jeho stárnutí. Poslední dva body se týkají výroby. Předmět by měl být snadno vyrobitelný z hlediska nákladů a ceny, které by měly být úměrné službě, kterou předmět prokazuje. Důležitá je i otázka distribuce a systému, který je k tomuto účely vytvořen.⁹

S vývojem společnosti dochází v životním stylu stále k větším nárokům na materiální kulturu v okolí každého člověka. Tato materiální kultura je však velmi rozdílné hodnoty a stává se tak často ohniskem názorových střetů, jak to můžeme vidět v případě různých sdružení a jejich programových prohlášení.

⁸ Langer, K.: Matka i učitelka. Pokus o výklad vzniku a vývoje tvaru užitkových předmětů. Umění a řemesla, 1970, č. 2, s. 26 – 33.

⁹ Kotík, J.: Výtvarná stránka předmětu. Tvar 1948, s. 65.

3. TERMINOLOGIE

S lidovou rukodělnou výrobou je spojena řada pojmů, které jsou pro moji práci důležité a kterým bych se proto ráda věnovala. Některé tyto pojmy se týkají přímo mé práce, jiné, které stojí spíše stranou, je potřeba si ujasnit pro lepší srozumitelnost textu.

3.1. LID

Tento pojem je interdisciplinární, a proto se s ním můžeme setkat v různých vědních oborech. Nelze ale říct, že existuje objekt nebo jev, který bychom mohli označit jako lid a použít jej pro všechny obory stejně. Důvodem je, že každý obor si obsah tohoto pojmu upravuje podle svých praktických potřeb a také podle svého specifického vidění a interpretace světa.¹⁰

Nejjednodušeji se dá říci, že existují dva typy definic vycházejících ze dvou charakteristik:

1) Teritoriální a etnické charakteristiky.

Vymezují lid neutrálně, jako souhrn obyvatel určitého území. Lid je podle této charakteristiky teritoriálně vymezené společenství integrované i etnicky a politicky. Takové vymezení nepostihuje vnitřní diferencovanost definované skupiny, její sociální, třídní, kulturní či ekonomické charakteristiky.

2) Sociální a kulturní charakteristiky.

Tento typ staví na charakteristikách sociálních a kulturních. Kulturní charakteristiky se však nespojují s etnicitou nebo regionem, ale s ekonomickými a sociálními charakteristikami. Takové definice jsou nejtypičtější pro sociologické teorie.¹¹ Ze sociálně - kulturního hlediska je termín lid historicky proměnlivé označení společenských vrstev, tvořících základní soubor obyvatelstva daného území,

¹⁰ Hubinger, V.: K vymezení pojmu lid v etnografii. Český lid 77, 1990, 40 s.

¹¹ Hubinger, V.: Lid. Český lid 78, 1991, s. 250.

zpravidla těch, kdo si zajišťují obživu manuální činností. Protějškem jsou měšťané, aristokracie a některé další skupiny (vojáci, inteligence).¹²

1.1.1. LID JAKO ETNOGRAFICKÝ POJEM

Počátky novodobého chápání pojmu lid sahají do 15. a 16. století, kdy byli tímto termínem označováni především poddaní. V 18. století a na začátku 19. století v souvislosti s převládajícím romantismem a nastupujícím nacionalismem je lid, jímž se rozumějí obyvatelé venkova, chápán jako rezervoár původní, české kultury, kterou měšťanstvo a aristokracie již ztratily. V praxi 2. poloviny 19. století a počátku 20. století byl v českých zemích pojem lid, jakožto nositel české kultury, často používán pro majetnější venkovské vrstvy, především sedláky. Důvodem tohoto zúžení byla sběratelská zkušenost, že nejvíce hmotných dokladů lidové kultury se nachází právě mezi nimi. V průběhu 20. století a zejména po roce 1945 se pojem lid rozšiřuje i na obyvatele měst, obvykle ve spojení pracující lid. V 90. letech 20. století se v české etnologii termín lid obchází.

Lid ve významu, v jakém se dnes obyčejně používá, je výsledkem vývoje ve společenských vědách a ve společnosti samé v 19. století. Ve vědě 19. století, zejména v etnografii, plnil lid roli analogickou té, kterou v kulturní a sociální antropologii hráli tzv. „primitivové“ – jako personifikovaná a zpředmětněná minulost národa. Odtud také pramení idealizace lidu a trvalá snaha prezentovat jako „lid“ jen určité části nebo vrstvy obyvatelstva.

V etnografii se používá pojem lid jako kategorie kulturně sociální. Lid jako předmět etnografického studia nemusí být a také nebývá totožný s lidem jako předmětem filozofického nebo sociologického bádání. Pro etnografy je lid skutečně zkoumaným předmětem. Jinak řečeno - to, co etnografové zkoumají, je lid a jeho kultura. Zároveň také existuje lid idealizovaný.¹³

¹² In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část A – N. Praha: Mladá fronta, 2007, s 477.

¹³ Tamtéž, s 477.

3.2. LIDOVOST

Mnohoznačný pojem odvozený od termínu lid, používaný v různých vědních disciplínách. V etnografii a folkloristice se tento pojem pojí k příslušnosti k nižším sociálním vrstvám tvořící jádro národa.

Pak zde máme otázku lidovosti výrobků. Jak mnohoznačný je tento pojem si můžeme ukázat na pojmu „lidová tkanina“. ¹⁴ Co vše může být tímto pojmem označeno? Autochtonní původní krajka s reznou nití na lidovém kroji nebo lidový ručník s vetkanými figurami, práce uměnímilovné ženy nebo výrobek lidově řemeslný od tkalce specialisty. Pojmem lidová tkanina můžeme také označovat ruční plátno bez ornamentů, výrobek podomáckého průmyslu nebo i strojní bavlněné kaliko potištěné lidovým barvívem na modrotisk, anebo konečně barvami svítící tovární tkanina pro vkus lidu (např. stuha do čepců), především však skvělá výšivka na ručním plátně jako stoprocentní lidové umění.

3.3. SVÉRÁZ

Pod tímto pojmem se skrývá zájem o tradiční lidovou výrobu ve prospěch emancipace malých národů v 19. století. Tato národní idea se tak stala inspirací pro mnohé národopisce výtvarníky, architekty, publicisty, divadelní režiséry, scénografy, učitele výtvarných oborů, módní návrháře. Z hlediska rukodělné produkce se jedná o oblast textilní tvorby, výroby nábytku a keramiky. Kvalita těchto výrobků se pohybovala od diletantských výtvorů až po výtvary, které jsou podpořeny soustavným studiem. Zdroje pro tuto práci byly dva: české a slovanské.

Největšího ohlasu se dostalo svérázu v oděvní tvorbě. Patří sem především návrhy malíře Josefa Mánese, který svou inspiraci získal při cestování po slovanských zemích.¹⁵

Z badatelů, kteří se o svéráz zajímali, bych ráda zmínila Renatu Tyršovou (1854 – 1937) a její dílo „Svéráz v zemích československých“ (1921) a Josefa Vydru

¹⁴ Bouček, V. : O řemeslech lidových a zlidovělých. Český lid 4, 1949, s. 185 – 186.

¹⁵ In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část O – Ž. Praha : Mladá fronta, 2007, s .1008 - 1010.

(1884 – 1959) s jeho studií „Svéráz, letoráz, nehoráz“.¹⁶ V této studii J. Vydra rozlišuje tři období svérázu. První období spadá do období po revolučním roce 1848 a končí 90. léty 19. století a dalo by se charakterizovat jako období pasivního romantismu, retrospektivy starých slohů a akademizmu. Druhý svéráz se objevuje po příchodu secese a vrcholí po vzniku Československa. Vyznačuje se dekorativní ornamentací. Třetí svéráz přinesla Hitlerova okupace českých zemí, kdy se národní oděv stal znakem určité národní sounáležitosti, stejně jako dříve lidový kroj.

3.4. TRADICE

Obsah pojmu tradice není nijak přesně vymezen a ustálen, proto se setkáváme s rozmanitými významy, které si někdy mohou i protiřečit. Tradice může být vnímána jako ustrnutí na vžitých formách, tedy může být často chápána jako odmítání všeho nového, co v minulosti nebylo. To je však nesmysl, protože odmítáním všeho nového by se člověk nedostal do fáze pokroku, jako je nyní. Toto hledisko můžeme tedy brát jako krajní, typické jen pro malou menšinu jedinců populaci, kteří tvoří určitou vyhraněnou skupinu. Není totiž pravda, že se lidé uzavírali před novotami. Jen je přijímali pomaleji, s rozvahou, teprve až se osvědčilo, že uspokojují jejich materiální a kulturní potřeby více než ty staré. Navíc lidé vydávali peníze jen po zralé úvaze, což může být často označováno za konzervativnost či zaostalost.¹⁷

Karel Langer definoval tento pojem pro potřeby etnologie : „ *Tradici budeme rozumět takové udržování souvislosti s pokrokovou minulostí, které znásobuje všechny kladné tvůrčí síly jednotlivce i celého národa.*“¹⁸

V Národopisné encyklopedii Čech, Moravy a Slezska se zase můžeme dočíst, že tradice je: „*Soubor představ o ustáleném chování a názorech pravidelně předávaných mezi generacemi v rámci určité skupiny nebo společenství. Aplikace těchto představ, chápaných jako pramen stávajících vzorů chování, je*

¹⁶ Vydra, J.: Věci a lidé, 1953, č. 9 – 10, s. 404 – 454.

¹⁷ Langer, K.: Tradice v lidové umělecké výrobě. Umění a řemesla, 1960, č. 2, s. 66 – 71.

¹⁸ Tamtéž, s. 66 - 71.

zdůvodňována opakovaným úspěšným použitím v minulosti a zajišťuje vědomí kontinuity na afektivní bázi.“¹⁹

Dá se tedy říci, že z tohoto úhlu pohledu uvedený pojem obsahuje určitý dialektický rozpor. Na jedné straně přispívá k rozvoji výrobních zkušeností a poznatků o životě, ale zároveň vytváří a kodifikuje určité normy a omezuje pokrok společnosti. Obsahuje tedy progresivní i retardační prvky.²⁰

3.5. DRUŽSTVA

„ Družstevnictví je sociálně ekonomické hnutí zpravidla nemajetných nebo středních vrstev. Je to určitá forma svépomoci proti vykořisťování zakládáním společných podniků (družstev), jejichž členové jsou současně vlastníky i zákazníci. Členové podporují družstvo placením členského podílu, odebíráním družstevního zboží, dodáním surovin, ukládáním úspor atd., podle toho čím se družstvo zabývá či jaké jsou stanovy či jiné povinnosti ze strany družstva.“²¹

Družstev existuje celá řada. Zde je pro lepší názornost uvedeno několik příkladů:

- Družstva rozdělovací, která pro své členy opatřovala potraviny nebo potřeby pro hospodářství a živnost.
- Družstva odbytová prodávají výrobky svých členů.
- Družstva výrobní, která zpracovávala suroviny svých členů v družstevních mlýnech, mlékárnách, lihovarech atd..
- Družstva spořitelní a úvěrní vedoucí ke spoření a jež se snažila vzájemným ručením usnadnit a zlevnit úvěr svému členstvu (záložny, kaspeličky, lidové banky atd.).
- Družstva bytová orientující se na stavbu rodinných domů pro své členy.
- Družstva pojišťovací, provozní a mnoho dalších.

Jednotlivá družstva se ve svých oborech sdružovala do svazů.

¹⁹ In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část O – Ž. Praha : Mladá fronta, 2007, s .1065.

²⁰ Jančář, J.: Lidová rukodělná výroba na Moravě. Strážnice, 1988, s.11.

²¹ In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část O – Ž. Praha: Mladá fronta, 2007, s .1243 - 1244.

V českých zemích začala družstva vznikat koncem 40. let 19. století.²² Hlavním důvodem vzniku těchto spolků byla svépomoc. Lidé, kteří na tom nebyli materiálně dobře, zde hledali cenově výhodné nákupy, což bylo možné díky přímým nákupům od výrobců. Zlomem v činnosti spolků byl zákon o společenstvech z roku 1873, podle něhož byly konzumní spolky zařazeny do kategorie obchodních podniků a musely platit vysoké daně, což jim značně zhoršovalo jejich činnost. Nová vlna v zakládání spolků u nás přišla v 90. letech 19. stol. Na počátku 20. století začaly vznikat spolky zabývající se lidovou výrobou a jí příbuznými obory, které fungovaly na principu družstva.²³

3.6. ŽIVNOST

„Organizace malovýrobců zřízená příslušným nadřízeným orgánem. Živnosti se řídily platným živnostenským právem a prováděly veřejně prospěšnou (řemeslně a jinou) činnost za účelem zisku. Někdy se tímto označovaly pouze živnosti vzniklé na základě živnostenského řádu.“²⁴

Živnosti se často organizovaly v cechy, bratrstva a od roku 1860 v živnostenská společenstva. Je nutno odlišovat živnosti od svobodných povolání, domácí výroby, námezdních pracovníků a osob služebných (měli své vlastní organizace a v nich své vlastní zákony).

V čele živnosti stál mistr vyučený v oboru, s mistrovskou zkouškou a živnostenským oprávněním.

²² Tamtéž, s. 1243 – 1244.

²³ Tamtéž, s. 1243 – 1244.

²⁴ In : Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část O – Ž. Praha: Mladá fronta, 2007, s 1242.

4. KLASIFIKACE LIDOVÉ VÝROBY

Pro poznání lidové rukodělné výroby je potřeba si charakterizovat jednotlivé výrobní celky, které se této výroby týkají. Na počátku zájmu o tyto celky převládal názor, že do lidové výroby ve 2. polovině 19. století a počátku 20. století patřily pouze výroba domácí a domácí. Situace je však mnohem složitější. Každý výrobní celek má za sebou dlouhý historický vývoj, často se tyto celky prolínají či vychází jeden z druhého a komplikují tak situaci při jejich poznávání.²⁵

Klasifikací a kategorizací se zabývala celá řada badatelů, kteří se dívali na problematiku z různých pohledů a došli k různým názorům. Pokud se chceme zabývat určitou typologií, je potřeba stanovit si kritéria, ze kterých se bude vycházet. Karel Langer stanovil v 70. letech 20. století tři taková kritéria:

1. ekonomické
2. sociální
3. technické a technologické

Tyto přístupy mají svá úskalí, a to především v tom, že v historii nepostupovaly rovnoměrně ve vývoji. Tak se například může stát, že sociální podmínky ovlivní výrobu natolik, že i vzhledem k ostatním příznivým kritériím se nemůže dál rozvíjet (cechovní řemeslníci do počátku 18. století nesměli překročit předepsaný objem výroby, a to i přesto, že k tomu byly vhodné ekonomické i technické podmínky).²⁶

4.1. KARL BÜCHER (1847 – 1930)

K nejvýznamnějším teoretikům v oblasti rukodělné výroby se řadí Vladimír Scheufler. Ten při své klasifikaci vycházel, stejně jako většina národopisců ve 2. polovině 20. století, z teoretických východisek rozpracovaných představiteli německé ekonomie a hospodářského dějepisu přelomu 19. a 20. století. Z těch ho především ovlivnil národohospodář a historik Karl Bücher (1847–1930). Ten své třídění původně vypracoval pro středověký materiál. To však nebránilo tomu, aby nebyl aplikován i na raně novověké i pozdější formy výroby.

²⁵ Scheufler, V.: Teorie a aplikace lidové výroby. Umění a řemesla, 1958, č. 3, 82 – 86.

²⁶ Langer, K.: K problémům vztahů lidové výroby k tradičnímu zemědělskému prostředí. Národopisné aktuality 12, 1975, s. 279 – 284.

Bücher vypracoval šest přednášek nazvaných „Vznik národního hospodářství“, které vyšly v roce 1897. Zde ve druhé přednášce pojednává o pěti hlavních systémech, které bere v historickém pořadí:

- 1) domácnostní výroba
- 2) námezdnictví
- 3) řemeslo
- 4) skladnictví („domácký průmysl“)
- 5) továrna

Domácnostní výroba

Podle autora název domácnostní výroba zdomácněl v Německu v 2. polovině 19. století a byl k nám přenesen z Norska a Dánska. Tam se tento termín používal pro některá domácí zaměstnání členů rodiny, jako je předení, tkaní, šití, zhotovování dřeného nářadí atd. Podle Büchera je domácnostní výroba: *„Průmyslová produkce v domě pro dům ze surovin doma vytěžených. Ve své původní a nejryzejší podobě předpokládá, že není směny, nýbrž že každé ojedinelé hospodářství ukájí veškeré potřeby svých příslušníků vlastní prací. [...] Produkce se tedy podniká vždy jen potud, pokud sahá vlastní potřeba. Není ještě oběhů statku ani kapitálu. Dům má jen užité jmění na různých stupních použitelnosti: obilí, mouku a chléb, [...]; má také pomůcky výrobní: ruční mlýn, sekeru, vřeteno, tkalcovský stav, ale nemá statků, jimiž by cestou obchodu mohl nabýti statků jiných. Za vše děkuje vlastní práci a je sotva možno oddělovat výkony domácnosti od výkonů výrobních.“*²⁷

Námezdnictví

V námezdním systému docházelo k odklonu od pozemkového majetku a prvotní výroby. Námezdník neměl svůj vlastní kapitál, ale pracoval na cizí surovině, kterou mu dodával výrobce suroviny. Zde mohly existovat dvě formy. Námezdník byl přijat na čas do domu, dostával stravu, byt a mzdu na tak dlouhou dobu, na kterou bylo potřeba. V druhém případě mohl mít námezdník vlastní provozovnu, kam mu byla surovina dodávána. Tuto formu Bücher označil jako domácí práci. Z ekonomického hlediska to vypadalo takto: *„Sedlák vyrábí žito, vymlátí a vyčistí je*

²⁷ Bücher, K.: Vznik národního hospodářství: šest přednášek. Praha: Jan Leichter, 1897, s. 69 – 100.

a dá potom zrní mlynáři za naturální mzdu (měřičné) k semletí; mouku obdrží pekař a dodá z ní jistý počet chlebů za popecné a za náhradu paliva. Od okamžiku výsevu až k okamžiku požívání chleba nebyl produkt nikdy kapitálem, nýbrž vždy toliko statkem užitným na cestě k požitelnosti. K hotovému produktu nepřipínají se žádné zisky podnikatelské a úrokové přírážky nebo výdělky směnné, nýbrž toliko mzdy pracovní.“²⁸

Řemeslo

Dodávání materiálu objednavatelem převládalo skoro u všech středověkých řemesel, ale podle Büchera řemeslo v tom smyslu, v jakém ho známe dnes, vzniklo v době, kdy materiál začal dodávat mistr.

Z obou způsobů námezdnictví zaniká nejprve zaměstnání po domech (stolařství). Důvodem bylo, že tento způsob připomínal poddanství, kdy živnostník byl něco jako nádeník, který se musel přizpůsobit cizímu domácímu řádu. Cecharní řady tak začaly ve 14. století takovou práci zakazovat. Docházelo tak k nevraživosti mezi řemeslníky z města a z vesnice, kde se zákaz prosazoval hůře.

Podle Büchera by se řemeslnický systém mohl nazývat i prodejnictvím. Zde by byl patrný rozdíl řemeslníka od námezdníka. Řemeslník drží veškeré výrobní prostředky a svůj výrobek prodává za určitou cenu, kdežto námezdník přijímá pouze plat za vlastní práci. Řemeslo se dá také charakterizovat jako zakázková výroba s lokální odbytištěm. Tento fakt způsobuje, že výrobce se cítí odpovědný za svou práci a tuto výrobu udržuje v malém. Pokud hrozí, že by se nějaký druh řemeslné výroby stal příliš rozsáhlým, dochází k odštěpení určitého kusu výroby.

Tím, že řemeslníci získali vlastní provozovací kapitál, stali se zámožným stavem, který směřuje k vlastní sociální a politické oprávněnosti, která se projevila vznikem měšťanského stavu.

Řemeslo byl jev typický pro město a majetnost měšťanských vrstev nevychází z vlastnictví půdy.

²⁸ Bücher, K.: Vznik národního hospodářství: šest přednášek. Praha: Jan Leichter, 1897, s. 69 – 100.

Skladní systém

V 17. a 18. století se od lokálního provozování řemesla přechází k trhu národnímu a mezinárodnímu. K této potřebě vznikly manufaktury a továrny, které byly podle Büchera našimi předky vnímány jako jeden systém. Sám Bücher manufakturní systém označuje jako systém skladní, označení domácí průmysl považuje za matoucí. Pro oba tyto systémy je typické vyrábět zboží pro rozsáhlá odbytí, k čemuž využívají velkého počtu dělníků.

U skladního systému zůstal způsob výroby stejný, omezil se pouze na organizování odbytu. „Skladník“ byl podnikatel, který zaměstnával dělníky mimo svou vlastní provozovnu. Tito dělníci mohou být buď dřívější řemeslníci nebo dřívější námezdníci. Mohou to být také selské rodiny, které dříve vyráběly pro místní trhy. Vzhledem k tomu, že zde mají výrobci jenom jednoho odběratele, dostávají se do hlubší závislosti na něm a stávají se tak dělníky.

Z ekonomického hlediska je zde podstatné, že průmyslové výrobky se stávají kapitálem, tzn. prostředkem výdělku pro jednoho a více kupeckých zprostředkovatelů.

Továrna

Továrna organizuje celý výrobní proces. Základním prvkem je účelné využití práce, tedy rozložení výrobního procesu tak, aby se zde mohly uplatnit jak školené tak i neškolené síly (muži, ženy, děti s různou fyzickou i duševní zdatností). Továrna má také velký stálý kapitál, který jí zajišťuje stálý provoz.²⁹

4.2. VLADIMÍR SCHEUFLER (1922 – 1996)

Jak bylo již uvedeno, na Karla Büchera a jeho myšlenky navazuje Vladimír Scheufler. Své myšlenky, mimo jiné, prezentuje v Československé vlastivědě, oddíl Lidová kultura, který vyšel v roce 1968. Tam definuje lidovou výrobu jako: „*Souhrn rukodělných výrob, proměnlivých časově, místně, etnicky a ekonomicky,*

²⁹ Bücher, K.: Vznik národního hospodářství: šest přednášek. Praha: Jan Leichter, 1897, s. 69 – 100.

jež lidové kultuře vtiskují osobité rysy z hlediska výrobního, výtvarného a společenského a jsou pro ni v daném období a oblasti typické.“³⁰

Scheufler vychází k Büchera a také konstatuje, že z historického hlediska můžeme období výroby člověka rozdělit na dobu, kdy si všechno vyráběl převážně sám. Později pak došlo k tomu, že některé práce přecházely do rukou specialistů. To se stalo v době, kdy jednoduchá domácí výroba provozovaná mimo období rušných zemědělských prací přestala stačit. Ve 12. a 13. století se tak vytvořila, vedle již existujících specialistů, nová vrstva řemeslníků, a to nejdříve v městských podmínkách, odkud pak prolínala do vesnického prostředí. Tento stav vykrytalizoval v 18. a 19. století do kapitalistického výrobního způsobu.³¹

Typologie Vladimíra Scheuflera vychází z ekonomické formy výroby a dělí se do třech částí:

1. Domácí výroba
2. Domácká výroba
3. Řemeslná výroba

Domácí výroba

Určená výhradně pro vlastní potřebu. Touto výrobou si lidové vrstvy, vedle zemědělství a chovu dobytka, zajišťovaly další potřeby. V průběhu středověku některé z těchto výrob přešly na specialisty – řemeslníky. Řadu předmětů a opravárenské a renovační práce si rolník zajišťoval sám až do 20. století.³²

Domácká výroba

„Domácká výroba rukodělná malovýroba profesionálně prováděná, ale bez právního zajištění, jednostranně, specializovaná, organizovaná většinou gestorem někdy za pomoci různých mezičlánků a provozovaná převážně doma, tj. v obytných prostorách za pomoci rodinných příslušníků.“³³

³⁰ Československá vlastivěda III, Lidová kultura. Praha: Orbis, 1968, s. 57.

³¹ „Kapitalismus je ekonomický systém, v němž jsou výrobní prostředky v soukromém vlastnictví a provozovány za účelem dosažení zisku. Ekonomické parametry (např. ceny) jsou určovány prostřednictvím volného trhu (nabídkou a poptávkou), a to i ceny práce, nikoli řízeny pouze zásahy státu (jako v řízených či plánovaných ekonomikách).“ Kapitalismus [online]. Wikipedie. [2009-06-13]. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Kapitalismus>>.

³² Scheufler, V.: Domácká výroba. Umění a řemesla, 1979, č.1, s. 63.

³³ Tamtéž, s. 63.

Nejvíce domácích výrobců vzniklo v reakci na průmysl, a to především textilní. Koncem 30. let 19. století se do českých zemí dostal vynález selfaktoru Richarda Robertse. Díky tomu klesly výdělky přadláků na desetinu původní mzdy (dříve si zručný přadlák vydělal i 1 zlatý denně). Dobová textilní manufaktura dovedla vyrobit mnohonásobně vyšší množství tkaniny na jednoho dělníka než rukodělný tkadlec. Co však v manufaktuře nedovedli, byla příze, která se dělala pouze ručně. Reakcí bylo zakládání škol, kde se měli žáci učit technikám spřádání a pěstování lnu. Tento rozvoj však brzy zbrzdil dovoz levné australské vlny a levné kvalitní anglické a belgické příze. I přesto, že se poté již nikdy přeměny v pracovní struktuře neodehrávaly tak rychle, platí pro ně model: Domácká výroba (vyvolaná příznivou ekonomicko-společenskou situací) + tovární výroba (podmíněná často vhodným vynálezem) = krizová situace = konec místní domácké výroby.³⁴

Domácká výroba u nás vznikla z různých zdrojů. Jednoduše se mohla vyvinout ze středověkých kořenů, kdy se odštěpila od domácí výroby (přadláctví, vyšíváčství, zpracování dřeva). Mohla také navazovat na rozpad řemeslné výroby (jablonecká bižuterie, pražské šperkařství, severočeské sklářství s přidruženými výrobami) nebo na průmyslové podnikání, kdy opatrovala produkty, které se nemohly získat průmyslovou výrobou. Často také došlo ke spontánnímu vzniku, kdy se ukázalo, že o nějakou výrobu továrny ani živnosti nejeví zájem (betlemářství, řezbářství) nebo naopak mohla být uměle zavedena v místech dostatku pracovních sil.

Ve středověku bylo domácí výrobou předláctví a vyšíváčství, od 16. století krajkářství a asi i výroba jednoduchého dřevěného nářadí, zpracování přírodních pletiv, snad i kamene, textilu a houní. Do 18. století se domácí a domácká výroba prostupují. Vedle dominantního předláctví jako další výroby figurují tkalcovství, krajkářství, vyšíváčství, výroba jednoduchých dřevěných nástrojů. Koncem 18. století vstupují do procesu zcela nové výroby jako je broušení drahokamů, zdobení skla, výroba maleb na skle, šperkařství, cvočkařství, síťářství, prýmkařství, řezbářství, výroba plátěné obuvi a pletení z rákosu. V 1. polovině 19.

³⁴ Tamtéž, s. 63.

století bižuterie, nožířství, cínařství, řetězářství, puškařství, hudební nástrojařství, složitější zpracování dřeva a košíkářství, výroba umělých květin, malířství.³⁵

Za vrchol domácí výroby u nás se považuje období v 50. – 80. letech 19. století. V této době bylo v českých zemích na 70 druhů domácích výrob. Koncem 19. století bylo tedy v českých zemích přes 250 000 domácích výrobců a nejméně tolik pomáhajících rodinných příslušníků. Nejpočetnější zastoupená odvětví byla tkalcovství, krajkářství, sklářství včetně bižuterie, různé výrobky ze dřeva, konfekcionářství, rukavičkářství, košíkářství a obuvnictví. Největší koncentrace výrobců byla v Krušných horách, v Praze (zde byly největší výdělky) a v severních Čechách.³⁶ Typické pro domácí výrobu je, že velké množství výrobků šlo na export do západní Evropy, Ameriky, bižuterie pak hlavně do Afriky a Asie.

Počátkem 20. století přibyla jako nový artikl - šitá a háčkovaná krajka a práce s přírodními pletivy.

Dvě důležité osoby pro domácí výrobu byly gestor a faktor. Gestor, nebo-li podnikatel, vše financoval a organizoval. Podnikatel mohl zajišťovat ve svém podniku komplexní výrobu zboží nebo se naopak soustředil jen na komplexní zpracování polotovarů, které předtím zadal domácím výrobcům. Další variantou bylo, že podnikatel organizoval výrobu za pomoci zástupců. V nejlepším případě se stal zámožný domácí výrobce sám podnikatelem. Jako spojovací článek mezi podnikatelem a výrobcem působil faktor. Faktorský systém vznikl s rozptýlenou manufakturou a zanikal po 1. a definitivně po 2. světové válce.³⁷ Tyto mezičlánky se mohly stávat zdrojem napětí - stejně tak jako dnes, kdy si mnozí prodejci stěžují na některé praktiky „překupníků.“

Koncem 19. století vstupuje do organizačního schématu nový činitel – družstva.

³⁵ In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část A – N. Praha: Mladá fronta, 2007, s 142 – 143.

³⁶ Scheufler, V.: Domácká výroba. Umění a řemesla, 1979, s. č. 1, 65.

³⁷ In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část A – N. Praha: Mladá fronta, 2007, s 142 – 143.

Dalším obdobím růstu domácí výroby byla doba okupace, kdy se domácí výroba dostala i do dobře situovaných rodin. Velkou měrou tomu také přispělo skupování jakéhokoliv drobného zboží říšskoněmeckými obchodníky. Ti je pak uskladňovali v nejméně bombardovaných městech a po náletech vydělávali na pojistném. Koncem války pak německý průmysl využíval neviditelnost domácí výroby k montování drobných zbrojních součástí.³⁸

Řemeslo

*„Řemeslo lze charakterizovat jako výrobní činnost, profesionální rukodělnou výrobu zboží materiální povahy. Obecně se také dá říci, že je to profesionální znalost kteréhokoliv oboru lidské činnosti“.*³⁹

Chybně se řemeslo ztotožňuje s domácí výrobou, která se označuje také jako lidové řemeslo. Je však pravda, že některé znaky jako je rukodělnost, malovýroba a profesionalita, mají společné.⁴⁰

O řemesle lze hovořit již v epochách vývoje lidstva, kdy ještě neexistovalo psané právo a živnosti v pravém slova smyslu. Od období feudalismus je řemeslo součástí živností, řídí se živnostenským právem, má stejné organizace jako živnosti, tj. cechy, bratrstva, živnostenská společenstva a přidružené organizace (spolky, besedy, družstva) a má obdobný vývoj jako ostatní živnosti.

Z těchto aktivit vystupují jako výrazný znak řemesel a živností cechy a bratrstva, jež lze charakterizovat jako institucionální skupiny lokálně vázané. Byly mezi nimi rozdíly právní, výrobně společenské a historické. I přesto, že bratrstvo bylo organizací dobrovolnou a cech nucenou, byla zde snaha každého, koho se to týkalo, být členem, neboť z toho plynuly výhody, a to jak ve sféře ekonomické, tak i společensko - prestižní. Jinak se dá říci, že bratrstva byla charakteristická pro výrobní činnosti uměleckého charakteru, ale jinak se svými vnějšími atributy, etikou a etiketou rovnala cechům. Bratrstva byla zrušena v roce 1784. Ukazuje se,

³⁸ Langer, K.: Domácká výroba. V nové struktuře podnikání. Umění a řemesla, 1989, č. 3, s. 66.

³⁹ In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část O – Ž. Praha: Mladá fronta, 2007, s 874 – 875.

⁴⁰ Scheufler, V.: Domácká výroba. Umění a řemesla, 1979, č. 1, s. 63 – 65

že se lidé již v minulosti sdružovali do skupin za účelem dosažení lepšího výsledku - stejně jak se tomu děje i dnes.⁴¹

Od počátku 18. století se začal rozvíjet průmysl, který začal postupně vyvíjet ekonomický a společenský tlak na řemesla. V 2. polovině 18. století se dokonce uvažuje o zrušení cechů. To se nakonec neuskutečnilo z obav o narušení ekonomiky.

V roce 1804 dostaly cechy rekurzí právo, jež se stalo jejich silnou zbraní proti továrnám. To jim však nadlouho nepomohlo a v roce 1859 byly cechy zrušeny a nahrazeny živnostenskými společenstvy. Nová živnostenská společenstva nebyla již jen záležitostí měst jako cechy, ale byla zřizována i na vesnicích. To však se však nezdařilo pro velký liberalismus, který vedl k chaosu v podnikání. Následkem toho vzniklo několik novel (např. v roce 1883, 1885, 1891, 1893, 1895, 1897, 1911).⁴² Ty zavedly, mimo jiné, povinné vyučení pro majitele živnosti, pravidla vztahů mezi učedníky, tovaryši a mistry, povinné pokračování školství, povinnosti živnostenských společenstev a živností, ochranná opatření pro zaměstnance, přestávky, pracovní dobu, pracovní řád, pravidla pro stávky a řešení problémů.⁴³

Po roce 1918 Československo převzalo staré rakouské právo s některými úpravami.

Některá řemesla – umělecká a ta, jež působila v oblasti lidového umění, se sdružovala do družstev. Po zrušení živností - v roce 1950 - nechala tato družstva výrobcům určitou volnost. Celostátní charakter mělo Ústředí uměleckých řemesel, Ústředí lidové umělecké výroby, před 1. světovou válkou družstvo Dílo. Regionální družstva pak byla Chodovia, Slezská tvorba, Slovač. Od těchto čistě ekonomických družstev je potřeba odlišovat družstva, besedy, spolky a jiné

⁴¹ Scheufler, V.: České řemeslo v období národního obrození (1760 – 1860). Umění a řemesla, 1980, č. 1, s. 10 – 11.

⁴² In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část O – Ž. Praha : Mladá fronta, 2007, s. 1243 – 1244.

⁴³ Tamtéž, s. 1243 – 1244.

organizace, vznikající při živnostenských společenstvech. Nejčastěji měla charakter vzdělávací, osvětový, podpůrný, sociální atd. ⁴⁴

4.3. JOSEF JANČÁŘ

Ve Vlastivědě moravské z roku 2000 ve svazku Lidová kultura na Moravě, se klasifikací rukodělné výroby zabývá Josef Jančář. Ten dělí rukodělnou výrobu do čtyř základní okruhů, které naznačují ekonomické a společenské souvislosti vývoje. Vychází z klasifikace V. Scheuflera, ale přidává kategorii lidová umělecká výroba.

Práce pro vlastní potřebu, tedy pro potřeby rodiny a hospodářství. Je vykonávána členy rodiny a základ těchto vědomostí se předává z generace na generaci.

Podomácká výroba představuje prodej některých výrobků, které se původně vyráběly pro vlastní potřebu. Zisk z prodeje byl důležitým pomocným zdrojem obživy výrobce.

Řemeslná výroba, tímto se rozumí specializovaná výroba předmětů pro široký okruh spotřebitelů. Ti, kdo ji provozují, mají odborné vzdělání.

Lidová umělecká výroba a umělecké řemeslo. Do této kategorie jsou zahrnovány novodobé formy rukodělné výroby ovlivněné organizátory této výroby. Za její hlavní kritérium je, vedle použití tradičních materiálů a technologií, pokládána výtvarná hodnota výrobku. ⁴⁵.

⁴⁴ Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část O – Ž. Praha : Mladá fronta, 2007, s. 874 – 875.

⁴⁵ Jančář, J.(red.): Lidová kultura na Moravě. Strážnice: Ústav lidové kultury, 2000, s. 13 – 14.

5. NÁSTIN HISTORICKÉHO VÝVOJE ORGANIZACE LIDOVÉ VÝROBY

Zlom v péči o lidovou rukodělnou výrobu nastal v průběhu průmyslové revoluce, kdy došlo ke změnám nejen ve výrobě, ale i ve struktuře společnosti, v názorech na umění a způsobu života. Prvky kulturního dědictví se staly pojítkem při vzniku novodobých národů a dostaly se do kontrastu s vysokou kulturou šlechty a měst, která se v rámci Evropy podobala a vycházela z dobových trendů a myšlení soudobé společnosti. Z toho vyplynula snaha o udržení kulturního dědictví, které se v lidové rukodělné výrobě projevilo ve formě uchovávání výrobních postupů a cenění si originality a kvality výrobků.

Vedle těchto ideologických aspektů stály i praktické důvody, které si uvědomovaly především obchodní a živnostenské komory. Ty se snažily udržovat již od konce 19. století tradiční a rukodělné technologie z důvodů jejich schopnost využít místní a obnovitelné zdroje k hotovení potřeb pro provoz zemědělských usedlostí, bydlení a odívání.⁴⁶ Tedy principy, které se v dnešní době opět snaží vyzvednout právě organizace jako je Asociace regionálních značek.

První pokusy o organizaci se zaměřovaly spíše na uměleckoprůmyslové výtvarnictví než na péči o lidovou výrobu jako takovou. Mezi první skupiny, které si uvědomily, že tento přístup nestačí, patřil Artěl (založený 1908). Hlavní myšlenkou Artělu byl požadavek mladých výtvarníků netvořit jenom vysoké umění, ale i umění pro každodenní život. Mezi osobnosti, které tuto ideu sdílely, patřil obdivovatel lidové kultury Vratislav H. Brunner, keramička Helena Johnová, malíř, grafik a všestranný umělec František Kyselka, jenž se proslavil svými návrhy ve sklářském a textilním průmyslu, Jaroslav Benda, který se věnoval knižní grafice a další.⁴⁷ Jako velmi důležitým úkolem se ukázalo, uvědomit si, že řemesla nelze zachovat a rozvíjet konzervováním tradičního tvarosloví nebo jednorázovými akcemi, ale musí být snaha učinit rukodělnou výrobu součástí soudobé hmotné kultury. Tato myšlenka patří k velmi důležitým a platí i dnes. Pokud má producent prodávat, je

⁴⁶ Metodický návod k navrhování titulu Nositel tradice lidových řemesel [online]. Ministerstvo kultury, 11. 6.2003 [cit.10.2.2009]. Dostupné z WWW: <http://www.mkcr.cz/assets/kulturni-dedictvi/regionalni-a-narodnostni-kultura/ceny-tradicni-lidove-kultury/metodicky_n_vod_k_nositel_m.doc>.

⁴⁷ Jančář, J. : Lidová rukodělná výroba na Moravě. Strážnice, 1988, s. 34 – 35.

velmi důležité, aby si jeho výrobky získaly místo na trhu a to tak, že zajistí produkty, které budou lidé chtít kupovat. Je tu však otázka toho, v jaké míře se přizpůsobovat dobovému vkusu. Jak moc to může být ošemetné, ukázalo již svérázové období.⁴⁸

Na program Artělu navázali v roce 1914 Jan Kotěra a jeho žák Pavel Janák založením Svazu českého díla, který se významně zapsal do českého užitého umění, novodobé rukodělné výroby i uměleckoprůmyslového výtvarnictví. Obě tyto organizace měly celorepublikovou působnost.

Moravská ústředna pro lidový průmysl vznikla v Brně v návaznosti na výstavu domácího a lidového průmyslu v Brně v roce 1909. Zakládajícím členem byl Dušan Jurkovič. Družstvo si stanovilo za úkol organizovat nákup a prodej lidových i uměleckých výrobků, sledovat produkci drobných výrobců, věnovat se zvelebovací činnosti hlavně na území jižní a střední Moravy. Pořádaly se také různé kurzy s výukou tradičních technologií. V Brně byla zřízena samostatná prodejna. Činnost přerušila 1. světová válka, po jejímž ukončení se Moravská ústředna zaměřila na výrobu krojů, o které byl po vzniku Československa velký zájem. Docházelo také k navazování kontaktu s jinými družstvy zabývajícími se výrobou z proutí, výrobou hraček, keramiky, gobelínů, atd. V rámci propagace byly pořádány výstavy u nás a podporovala se i účast v zahraničí. V roce 1948 navázala spolupráci s ÚLUVem a název Moravská ústředna byl doplněn o „družstvo pro lidovou a uměleckou výrobu“.⁴⁹

Období první republiky se vyznačuje protichůdnými názory na užité umění a rukodělnou výrobu. Projevilo se to například na předvánoční výstavě v roce 1920 v brněnském Uměleckoprůmyslovém muzeu. Zde byl zastoupen Artěl, moravské a slovenské keramické dílny, práce krajkářské, vyšivačské, dřevařské a keramické z rožnovských dílen sourozenců Jaroňkových, ale i práce členů Moravské

⁴⁸ Metodický návod k navrhování titulu Nositel tradice lidových řemesel [online]. Ministerstvo kultury, 11. 6.2003 [cit.10.2.2009]. Dostupné z WWW: <http://www.mkcr.cz/assets/kulturni-dedictvi/regionalni-a-narodnostni-kultura/ceny-tradicni-lidove-kultury/metodick_n_vod_k_nositel_m.doc>.

⁴⁹ Pavlicová, M.; Uhlíková L. a kol.: Od folkloru k folklorismu. Slovník folklorního hnutí na Moravě a ve Slezsku. Strážnice, 1997, s. 221 – 222.

ústředny pro lidový průmysl. Na druhou stranu se zde prezentovaly různé malírny, jejichž práce přiváděla zájemce o lidovou rukodělnou výrobu do rozpaků.⁵⁰

Válečné poměry v době německé okupace Československa vedly k nedostatku surovin. To donutilo výrobce k soustředění se do družstev, která tehdy jedinečně mohla získat bodové účty na textilní a jiný materiál a prodávat jej. Vznikala tak družstva jako Slovač (založeno 1936) a Slovácké lidové umění - SLUM (založeno 1939) – obě vznikla v Uherském Hradišti a začala spolupracovat - družstvo Slovač se stalo výrobním podnikem a SLUM jeho partnerem. V roce 1940 se družstvo Slovač (zastupovalo i SLUM) stalo členem Hospodářské skupiny průmyslového prádla a skupiny oděvního průmyslu, aby mohlo v témže roce začít s výrobou vyšívaných ubrusů a dalších výrobků. Tato činnost byla nahrazena v roce 1943 náhradní výrobou.

V roce 1949 družstvo SLUM splynulo s družstvem Slovač, které vytvářelo krojová a zakázková díla ještě ve 2. polovině 80. let 20. století. Po roce 1989 došlo k poklesu zakázek družstva a tím i postupné omezování činnosti.

V Praze v této době působí družstvo Dorka, které se později stalo základem obchodního oddělení Ústředí lidové a umělecké výroby.⁵¹

V roce 1945 vzniklo Ústředí lidové umělecké výroby na základě dekretu prezidenta republiky číslo 110 o organizaci lidové a umělecké výroby. Navázalo svou činností na Družstevní práci a její Krásné jizby. Důvodem vzniku byla žádost Svazu československých výtvarných umělců o vyřešení situace, kdy se na ně obraceli umělečtí řemeslníci o přijetí do Svazu. Ty však nebylo možné pokládat v plném slova smyslu za tvůrčí umělce a Svaz chtěl proto situaci nějak vyřešit.

Základní myšlenkou se stalo udržení tradice umělecké řemeslné práce za pomoci poskytnutí podmínek nejen pro její udržení, ale také pro cílevědomý rozvoj. Aby se tomuto záměru mohlo vyjít snáze vstříc, byl v roce 1951 ÚLUV stanoven jako družstvo uměleckých řemeslníků s celonárodní působností.

⁵⁰ Jančář, J. : Lidová rukodělná výroba na Moravě. Strážnice, 1988, s. 36 – 37.

⁵¹ Tamtéž, s. 46 – 49.

Ke konci roku 1952 mělo družstvo již 17 výrobních středisek s přibližně 120 zaměstnanci v 13 oborech: truhlářství, intarzie, pasířství, medailérství, kovolitectví, rytectví, šperkařství, štukatérství, kamenosochařství, keramika, knihařství, vitráž, tvorba a restaurátorství gobelínů. Mimo keramiku ve Štěchovicích, intarzii v Lošticích a tvorbu gobelínů v Jindřichově Hradci, byla všechna střediska v Praze. Počet mimopražských působišť se však v následujících letech rozrůstal, takže po 10 letech měl ÚLUV 32 oborů soustředěných ve 43 pracovištích.

V počátku byly vedle uměleckých děl prováděny i různé jiné práce s tím související. Příčinou byla buď setrvačnost obchodních vztahů před zapojením do družstva, nebo ekonomická nutnost. Velkou část zakázek také tvořily restaurátorské projekty. V tomto smyslu se dokonce uvažovalo o zřízení zvláštního oddílu. To se však nakonec ukázalo jako nevýhodné, především z hlediska technologií a materiálů, které mohly přinést nové podněty do pracích novodobých a obráceně.

Jako další krok byla zřízena vlastní učňovská škola, ale její výsledky nebyly uspokojivé, a to především proto, že řada učňů odcházela po vyučení mimo Ústředí uměleckých řemesel, nebo jim chybělo potřebné nadání. Proto se noví pracovníci hledali převážně na vysokých školách a průmyslových školách výtvarného umění.

K tomu, aby mohla organizace dobře fungovat, bylo zapotřebí prezentovat její výrobky a záměry. Výrobky byly prezentovány na různých výstavách, a to jak v Československé republice, tak i mimo ni: Světová výstava v Bruselu 1958, Mezinárodní veletrh uměleckých řemesel v Mnichově 1959 atd., kde dosáhly řady ocenění. Nástrojem propagace se staly tři síně uměleckých řemesel – v Praze, Brně a Ostravě. Ty pořádaly menší výstavy, besedy a samozřejmě zařizovaly styk s investory.⁵²

V roce 1957 vznikl zákon číslo 56 O umělecké řemeslné práci a lidové umělecké výrobě. Ústředí uměleckých řemesel bylo stanoveno jako odborná organizace

⁵² Kvapil, V.: 10 let Ústředí uměleckých řemesel. Umění a řemesla, 1962, č. 4, s. 125 – 132.

umělecké řemeslné práce a Ústředí lidové umělecké výroby jako organizace lidové umělecké výroby - oboje se sídlem v Praze. Podle zákona měly tyto organizace spolupracovat s jinými kulturními organizacemi, družstvy, ale také vyhledávat nové umělecké pracovníky. Dále zákon organizaci určoval, aby usilovala o kvalitní ideové zaměření a vysokou úroveň řemeslné práce, její zabezpečení a dokumentaci. Nezapomnělo se ani na podporu soudobých výrobců a na podporu předávání znalostí na další generace. S tím také souvisela propagace a publikační činnost.⁵³

V 60. letech 20. století se stal vůdčí osobností Ing. Arch. Vladimír Bouček. Vycházel z toho, že na základě etnografických výzkumů je potřeba respektovat základní technické principy a estetické hodnoty. V této době vzniká tzv. „režný styl“.

Asi od 70. let docházelo k útlumu na poli výzkumu i vývoje a hlavní sféra zájmu se postupně přenášela na výrobu a obchod. Původní poslání ÚLUVu se tak dostává na okraj činnosti. To má za následek, že se na počátku 90. let ÚLUV rozpadl jako celek, protože se nejednotným vedením nedokázal prosadit v nově transformované společnosti. Dokumentační fondy byly předány do muzejních archivů. Pokusem o záchranu byl privatizační projekt Ústavu lidové kultury ve Strážnici.

Po zániku Ústředí lidové a umělecké výroby došlo k tomu, že mnozí lokální řemeslníci a výrobci ztratili obchodní spojení i konzultační a odbornou pomoc. Nepřípravenost spojená s tvrdou ekonomickou soutěží vedla k tomu, že mnoho řemeslníků opustilo svoji dosavadní profesi a mnohá řemesla tak zanikají. Kromě faktorů, jako je ztráta tradic, ochuzení se o některé výrobní procesy (což se projevuje především v oblasti restaurování památek lidové architektury či sbírkových fondů) se zánik „ústředí“ projevuje i v sociální a mikroekonomické rovině jednotlivých lokalit.

⁵³ Zákon 56/1957. Zákon ze dne 31.října 1957 o umělecké a řemeslné práci a o lidové umělecké výrobě [online]. Ministerstvo vnitra ČR. [cit.10.2.2009]. Dostupné z WWW : < <http://web.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1957/sb29-57.pdf> >.

V roce 1993 se Česká republika, jako člen UNESCO, začala podílet na jeho programech pro ochranu kulturního dědictví, které je dále děleno na hmotné kulturní dědictví a nehmotné kulturní dědictví, kam patří právě rukodělné tradice. Součástí nehmotného kulturního dědictví jsou i řemeslné tradice (traditional craftsmanship). Na podporu tohoto odvětví vznikl projekt Living Human Treasures, v české verzi Nositel tradice lidového řemesla, který se uděluje od roku 2001. Oceněni jsou lidé, kteří ovládají tradiční postupy a dovednosti za použití přírodních materiálů, dodržují tradiční úpravu materiálů, tradiční technologii a čistotu provedení. Ti, kteří takové ocenění obdrží, stojí nejdříve, co se týče čistoty dodržování technologií a tradičních prvků v řemeslné výrobě.⁵⁴ V rámci UNESCO také vyšla řada dokumentů týkajících se ochrany lidové kultury. Já bych se ráda zmínila o „Konceptu účinnější péče o tradiční lidovou kulturu v České republice“, schválené v roce 2003. Na jejím vypracování se, vedle Národního ústavu lidové kultury a Ministerstva kultury České republiky, podílela řada odborníků z různých institucí a úřadů. Národní ústav lidové kultury byl jmenován centrálním pověřeným pracovištěm pro koordinaci a plnění úkolů souvisejících s koncepcí.

Koncepce se zabývá stanovením nástrojů pro lepší zajištění péče o lidovou kulturu. Jedním ze způsobů ochrany a podpory je vznik a udržování různých institucí, které se zabývají lidovou kulturou, jako jsou Akademie věd České republiky, vysokoškolská pracoviště, různá zařízení mimoškolní výchovy, dokumentační pracoviště, dále pak různá dobrovolná profesní a zájmová sdružení, atd. Důležité je také stanovení metodiky a legislativy.

Z hlediska funkce jednotlivých institucí se nesmí opomenout ekonomické faktory. Zde je důležité zajištění dotací, podpora donátorů ve formě daňových úlev.

V neposlední řadě jsou důležité faktory společenské. Zde je důležité ocenit výrobce, kteří se podílejí na udržení a předávání tradice dalším generacím formou různých vyznamenání: udělení či propůjčení vyznamenání prezidentem republiky,

⁵⁴ Metodický návrh k navrhování titulu Nositel tradice lidového řemesla. Praha: Ministerstvo kultury, 2003, 12 s.

cena ministra kultury, nebo titulu Nositel tradice lidových řemesel, ocenění udělená krajskými, městskými či obecními úřady apod.⁵⁵

V roce 2004 vstoupila Česká republika do Evropské unie a může se tak podílet na jejich projektech. Jedním z nich je projekt Natura 2000 na ochranu významných evropských přírodních lokalit. V rámci tohoto projektu vznikla i organizace Asociace regionálních značek o.s., na kterou se zaměřila moje práce.

⁵⁵ Koncepce účinnější péče o lidovou kulturu. Praha: Ministerstvo kultury, 2003, 25 s.

6. ASOCIACE REGIONÁLNÍCH ZNAČEK, O.S.

Asociace regionálních značek (dále jen ARZ) je novodobým sdružením zabývajícím se podporou udržitelného rozvoje v regionech prostřednictvím zavedení regionálních značek na produkty. Tyto značky mají garantovat původ výrobku v daném regionu, jejich kvalitu, šetrnost k životnímu prostředí, jedinečnost ve vztahu k regionu, tzn. místní tradici, místní suroviny, ruční nebo duševní práci lidí z regionu, regionální motivy a specifičnost. Výsledkem této snahy je podpora tradičních regionů prostřednictvím pomoci malým živnostníkům a malým firmám a zvýšení prestiže jejich výrobků, aby tak lépe mohli konkurovat nadnárodním firmám. Zároveň také dochází k propagaci regionu jako celku. Označení je určeno pro řemeslné a umělecké výrobky, potraviny, zemědělské a přírodní produkty.

Regionální značení má v obecné rovině dvě cílové skupiny: turisty a místní obyvatele. Turisté, jako návštěvníci se zájmem o region a jeho regionální kulturu - zde je regionální výrobek brán jako prostředek reprezentace regionu, který si návštěvník odveze jako památku. U místních obyvatel pak mají podporovat sounáležitost se svým regionem. Pro výrobce to má pak mít ekonomický dopad ve zlepšení prodejnosti jejich výrobků.

Další snahou sdružení je prezentovat region jako celek, a to prostřednictvím článků, letáků, výrobků, sezónních novin, pomocí společných stánků na jarmarcích a prodejních míst v regionu⁵⁶.

V současné době je program ARZ rozdělen do dvou projektů. Starším z nich je regionální značení výrobků.⁵⁷ Novějším projektem je regionální značení služeb⁵⁸, které se od začátku roku 2008 rozběhlo na Šumavě a v současné době slouží turistům především k jejich ubytovacím potřebám.⁵⁹

⁵⁶ Co znamenají regionální značky? .[online]. Praha: Asociace regionálních značek. [2009-06-11]. Dostupné z WWW:< http://www.arz.cz/o_znaceni.htm>.

⁵⁷ Dostupné z www.domaci-vyrobky.cz

⁵⁸ Dostupné z www.regionalni-znacky.cz

⁵⁹ Co znamenají regionální značky? .[online]. Praha: Asociace regionálních značek. [2009-06-11]. Dostupné z WWW:< http://www.arz.cz/o_znaceni.htm>.

6.1. HISTORICKÝ VÝVOJ ORGANIZACE

Na začátku tohoto projektu stálo Regionální environmentální centrum České republiky o.s. (dnes Apus), které přišlo s návrhem značení v rámci projektu Natura 2000⁶⁰ – Lidé přírodě, příroda lidem.⁶¹ Projekt se zabývá ekologicky významnými lokalitami v rámci Evropy, a protože je snahou regionálního značení ekologická šetrnost, mohl být do tohoto projektu zařazen. Za realizací stáli Tomáš Kažmierský a Iva Dyková. Finance byly v letech 2004 – 2006 obstarány z fondů Evropské komise.

Ke konci roku 2005 byly uděleny první certifikáty v oblastech Krkonoše, v roce 2006 následovaly Beskydy a Šumava. Během roku 2006 se přidal také Moravský kras. V tomto období se systém značek začal nazývat Domácí výrobky.

Rok 2007 znamenal největší nárůst nových členů: Orlické hory a Podorlicko, Moravské Kravařsko, Mikroregion Góralsko Swoboda a Vysočina. V tomto roce se také objevuje zájem o regionální značení služeb, které v současné době začíná na Šumavě a týká se především ubytovacích zařízení pro turisty.

14. 2. 2008 vzniklo občanské sdružení Asociace regionálních značek o.s. Regiony zapojené do systému značení Domácí výrobky vstoupily do ARZ a získaly právo rozhodovat za celý systém. ARZ samozřejmě přebírá veškeré myšlenky regionálního značení a nadále dbá o co největší kvalitu výrobků.

V roce 2008 byl Tomáš Kažmierský vystřídán novou kolegyní Terezou Vackovou.

Během tohoto roku také probíhala jednání v regionech Polabí a Podkrkonoší. Tyto regiony získávaly své logo a první certifikované výrobky.

Nejmladším členem ARZ je Haná, kde zatím probíhají první semináře o zavedení

⁶⁰ Více informací na: Natura 2000. [online]. Agentura ochrany přírody a krajiny ČR. [cit. 2009-06-10]. Dostupné z WWW: <<http://www.nature.cz/natura2000-design3/hp.php>>.

⁶¹ Více informací na: Lidé přírodě, příroda lidem. [online]. Regionální environmentální centrum ČR, 2006. [cit. 2009-06-10]. Dostupné z WWW: <<http://lide.natura2000.cz/>>.

značení.

V současnosti čítá databáze certifikovaných výrobků všech členských regionů ARZ 207 udělených certifikátů, z nichž je 195 platných (některým výrobcům prošla dvouletá platnost certifikátu a již si o prodloužení nezažádali). Počet certifikovaných výrobků je však mnohonásobně vyšší, neboť certifikát může být udělen jak jednomu výrobku, tak i celé skupině výrobků.

Mezi další zájemce o vstup patří oblasti jako Český les, Prácheňsko, Karlovarsko, Horní Pomoraví, České Švýcarsko, Broumovsko.⁶²

6.2. PŘÍSTUP NOVÝCH REGIONŮ

Jak má tedy region postupovat, pokud se rozhodne zapojit do tohoto projektu? V první řadě je vhodné kontaktovat národní koordinátory, kteří mohou poskytnou největší množství informací a také doporučit, zda region splňuje požadavky pro vstup. O samotném vstupu pak rozhoduje valná hromada. Dále se také organizuje úvodní seminář k poskytnutí informací o projektu. Je také nejkrajnějším termínem pro podání přihlášky regionu.

Poté, co region vstoupí do ARZ, může čerpat některé z těchto výhod: možnost využívat jednotný grafický styl značek a propagačních materiálů, společný tisk materiálů, správa webu, propagace všech značek na národní úrovni, vyhledávání finančních partnerů a samozřejmě poradenství se zaváděním a správou značky.⁶³

6.3. STRUKTURA A ORGANIZACE

Valná hromada

Rozhoduje o přijímání nových regionů do ARZ a pověřuje národního koordinátora. Je to nejvyšší orgán instituce.⁶⁴

⁶² Historie místní výrobků, produktů a služeb.[online]. Praha: Asociace regionálních značek . [2009-06-11]. Dostupné z WWW:< <http://www.arz.cz/historie.htm>>.

⁶³ Proč se zapojit do ARZ?.[online]. Praha: Asociace regionálních značek . [2009-06-11]. Dostupné z WWW:< http://www.arz.cz/zapojeni_do_ARZ.htm>.

⁶⁴ Aktuality. Moravský kras – regionální produkt. [online]. Moravský kras.[cit. 2009-06-10]. Dostupné z WWW: < <http://www.domaci-vyroby.cz/aktualita-345-valna-hromada-arz.xml> >.

Národní koordinátor

Je osoba, která je pověřena valnou hromadou ARZ. Jejím úkolem je zajišťovat plnění poslání ARZ a vykonávat rozhodnutí valné hromady. Do činnosti koordinátora dále patří poradenství členům, zprostředkovávání kontaktů mezi členy, další rozvíjení projektu. Dále pak zodpovídá za správu webových stránek www.domaci-vyrobky.cz a portálu www.regionalni-znacky.cz, má na starosti propagační a informační materiál a vyhledávání vhodných finančních zdrojů. Pro národního koordinátora je důležitá zásada, že nebude jednat o značkách se subjekty a partnery uvnitř jednotlivých regionů, tedy nezasahuje do působnosti regionálních koordinátorů.

Jmenovitě jsou k 12. červnu 2009 národními koordinátory Mgr. Iva Dyková a Mgr. Tereza Vacková, která je zároveň předsedkyní organizace.⁶⁵

Regionální koordinátoři

Regionální koordinátor má na starosti správu značky v regionu, komunikaci s místními výrobci a s národním koordinátorem. Regionální koordinátor působí v rámci místní organizace, která má k této tématice blízko a stará se ve své oblasti o rozvoj venkova, nejčastěji tzv. MAS – místní akční skupina.⁶⁶

Seznam jednotlivých složek ARZ a jmen regionálních koordinátorů.

MAS Krkonoše, o.s. – Eva Říhová

Regionální rozvojová agentura Šumava, o.p.s. – Kateřina Vlášková

Lidé v Beskydách, o.s. – Radka Sachrová

MAS Moravský kras, o.s. – Ing. Jozef Jančo

MAS Pohoda venkova o.s. – Josef Řehák (Orlické hory)

MAS Region Poodří, o.s. – Ing. Oldřich Usvald (Moravské Kravaňsko)

ZERA, o.s. – Ing. Hana Uhlířová (Vysočina)

MK PZKO Jablunkov, o.s. - Mgr. Leszek Richter (Górolsko Swoboda)

Podchlumí, o.s. – Petra Václavíková (Podkrkonoší)

Aktiv +, o.s. – Mgr. Dominika Doláková⁶⁷

⁶⁵ Vnitřní řád Asociace regionálních značek. Praha: Asociace regionálních značek, s. 5 – 6. .

⁶⁶ Tamtéž, s. 5 – 6.

⁶⁷ Asociace regionálních značek.[online]. Praha . [2009-06-11]. Dostupné z WWW:<
<http://www.arz.cz/clenove.htm>>.

Certifikační komise

Pro každý region je také potřeba ustanovit certifikační komisi, která rozhoduje o udělování certifikátů. Pravidla pro určování označení jsou jednotná, ale je možné si pro každý region stanovit určitá dílčí specifika.⁶⁸

7. MORAVSKÝ KRAS - REGIONÁLNÍ PRODUKT

Regionální značení na území Moravského krasu je spojením ochrany přírody a

⁶⁸ Vnitřní řád Asociace regionálních značek. Praha: Asociace regionálních značek, s. 5 – 6.

kulturního dědictví s hospodařením člověka. Moravský kras je nejvýznamnější krasovou oblastí ve střední Evropě a od roku 1956 chráněnou krajinnou oblastí. Začlenění této oblasti do systému Natura 2000, jako evropsky významné lokality, umožnilo využití financí Evropské unie pro regionální značení.⁶⁹ Cílem je zviditelnit oblast Moravského krasu a podpořit tak místní producenty, tzn. zemědělce, živnostníky a malé a střední firmy, kteří na tomto území vyrábějí v souladu s kritérii požadovanými pro regionální produkty. Moravský kras se stal členem ARZ v roce 2006, certifikáty se udělují od roku 2007.⁷⁰

7.1. MÍSTNÍ AKČNÍ SKUPINA MORAVSKÝ KRAS, O.S.

Regionální značení se organizuje v rámci MAS Moravský kras. Tento spolek působí na území Moravského krasu od května 2006. Založili jej přestavitelé obcí, neziskových organizací a podnikatelé, aby se mohli ucházet o podporu v programu LEADER +⁷¹.

V čele stojí národní koordinátor Ing. Jozef Jančo. Nejvyšším orgánem Místní akční skupiny Moravský kras je valná hromada. V období mezi valnými hromadami řídí činnost 11-ti členný programový výbor, jehož členy jsou ke dni 12.06.2009 jmenovitě: předseda Milan Novotný, Ing. Jan Flek, MVDr. Jan Sedlák, Ing. Alois Kunc, Mgr. Jana Sedláková, Ing. Jiří Zígal, Ing. Zdeněk Svoboda, Ing. Jiří Šilhánek, Ing. Stanislav Vymazal, RNDr. Dáša Zouharová, Mgr. Milan Marek.⁷²

Dalším orgánem je 5-ti členná výběrová komise a 5-ti členná kontrolní komise. Kontrolní komise sleduje činnost hospodaření sdružení a usnesení jednotlivých orgánů. Ke dni 12.6.2009 jsou členy jmenovitě: Ing. František Julínek, Ing. Josef Svěrák, Ing. Jan Škvařil, Ing. Miloslava Koudelková, Ing. Stanislav Kutáček.⁷³ Výběrová komise hodnotí výběr jednotlivých kandidátů. Ke dni 12.6.2009 jsou

⁶⁹ Moravský kras – jeskyně a Natura 2000. Doma v Moravském krasu. Jaro – léto 2007, s. 1.

⁷⁰ Historie místní výroby, produktů a služeb.[online]. Praha: Asociace regionálních značek . [2009-06-11]. Dostupné z WWW:< <http://www.arz.cz/historie.htm>>.

⁷¹ Zásady pro udělování a užívání značky „Moravský kras – regionální produkt“. MAS Moravský kras, 13.2.2007, s. 3.

⁷² Programový výbor. MAS Moravský kras. [2009-06-12]. Dostupné z WWW:< <http://www.mas-moravsky-kras.cz/mistni-akcni-skupina/organy-sdruzeni/programovy-vybor/>>.

⁷³ Kontrolní komise. MAS Moravský kras. [2009-06-12]. Dostupné z WWW:< <http://www.mas-moravsky-kras.cz/mistni-akcni-skupina/organy-sdruzeni/kontrolni-komise/>>.

členy jmenovitě: Ing. Jiří Rydval, Ing. Josef Julínek, Mgr. Ivana Holomková, Ing. Lenka Lišková, Světlana Tioková.⁷⁴

7.2. POSTUP PŘI UDÍLENÍ CERTIFIKÁTU

Držitelem značky se může stát právnická i fyzická osoba, jejíž výrobky splňují certifikační kritéria a neodporují myšlenkám sdružení.

K tomu, aby zájemce mohl obdržet certifikát, je potřeba, aby vyplnil formulář žádosti o značku a dodal vzorek výrobku. Pokud není možné výrobek předložit nebo vznikne otázka o sporné kvalitě výrobku, je možné, aby člen Certifikační komise navštívil provozovnu výrobce.

Certifikát může být udělen jak pro konkrétní výrobek, tak pro skupinu výrobků, ale všechny tyto výrobky musí splňovat kritéria uvedená v žádosti.

Certifikát po jeho získání může uživatel používat dva roky a během této doby je povinen dodržovat všechna kritéria, která uvedl v žádosti. Pokud má výrobce v plánu nějaké zásadní změny, musí je konzultovat s certifikační komisí.⁷⁵

Za udělení značky se platí registrační poplatek ve výši 2000 Kč, který je určen k pokrytí nákladů spojených s vyřizováním žádosti. Pokud však již výrobce jeden certifikát má, snižuje se poplatek na 1000 Kč. Dále se platí roční poplatky za užívání značky - a to: živnostník 1000 Kč, nezisková organizace 2000 Kč, podnik do deseti zaměstnanců 3000 Kč a podnik s více jak deseti zaměstnanci 5000 Kč. Tyto poplatky jsou určeny na prezentaci a marketing značky.⁷⁶

7.3. CERTIFIKAČNÍ KRITÉRIA

Živnostník, firma, či fyzická osoba, musí mít provozovnu v Moravském krasu a

⁷⁴ Výběrová komise. MAS Moravský kras. [2009-06-12]. Dostupné z WWW:< <http://www.mas-moravsky-kras.cz/mistni-akcni-skupina/organy-sdruzeni/vyberova-komise/> >.

⁷⁵ Zásady udělování a užívání značky Moravský kras – regionální produkt. Sloup: MAS Moravský kras, 2007, s. 2 – 3.

⁷⁶ Zásady pro udělování a užívání značky Moravský kras – regionální produkt. Sloup: MAS Moravský kras, 2007, s. 4.

okolí - tedy v území, které je součástí lokality Natura 2000. Toto se ověřuje předložením kopie živnostenského listu, výpisu z rejstříku firem a registrace organizace. Dále nesmí být žadatel v dlužích či na něho nesmí být vypsán konkurz. Od žadatele se také požaduje, aby splňoval zákonné předpisy a normy pro daný provoz, tedy hygienické a technické normy. Důraz je také kladen na šetrnost k životnímu prostředí, a to především v oblastech šetrného zacházení s energií a vodou, na minimalizaci odpadů a samozřejmě na použité suroviny a jejich znovu-využitelnost, včetně toho, aby pocházely z daného regionu.

Další kategorií jsou kritéria, která musí výrobek splňovat – je to šetrnost k přírodě, zaručení standardu kvality, výroba v Moravském krasu. Specifickou kategorií je vztah výrobku k regionu. Tato kategorie se posuzuje pomocí několika kritérií, ve kterých výrobek získává body. K tomu, aby uspěl, musí získat deset bodů. Řeší se zde, jak dlouho je výrobek či výrobní technologie v Moravském krasu známa nebo jak dlouho firma existuje. Dále použitelnost místních surovin, podíl ruční či řemeslné práce, zda je motivem výrobku Moravský kras a jeho okolí. V poslední řadě je dotaz na výjimečné vlastnosti výrobku, tzn. jaké vlastní certifikáty či splňuje normy. V každé kategorii lze získat 0 – 5 bodů, přičemž minimální počet je 10, maximum by pak mohlo být 25. Dá se tedy říci, že by teoreticky k získání certifikátu stačilo, aby byl výrobek zhotoven zcela ručně a obsahoval jedinečný motiv z Moravského krasu, a to bez ohledu na to, že by výroba nebyla v oblasti tradiční či jinak signifikantní. Proto je nutné, aby tento proces schválila i valná hromada 90% většinou.⁷⁷ Přesné znění certifikačních kritérií je umístěno v příloze.

7.4. PREZENTACE ZNAČKY

Prezentace značky spočívá ve vytvoření jednotné marketingové strategie, která

⁷⁷ Certifikační kritéria pro značku Moravský kras – regionální produkt. Zásady udělování a užívání značky Moravský kras – regionální produkt. Sloup: MAS Moravský kras, 2007, příloha 1.

se projevuje prezentací v mediích na mezinárodní, národní a regionální úrovni, vytvoření katalogu výrobků a jeho aktualizace, vydávání informačních materiálů, webová prezentace. Osobně bych řekla, že z těchto položek nejvíce chybí prezentace v mediích a dále pak prezentace značky mimo region, například v podobě letáků na místech mimo Moravský kras. K jednotné prezentaci bylo potřeba navrhnout logo pro jednotlivé regiony, které zobrazuje jev typický pro danou lokalitu.⁷⁸

1.1.2. LOGO

Logo pro oblast Moravského krasu je tvořeno dvěma částmi. Graficky je zde zobrazen symbol Moravského krasu v podobě tmavě modré kapky vody, tedy živlu, který vytváří zdejší ráz krajiny. Obrázek je doplněn textem „MORAVSKÝ KRAS regionální produkt“.⁷⁹ Autorem loga je Mgr. David Škodný z 2123design s.r.o.⁸⁰

Toto označení se používá na všechny výrobky, které tento certifikát získaly a výrobce je povinen je takto označit. K tomu si může vybrat tři způsoby. Začlenění loga do etikety či na obal výrobku na základě grafického manuálu. Označení výrobku samolepkou nebo visačkou se značkou, kterou si může koupit od sdružení. V případě výrobků, které nejde značit jednotlivě (např. pečivo), se může stanovit způsob značení po domluvě individuálně, např. označení regálu, pultu.⁸¹

Držitel certifikátu může logo využívat také jinými způsoby, jako je hlavičkový papír, reklamní materiály, vizitky, webové stránky.⁸²

1.1.3. PRODEJNÍ MÍSTA

Místem pro prodej regionálních produktů mohou být obchody kamenné, malé a

⁷⁸ Zásady pro udělování a užívání značky „Moravský kras – regionální produkt“. Sloup: MAS Moravský kras, 2007, s. 4.

⁷⁹ Tamtéž, s. 1.

⁸⁰ Na venkově pro venkov. Moravský kras regionální produkt. Sloup: MAS Moravský kras, 2008, propagační materiál.

⁸¹ Zásady pro udělování a užívání značky „Moravský kras – regionální produkt“. MAS Moravský kras, 2007, s. 3.

⁸² Tamtéž, s. 3.

středně velké, informační centra a muzea. Dále se může prodej uskutečnit v hotelích a samozřejmě v místě sídla výrobce. Tento obchod musí garantovat prodej certifikovaných výrobků, a to minimálně od dvou výrobců nebo prodej převážně certifikovaných výrobků. Tedy více než polovina výrobků v daném obchodě by měla být nositelem certifikátu. V prodejně by také tyto výrobky měly být odlišeny od ostatních výrobků svým specifickým značením. Vedle samotných výrobků by měly být k dispozici i informační materiály. Obchody by se měly nacházet v lokalitě Moravského krasu. Ty, které jsou mimo lokalitu, mohou získat toto označení pouze tehdy, když se budou specializovat pouze na certifikované výrobky.⁸³ V současné době se v prostoru Moravského krasu nachází dvě prodejní místa, která zprostředkovávají regionální produkty a nejsou zároveň sídla producentů.

Jedno z prodejních míst se nachází v obci Vavřinec a využívá existence turisty vyhledávané rozhledny Podvrší u Veselice.⁸⁴ Obec Vavřinec se rozhodla při záchytném parkovišti pro tuto rozhlednu zřídit informační centrum, kde se zároveň prodávají regionální výrobky. Informační centrum bylo zřízeno v rámci programu LEADER ČR 2007 v budově kulturního domu Veselice. Je zde možné zakoupit jednotlivé výrobky a získat letáčky s informacemi. Provoz informačního centra je přizpůsoben otevírací době rozhledny - to znamená, že je zavřeno v zimním období.⁸⁵ Co se týče zájmu návštěvníků o výrobky, bylo mi potvrzeno slečnou z informačního centra, že zde zájem je, a to především o potravinové výrobky, jako jsou různé druhy sýrů a nápoje z produkce pivovaru Černá Hora.

Dalším společným prodejním místem je benzínová čerpací stanice Forman u Krhova. Upozornění na regionální výroby je řešeno formou ukazatelů a vývěsních štítů na budově. Uvnitř prodejny je pak za pomoci reklamní cedulích jasně vyznačeno, s kterými výrobky se zde můžeme setkat. Jedná se především o výrobky potravinové. Zatímco prodej v rámci informačního centra v obci Vavřinec je zaměřen především na turisty a domácí obyvatele, na benzínové stanici se

⁸³ MAS Moravský kras má svojí strategii. Doma v Moravském krasu. Sloup: MAS Moravský kras o.s., jaro – léto 2007, s. 1.

⁸⁴ Více informací na: Rozhledna Veselice. [online]. Veselice . [2009-06-10]. Dostupné z WWW:<www.rozhledna-veselice.cz>.

⁸⁵ „Íčko“ ve Veselici turisté chválí. Doma v Moravském krasu. Sloup: MAS Moravský kras o.s. Jaro – léto 2008, s. 2.

jedná spíše o lidi, kteří zde náhodně zastaví během své cesty.

7.5. SEZNAM VÝROBCŮ A CERTIFIKOVANÝCH VÝROBKŮ

V roce 2007 obdrželi certifikát tyto výrobci:

Mlékárna Otinoves s.r.o., Otinoves, www.mot.cz : *přírodní plísňový sýr Niva extra*

Radek Mrva, Blansko, www.vcelarstvi.net: *med a medové produkty*

ZEMSPOL a.s., Sloup, www.zemspol.cz: *pekařské výrobky*

Eva Sedláková, Farma dojných a kašmírových koz, Šošůvka, www.sedlakkozy.cz: *kozí sýr*

Pivovar Černá Hora, Černá Hora, www.pivovarcernahora.cz: *černohorské pivo, limonády a stolní vody*

Soňa Čermáková, Březina: *dekorativní kameny*

Světlana Tioková, Ruprechtov, www.moravska-tradice.cz: *tvaroslovné a dekorativní pečivo.*⁸⁶

V roce 2008 obdrželi certifikát tyto výrobci:

Daniela Koplová, Lažánky - Blansko, <http://studiotalisman.sweb.cz/>: *ručně malované a batikované hedvábí*

Ing. Václav Parák, Lažánky, www.remeslazkrasu.cz: *ručně vyráběná mýdla z Moravského krasu*

Ing. Václav Parák, Lažánky, www.remeslazkrasu.cz: *včelí produkty*

Iva Unčovská, Chrudichromy , www.yvonne.cz : *klasické šlové bavlněné zástěry a barchetové šaty*

Jiří Horák, Rudice 300, 679 06 Jedovnice, tel. 723301171: *pekařské výrobky*

Zoltán Korenek, Hluboké Dvory, korenek.zolo@centrum.cz :*výrobky z ovčího mléka*

Ing. Vladislav Vítek, Kunštát na Moravě, emilievitkova@seznam.cz: *ovčí produkty*

Olšovec s.r.o., Jedovnice, www.olsovec.cz : *jedovnický kapr*

František Voráč, Sadová, www.life.cz : *soubor dřevěných her a hraček*

⁸⁶ Katalog certifikovaných výrobků. Sloup: MAS Moravský kras, 2007.

Erika Jonicová, Malhostovice, www.ej-design.cz: skleněné dekorační výrobky, šperky⁸⁷

V roce 2009 obdrželi certifikát tyto výrobci:

Pavel Zouhar, Rudice, <http://zpdesign.ic.cz/>: umělecká litina

Helena Synková, Olejnice, (firma Moraviaflavor s.r.o.), www.moraviaflor.cz: umělé květiny z přírodních materiálů

Pštroší farma Doubravice s.r.o., Doubravice, pstrosi.farma@seznam.cz: pštroší produkty⁸⁸

8. VÝROBCI A JEJICH VZTAH K REGIONÁLNÍMU ZNAČENÍ

⁸⁷ Deset nových držitelů značky Moravský kras – regionální produkt. Zpravodaj pro MAS Moravský kras 1, 2008, s. 4.

⁸⁸ Moravský kras – regionální produkt. [online]. Moravský kras.[cit. 2009-06-10]. Dostupné z WWW: <http://domaci-vyrobky.cz/dokumenty/moravsky_kras/informace.xml/regiony>.

Rozhodla jsem se oslovit některé výrobce, abych se zeptala na jejich názor a zkušenosti s regionálním značením. Jak už zaměření práce napovídá, kontaktovala jsem takové výrobce, kteří se zabývají rukodělnou výrobou. Důvodem bylo, že podle mého názoru, má v tomto uskupení rukodělná výroba poněkud jiné postavení než výroba potravinová. Jak mi potvrdila i Světlana Tioková, jídlo hraje v životě člověka důležitou roli, a tak neváhá za něho utratit i poměrně velké částky, aby třeba vyzkoušela i něco jiného, jak je to v případě kozího sýra, atd. V případě rukodělné výroby se však již z toho předpokladu vycházet nedá. Rukodělná výroba je v současné době vnímána jako jakási nadstavba nad tím, co člověk v životě „opravdu“ potřebuje. Navíc v nás představa něčeho, co je vyráběno ručně, vzbuzuje předpoklad, že je to něco drahého, popřípadě, co si kupujeme na dlouhou dobu, což opět odporuje soudobým standardům, ve kterých platí, že se nakupuje sezónní zboží na omezenou dobu. Co se týče regionálního značení Moravského krasu, tam je rukodělná výroba zaměřena na drobnější produkty dekorativního charakteru. V tom si myslím, že je určité pozitivum z hlediska možnosti tyto produkty prodat a nabídnout. Tímto se dostávám k další otázce, která se s výrobcí řešila, a to je prodej výrobků a způsob, jak výrobky nabízet. Tato otázka je velmi důležitá, protože bez toho, aby měli lidé přístup k těmto výrobkům, ztrácí tato činnost smysl. Problémem se zde může ukázat zajištění prodejního místa tak, aby náklady příliš nezvedly prodejní cenu výrobků.

8.1. SVĚTLANA TIOKOVÁ - TVAROSLOVNÉ A DEKORATIVNÍ PEČIVO

Světlana Tioková vyrábí v Ruprechtově (u Jedovnice) pečivo⁸⁹, které vychází z tradice tzv. vizovického těsta. To má však přesně daný počet 36 figur a je opatřeno ochrannou známkou. Ona sama se věnuje vlastní volné tvorbě, která nese marketingový název „tvaroslovné a dekorativní pečivo“.

K této práci se dostala, když byly jejímu synovi 4 roky a přál si k Vánocům betlém. Protože nebylo peněz nazbyt, vzpomněla si Světlana Tioková na své dětství v Huslenkách na Valašsku a rozhodla se vytvořit betlém z těsta. Z této činnosti se

⁸⁹ Více informací na: Světlana Tioková. [online]. Ruprechtov. [2009-06-10]. Dostupné z WWW:<www.moravska-tradice.cz>.

tak od roku 1978 stala odpočinková aktivita. Před rokem 1989 si vyřídila živnostenský list, ale tvorbě pečiva se věnovala stále jako aktivitě vedle hlavního zaměstnání. Péci po nocích se však ukázalo jako dlouhodobě neúnosné, a tak si musela paní Tioková vybrat. Od roku 1990 se tedy věnuje výrobě pečiva na plný úvazek. Jak sama říká, prvních deset let dělala až 16 hodin denně pro velkou poptávku o své výrobky. Ona sama hodnotí 90. léta jako dobu velkého zájmu o nově světu otevřenou republiku a její výrobky; tento trend je však pryč a velký zájem o naše tradiční výrobky již opadl.

Ze základních tvarů vizovického pečiva se postupem času vyvíjely stále nové a nové tvary. V současné době se jedná o různé druhy ozdob, drobných tvarů, svícňů a betlémů. Své výtvary umísťuje do kazet z modrotisku či kanafasu.

S. Tioková je jediný člověk na světě, který vyrábí z těsta krojované figurky, které jsou skutečně autentické, konzultované s etnografy. Krojů je celkem 35 a většina pochází z Moravy. Můžeme se s nimi setkat v Etnografickém muzeu Moravského zemského muzea v Brně, kam se dostaly v rámci mapování řemesla na přelomu tisíciletí a dokonce se zde i konala výstava těchto výrobků.⁹⁰

Svému „řemeslu“ se věnuje již řadu let a za tu dobu prezentovala Českou republiku na zahraničních výstavách a její výrobky se dostaly do zemí na celém světě: Anglie, Nizozemí, Švýcarsko, Severní Amerika a Japonsko.⁹¹

V současné době S. Tioková s výrobou skončila a věnuje se jí již pouze jako hobby.

Postup při výrobě pečiva podle S. Tiokové:

Jedna várka těsta je z půl kila mouky a dvou deci vody. Těsto se ručně hněte tři čtvrtě hodiny a pak se nechá odležet. Zpracování jednoho těsta zabere něco kolem čtyř hodin, podle složitosti figur. Pak se těsto peče, respektive suší. Drobné věci kolem čtyř hodin, větší až dvanáct.⁹²

⁹⁰ Redakce: Světlana Tioková: Hmota je živá. Doma v Moravském krasu, jaro – léto, 2008, s. 3.

⁹¹ Tioková, Světlana. Moravská tradice [online]. Ruprechtov.[cit. 2009-06-05]. Dostupné z WWW: <www.moravska-tradice.cz>.

⁹² Redakce: Světlana Tioková: Hmota je živá. Doma v Moravském krasu, jaro – léto 2008, s. 3.

Rozhovor se odehrával dne 21.5.2009 v kavárně a trval zhruba hodinu. Nedalo mi se v úvodu nezeptat, jaké byly důvody připojení se k tomuto projektu.

„Já jsem tam šla v podstatě s tím, že se budu snažit nějakým způsobem tomu pomoci, aby to fungovalo. Ono to tady ty věci nejdou dělat amatérsky, to se musí dělat profesionálně, protože se tomu musíte věnovat od rána do večera, aby to fungovalo a abyste splnila všechna kritéria, jenom jaký kritéria se musí splnit, aby se dosáhlo na ten program, který se vyhlásí v rámci té masky, jo, té místní akční skupiny. To nejde dělat, že se budete deset hodin věnovat něčemu a pak tři hodiny něčemu jinému, abyste tomu pomohla. Z toho důvodu jsem tam šla, já jsem tam ani nešla z toho důvodu, že by to mě konkrétně nějak zviditelnilo nebo něco.“

Pohled Světlany Tiokové na regionální značení je poměrně skeptický. Současnou situaci posuzuje na základě zkušeností, které nasbírala mnohaletým působením v této oblasti a na utváření jejího názoru se také podílí její spolupráce s některými organizačními složkami zabývajícími se touto problematikou.

V současnosti hodnotí působení Asociace regionálních značek (ARZ) a regionálního značení jako polovičatý projekt, který z jejího pohledu nemá pro malé řemeslníky žádný význam, krom toho, že dostanou další nálepku a platí další příspěvky. V dnešní době, kdy se řemeslo v podstatě nevyplácí, je pro řemeslníka nejdůležitější aby se uživil a pokud tedy nějaká organizace chce podporovat tradiční výroby, měla by se zaměřit právě na tuto oblast. Je pravda, že se o to ARZ snaží, ale je k tomu zapotřebí schopných manažerů. Není totiž účelem organizace uživit svůj byrokratický aparát, ale především pomoci řemeslníkům, aby se uživil. Je sice důležité udržovat čistotu řemesla a snažit se dodržovat technologie, ale principem řemesla bylo vždy - uživit výrobce. To je v dnešní době poměrně těžké a je to i důvod, proč s „řemeslem“ skončila.

Vedle chybějícího schopného managementu, vidí S. Tioková problém v tom, že v čele takovýchto sdružení jsou často lidé, kteří nemají nic společného s praxí, což se projevuje v tom, jak vnímají skutečný stav věci. Jednoduše řečeno, jinak vidí

problémy řemeslníků člověk zvenčí a jinak člověk, který se řemeslem zabývá a je této skutečnosti vystavený každý den. Sama S. Tioková je v radě celorepublikového Sdružení řemesel a spolupracuje s Ministerstvem kultury, kde právě velmi vnímá tento rozdíl, kdy ona, jako člověk zvenčí, se dostává svými názory do sporu s lidmi, kteří tyto zkušenosti nemají.

„Já jsem členka komise pro zachování kulturního dědictví a já když tam přijedu, tak já jsem vlastně jediný člověk, který tam je ze života, z ulice a pak když tam sedím a poslouchám to, tak to je všechno hezký, ale to jsou všechno profíci, kteří obstarávají muzea, obstarávají skanzeny. I oni z toho mají takovou hlavu, aby to vůbec udržely při životě, některý tyhle věci a jsou za to placení a já mám teda někdy pocit, že když tam něco řeknu já, jako z té ulice, tak si akorát udělám zlou krev. Asi tak jako teď mluvím s vama, tak mluvím s nima a oni mě staví do pozice, že jsem proti všem, ale já nejsem proti všem. Já bych chtěla, abychom se naučili komunikovat.“

Jako další problém stagnace rukodělné výroby jmenuje paní Tioková spotřební způsob života dnešní společnosti. Lidé jsou zvyklí na levné výrobky, které jsou určeny jako spotřební zboží. V dnešní době nekupují věci proto, aby jim dlouho vydržely, ale s tím, že je za určitou dobu vymění za jiné.

Z toho vyplývá nemožnost cenově srovnat rukodělné výrobky s masovou výrobou.

„Nikdo neočekává, že když si koupí srdíčko z vizovického těsta, že bude stát 150 korun. Když musíte uhradit prodavače a nájem nějakých prostor, tak by to i na těch 150 korun vyšlo.“

Dalším faktorem je podle paní Tiokové úpadek lidové výroby, neboť lidé se snaží vylepšit své výrobky i prostředky. Většina řemesel, která se dělají jako hobby, jsou už v současné době pokažená a nejde jen o to, že se vyrábí nesmyslné tvary, ale kazí se i technologie, protože v dnešní době se využívají různé chemické látky, aby se výrobky udělaly pro zákazníky co nejpřitažlivějšími.

„Tak se třeba do toho vizovického lije duvilax a podobný nesmysly, ono je to teda podle mě k ničemu, ale někdo si myslí, že mu to pomůže, tak to dělá.“

Dále jsem diskutovaly o jarmarcích, kterých se jednotliví členové mohou účastnit pod záštitou regionálního značení. Zde byla opět S. Tioková skeptická. Kritizovala především velký počet jarmarků s nízkou úrovní. Pro řemeslníka je velmi časově náročné objíždět velký počet jarmarků a navíc, v době účasti se jarmarku, řemeslník nevyrábí. Bylo by tedy mnohem lepší mít menší počet jarmarků s vyšší kvalitou. Velkým problémem jsou také překupníci, kteří pouze nakupují a prodávají bez toho, aby něco vyráběli a navíc na trh dováží levné výrobky z Číny a Polska, které prezentují jako lidové řemeslo. Toto jsou faktory, které vedou k tomu, že se řada výrobců přestane svému oboru věnovat.

Jako zajímavý nápad uvádí známkování jarmarků podle jejich kvality. Také by nebylo od věci udělat jeden kvalitní jarmark, kterému by se prostřednictvím médií udělala propagace a lidé by se dozvěděli, jak by to asi mělo vypadat.

Dalšími akcemi v rámci regionálních značek je pořádání různých seminářů. Reakcí paní Tiokové bylo, že řemeslník, který je zaneprázdňený svojí prací, jen stěží stihá ještě různá školení a semináře. V podstatě, aby toto bylo účinné, muselo by se to dělat metodou chodit dům od domu a jednat přímo s jednotlivými výrobci.

V rámci tohoto projektu jsou udělovány i různé dotace. S. Tioková osobně žádnou z těchto dotací nevyužila. Bavily jsme se tedy o tom, co si o tomto tématu myslí obecně. Z jejího hlediska má pocit, že výrobci se těchto dotací poněkud bojí, protože mají strach, co se za tím skrývá a co se od nich bude očekávat. I přesto však zná lidi, kteří tuto šanci využili.

Dalším tématem, o kterém jsme hovořily, byla možnost koupení si jednotlivých výrobků. Na internetových stránkách jsou odkazy na jednotlivé prodejce a na dvě prodejní místa, kde je možné tyto produkty zakoupit. Prodejny jsou na poměrně frekventovaných místech, ale i přesto bych čekala, že se s výrobky setkám i na těch turisticky nejzajímavějších místech.

„Já třeba jsem z Moravského krasu a nejsme schopni tam prosadit, aby ve stánku se suvenýry se prodávalo to, co je vyráběno v Moravském krasu. Já nevím jestli

jste teď někdy byla na Macoše. Tam když se podíváte, co tam prodávají za suvenýry, tak vám lezou oči křížem“.

Kritéria, která byla stanovena pro přijetí certifikátu považuje S. Tioková za smysluplná. Snažila jsem se proto vyzvědět, jak dopadly její výrobky, ale bohužel si nemohla přesně vzpomenout. Dostaly jsme se tak k otázce vztahu jejich výrobků k regionu obecně.

„To je těžký, Vizovice jsou úplně někde jinde, že jo. Já pocházím z Valašska teda, já jsem to začala dělat jako koníčka, protože můj kluk chtěl betlém a neměli jsme peníze, tak to je nejlevnější, mouku a vodu má doma každej. Tak jsem to tak nějak začala. I když se snažím, nebo jsem se snažila vymyslet, co by bylo na ten Moravský kras, tak maximálně skončím u těch krojů, který teda udělat umím a jsem schopná je udělat, ale že bych dělala nějaký krápníky z těsta, tak to těžko, to by ani nebylo. Tu podmínku, že to je z místních produktů jsem splnila, protože používám mouku a ta se vyrábí všude v republice a brala z bílovického mlýna mouku, voda ta teče taky všude a máme vlastní studnu a bydlím v Moravském krasu (smích), takže to jsem splnila. Takže to jsem splnila zcela, ale co se týče vyloženě designu, že by to mělo společného, ta náplň těch výrobků, že by to bylo čistě z Moravského krasu, tak to ne. Jedině v těch krojích. U těch regionálních výrobků, tam je to sice, že když se to týká přímo toho regionu, tak nejvyšší počet bodů je pět, takže já jsem jich pět nezískala, získala jsem jich dva nebo tři. Tam jde vlastně o to, že židle, vyrobená v Moravském krasu, se může prezentovat jako regionální výrobek, přitom bude úplně stejná, jako židle z Ikei, akorát by se měla odlišovat kvalitou, nebo já nevím, jakým způsobem se to dá; prostě ji vyrobil člověk z Moravského krasu a ty body si musí nahnat někde jinde. To není jako striktně, že by to muselo mít vztah k tomu regionu, že by to muselo, musí to tam být vyrobený, pokud možno ze surovin, který jsou tam vyráběny v tom regionu, to je to nejdůležitější. A ještě se dost velký důraz klade na to, aby to bylo co nejekologičtěji zpracovatelný a třeba zlikvidovatelný, aby to třeba nebylo nějaký plastový.“

Ke konci mi tedy nezbylo, než položit otázku, zda by doporučila vstoupit do tohoto projektu i jiným výrobcům.

„Já bych to nezavrhovala, já na to mám takový názor. Ono je potřeba, abyste si promluvila s více s těma lidima, možná, že někdo bude nadšenej, bude mu to naprosto vyhovovat. Možná jsem trošičku zkažená, protože já jsem za těch 20 let několikrát reprezentovala republiku v zahraničí, přes Ministerstvo kultury nebo tady už jako oficielně, takže člověk už potom za ty malý dárky moc vděčný není, to nebyly dárky, já jsem si tam prostě užila svoje, vydělala jsem si tam svoje peníze, nejsem zvyklá se na někoho moc spoléhat, snažím se starat sama o sebe.“

V podstatě je z hlediska S. Tiokové přínos regionálního značení sporný. Podle ní je mylné čekat, že tento projekt člověka spasí, pokud se mu nepodařilo prorazit doposud. Lidé nemohou očekávat, že získáním certifikátu dostanou vše na zlatém talíři a již se dále nemusí snažit; opak je pravdou. Ona sama pro sebe v tomto projektu žádný výrazný přínos nevidí, respektive připouští, že za čas se může něco změnit. Ona však již na to čekat nebude, protože v současné době nevidí důvod, proč si nadále vydělávat touto cestou, když objevila jiný způsob obživy. Co se týče připomínek k samotnému regionálnímu značení, očekávala by větší přínos po praktické stránce a nějakou koncovku pro samotný projekt - tedy systém míst, kde bude možné výrobky koupit, a to nejen v samotném Krasu, ale i například v Brně. Tedy prezentace v místech velké kumulace lidí a potencionálních zájemců o výrobky a návštěvu Moravského krasu. Přesto však vidí v tomto projektu pokus o zabránění stále narůstající globalizaci a unifikaci výrobků.

8.2. IVA UNČOVSKÁ – KREJČOVSKÁ FIRMA YVONNE

Iva Unčovská je majitelka firmy Yvonne⁹³ založené 10. ledna 1991. Tato firma se specializuje především na šití zástěr různého typu k pracovním a volnočasovým účelům.

⁹³ Více informací na: Unčovská, Iva. Yvonne [online]. Chrudichromy. [cit. 2009-06-02]. Dostupné z WWW: <<http://yvonne.cz/o-firme>>.

Firma používá materiály, které jsou vyráběny v České republice a snaží se tak o co největší využití tuzemských zdrojů, například materiály, které vyráběla a.s. Tiba Dvůr Králové nad Labem se sídlem ve Dvoře Králové nad Labem.⁹⁴ Ve své dílně zaměstnává 8 švadlen, které k ní dojíždějí z blízkého okolí.

Mezi firmy, které využívají pracovních oděvů od I. Unčovské, patří a.s. Stuha Dobruška, Jednota s.d. Boskovice, Řempe - Holoubek a.s. Praha, Automotive a.s. Jevíčko a další. Výrobky této firmy jsou k vidění na pravidelných módních přehlídkách nejen na okrese, ale také v BOBY -CENTRU Brno při Superfinále prestižní soutěži o titul Kočka rádia Krokodýl Brno. Mezi další počiny patří účast v časopise pro ženy TINA, kde byly prezentovány dětské zástěrky.

Dne 27. března 2008 firma získala značku regionální produkt na výrobky: barchetové šaty a klasické šlové zástěry.⁹⁵

Barchetové šaty jsou dlouhé propínací šaty se 2 kapsami. Zapínají se ke krku, ale je možná též i rozhalenka. Dlouhý rukáv zakončují falešné manžetky se zapínáním na jeden knoflík - řešení, aby byly pohodlné i rukávy. Mají pásek. Materiál : 100 % bavlna – flanel.⁹⁶

Chrudichromská šlová zástěra je s láclem, dvěma kapsami, vzadu zavazovací na pásek. Materiál je 100 % potištěná bavlna. Vyrábí se s různými dezény v univerzální velikosti. Zástěra se šije podle stříhu z 30. let.⁹⁷

Co se týče vztahu k regionu, jde především o to, že ve svých oceněných výrobcích vychází z tradičních stříhů po své babičce. Nejedná se tedy o nějaké regionální specifikum, ale spíše o navázání na tradice předchozích generací.

⁹⁴ Byla největším výrobcem potištěných bavlněných, viskózových tkanin a jejich směsí v České republice.

⁹⁵ Unčovská, Iva. Yvonne [online]. Chrudichromy. [cit. 2009-06-02]. Dostupné z WWW: < <http://yvonne.cz/o-firme> >.

⁹⁶ Tamtéž, Dostupné z WWW: < <http://yvonne.cz/fotogalerie/1/barchetove-saty> >.

⁹⁷ Tamtéž, Dostupné z WWW: < <http://yvonne.cz/produkt/32/chrudichromska-slova-zastera> >.

Rozhovor probíhal dne 1.6.2009 v kanceláři majitelky firmy paní Ivy Unčovské a trval asi 40 minut. V úvodu jsem se Ivy Unčovské zeptala, jak se k regionálnímu značení dostala.

„Pan inženýr Jančo, který je místní manažer té místní skupiny Moravský kras, mě oslovil, napřed mailem a pak sem přijel a vysvětlil mně celou tuhle problematiku a já jsem na to vlastně přistoupila a vyplnila jsem žádost. Ona byla docela složitá ta žádost, tam se to odvíjí od jednotlivých bodů. Tam se posuzují bodová kritéria, jak vlastně, jak vlastně dlouho podnikám, aby tam byla ta tradice. Já nevím, jestli jsem získala nějaké ocenění, já už si to přesně nepamatuju, ale to bodový vyhodnocení vlastně potom vypovědělo, jestli jsem ten certifikát dostala. Tam byla normálně komise, která to docela přísně posuzovala. Jsem z toho byla docela překvapená.“

Potom už přišla řeč na jednotlivé výrobky, které dostaly regionální značku. Jedná se o barchetové šaty a šlové zástěry.

„Doklad původu, vlastně ty klasický šlový zástěry, tak ty ten certifikát dostaly, tak ty jsou stříhově ještě podle stříhů zástěr po mé babičce, která se narodila v roce 1910, není to nic převratného, ale ta zástěra je fakt od té babičky, takže ten stříhl je vlastně použitý a používá se do dnešní doby. Je to stoprocentní bavlna, potištěná, to znamená bavlna je přírodní materiál, takže je to šetrný k přírodnímu prostředí. Barchetové šaty, to je vlastně oděv, který nosila moje babička, vaše babička už určitě ne, moje babička, takže tam je taky ta tradice a taky je to přírodní materiál, protože to je flanel oboustranně počesaný, taky stoprocentní bavlna.“

Dále jsme diskutovaly o samotném regionálním značením, se kterým je I. Unčovská velmi spokojená. Vyzdvihuje především růst zájmu o své výrobky po obdržení certifikátu.

„A co mi ta regionální značka přinesla? Přinesla mi to, že se možná lidi začali víc zajímat o ty regionální produkty, nebo alespoň ty ohlasy. Třeba se stalo, že sem přijeli lidi a řekli, četli jsme v novinách, tady v tom Moravském krasu, že šijete zástěry, takovýhle pro babičky a my je potřebujem. A proto se třeba ten regionální

produkt prodává po celé republice a ty výrobky jsou takto označeny a mají vlastně tady k tomu místu nějaký, jak bych to řekla, prostře sem patří.“

Velmi přínosná je pro pí Unčovskou především propagační část projektu. Takovou reklamu by si sama z finančních důvodů nemohla dovolit. Velmi kladně hodnotí také pořádání různých seminářů, které však kvůli velké pracovní vytíženosti nestíhá.

„Co se týče té místní akční skupiny, tak ten pan Jančo, tak tam je strašně moc aktivit. Já téměř každý den dostávám nějaké informace, že se můžu účastnit akcí, seminářů. Teď ta akční skupina dělá různé výjezdy, jet tam s těma certifikátama, s těma výrobkama tam jet a prodávat je, dá se říct po celé republice. Nebo i do Rakouska měli výlet, nebo Rakušani přijedou sem, na různý poutě, různý řemeslný jarmarky a takový ty věci, takže oni dělají strašně moc.“

Co se týče pořádání jarmarků a podobných akcí, účastní se jen výjimečně. Jako příklad se dá uvést jarmark v obci Vísky při příležitosti dožínek. Většinou však posílá propagační materiály nebo své výrobky bez osobní účasti.

Dotace paní Unčovská zatím nevyužila, ale zabývá se myšlenkou, že by se lidé mohli jezdit dívat, jak vypadá taková krejčovská dílna.

„Dál třeba se dá udělat to, ale to já, to do toho asi nepůjdeme, že třeba zase by se sem mohli přijet podívat lidi, jak taková krejčovská dílna vypadá, protože my máme asi deset starých šicích strojů, tak že by viděli starý šicí stroje, nový šicí stroje, ale to zatím jako, to je taková hudba budoucnosti, protože se musí upravit ten dvůr a to, takže to zatím ne.“

Na Ivě Unčovské je vidět, že ji certifikát regionálního značení udělal velkou radost a že si toho velmi považuje. MAS Moravský kras považuje za velmi akční skupinu, která se snaží o co největší množství aktivit v rámci regionu, což hodnotí velmi kladně. Co by jí ještě udělalo radost v rámci regionálního značení, je zvýšení odbytu, hned ale dodává, že si uvědomuje, že toto však záleží spíš na ní, jak se

bude snažit. V příštím roce čeká výrobky nová certifikační komise. I. Unčovská má však v úmyslu, nechat si regionální značení pouze pro šlové zástěry.

„Já bych řekla, že ten přínos to má obrovské. Fakt je teda, že toho zase tolik nevyužiju, jo, ale vlastně ti lidi, co jezdí po těch jarmarcích a propagují tu rukodělnou výrobu a vlastně jako toto, tak že to má svůj význam, protože já bych třeba řekla, že jak s námi obchoduje ten Rakušák, tak tam je třeba nebo co se dívám někdy na Němce, tak tam je to normální. Tam jsou takovýchle malinký, malinký střediska, malinký muzea, malinký rukodělný dílny, ti lidi se tam jezdí dívat, jsou tam jarmarky a jsou na to teda asi hodně pyšní, ale u nás to teda není zatím tak moc rozvinutý, bych řekla.“

8.3. ERIKA LEKSOVÁ - SKLENĚNÉ DEKORAČNÍ PŘEDMĚTY, ŠPERKY

Značku regionální produkt Moravského krasu obdržela na své výrobky zpracované technologií fusingu. Ráda bych na začátek uvedla o této výtvarnici několik informací, které jsem převzala z jejích stránek: <http://www.ej-design.cz>⁹⁸

Erika vystudovala střední odbornou školu elektrotechnickou, ale během svého života se věnovala různým povoláním jako je grafik, operátor v elektrotechnické výrobě. Jako živnostník se věnovala ratanovým plastikám a interiérovému designu. Od roku 2007 pracuje u firmy Leksa, která se zabývá výrobou vestavěných skříní. V roce 2008 se naplno věnuje práci se sklem, malbě a grafice na počítači.

Maluje převážně olejovými barvami. Ve své tvorbě využívá s oblibou geometrické tvary, gotické prvky a v neposlední řadě i techniku špachtle. Její obrazy se neustále přibližují geometrickým tvarům, duchovní rovině, 3D prostoru. Fascinují ji obrazy kubistické, surrealistické a abstraktní (Picasso, Dalí).

⁹⁸ Leksová, Erika. Yvonne [online]. Malhostovice. [cit. 2009-06-09]. Dostupné z WWW: <<http://www.ej-design.cz/>>.

K dalším zájmům patří malba a kreativní tvorba - gravírování skla, malba na sklo, návrhy ornamentů na celoskleněné interiérové dveře, pískování - lepty. Spékání skla „fusing“ (skleněné plastiky, šperky, dveřní výplně, dekorativní prvky).

Ze zkušeností, které ovlivnily její tvorbu, lze jmenovat: 2003 návštěva sklářského veletrhu v Düsseldorfu; v tom samém roce návštěva akademického malíře p. Hartingera v Karolínce, kde získala rady ohledně ornamentálního leptu na sklo; v letech 2004 – 2005 absolvovala kurz malby u profesora Fridricha v Brně; v roce 2006 kurz spékání skla ve výtvarné dílně Matylda; 2006 setkání a spolupráce se sklářskými výtvarníky Ladislavem a Marií Olivovými z Železného Brodu.

Výstavy

2006 Libušina galerie Malhostovice

2006 Výtvarné léto v Železném

2006 Artfestival České Budějovice

2007 Autorská výstava Libušina galerie Malhostovice

2007 Výtvarné léto v Železném

2007 Artfestival České Budějovice

2007 Galerie Pod Skálou, Brno

2008 Výtvarné léto v Železném

2008 Autorská výstava Libušina galerie Malhostovice

2008 Artfestival České Budějovice⁹⁹

Fusing je metoda spékání plochého tabulového skla, kdy se dvě ploché tabule přiloží k sobě a spečou se. Pokud má každá jinou barvu, vytváří se různé vzory. Fusing je jednou z nejstarších metod zpracování skla. Předměty vyrobené touto metodou spadají do let 1500 před naším letopočtem až 500 našeho letopočtu. Neznámějšími výrobci byli Egypťané a Římané. K znovuobjevení došlo na konci 19. století díky americkému malíři a skláři jménem Louis Comfort Tiffany.

<http://www.jmg.cz/o-nas/>

⁹⁹ Leksová, Erika. Ej-design [online].Malhostovice.[cit. 2009-06-09]. Dostupné z WWW: < http://www.ej-design.cz/aurel_sel.php?tema=17>.

Kontakt s Erikou Leksovou proběhl pouze prostřednictvím emailu v prvním týdnu měsíce června, a to z důvodů její velké časové vytíženosti.

Erika Leksová se začala intenzivně zajímat o výrobu skla a skleněných šperků před rokem a půl, ale jak vyplývá z jejího profesního životopisu, počáteční zájem již měla před pěti lety. O značce se dozvěděla od svého strýce, který se setkal s paní, která již tento certifikát vlastnila. Za necelý měsíc pak zasedala komise, která výrobky E. Leksové schválila.

„Připojovala jsem se ke značce s příjemnými pocity plnými očekávání v pozitivním slova smyslu, mnoho jsem od značky očekávala, hledala jsem v tom jakýsi punc kvality, kterým je označováno certifikované zboží. Hledala jsem v tom navazování dalších kontaktů, prodejních míst, propagace. Zatím tomu tak je.“

Jaký mají vlastně výrobky vztah k regionu Moravský kras? Autorka přiznává, že tradice či symboly, které by reprezentovaly region, v její tvorbě přímo nenajdeme. Z její strany to byl především zájem zapojit se do organizace, jejíž myšlenky ji zaujaly a přišlo jí jako dobrý nápad v něčem takovém se angažovat.

Z hlediska propagace je E. Leksová spokojená co se týče území Moravy. Aby to bylo opravdu účinné, musela by několikrát denně běžet v televizi reklama.

Co se týče prodejnosti produktů, opět jsme řešily otázku, že je škoda, že tyto produkty nejsou na turisticky nejzajímavějších místech Moravského krasu.

„Ano, to je velká škoda, už je načase vymýtít z obchůdků se suvenýry ty příšerné čínské kýče a nahradit je ručně vyrobenými, originálními, certifikovanými produkty na úrovni byť jsou trošku dražší, ale mají úroveň a nedělají ve světě ostudu ba naopak dobrou reklamu, že řemeslníci v Čechách a na Moravě ještě nevymřeli.“

Jaká tedy vidí východiska z této situace? Zdůrazňuje zájem nabízet toto zboží, dostatečná propagace, úroveň výstavního či prodejního místa a také domluvit výhodné podmínky pro výrobce a pro prodávající.

„ZRUŠIT KOMISNÍ PRODEJ!!!!¹⁰⁰ Pochopte vážení majitelé stánku a galerií, že ani Vám neprodají v obchodě rohlíky do komise, ani benzín ani oběd v restauraci vám nikdo nedá do komise.“

Erika Leksová letos požádala o dotaci na rozvoj mikropodniku. Výsledky budou známy na konci léta. Finance by ráda použila na rozšíření výroby skla a později by ráda pořádala semináře pro zájemce o spékání skla – fusing. Více by se chtěla zaměřit na zahraniční obchod.

8.4. DANIELA KOPLOVÁ – RUČNĚ MALOVANÉ A BATIKOVANÉ HEDVÁBÍ

Studio Talisman¹⁰¹ (se sídlem v Prostějově) se zabývá převážně výrobou hedvábných, ručně malovaných a batikovaných šátků, šál, kravat a dalších oděvních doplňků. Malovanou metráž lze využít nejen k výrobě originálních oděvů, ale také jako para – velké šátky, které se váží přes plavky. Studio Talisman také vybavuje na zakázku interiéry bytovými doplňky (polštářky, lampičkami, závěsy i paravány). Vedle hedvábí jsou dalšími používanými materiály mušelín, šifon, samet, polyester.¹⁰²

Batika je: „*Textilie obarvená za studena, s dekorem na principu rezervy, tj. negativního vzoru.*“¹⁰³

Daniela Koplová¹⁰⁴ se dostala k malbě na hedvábí a batice pro svůj zájem o ruční práce a pro svůj kladný vztah k řemeslu, která by podle ní určitě neměla zaniknout. Sama s malbou na hedvábí začala před 12 lety a z koníčku se stal zdroj obživy. K regionální značce se připojila proto, že ji tento projekt oslovil svojí nabídkou. Vidí

¹⁰⁰ Komisní prodej: „*Drobný obchodník, který chce rozšířit svůj sortiment, přičemž nemůže nebo nechce vložit další finanční prostředky do zboží, rád využije komisní prodej. Princip spočívá v tom, že si obchodník převezme zboží do svého obchodu tzv. do komise. Svému dodavateli platí, až když je zboží prodáno. Obvykle se sjedná doba, kdy dojde k vyúčtování zboží, případně, kdy bude zboží dodavateli vráceno. Obchodník připraví vyúčtování, dodavatel vyhotoví ke zboží daňový doklad.*“ Soukupová, K.: Je komisní prodej přežitek? [online]. Podnikatel.cz. [cit. 2009-06-12]. Dostupné z WWW: <<http://www.podnikatel.cz/clanky/je-komisni-prodej-prezitek/>>.

¹⁰¹ Více informací na: Koplová, Daniela. Studio Talisman.[online].Prostějov.[cit. 2009-06-06]. Dostupné z WWW: <<http://studiotalisman.sweb.cz/>>.

¹⁰² Koplová, Daniela. Studio Talisman.[online].Prostějov.[cit. 2009-06-06]. Dostupné z WWW: <<http://studiotalisman.sweb.cz/>>.

¹⁰³ In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část A – N. Praha : Mladá fronta, 2007, s. 41.

¹⁰⁴ Proběhl prostřednictvím emailu v druhém červencovém týdnu 2009.

v něm možnost, jak v Moravské krasu zaujmout a zdržet turisty na delší dobu. Co by však stálo ještě za to zlepšit?

„Bylo by možná dobře trochu zreálnit pohled na potřeby jednotlivých držitelů značek.“

Ve své tvorbě se, mimo jiné, nechává inspirovat Moravským krasem, a to především rostlinnými motivy. Jinak ale vstup do projektu regionálního značení její tvorbu nijak neovlivnil a ani se to nijak nedotklo toho, jak ji lidé vnímají. Přesto však měla Daniela Koplová problémy při získávání certifikátu, protože se přestěhovala do Prostějova, tedy území mimo Moravský kras. Body pro získání značky tak získala především díky originalitě a dalším kategoriím v hodnotících kritériích.

Vzhledem k tomu, že se v současné době věnuje miminku, pozastavily se její aktivity ve výtvarné oblasti, ale již nyní přemýšlí nad tím, jak bude do budoucna svoji činnost dále rozvíjet.

Co se týče vstupu do projektu regionálního značení, ten by nejspíše doporučila i ostatním výrobcům.

9. ZÁVĚR

Jak vyplývá z historie, tendence lidí sdružovat se do různých společenství je přirozená a lidová rukodělná výroba není výjimkou. Producenti se tímto způsobem

snaží přizpůsobit podmínky co nejvíce vlastnímu prospěchu a zabezpečit si tak zdroj obživy, což se nezměnilo ani v dnešní době a nejspíš se ani nezmění. Tyto organizace se tak stávají určitým garantem kvality a snaží se o podporu svých členů.

Pokud budu hodnotit otázku užitečnosti existence Asociace regionálních značek (ARZ) z mého pohledu, tak ji vyhodnocuji kladně. Už jen to, že existuje snaha o podporu výrobců v tradičních regionech je dobré znamení. Je důležité, aby nevznikaly organizace jen kvůli sobě samým, ale aby opravdu měly konkrétní cíl, který se bude týkat výrobců a zároveň aby dbaly o kvalitu svých služeb. Musí se zabránit tomu, aby se pořádání různých seminářů, jarmarků a jiných akcí nestalo rutinní záležitostí a nebude o ně zájem pro jejich velké množství a třeba i pochybnou kvalitu.

Pokud se zaměřím na obecné působení ARZ, postrádala jsem jimi tolik propagovanou prezentaci a celkovou komunikaci s vnějším světem. Osobně jsem se s tímto problémem setkala při pokusu zjistit, jak probíhá hodnocení jednotlivých výrobků v rámci udílení certifikátu. Oslovení národních koordinátorů, stejně jako i regionálního koordinátora ing. Jozefa Janča, bylo bez odezvy.

Vzhledem k tomu, že jsem se ve své práci zaměřila na to, jak vnímají regionální značení výrobci, musím říci, že komunikace s nimi probíhala podstatně lépe. Z jejich názorů jsem usoudila, že jsou s organizací převážně spokojeni. Výjimkou byla S.Tioková, která přiznává, že by organizace mohla mít větší potenciál a schopnější manažery. Jinak výrobci hodnotí shodně kladný přínos organizace v boji proti současné unifikaci. Především paní Unčovská ocenila velký přínos regionálního značení z hlediska propagace, kdy po získání certifikátu zaznamenala zájem lidí, kteří se o její firmě dozvěděli na základě toho, že vstoupila do ARZ. Navíc také konstatuje, že sama by si takovou reklamu nemohla dovolit z ekonomických důvodů.

Zaměřím-li se na akce pořádané akční skupinou v rámci regionu Moravský kras, musím konstatovat, že se jedná o velmi aktivní skupinu, která navíc může využívat

toho, že je Moravský kras světově známý svým charakteristickým krajinným rázem. Z akcí, jako jsou semináře a jarmarky, se výrobci účastní spíše jarmarků.

Co se týče výrobků, které dostaly certifikát z oblasti rukodělné výroby, většinou se jedná o menší dekorativní předměty nebo menší užitkové předměty. Snahou je, aby výrobky navazovaly na starší tradiční výroby a měly určitý vztah k dané oblasti. Některé z nich mají skutečně kořeny v této oblasti, jako např. umělecká litina či výroba umělých květin, ale řada z nich vychází spíše z lidových tradic obecně, např. batika a nebo pochází z jiné oblasti a o jejich tradici se dá mluvit spíše z hlediska novodobého podnikání.

Pokud bych měla na závěr vyhodnotit své poznatky, hodnotí tři ze čtyř dotazovaných výrobců regionální značení kladně. To by mělo posloužit jako určitý důkaz, že tento projekt má pozitivní přínos v oblasti podpory tradiční výroby.

Smysl této organizace je především v tom, že se snaží udržet tento fenomén tak, aby mohl existovat relativně přirozeně, tzn. není udržován uměle pouze pro potřeby prezentace tradic v rámci jarmarků, skanzenů či muzeí.

Vyvstává otázka, zda se ještě vůbec jedná o tradiční lidovou výrobu. Pokud vezmeme v úvahu kritéria, která stanovil V. Scheufler, tj. časová, oblastní, technická variabilita a nerovnoměrnost ve vývoji, tak v rámci ARZ je snaha podporovat především regionální variabilitu, která se vyžaduje u jednotlivých výrobců. Existuje zde ovšem fakt, že některé výrobky nenavazují na tradici svého regionu. Klade se spíše důraz na to, aby výrobky vyráběné v daném regionu měly možnost si svoji tradici vybudovat. Dále se navazuje na principy využití regionálních zdrojů surovin a pracovních sil, které byly pro lidovou výrobu typické.

Závěrem bych ráda podotkla, že by bylo zajímavé udělat výzkum i v dalších oblastech, popřípadě udělat návratný výzkum v Moravské krasu, který by ukázal, jak se tento projekt vyvíjí dál.

10. SEZNAM ZKRATEK

ARZ – Asociace regionálních značek

MAS – místní akční skupina

RRP – regionální rozvojová agentura

TIC – turistické informační centrum

ÚLUV – Ústředí lidové umělecké výroby (1945 – 1996)

UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
(Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu)

11. SUMMARY

Moravian Kars – regional product. Problems of contemporary handcrafted production.

This work is focussed on project of regional marking in Moravian Kars, that is operated by Association of regional marking. The goal of this work was to get relevant information from producer, which obtain this certificate and try to analyse contribution of this organization for support on field of handcrafted production.

Next point of this work are common information about Association of regional marking. For better understanding include this work theoretical part, with information about historical evolution of organization of handcrafted production and classification of handcrafted production.

12. LITERATURA A INTERNETOVÉ ZDROJE

Bouček, Vladimír: O řemeslech lidových a zlidovělých. Český lid 4, 1949, s. 185 – 186.

Brožová, Jarmila: Artěl. Mezník ve vývoji českého užitého umění. Umění a řemesla, 1967, s. 201 – 208.

Bücher, Karel: Vznik národního hospodářství. Šest přednášek. Praha, 1897, s. 69 – 100.

Certifikační kritéria pro značku Moravský kras – regionální produkt. Zásady udělování a užívání značky Moravský kras – regionální produkt. Strážnice, 2007, příloha 1.

Československá vlastivěda III, Lidová kultura, Praha: Orbis, 1968, 783 s.

Deset nových držitelů značky Moravský kras – regionální produkt. Zpravodaj pro MAS Moravský kras 1, 2008, s. 4.

Hubinger, Václav: Lid. Český lid 78, 1991, s. 250.

Hubinger, Václav: K vymezení pojmu lid v etnografii. Český lid 77, 1990, s. 40 – 42.

In: Encyklopédia ľudovej kultúry Slovenska. Sv 1. Bratislava : Veda, 1995, s. 319.

In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část A – N. Praha : Mladá fronta, 2007, s. 41.

In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část A – N. Praha : Mladá fronta, 2007, s 142- 143.

In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část A – N. Praha : Mladá fronta, 2007, s .164 - 166.

In Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část A – N. Praha : Mladá fronta, 2007, s 477.

In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část A – N. Praha : Mladá fronta, 2007, s .529.

In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část O – Ž. Praha : Mladá fronta, 2007, s 874 - 875.

In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část O – Ž. Praha : Mladá fronta, 2007, s .1008 - 1010.

In Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část O – Ž. Praha : Mladá fronta, 2007, s .1065.

In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část O – Ž. Praha : Mladá fronta, 2007, s 1065 - 1064.

In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část O – Ž. Praha : Mladá fronta, 2007, s.1243 - 1244.

In: Lidová kultura. Národopisná encyklopedie Čech, Moravy a Slezska. Věcná část O – Ž. Praha : Mladá fronta, 2007, s 1242 - 1243.

Janák, Pavel: Z počátků naší umělecké výroby. Vzpomínky na první léta Artělu. Tvar 1948, s. 87 – 94.

Jančář, Josef: Počátky organizované péče o lidovou rukodělnou výrobu. Umění a řemesla, 1985, č. 3, s. 12 – 16.

Jančář, Josef (red.): Lidová kultura na Moravě. Strážnice, 2000, 373 s.

Jančář, Josef: Lidová rukodělná výroba na Moravě. Strážnice, 1988, 119 s.

Jeřábek, Richard: Výtvarná kultura lidu. Miniterminologie. Umění a řemesla, 1979, č. 2, s. 4 – 6.

Katalog certifikovaných výrobků. Sloup: MAS Moravský kras, 2007, [16 s.].

Koncepce účinnější péče o lidovou kulturu. Praha: Ministerstvo kultury, 2003, 25 s.

Kotík, Jan: Výtvarná stránka předmětu. Tvar 1948, s. 65 – 70.

Kvapil, Vítězslav: 10 let Ústředí uměleckých řemesel. Umění a řemesla, 1962, č. 4, s. 125 – 132.

Langer, Karel: K problémům vztahů lidové výroby k tradičnímu zemědělskému prostředí. Národopisné aktuality 12, 1975, s. 279 – 284.

Langer, Karel: Tradice v lidové umělecké výrobě. Umění a řemesla, 1960, č. 2, s. 66 – 71.

Langer, Karel: Matka i učitelka. Pokus o výklad vzniku a vývoje tvaru užitekových předmětů. Umění a řemesla, 1970, č. 2, s. 26 – 33.

Langer, Karel: Domácká výroba. V nové struktuře podnikání. Umění a řemesla, 1989, č. 3, s. 66 – 67.

Lenderová, Milena a kol.: Dějiny každodennosti „dlouhého“ 19.století. I.díl: Dějiny hmotné kultury. Univerzita Pardubice: Fakulta Humanitních studií, 2001, 148 s.

Líšková, Alena: Lidová umělecká výroba v družstvech. Umění a řemesla, 1981, č. 2, 6 – 10.

Metodický návrh k navrhování titulu Nositel tradice lidového řemesla. Praha: Ministerstvo kultury, 2003, 12 s.

Na venkově pro venkov. Moravský kras regionální produkt. Sloup: MAS Moravský kras, 2008.

Pavlicová, Martina; Uhlíková, Lucie a kol.: Od folkloru k folklorismu. Slovník folklorního hnutí na Moravě a ve Slezsku. Strážnice, 1997, 238 s.

Scheufler, Vladimír: Teorie a aplikace lidové výroby. Umění a řemesla, 1958, č. 3, 82 – 86.

Scheufler, Vladimír : Domácká výroba. Umění a řemesla, 1979, č. 1, s. 63 – 65.

Scheufler, Vladimír : České řemeslo v období národního obrození (1760 – 1860). Umění a řemesla, 1980, č. 1, s. 10 – 11.

Scheufler, Vladimír : Domácká výroba v Praze. Český lid 78, 1991, s. 52 – 55.

Redakce: Světlana Tioková: Hmota je živá. Doma v Moravském krasu, jaro – léto, 2008, s. 3.

Redakce: „Íčko“ ve Veselici turisté chválí. Doma v Moravském krasu. Sloup: MAS Moravský kras o.s. Jaro – léto 2008, s. 2.

Redakce: MAS Moravský kras má svojí strategii. Doma v Moravském krasu. Sloup: MAS Moravský kras o.s., jaro – léto 2007, s. 1.

Tykal, Roman (red.): Domácká výroba v Čechách, na Moravě a ve Slezsku. Měčín: město Měčín, 2000, 135 s.

Vnitřní řád Asociace regionálních značek. Praha: Asociace regionálních značek, 6 s.

Vydra, Josef : Dnešní hodnoty a formy lidové výroby. Český lid 4, 1949, s. 174 – 181.

Vydra, Josef: Věci a lidé, 1953, č. 9 – 10, s. 404 – 454.

Zásady pro udělování a užívání značky „Moravský kras – regionální produkt“. Sloup : MAS Moravský kras, 13.2.2007, 6 s.

Asociace regionálních značek. [online].Praha: Asociace regionálních značek . [2009-05-08]. Dostupné z WWW:< <http://www.arz.cz/index.htm> >.

Koplová, Daniela. Studio Talisman. [online].Prostějov.[cit. 2009-06-09]. Dostupné z WWW: <www.sweb.cz/studiotalisman >.

Leksová, Erika. EJ – design. [online].Malhostovice.[cit. 2009-06-09]. Dostupné z WWW: < <http://www.ej-design.cz/>>.

MAS Moravský kras. [online]. Sloup: MAS Moravský kras. [2009-06-12]. Dostupné z WWW:< <http://www.mas-moravsky-kras.cz/>>.

Metodický návod k navrhování titulu Nositel tradice lidových řemesel [online]. Ministerstvo kultury ČR, 11. 6.2003. [cit.10.2.2009]. Dostupné z WWW: < <http://www.mkcr.cz/assets/kulturni-dedictvi/regionalni-a-narodnostni-kultura/ceny> >.

Regionální značení produktů. Praha: Asociace regionálních značek . [2009-05-11]. Dostupné z WWW:< <http://domaci-vyrobky.cz/> >.

Regionální značení služeb. Praha: Asociace regionálních značek . [2009-05-11]. Dostupné z WWW:< <http://www.regionalni-znacky.cz/> >.

Soukupová, K.: Je komisní prodej přežitkem? [online]. Podnikatel.cz. [cit. 2009-06-12]. Dostupné z WWW: < <http://www.podnikatel.cz/clanky/je-komisni-prodej-prezitek/>>.

Spolek pro Moravský kras. [2009-06-12]. Dostupné z WWW:< <http://www.spolekmoravskykras.cz/>>.

Tioková, Světlana. Moravská tradice [online]. Ruprechtov.[cit. 2009-06-05]. Dostupné z WWW: <www.moravska-tradice.cz>.

Zákon 110/1945. Dekret prezidenta republiky ze dne 27. října 1945 o organizaci lidové a umělecké výroby. [online]. Ministerstvo vnitra ČR. [cit.10.2.2009]. Dostupné z WWW : < <http://web.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1945/sb49-45.pdf> >.

Zákon 56/1957. Zákon ze dne 31.října 1957 o umělecké a řemeslné práci a o lidové umělecké výrobě [online]. Ministerstvo vnitra ČR. [cit.10.2.2009]. Dostupné z WWW : < <http://web.mvcr.cz/archiv2008/sbirka/1957/sb29-57.pdf> >.

Unčovská, Iva. Yvonne [online].Chrudichromy.[cit. 2009-06-02]. Dostupné z WWW: < <http://yvonne.cz/o-firme>>.

13. INFORMÁTOŘI

Světlana Tioková, rozhovor 21. 5. 2009, Ruprechtov.

Iva Unčovská, rozhovor 1. 6. 2009, Chrudichromy.

Daniela Koplová, emailová korespondence, červen 2009, Prostějov.

Erika Leksová, emailová korespondence, červen 2009, Malhostovice.

14. PŘÍLOHA