

## STUDIE

# Reprezentácie v cestovnom ruchu a ich vplyv na formovanie česko-slovenských vzťahov počas prvej Československej republiky. Náčrt kontextuálnych a teoretických východísk<sup>1</sup>

MIKULÁŠ JANČURA

***Representations in tourism and their influence on the formation of Czech-Slovak relations during the First Czechoslovak Republic. Contextual and theoretical starting points overview.***

In the interwar period, tourism profiled itself as an important and at the same time multi-layered phenomenon, binding together a wide spectrum of contexts and activities. These trends did not bypass Czechoslovakia either. After its establishment, Czechoslovakia built the development of tourism partly on existing traditions, although from the point of view of organization, it was less developed than in the countries of Western Europe. In the conditions of the Czechoslovak economy and cultural background with a disproportionate character, tourism developed problematically. As limiting factors, e.g. the absence of a legislative framework, fragmented competence of the responsible institutions, underfunding, technically less developed transport infrastructure or, in the first years, inadequate capacity of hotel and gastronomic services. The mentioned problems were more pronounced in the territories of Slovakia and Carpathian Ruthenia. One of the authoritative aspects of the creation of the technical and organizational background of tourism in the country was representations, their form and functions. Representations functioned as a carrier medium for a wide range of information and included the image broadcast abroad, but also the internal presentation of individual parts of the republic to each

<sup>1</sup> Príspevok je vypracovaný v rámci implementácie projektu VEGA 1/0342/20. *Premeny a interakcie ideológie českoslovakizmu a juhoslavizmu v podmienkach 20. storočia.*

other. On this basis, the relevant question is how (and if at all) the representations participated in the formation of internal relations between parts of the republic. In other words, how individual parts of the country were mutually represented and what was the aim of their creators in the context of the emerging Czechoslovak relations in the interwar period. It is a complex of questions that needs to be sectionalized and anchored in a broader spectrum of contextual, and last but not least, theoretical starting points. Since in this case it is the initial phase of the research, the aim of the presented text is to open up the issue in the form of the formulation of starting questions and to outline the selected theoretical starting points, maneuvering on the border between historical sociology of tourism, visual studies and constructivist approaches to the issue of identities. The given block of questions will be based on an outline of contextual approaches to the issue.

**Keywords:** Tourism, Travelling, First Czechoslovak Republic, Representations, Visuality, Identity, Theoretical Concepts, Czech-Slovak relationships

## Úvod

Cestovný ruch sa v medzivojnovom období stal komplexným a vnútorne členitým fenoménom. Viazal na seba široké spektrum aktivít, kontextov a súvislostí na viacerých úrovniach. Z hospodárskeho hľadiska sa stal osobitným ukazovateľom ekonomickej úrovne a zároveň príčinou početných kvalitatívnych zmien v oblasti podnikania, služieb a dopravnej infraštruktúry. Bol osobitnou reflexnou plochou postoja štátnej politiky a jej schopnosti zabezpečiť a kvalitatívne rozvíjať jeho technicko-organizačné zázemie. Z kultúrno-spoločenského hľadiska odrážal napr. možnosti a limity voľnočasových a ekonomických fondov a z toho vyplývajúcich preferencií dovolenkových destinácií. V neposlednom rade to bol tiež indikátor zmeny myslenia pod vplyvom modernizačných trendov trávenia voľného času. Relevantné sú v tomto kontexte otázky individuálneho či skupinového turizmu, na čo nadväzuje vznik a rozvoj rôznych záujmových združení, organizácií a spolkov. Výrazným faktorom bol v tejto súvislosti taktiež rozvíjajúci sa konzumerizmus, na ktorý sa cestovný ruch nevyhnutie viaže, resp. ktorého je organickou súčasťou.

V hospodárskej a sociokultúrnej realite medzivojnového Československa sa však cestovný ruch rozvíjal v problematických podmienkach. Negatívne ho ovplyvňovali napr. kompetenčné nezhody medzi zodpovednými inštitúciami a z toho vyplývajúca roztrieštenosť aktivít. Výraznú úlohu zohralo tiež podfinancovanie zo strany štátu, slabšie rozvinutá dopravná infraštruktúra a pomalšie tempo odstraňovania týchto problémov. Z kultúrneho a sociálneho hľadiska to bola tiež disproporcja medzi časťami republiky a z toho vyplývajú-

ce ekonomické limity, ale aj rozdielne chápanie „dovolenky“, oddychu a voľného času.

Napriek uvedeným problémom nastala v oblasti cestovného ruchu aj v medzivojnovom Československu relatívne dynamická konjunktúra. Jej organickou súčasťou boli aj reprezentácie, resp. prezentácia Československa ako turistickej destinácie, ktoré z hľadiska svojej vnútornej štruktúry fungovali často na podobných technických základoch ako komerčná reklama. Prezentácia štátu ako turistickej destinácie zahŕňala širšiu paletu foriem a mechanizmov a ako celok fungovala ako transferové médium pre širokú škálu vnútorných obsahov. Tým naberala aj značný politický význam.

V prípade predkladaného textu ide o iniciačnú fázu výskumu, a preto je zameraný viac na východiská a otvorenie výskumných otázok a nie na ich zodpovedanie či predkladanie výsledkov. Jeho cieľom je otvoriť problematiku a formulovať východiskové výskumné otázky z dvoch hľadísk. Prvé je hľadisko kontextuálnych východísk, so zameraním na náhľad do kreovania technicko-organizačného zázemia cestovného ruchu v krajine. Druhým je snaha o priblíženie ťažiskových teoretických prístupov, lavírujúcich na pomedzí historickej vedy, sociológie turizmu, vizuálnych štúdií a konštruktivistických prístupov k problematike identít.

## **Náčrt kontextuálnych východísk: Kreovanie technicko-organizačného zázemia cestovného ruchu v 1. ČSR**

Cestovný ruch (ďalej CR) sa ako hospodársky a sociokultúrny segment začal na území českých krajín a Slovenska pozvoľna rozvíjať v posledných dvoch dekádach 19. storočia. Súvisí to primárne s nástupom moderných vzorcov správania, medzi ktoré patrilo aj aktívne trávenie voľného času, týkajúce sa prevažne vyšších a postupne aj stredných sociálnych vrstiev obyvateľstva. Na intenzite nabral CR od začiatku 20. storočia, no stále bez výraznejšej či systematizovanej podpory zo strany štátu. Organizačne tak ležal na pleciach jednotlivých krajín monarchie,<sup>2</sup> či skôr jednotlivcov, a to prevažne podnikateľov v hotelovom segmente alebo, nepriamo, podnikateľov v dynamicky sa rozvíjajúcej železničnej doprave.<sup>3</sup> Potrebnú úlohu zohrali aj vznikajúce záujmové organizácie, ako napr.

---

2 ŠTEMBERK, Jan: *Fenomén cestovného ruchu. Možnosti a limity cestovného ruchu v medziválečnom Československu*. Praha 2009, s. 20.

3 SABOL, Miroslav: *Dejiny dopravy na Slovensku 1938–1948 (1950). Jej hranice a limity*. Bratislava 2015, s. 39. K štátnej podpore rozvoja dopravnej infraštruktúry a priemyslu v Uhorsku pozri napr. štúdiu: HALLON, Ľudovít: Význam industrializačnej politiky Uhorska pre tech-

turistické a čiastočne aj športové spolky.<sup>4</sup> Za západoeurópskymi krajinami však územia českých krajín a Slovenska v oblasti CR a jeho organizácie výrazne zostávali, pričom je nutné zdôrazniť aj ich vzájomnú kvalitatívnu a kvantitatívnu disproporciu, ktorá pretrvala aj počas nasledujúceho obdobia.

Po vzniku Československa boli zodpovedné inštitúcie v oblasti CR postavené pred náročné výzvy. CR začal patriť medzi významné hospodárske ukazovatele a z kultúrno-spoločenského hľadiska štartovala jeho doslovná konjunktúra. Jedným z jej kľúčových predpokladov bolo napr. zavedenie osemhodinovej pracovnej doby, ako aj voľného sobotňajšieho popoludnia a nedele, čo sa na vládnej úrovni diskutovalo už v decembri 1918. Schválením zákona o pracovnom pokoji v dĺžke minimálne 32 hodín sa do každodenného života implementoval fenomén víkendu. Voľnočasový fond jednotlivcov sa od roku 1925 rozšíril tiež o nárok na platenú dovolenku zamestnancov v rozsahu šiestich až ôsmich dní ročne, pričom štátnym zamestnancom sa od roku 1926 tento fond rozšíril na dva až šesť týždňov.<sup>5</sup> V tomto opatrení sa však nezrkadlilo len uvoľnenie voľnočasových fondov, ale tiež bezprostredný vplyv na zmenu spôsobu myslenia jednotlivcov.

To viedlo k uvoľneniu potrieb voľnočasovej mobility za účelom odpočinku, zábavy či spoznávania odlišných miest a kultúr, a to nielen na regionálnej, ale tiež zahraničnej úrovni. Jednou z určujúcich platforiem pre rozvoj cestovného ruchu v sledovanom období bola tiež dopravná infraštruktúra, a osobitne, možnosti a limity jednotlivých dopravných segmentov.

---

nický vývoj na Slovensku v období druhej priemyselnej revolúcie 1867–1918. In: *Historické štúdie*, 2013, roč. 47, s. 121–148. V súvislosti s vplyvom rozvíjajúcej sa železnice na turizmus vo Vysokých Tatrách pozri napr. ŠIMKO, Peter a kol.: *Košicko-Bohumínska železnica. Veľká kniha o oceľovej tepne severného Slovenska*. Žilina 2022, s. 249–257.

- 4 CHORVÁT, Ivan: *Cestovanie a turizmus v zrkadle času*. Banská Bystrica 2007, s. 91, online in: [file:///C:/Users/PC/Downloads/cest\\_a\\_turizm\\_final-1.pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/cest_a_turizm_final-1.pdf) (27. 11. 2023); PITEKOVÁ, Jana: *Dva svety cestovného ruchu na Slovensku*. Kraków 2022, s. 18–19; POPELKOVÁ, Katarína: Každodennosť a životné svety obyvateľstva. In: ZEMKO, Milan – FERENČUHOVÁ, Bohumila a kol.: *Slovensko v 20. storočí. V medzivojnovom Československu 1918–1939*. Bratislava 2012, s. 137–138; ZEMKO, Milan. Premeny medzivojnovnej kultúry. In: *Tamtiež*, s. 172–192. Čiastočne aj KÁZMEROVÁ, Lubica: Medzivojnové premeny školstva a kultúry. In: *Tamtiež*, s. 153–192. HOLEC, Roman: *Človek a príroda v „dlhom“ 19. storočí*. Bratislava 2014; MANNOVÁ, Elena: *Spolky a demokratizácia spoločnosti na Slovensku v prvej polovici 20. storočia*. In: KOVÁČ, Dušan – HANULA, Matej a kol. *Z monarchie do republiky*. Bratislava 2022, s. 69–90.
- 5 MAREŠ, Jan – RANDÁK, Jan: Volný čas. In: HÁJKOVÁ, Dagmar – HORÁK, Pavel (eds.): *Republika Československá 1918–1939*. Praha 2018, s. 717.

Proces ich modernizácie a rozvoja bol však zložitý a odohrával sa v širšom kontexte viacerých, primárne hospodársko-sociálnych problémov.<sup>6</sup>

V súvislosti s kreovaním technicko-organizačného zázemia CR v Československu je potrebné uviesť, že vládna reprezentácia mladého štátu tieto trendy reflektovala a často poukazovala na jeho hospodársku a kultúrnospoločenskú dôležitosť. Zároveň však v prvých rokoch poukazovala aj na nepripravenosť štátu, a to hlavne po stránke zabezpečenia infraštruktúry, zásobovania či stavu ubytovacích kapacít<sup>7</sup>. „Ukončením války a uzavřením míru padají veškeré překážky, jež stály v cestě cizineckému ruchu a nastává povinnost upravití ony podmínky, na nichž rozvoj cizineckého ruchu jest závislý.“<sup>8</sup>

Typickým rysom, a zároveň jedným z kľúčových limitov, bola kompetenčná roztrieštenosť a nejednotnosť inštitúcií. Tá vyplývala predovšetkým z množstva odvetví a segmentov, ktoré na seba CR viazal.

Podľa J. Štemberka vznikla už v novembri 1918 Cudzinecká komisia, na ktorej činnosť plynule nadviazal Cudzinecký úrad, spadajúci od júla 1919 do kompetencie ministerstva priemyslu, obchodu a živností (ministerstva obchodu). Jeho hlavnou úlohou bola starostlivosť o zahraničných hostí a taktiež reprezentácia a propagácia Československa v zahraničí. Okrem českých krajín boli postupne založené aj jeho pobočky v Bratislave a v Užhorode.<sup>9</sup>

Po roku 1921 bol Cudzinecký úrad zrušený a jeho agenda prešla pod správu ministerstva obchodu. Z kompetenčného hľadiska to bolo práve ministerstvo obchodu, ktorému oficiálne prináležala podpora CR.<sup>10</sup> Napriek tomu si jeho

6 Odborná spisba k dejinám dopravy na území českých krajín a Slovenska zaznamenala v posledných dvoch dekádach dynamický rozmach. Z vybranej bibliografie pozri napr. monografie: KUBÁČEK, Jiří a kol.: *Železnice na území Slovenska*. Bratislava 1999; BOHUNSKÝ, Juraj – PUHA, Karol: *Dunajská flotila. História lodného parku po roku 1922*. Bratislava 2012; SÁBOL, Miroslav: *Dejiny dopravy na Slovensku 1938–1948 (1950). Jej hranice a limity*. Bratislava 2015; JANČURA, Mikuláš: *Osobný automobilizmus na Slovensku v rokoch 1918–1938*. Košice 2017; ŠALANDA, Bohuslav – ŠTEMBERK, Jan a kol.: *České století motorismu I. Kulturní roviny českého motorismu*. Praha 2019; ZOUHAROVÁ DYKOVÁ, Sylvie – FRICOVÁ, Jana: *České století motorismu II. Motorismus jako prostředek volného času*. Brno 2020; ŠTEMBERK, Jan – JAKUBEC, Ivan; ŠALANDA, Bohuslav: *Automobilismus a česká společnost*. Praha 2020; NĚMEC, Jan – ZOUHAROVÁ DYKOVÁ, Sylvie – RUDIK, Milan: *Do houfu! 100 let organizovaného motorismu v českých zemích*. Brno 2021; ĎURČO, Michal: *Cesty a dálnice na Slovensku v mezivojnovom období*. Bratislava 2021.

7 Národní archiv (ďalej NA), fond (ďalej f.) Ministerstvo průmyslu, obchodu a živností (ďalej MPOŽ), kartón (ďalej k.) 4, sign. 3082/19, Cizinecký ruch. Vymezení příslušnosti cizineckého úřadu.

8 NA, f. MPOŽ, k. 4, sign. 4256/19, Státní rozpočet republiky československé pro rok 1920. XV. Ministerstvo průmyslu, obchodu a živností.

9 ŠTEMBERK, Jan: *Fenomén cestovního ruchu*, s. 22.

10 Tamtiež, s. 23.

organizáciu prakticky súběžne „uzurpovalo“ napr. aj ministerstvo verejných prác. V súlade s rozvrhom agendy centrálnych štátnych orgánov z marca 1919 ju kompetenčne vymedzovalo ako „*Lidový průmysl související s povznesením návštěvy cizinců [...] a ochranu krás přírodních*“.<sup>11</sup>

Do kompetenčných sporov o CR vstúpili na začiatku 20. rokov tiež ministerstvá železníc, verejného zdravotníctva či zahraničia a vnútra, pričom nejasné vymedzenie právomocí a kompetencií bolo zjavné po celé medzivojnové obdobie.<sup>12</sup>

Zvyšujúci sa význam CR po vzniku republiky sa odráža aj v jeho financovaní zo strany štátu. Napriek tomu, že v porovnaní s krajinami západnej Európy bolo nedostatočné, sa už v prvých rokoch zdvihlo z úrovne 350 tis. Kč k roku 1919, na 500 tis. Kč k roku 1920, pričom samotný Cudzinecký úrad bol podporovaný sumou 800 tis. Kč v oboch uvedených rokoch.<sup>13</sup> Do roku 1938 sa ročná suma financovania CR zo strany ministerstva obchodu vyšplhala na 8,5 mil. Kč, avšak samotná čiastka sa podľa odborných kruhov pohybovala len na minimálnej a nevyhnutnej hranici.<sup>14</sup> Z týchto prostriedkov bola financovaná napr. domáca a zahraničná propagácia, menšie subvencie plynuli turistickým spolkom a organizáciám na podporu CR či nižšie sumy na údržbu historických pamiatok.

Územie Slovenska vychádzalo oproti českým krajinám po roku 1918 z hospodársky odlišnej štartovacej čiary. Nižší stupeň technického rozvoja a modernizácie, nižšia úroveň dopravnej infraštruktúry a životnej úrovne obyvateľstva, ako aj celkovo agrárnejší charakter krajiny, boli pre rozvoj moderného CR výraznými determinantmi. Napriek tomu malo územie Slovenska vďaka prírodným danostiam a množstvu kúpeľných miest, vysoký turistický a cestovateľský potenciál, ktorý mal byť využitý.

Organizácia CR na území Slovenska čerpala čiastočne z činnosti starších turistických spolkov,<sup>15</sup> no na jej kreovanie v nových štátoprávnych podmienkach mali výrazný vplyv české odborné a záujmové kruhy.

---

11 NA, f. MPOŽ, k. 12, Rozvrh agendy centrálných úradů RČS, s. 3–4.

12 ŠTEMBERK, Jan: *Fenomén cestovního ruchu*, s. 23.

13 NA, f. MPOŽ, k. 4, sign. 4256/19, Státní rozpočet republiky československé pro rok 1920. XV. Ministerstvo průmyslu, obchodu a živností.

14 Pre porovnanie možno uviesť, že koncom 20. rokov do cestovného ruchu investovalo napr. Nemecko 100 mil. mariek, Taliansko 80 mil. lír a Švajčiarsko 10 mil. frankov. Podľa vtedajšieho ministra obchodu Josefa Václava Najmana (do funkcie nastúpil v roku 1935) bola cieľovou sumou podpory cestovného ruchu 20 mil. Kč. ŠTEMBERK, Jan: *Fenomén cestovního ruchu*, s. 24–25.

15 Napr. Uhorský karpatský spolok so sídlom v Spišskej Novej Vsi či pobočky Maďarského turistického spolku so sídlom v Budapešti. CHORVÁT, Ivan: *Cestovanie a turizmus v zrkadle času*, s. 88. PITEKOVÁ, Jana: *Dva svety cestovného ruchu na Slovensku*, s. 18, 25.

Na úrovni organizovanej turistiky išlo o rozšírenie pôsobenia Klubu česko-slovenských turistov (ďalej KČST) na územie Slovenska od roku 1919, začlenenie existujúceho Tatranského spolku turistického v roku 1921 a vznik jeho regionálnych pobočiek. Podľa Jany Pitekovej pôsobilo do roku 1938 na území Slovenska 75 odborov KČST, s približne 30 tis. členskou základňou. Jeho úlohou bola starostlivosť a organizácia domáceho cestovného ruchu, s osobitným zreteľom napr. na značkovanie a technickú údržbu turistických chodníkov, budovanie a prevádzku chát, nocľahární či iných turistických objektov a v neposlednom rade propagáciu Slovenska. Do jeho portfólia patrila aj editácia časopisu *Krásy Slovenska* ako jeho kľúčového komunikačného kanála.<sup>16</sup> KČST rozvíjal aktivity aj na Podkarpatskej Rusi a bol jednou z kľúčových hybných síl rozvoja turizmu na danom území.<sup>17</sup>

V českých krajinách fungovali aj tzv. regionálne (zemské) cudzinecké zväzy, ktoré rozvíjali činnosť už pred prvou svetovou vojnou. Po vzniku Československa sa činnosť Zväzu pre povznesenie návštevy cudzincov v ČSR (cudzineckého zväzu) nasmerovala k podpore a zvyšovaniu aktívneho CR v rámci republiky. V roku 1919 vzišlo z iniciatívy ministerstva obchodu zriadiť podobnú organizáciu aj na území Slovenska. Po komplikovanej dvojročnej príprave bol Slovenský zväz pre povznesenie návštevy cudzincov na Slovensku (slovenský cudzinecký zväz) založený 16. januára 1921.<sup>18</sup> Jeho hlavnou úlohou a účelom bolo „zdrúžiť vo svojom strede obce, ústavy, spolky, v prvom rade turistické a iné korporácie, ako jednotlivcov, v spoločnej snahe, aby sústredením ich činnosti v zväze, podporovala sa návšteva cudzincov a rozmach turistiky na Slovensku.“<sup>19</sup> Okrem toho na seba slovenský cudzinecký zväz viazal čiastkové úlohy týkajúce sa propagácie, pamiatkovej starostlivosti, ochrany kultúrneho dedičstva, skvalitňovania dopravnej, ako aj hotelovej a gastronomickej infraštruktúry, vytvárania podmienok pre pestovanie športov, riešenia legislatívnych otázok okolo pasových a vízových prekážok a spolupráce a koordinácie krokov s centrálnym ministerstvom obchodu.<sup>20</sup> Do balíka úloh patrila napr. tiež súčinnosť s turistickými korporáciami, za účelom starostlivosti o turistické chodníky, ich značenia

---

16 PITEKOVÁ, Jana: *Dva svety cestovného ruchu na Slovensku*, s. 27; CHORVÁT, Ivan: *Cestovanie a turizmus v zrkadle času*, s. 93.

17 RYCHLÍK, Jan – RYCHLÍKOVÁ, Magdaléna: *Podkarpatská Rus v dejinách Československa 1918–1946*. Praha 2016, s. 139.

18 ŠTEMBERK, Jan: *Fenomén cestovného ruchu*, s. 32.

19 Slovenský národný archív (ďalej SNA), f. Obchodná a priemyselná komora Banská Bystrica (ďalej OPK BB), k. 508, Stanovy Slovenského zväzu pre povznesenie návštevy cudzincov.

20 PITEKOVÁ, Jana: *Dva svety cestovného ruchu na Slovensku*, s. 31.

a technického stavu, ako aj snaha o to, aby „pobyt cudzincov-turistov v krajine sa spríjemnil“.<sup>21</sup>

Z dlhšej organizačnej prípravy založenia zväzu a zo širokého portfólia jeho čiastkových úloh vyplýva, že CR narážal na Slovensku na početné hospodárske a infraštruktúrne limity. Dôležitým je tiež to, že v rámci územia Slovenska nebol všeobecne etablovaný, resp. ukotvený v mentalite väčšinového obyvateľstva. Ďalší nezanedbateľný faktor je tiež náročnosť východiskovej pozície, absencia hlbšej a rozvinutejšej tradície oproti českým krajinám, a teda nutnosť kreovať organizačné zázemie cestovného ruchu na Slovensku od základu.

Ďalším z radu limitov bola absencia jednotného legislatívneho rámca pre CR. Tá bola však celoštátnym problémom. Starostlivosť o CR síce podliehala ministerstvu obchodu, no ako už bolo uvedené, na úrovni ministerstiev dochádzalo ku kompetenčným sporom. Ďalším problémom bolo angažovanie sa korporácií na dobrovoľnej báze, ktoré boli v tomto smere závislé od subvencií zo strany štátu. Snahy o systematické riešenie týchto problémov prišli v podobe prípravy zákona o CR od druhej polovice 20. rokov. Ako veľmi aktívne sa na tomto poli prejavili odborné kruhy zo Slovenska, ktoré počítali so zriadením samostatného ministerstva pre turistiku a cestovný ruch.<sup>22</sup> Návrh bol však zamietnutý. Príprava zákona narážala na množstvo problémov, ktoré ju spolu s nástupom hospodárskej krízy potlačili do úzadia. Ako najpálčivejšie sa prejavili napr. financovanie CR, podiel, resp. pomer štátu a súkromného sektora, daňová politika a pod. Ako dočasné riešenie možno chápať iniciatívu ministerstva obchodu, z ktorej vzišlo založenie Československej ústrednej cudzineckej rady v januári 1929. Jej funkcia bola dvojaká, a to smerom do vnútra, v rámci ktorej mala vytvárať čo najpriaznivejšie podmienky pre pobyt cudzincov, a smerom von, ktorá spočívala v efektívnej propagácii a prehlbovaní záujmu cudzincov o Československo ako o atraktívnu turistickú destináciu.<sup>23</sup> Zároveň mala fungovať ako kvalitatívny medzistupeň medzi často nekoordinovanou dobrovoľnou činnosťou zákonne rámcovanou úpravou.<sup>24</sup> Podľa J. Štemberka však rada pracovala veľmi nepružne, neefektívne a jej činnosť bola finančne podvyživená.<sup>25</sup> K obnoveniu prípravy zákona došlo až v priebehu roka 1934, a to z iniciatívy Národohospodárskeho ústavu Slovenska a Podkarpatskej Rusi, jednotlivých obchodných a živnostenských (priemyselných) komôr a iných odborných a záujmových korporácií. Z ich pera boli vypracované početné návrhy

21 SNA, f. OPK BB, k. 508, Stanovy Slovenského zväzu pre povznesenie návštevy cudzincov.

22 ŠTEMBERK, Jan: *Fenomén cestovného ruchu*, s. 35.

23 Tamtiež, s. 36.

24 PITEKOVÁ, Jana: *Dva svety cestovného ruchu na Slovensku*, s. 35.

25 ŠTEMBERK, Jan: *Fenomén cestovného ruchu*, s. 36.



a viaceré osnovy návrhov zákona o CR,<sup>26</sup> diskutované v priebehu jesene 1934 a roka 1935 na medziministerských poradách.<sup>27</sup> Z jednotlivých návrhov vzišli do roku 1936 štyri varianty zákona, pričom jeho konečná verzia bola predložená až na jar roku 1937 a nebola prijatá. Následný vývoj na politickej úrovni zatlačil prípravu zákona o CR opäť do úzadia. Samotné ministerstvo obchodu ho po marci 1939 už nepovažovalo za prioritu. Štemberk upozorňuje, že na pozadí jeho zdĺhavej a často kontraproduktívnej prípravy možno vysledovať problematické postavenie CR v medzivojnovom Československu. V jeho rámci na seba naráža vnímanie CR ako dôležitého hospodársko-ekonomického odvetvia a zároveň neschopnosť prijať optimálnu a ucelenú koncepciu, ktorá by priniesla pevný základ pre jeho rozvoj,<sup>28</sup> ako k nemu pristúpili vládne inštitúcie napr. v súdobých krajinách západnej, strednej, ale aj juhovýchodnej Európy.<sup>29</sup>

Snaha o kompenzovanie týchto nedostatkov sa prejavovala hlavne prostredníctvom regionálnych aktivít a taktiež aktivít súkromného sektora, ktorý v tejto oblasti vystupoval často ako priama konkurencia štátnemu podnikaniu.

Napriek tomu, že v kontexte štátnej podpory regionálneho rozvoja zaznamenal CR reálne len okrajovú pozornosť,<sup>30</sup> výrazné regionálne aktivity boli rozvíjané na území Slovenska. Prebiehali hlavne v súčinnosti slovenského cudzineckého zväzu a obchodných a priemyselných komôr, v spolupráci s ministerstvom obchodu a pražským ústredím cudzineckého zväzu.

Jedna z východiskových aktivít bola napr. anketa o CR z júna 1931, ktorá sa konala v Banskej Bystrici. Za prítomnosti predsedu ústredia cudzineckého zväzu v Prahe Eugena Pštrossa a predsedu Obchodnej a priemyselnej komory v Banskej Bystrici Viliama Paulínyho boli dôsledne pomenované kľúčové problémy rozvoja CR na Slovensku, s osobitným dôrazom na hospodárske otázky, ako napr. dopravnú infraštruktúru, ale tiež otázky kvalitnej propagácie, ubytovacích kapacít či nutnosti vedenia dôslednej evidencie a štatistiky. Samotné závery mali slúžiť ako technicko-organizačný základ k ďalšej, systematizovanej činnosti.<sup>31</sup> Osobitný priestor bol venovaný aj osvetovej činnosti a jej preneseniu na pôdu škôl, čím by sa zvyšovalo povedomie o význame CR medzi žiakmi

---

26 SNA, f. OPK BB, k. 420, Organizácia cestovného ruchu.

27 NA, f. Předsednictvo ministerské rady (ďalej PMR), k. 3580, Cizinecký a lázeňský ruch.

28 ŠTEMBERK, Jan: *Fenomén cestovního ruchu*, s. 40.

29 V rámci prípravy rôznych návrhov boli do úvahy brané zákonné rámce cestovného ruchu z Nemecka, Rakúska, Francúzska, Talianska, Švajčiarska, Španielska, Portugalska, ale aj Grécka, Maďarska, Poľska, Juhoslávie, Rumunska a Sovietskeho zväzu. NA, f. PMR, k. 3580, sign. 17128/34.

30 WOKOUN, René a kol.: *Vývoj podpory regionálního rozvoje v Československu a České republice*. Praha 2021, s. 44.

31 SNA, f. OPK BB, k. 508, Anketa o cudzineckom ruchu na Slovensku, č. j. 7770/32.

a širšou verejnosťou.<sup>32</sup> Zároveň slovenský cudzinecký zväz intenzívne apeloval na rozšírenie počtu jeho pobočiek mimo Bratislavu, ale aj jeho členskej základne, a to nielen o hotely a kúpeľné rezorty, ale celé obce a mestá, ktoré sa na rozvoji CR mali aktívne podieľať.<sup>33</sup> Osobitným cieľom týchto aktivít bola propagácia Slovenska a prilákanie hostí hlavne z českých krajín. Tomu paradoxne napomohla hospodárska kríza a politikmi a tlačou propagované heslo „poznaj najprv svoju vlasť“, prostredníctvom ktorého bolo nabádané uprednostniť domáce dovolenkové ciele pred zahraničím. Pozornosť bola v tejto súvislosti okrem českých krajín upriamovaná aj na územie Slovenska a jeho kľúčové destinácie, ako napr. Tatry, Považie či kúpeľné mestá. Za týmto účelom boli vo viacerých českých mestách na jar 1932 zorganizované propagačné prednášky, často spojené s premietaním filmov či ochutnávkou typicky slovenských potravinárskych výrobkov.<sup>34</sup> Popri hospodárskom motíve však možno na tomto pozadí identifikovať aj snahu o upevňovanie štátnosti, určitej kultúrnej, kolektívnej identity a spolupatričnosti resp. ich povedomia.<sup>35</sup>

Od regionálnych aktivít nezostala úplne bokom ani Podkarpatská Rus. Okrem aktivít KČST, boli vydávaní turistickí sprievodcovia, ktorí okrem prírodných krás propagovali primárne nízke ceny potravín a ubytovania. Vo všeobecnosti však bola Podkarpatská Rus atraktívna primárne pre strednú vrstvu a oslovovala peších turistov a lyžiarov. Napriek bohatosti minerálnych prameňov tam v sledovanom období nevznikol žiaden kúpeľný rezort. V dôsledku horšej dopravnej dostupnosti, geografickej vzdialenosti a nižšiemu počtu, ako aj úrovni ubytovacích kapacít bola Podkarpatská Rus menej vyhľadávanou destináciou.<sup>36</sup>

---

32 Anketu o cudzineckom ruchu v Banskej Bystrici. Lud si musí byť vedomý významu cudzineckého ruchu. In: *Slovák*, 1931, roč. 13, č. 134, s. 4.

33 SNA, f. OPK BB, k. 508, Obežník krajského úradu v Bratislave, č. 21601/1932, s. 146–147.

34 Napr. Praha, Kolín, České Budějovice, Hradec Králové, Pardubice, Náchod. SNA, f. OPK BB, k. 508, č. spisu 6846, 7046, 7650.

35 „Nevyčerpateľnou studnicou krás a dojmů je zejména Slovensko. [...] Návštěva naší domoviny a Slovenska znamená velký čin pro republiku a stát. Poznávejme se navzájem, obyvatelé jednotlivých zemí a krajin republiky. Sblížme se a přispějme k utužení československé vzájemnosti a k vzájemnému hospodářskému posílení.“ Kam na dovolenou? In: *Národní politika*, 1932, roč. 5, č. 112, s. 1.

„Češi, Slováci a bratři Podkarpatskorusové, poznávejme se vzájemně, sblížíjme se, posilujme se. [...] Venkov městům, města venkovu, všude Čechoslováci Čechoslovákům. Místo do ciziny jen po republice a především též na Slovensko!“ Československé veřejnosti! Letos na dovolenou a na cesty jen v republice! In: *Národní politika*, 1932, roč. 5, č. 124, s. 2.

36 Bližšie napr. k údajom o ubytovacích kapacitách či dopravnej dostupnosti pozri: RYCHLÍK, Jan – RYCHLÍKOVÁ, Magdaléna: *Podkarpatská Rus v dějinách Československa 1918–1946*, s. 139–145.

V druhej polovici 30. rokov bola Národohospodárskym ústavom pre Slovensko a Podkarpatskú Rus vypracovaná finančná analýza potrebných nákladov v oblasti CR. *Investičný program z hľadiska cudzineckého ruchu* vznikol v apríli 1936, v súčinnosti so župnými úradmi na Slovensku, Slovenským cudzineckým zväzom, vedením Československých dráh a KČST. Obsahoval vyčíslenie investícií do dopravnej a komunikačnej infraštruktúry, a to na úrovni železníc, cestnej infraštruktúry a turistických chodníkov. Zahŕňal položky stavebnej činnosti na úrovni výstavby hotelov, turistických chat či kúpalísk a osobitne rátal aj s pamiatkovou starostlivosťou o hrady a zámky.<sup>37</sup> Program bol vysoko ambiciózny, komplexný a dokladá snahu príslušných inštitúcií na Slovensku otázku rozvoja cestovného ruchu seriózne riešiť. Zároveň to bol program, ktorý účelovo pomenoval nevyhnutné položky a rámcovo vyčíslil optimálnu výšku investície. Aj napriek tomu, že podľa slov predsedu ústavu Kornela Stodolu išlo o „*Sofortprogram*“, uskutočniteľný v čo najkratšom čase“,<sup>38</sup> vyčíslené sumy narážali na hospodársku realitu a na limity financovania cestovného ruchu, a to nielen na Slovensku, ale na celoštátnej úrovni.<sup>39</sup>

Investičný program bol súčasťou širšieho balíka aktivít, ktoré boli diskutované v tzv. ankete o cudzineckom a turistickom ruchu na Slovensku zo 6. mája 1936. Konala sa v Bratislave pod záštitou slovenského cudzineckého zväzu, Krajinského úradu a Národohospodárskeho ústavu pre Slovensko. Význam akcie dokladá prítomnosť zástupcov kľúčových slovenských, ale aj celoštátne pôsobiacich inštitúcií, s aktívnym dosahom na technicko-organizačné zabezpečenie cestovného ruchu v krajine.<sup>40</sup> Cieľom ankety bolo definovanie programovej organizácie a zintenzívnenia CR, s osobitným zreteľom na propagačnú činnosť

37 SNA, f. OPK BB, k. 566, Investičný program s hľadiska cudzineckého ruchu, i. č. 552/936.

38 SNA, f. OPK BB, k. 566, Investičný program s hľadiska cudzineckého ruchu, i. č. 552/936.

39 Podľa investičného programu sa na komunikačné projekty odhadovala suma 28 571 000 Kč, na projekty povrchových stavieb 14 810 000 Kč a na pamiatkovú starostlivosť suma vo výške 610 000 Kč. SNA, f. OPK BB, k. 566, Investičný program s hľadiska cudzineckého ruchu, bez signatúry.

40 Krajinský výbor, ministerstvo zahraničných vecí, ministerstvo železníc, ministerstvo verejného zdravotníctva, krajinský úrad, ústredná spáva štátnych kúpeľov, ústredie cudzineckých zväzov, slovenský cudzinecký zväz, obchodné a priemyselné komory na Slovensku (Bratislava, Banská Bystrica, Košice), národohospodársky ústav, riaditeľstvá štátnych železníc, Československá dopravná kancelária (ČEDOK), zástupcovia mestských rád z Bratislavy, Banskej Bystrice a Košíc a odborné a záujmové korporácie (Klub československých turistov, Autoklub RČS, Zväz slovenských kúpeľov, Zväz hotelierov v ČSR, Zväz slovenských hostinských a kaviarníkov, Syndikát československých žurnalistov a zástupcovia menších záujmových spolkov, ako napr. poľovníctva a rybárstva). SNA, f. OPK BB, k. 657, Zápisnica o ankete vo veci cudzineckého ruchu. In: *Krajinský vestník pre Slovensko*. Príloha k 19. číslu zo dňa 10. júna 1936.

do vnútra štátu a smerom k zahraničiu, ako aj koordináciu zodpovedných inštitúcií. „*O cudzinecký a turistický ruch na Slovensku pečuje sa početnými inštitúciami, ktoré ale nepracujú v potrebnom vzájomnom dorozumení a ktorých činnosť sa mnoho razy aj križuje. Je treba, aby pečlivosť o tento ruch bola vedená z jednotného ústredia a hľadiska systematicky a s pevným presným programom. Nie je praktické, aby sa o určité rovnaké ciele starali dve alebo viacej korporácií alebo úradov bez vzájomného dohodnutia.*“<sup>41</sup>

Osobitným bodom ankety bolo štruktúrovanie pôsobnosti Slovenského cudzineckého zväzu do jeho krajských pobočiek, pričom bolo navrhované vytvorenie piatich tzv. cudzineckých oblastí pre okresy jednotlivých regiónov Slovenska. Dôraz bol kladený na nutnosť funkčného koordinačného ústredia. „*Na tento široký úkol nestačí dosavadná organizačná a kompetenčná štruktúra Slovenského cudzineckého zväzu. Z praktických skúseností totiž ukázalo sa, že voči sústreďovacím snahám Slovenského cudzineckého zväzu iné korporácie v obore pečlivosti o cudzinecký ruch ostali ľahostajné*“<sup>42</sup>.

Jedným z výsledkov tejto aktivity bolo rozpracovanie konceptu ústrednej koordinačnej inštitúcie, ktorá by bola „*organizačnou, propagačnou a študijnou centrárou, ktorá by zjednocovala a po odbornej stránke prehlbovala činnosť regionálnych a miestnych orgánov pre pečlivosť o cudzinecký ruch na Slovensku*“. Okrem toho mala táto nová inštitúcia zjednotiť komplexnú politiku vo vzťahu k CR na Slovensku.<sup>43</sup> Rokovania tohto typu boli výrazným posunom v organizácii CR na Slovensku, ktorý zaznamenal aj silný ohlas v českých krajinách. Praktickým vyústením rokovania bolo ustanovenie slovenskej rady pre CR vo februári 1937. Jej úloha a aktívna náplň do značnej miery kopírovala body rozvrhnuté v ankete z mája 1936. Išlo primárne o podporu rozvoja CR na Slovensku a koordinovať spoluprácu zainteresovaných korporácií, ktorých rada združovala cca 20, a to na úrovni záujmových a odborných korporácií a taktiež miest. Z hľadiska vnútornej štruktúry disponovala hotelovou, propagačnou a dopravnou sekciou. Postupne sa však ich počet rozširoval. Platí to aj pre regionálnu štruktúru, ktorá taktiež vychádzala z návrhu z roka 1936. Krajské kancelárie rady začali okrem Bratislavy pôsobiť v Žiline, Banskej Bystrici, Novom Smokovci a v Košiciach.<sup>44</sup> Samotná rada fungovala z právneho hľadiska ako

41 SNA, f. OPK BB, k. 657, č. 96.306/12/1936.

42 SNA, f. OPK BB, k. 657, Zápisnica o ankete vo veci cudzineckého ruchu. In: *Krajinský vestník pre Slovensko*. Príloha k 19. číslu zo dňa 10. júna 1936, s. 15–16.

43 SNA, f. OPK BB, k. 657, Zápisnica o ankete vo veci cudzineckého ruchu. In: *Krajinský vestník pre Slovensko*. Príloha k 19. číslu zo dňa 10. júna 1936, s. 16.

44 SNA, f. OPK BB, k. 628, Zápisnica z prvej pracovnej schôdze Slovenskej rady pre cestovný ruch z 11. apríla 1938.

spolok a v jej vedení mali zastúpenie hlavne členovia krajinských inštitúcií pričom technické zabezpečenie a personál prebrala od Slovenského cudzineckého zväzu.<sup>45</sup> Slovenská rada pre CR pretrvala politické zmeny z jesene 1938 (ktoré mali neblahý dopad na jej rozpočet)<sup>46</sup> a pod názvom Slovakotour sa stala technicko-organizačným základom pre CR počas Slovenského štátu.<sup>47</sup>

## Reprezentácie v cestovnom ruchu a ich ukotvenie vo vybraných teoretických prístupoch<sup>48</sup>

Z priblíženého náčrtu kontextuálnych východísk vyplýva, že v prípade CR ide o vnútorne zložitý fenomén, viažuci na seba množstvo aktivít a vzájomne prepojených aspektov, ktoré sú navyše historicky a kultúrne podmienené. Z toho vyplýva aj značná členitosť teoretických ukotvení s množstvom presahov.

Už len východiskový pojem „cestovný ruch“ a jeho detailné vymedzenie, navyše v historickej perspektíve, by bolo vyčerpávajúce.<sup>49</sup> Pre potreby tohto textu

---

45 ŠTEMBERK, Jan: *Fenomén cestovného ruchu*, s. 40.

46 SNA, f. OPK BB, k. 657. i. č. 4175/38 PO/M.

47 Bližšie k problematike cestovného ruchu počas totalitných režimov v rokoch 1939–1945 pozri: ŠTEMBERK, Jan – JAKUBEC, Ivan: *Cestovný ruch pod dohľadom tretej ríše*. Praha 2018; SABOL, Miroslav: Nie iba chlebom a soľou, ale aj päsťami a nadávkami : cestovný ruch za Slovenského štátu. In: MICHÁLEK, Slavomír (ed.): *História zadnými dverami 2 : nezvyčajné príbehy zo slovenských a svetových dejín*. Bratislava 2020, s. 375–389; SABOL, Miroslav: Počiatky mototuristiky na Slovensku v prvej polovici 20. storočia. In: *Historická sociologie: časopis pro historické sociální vědy*, 2020, roč. 12, č. 1, s. 131–145, online in: [https://karolinum.cz/data/clanek/7949/HS%201%202020%20final\[131-145\].pdf](https://karolinum.cz/data/clanek/7949/HS%201%202020%20final[131-145].pdf) (27. 11. 2023).

48 Teoretické vymedzenia problematiky reprezentácií boli čiastočne spracované v príspevku s ťažiskom vo vzájomnej výmene kontaktov v oblasti cestovného ruchu medzi Československom a Juhosláviu v medzivojnovom období. Nereflektuje však úlohu reprezentácií ako možného činiteľa ovplyvňujúceho vývoj česko-slovenských vzťahov. Text vznikol v rámci implementácie projektu VEGA1/0342/20. *Premeny a interakcie ideológie čechoslovakizmu a juhoslavizmu v podmienkach 20. storočia*. Príspevok je v tlači.

49 V najširšom zmysle možno CR chápať ako priestorovú mobilitu osôb mimo miesta ich trvalého bydliska. Tento všeobecný náhľad však naplňa viac obsah pojmu „cestovanie“ a nezohľadňuje viaceré faktory, napr. motivácie jednotlivcov či skupín na úrovni pracovného a voľného času. Tiež širšie súvislosti, ako napr. sociálny status osôb, spôsob mobility, cieľová destinácia, dĺžka pobytu, predpoklad návratu a pod. Marian Gúčík podal definíciu CR ako je chápaný súčasným manažmentom hotelových a gastronomických služieb. Vymedzil ho ako „súbor činností zameraných na uspokojenie potrieb súvisiacich s cestovaním a pobytom osôb mimo miesta trvalého bydliska a zvyčajne vo voľnom čase. Ich cieľom je odpočinok, poznávanie, zdravie, rozptýlenie a zábava, kultúrne a športové vyžitie, služobné cesty, t. j. získavanie komplexného zážitku.“ GÚČIK, Marian: *Cestovný ruch. Hotelierstvo. Pohostinstvo. Výkladový slovník*. Bratislava 2006, s. 22.

bude CR chápaný ako voľnočasová mobilita, naplňajúca charakteristiky nástupu moderného turizmu počas prvej polovice 20. storočia. Primárne ide o vymedzenie pracovného a voľného času a jeho využitie,<sup>50</sup> ale tiež reflexiu technického pokroku napr. na úrovni rozvoja dopravných systémov či služieb. S tým organicky súvisí dôslednejšie začlenenie turizmu do ekonomických a legislatívnych štruktúr. Toto vymedzenie korešponduje s vývojovými fázami CR, ako ich priblížil Milan Hlavačka,<sup>51</sup> pričom medzivojnové obdobie považuje za „počiatok epochy pozvoľného vývoja k masovému turizmu“.<sup>52</sup>

CR, resp. turizmus reflektuje v tomto kontexte aj výrazne prítomnú socioekonomickú rovinu, pretože okrem voľného času na seba nevyhnutne viaže aj konzumné správanie. Na ekonomickú previazanosť voľného času s používaním (konzumovaním) vecí upozornil na prelome 19. a 20. storočia ekonóm a sociológ Torstein Veblen.<sup>53</sup> Voľný čas interpretoval ako neproduktívny, a teda ekonomicky nežiaduci, no napriek tomu zvýraznil voľný čas ako komoditu určenú k spotrebe, ktorej predpokladom sú hmotné veci. Na túto líniu nadviazali napr. Tim Dant alebo Nepomuk Gasteiger, ktorí zvýraznili previazanosť voľného času s hmotnou kultúrou,<sup>54</sup> ale tiež kategóriu „demonštatívneho konzumu“ ako

---

50 V súlade s chápaním voľného času v prvej polovici 20. storočia je možné aplikovať dve najčastejšie používané sociologické vymedzenia, reziduálne a normatívne. Reziduálne sa vzťahuje k voľnému času ako mimopracovnému, ktorý „zostáva po splnení pracovných a nepracovných povinností spojených napr. s nutnosťou zachovania svojho biofyziologického či rodinného systému“. Normatívne možno považovať za prirodzenú súčasť reziduálneho a viaže sa na „určitú významovú vlastnosť voľného času ako napr. na subjektívne slobodnú voľbu činnosti, jej bezprostrednú neutilitárnosť, generujúcu určitý typ pozitívneho zážitku“. FUCHS-HEINRITZ, Werner – LAUTMANN, Rüdiger – RAMMSTEDT, Ottheim – WIENOLD, Hanns (eds.): *Lexikon zur Soziologie*. Opladen 1994; PETRUSEK, Miroslav – MAŘÍKOVÁ, Hana – VODÁKOVÁ, Alena a kol.: *Velký sociologický slovník*. Praha 1996, s. 156.

51 Vymedzil štyri historické vývojové fázy turizmu. V prvej fáze, ktorú ohraničil polovicou 19. storočia, bola cesta, resp. priestorová mobilita striktne viazaná na jej účel, ako napr. politicko-mocenské úkony, vzdelávanie, obchod, alebo náboženstvo. Druhú fázu od polovice 19. storočia hodnotí ako pozvoľný nástup turizmu, ktorý bol determinovaný potrebou „dynamizácie vlastnej súčasnosti“ ako spúšťača početných socio-kultúrnych transformačných procesov a v neposlednom rade tiež modernizáciou komunikačnej infraštruktúry a dopravy. HLAVAČKA, Milan. *Mobilita, doprava, cestovanie, turizmus – zamyšlení nad pojmy a jejich roly ve společnosti*. In: JAKUBEC, Pavel. (red.): *Na kolech do světa. Po silnicích nejen Českého ráje a Pojizeří. Referáty z vědecké konference konané ve dnech 17. – 18. dubna 2015 v Mladé Boleslavi. Z Českého ráje a Podkrkonoší – supplementum 17*. Semily – Turnov – Jičín 2016, s. 11–24.

52 Tamtiež, s. 14.

53 VEBLEN, Torstein: *The Theory of The Lesuire Class*. Oxford 2007.

54 DANT, Tim: *Materiality and Civilization: Things and Society*. In: *British Journal of Sociology*, 2006, roč. 57, č. 2, s. 292.

kladenia vkusových noriem spotrebiteľského správania.<sup>55</sup> V tejto súvislosti možno voľný čas chápať ako komplexný priestor, ktorý ponúka možnosť aktívneho vyplnenia, prostredníctvom konzumovania vecí, resp. ako generátor komplexných (konzumovateľných) zážitkov.

Ak je turizmus aktívnym trávením voľného času a „generátorom“ komplexných zážitkov, tak je potrebné ho nevyhnutne chápať v kontexte spotreby.

Turizmus ako aktívna voľnočasová aktivita sa tak na spotrebu nie len viaže, ale sama je spotrebou.<sup>56</sup> V rámci komplexného vzťahu spotreby a turizmu zohráva dôležitú úlohu aj výber destinácií.

Cieľové destinácie sú návštevníkmi vyberané kvôli očakávaným zážitkom, ktoré im budú poskytovať. Na výber značne vplýva aj vnímanie prezentovaných obrazov, čo bezprostredne súvisí s vizuálne-semiotickou stránkou propagácie destinácií, a tým aj so samotnou problematikou reprezentácií.

Podľa sociológa Johna Urryho je „*pohľad turistu nasmerovaný na krajiny, resp. miesta, ktoré sú odlišné od jeho každodenných a bežných zážitkov*“. Zároveň poskytujú turistovi neštandardné vizuálne vnemy podnecujúce túžbu dané miesto navštíviť. Na základe týchto reprezentácií je konštruovaná identita toho ktorého miesta a turista hľadá v reprezentáciách znaky, ktoré danú identitu tvoria. Urry vyslovuje myšlienku, že ide o snahu „*vizuálne sprostredkovať napr. francúzskosť Francúzska* [„Frenchness of France“]<sup>57</sup>. Hasso Spode, odvolávajú sa v tejto súvislosti na historickú analýzu cestovného ruchu z Rakúska roku 1905, prezentuje turizmus ako „priemysel“ („Fremdenindustrie“ – doslovne „cudzinecký priemysel“), ktorý „*privádza konzumentov k tovarom, ktoré nie sú prenosné, ako napr. hory alebo klíma a pretvára tak doteraz nepoužitý tovar na hospodársky tovar* [resp. tovar hospodárskeho významu – pozn. autora]<sup>58</sup>.

V tomto kontexte funguje turistická destinácia ako spotrebiteľská komodita, začlenená do širšieho, organizovaného, hospodársko-ekonomického súkolia, ktorého výsledok je spomenutý komplexný zážitok. Do tohto rámca tak zapadá aj Dallenovo a Urryho tvrdenie, že ak turisti kupujú pohľadnice, fotografie, su-

---

55 GASTEIGER, Nepomuk: *Konzument. Obrazy spotřebitele v reklamě, kritice konzumu a ochraňování spotřebitele 1945–1989*. Praha 2015, s. 24.

56 DALLEN, Timothy: *Shopping Tourism, Retailing and Leisure*. Clevedon – Buffalo – Toronto 2005, s. 9; KOSHAR, Rudy: Seeing, Travelling and Consuming. In: KOSHAR, Rudy (ed.): *Histories of Leisure*. Oxford – New York 2002, s. 12.

57 URRY, John: *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in contemporary Societies*. London 1999. Podľa: DALLEN, Timothy: *Shopping Tourism, Retailing and Leisure*, s. 10.

58 SPODE, Hasso. Geburt einer Wissenschaft. Zur Professionalisierung der Tourismusforschung. In: *Themenportal Europäische Geschichte*, 2012, s. 2, online in: <https://www.europa-clio-online.de/essay/id/fdae-1588> (27. 11. 2023).

veníry, alebo sami fotografujú, tak to robia v snahe reprodukovať a znova prežiť vizuálnu skúsenosť navštvieneného miesta.<sup>59</sup>

Prístupy Urryho, Dallena či Spodeho sa bezprostredne dotýkajú reprezentácií ako „meta-roviny“ nazerania na danú problematiku, korešpondujúce čiastočne s odborom vizuálnych štúdií.

Vizuálne štúdie využívajú celý komplex špecifických metodologických nástrojov, ktoré historikovi umožňujú položiť výskumne relevantné otázky. Na túto skutočnosť narážajú aj Alexandra Karentzos a Alma-Elisa Kittner. Síce vychádzajú z Urryho téz o vizuálnej turistickej (cestovateľskej) praxi, ale upozorňujú aj na to, že jeho podanie „prezentácie miesta ako sociálneho konštruktu neopúšťa rámec sociologických analýz, a že z hľadiska interdisciplinarity, nezohľadňuje prístupy vizuálnych štúdií [Bilderwissenschaften], ktoré by do výskumu danej problematiky výrazne prispeli“.<sup>60</sup>

Problematickým je však aj samotný obraz ako nosné informačné médium. V odbornom diskurze vyvoláva širokú diskusiu a pri jeho analýze je potrebné aplikovať celý rad špecifických metód, ktoré majú svoje klady, ale aj nedostatky. Na túto okolnosť poukázali už spomenuté A. Karentzos a A. E. Kittner.

Medzi štandardné prístupy z oblasti vizuálnych štúdií patria ikonografická a semiotická metóda. Obrazový materiál je podrobený analýze v konkrétnych dobových kontextoch a na základe ich vnútorného vzťahového systému znakov a referentov.<sup>61</sup> Samotná analýza má niekoľko fáz. „Prvou fázou je denotácia, ktorá je analogická s preikonografickou interpretáciou. Fotografia pozostáva z viacerých prvkov, ktoré musia byť v tejto fáze pomenované; dôležité je rozobrať každý element obrazu bez ohľadu na to, ako bezvýznamne môže na prvý pohľad pôsobiť. Druhá fáza je konotácia, ktorá je pre interpretáciu fotografie kľúčová, pretože zahŕňa priradovanie významu všetkým prvkom obrazu vytýčených v prvej fáze. Konotáciou jednotlivých znakov a dôsledkom vzájomného vzťahu medzi zložkami obrazu nadobúda fotografia ako celok význam.“<sup>62</sup>

---

59 URRY, John: *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in contemporary Societies*. Podľa: DALLEN, Timothy: *Shopping Tourism, Retailing and Leisure*, s. 11.

60 KARENTZOS, Alexandra – KITTNER, Alma-Elisa: *Holiday in Art – Kunst und Tourismus*. In: KARENTZOS, Alexandra – KITTNER, Alma-Elisa (Hg.): *Topologien des Reisens. Tourismus – Imagination – Migration*. Trier 2010, s. 56, online in: [https://ubt.opus.hbz-nrw.de/opus45-ubtr/frontdoor/deliver/index/docId/357/file/Topologien\\_des\\_Reisens.pdf](https://ubt.opus.hbz-nrw.de/opus45-ubtr/frontdoor/deliver/index/docId/357/file/Topologien_des_Reisens.pdf) (27. 11. 2023).

61 KATRIŇÁK, Lukáš: *Fotografia ako kultúrnohistorický prameň*. In: *Kultúrne dejiny. Stav a perspektívy výskumu kultúrnych dejín v strednej Európe*, 2018, roč. 9. Supplement, s. 139–140.

62 Tamtiež, s. 141.



Je však potrebné uviesť, že v prípade vizuálnej reklamy nejde o „dokumentálnu“ fotografiu, ktorej výpovednú hodnotu máme sklon objektivizovať. O to problematickejšie je pristupovať k reklamným grafikám.

Ako uvádza Marita Sturken, medzi najväčšie paradoxy fotografie patrí to, že hoci sme si vedomí jej mnohoznačnosti, máme tendenciu pristupovať k nej ako k dôkazovému materiálu zobrazujúceho jednu objektívnu pravdu.<sup>63</sup>

Na tomto mieste je smerodajná taktiež otázka reprezentovaných obsahov. Čo sa dostáva do „reprezentačného“ hľadáča? Zároveň je potrebné poukázať na fakt, že samotná reprezentácia a jej šírenie je osobitným druhom transferu, či mobility pre celú škálu informácií (symbolov, konotácií, významov), viažucich sa k prezentovaným obsahom. Reprezentácia je na tomto základe viacvrstevná, a to od fyzických objektov (prenosných, neprenosných) až po ich významy.

V tomto kontexte možno uvažovať o „mobilitate vecí“, ktorá je predmetom viacerých teoretických prístupov pri konceptualizácii problematiky turizmu. Primárne sa v centre ich záujmu nachádzajú prenosné objekty, ktoré sú označované ako „cestujúce“. Pointou takto uchopeného objektu je jeho vnímanie ako „médiá výmeny a komunikácie medzi jednotlivcami a spoločnosťami [...] a zmien jeho referencií prostredníctvom de- a re-kontextualizácie, ktoré môžu viesť k protikladnej zmene jeho významov, a teda od pôvodných k úplne novým“.<sup>64</sup>

Kulturologička Celia Lury rozlišuje viacero skupín objektov, a to cestovateľské, výletné a turistické, pričom rozdiel medzi nimi spočíva v ohraničenosti alebo otvorenosti ich významov a v schopnosti si tieto významy udržať, resp. tlmočiť, v prípade ich možnej mobility.<sup>65</sup> Významovo najstabilnejšie sú podľa Lury cestovateľské objekty, pretože si ho zachovávajú v rôznych kontextoch a zároveň referenčne demonštrujú aj ich pevný vzťah ku krajine pôvodu. Deje sa tak aj napriek možnosti (či nemožnosti) ich mobility. Lury uvádza, že „*príklady týchto predmetov sú napr. umelecké diela, remeselné výrobky či predmety historického, politického alebo náboženského významu, vo vzťahu k národným, alebo ľudovým kultúram*“.<sup>66</sup> Zároveň dodáva, že cestovateľské objekty sa nemusia pohybovať, aby tento status potvrdili, a že sú zvyčajne statické a hýbu sa najčastejšie len ich obrazy. Sú to objekty, v ktorých sa ich význam považuje za

63 STURKEN, Marita – CARTWRIGHT, Lisa: *Studia vizuální kultury*. Praha 2009, s. 28. Podľa: KATRIŇÁK, Lukáš: *Fotografia ako kultúrnohistorický prameň*, s. 137.

64 SCHMIDT-LINSENHOF, Viktoria – COŠKUM, Dorothea: Wandernde Objekte. Die Bedeutung der Mobilität der Dinge. In: *Topologien des Reisens. Tourismus – Imagination – Migration*, s. 165.

65 LURY, Celia. The Objects of Travel. In: ROJEK, Chriss – URRY, John (Eds.): *Touring Cultures. Transformations of travel and theory*. London – New York 2003, s. 78–80.

66 Tamtiež, s.78.

imanentný, v ktorých miesto a význam splývajú v dôsledku symbolickej väzby.<sup>67</sup> Výraznú úlohu tu zohráva aj ich autenticita<sup>68</sup> ako súčasť priblíženej mozaiky.

Pri opätovnom položení východiskovej otázky, čo je fyzicky vizualizované a prezentované, možno odpovedať, že sú to objekty viažuce na seba historické, kultúrne, politické či náboženské významy, asociácie a symbolické väzby s konkrétnymi miestami a ich krajinou pôvodu, a to bez ohľadu na ich vlastnú, fyzickú možnosť „hýbať sa“. V tejto súvislosti možno navyše uviesť, že sú to práve neprenosné objekty, ktorých transfer prostredníctvom reprezentácií je vďaka ich stabilnejším vlastnostiam „údernejší“. Posun od fyzickej vrstvy objektov k ich symbolickej a nakoniec významovej tak tvorí základ pre otázku čo je výuštením zmienenej symbolickej väzby medzi objektom a miestom vo vzťahu ku krajine pôvodu. V kontexte reprezentácií v CR je to vizualizovaný a „koncentrovaný“ obraz identity miesta.

Na tomto mieste sa otvára ďalší blok otázok, ktoré však v rámci tohto textu nebudú, vzhľadom na aktuálny stav výskumu, plnohodnotne zodpovedané. Ak použijeme príklad Urryho hľadania „francúzskosti“ Francúzska, tak ako by v prípade zamerania tohto textu mohla byť uchopená vonkajšia reprezentácia „československosti“ Československa, a čo by napĺňalo jej obsah? Bola vo vizuálnej prezentácii československých turistických destinácií, vo vzťahu k formovaniu česko-slovenských vzťahov, zakódovaná aj politická ideológia? Aké boli jej prezentované či zdôrazňované znaky? Bola to jednota, spolupatričnosť, spoločný príbeh, hrdosť, hospodárska vyspelosť, modernita? Či, naopak, hospodárska, ekonomická a kultúrna nesúrodosť, „predávaná“ ako balíček „exotických“ špecifik a rozdielov?

Na mieste je tiež otázka ako premýšľali tvorcovia turistického propagačného materiálu a aké ciele sledovali?

Je relevantné sa domnievať, že primárnym cieľom úradov a korporácií zastrešujúcich CR, bolo „predať“ lokality, miesta, destinácie na trávenie dovolenky. Využitie pri tom malo byť široké portfólio podporných služieb ako nových podnikateľských odvetví, čo primárne korešponduje s „marketingom“ a jeho vnútornými mechanizmami.

V prípade Československa mala propagácia viacero podôb. Štandardným médiom bola tlač, v rámci ktorej boli zverejňované propagačné články či klasická inzercia. V priebehu sledovaného obdobia sa vyprofilovala aj relatívne širo-

---

67 Tamtiež, s.78.

68 SAUPE, Achim: Historische Authentizität. Individuen und Gesellschaften auf der Suche nach dem Selbst – ein Forschungsbericht. In. *H-Soz-Kult*, 2017, s. 30–31, online in: <http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/forum/2017-08-001> (27. 11. 2023).

ká paleta špecializovaných časopisov, a to napr. periodiká rôznych turistických spolkov, ale tiež automobilových klubov či odborných periodík hotelových a gastronomických spoločností. Vyššou úrovňou boli rôzne brožúry, letáky či plagáty, vydávané zväčša cestovnými kancelárkami. V propagácii sa rýchlo uplatňovali aj moderné médiá, ako napr. diapozitívy, propagačné filmy premietané v kinách či rozhlasové relácie s turistickou tematikou.<sup>69</sup>

Výraznú úlohu v propagácii zohral taktiež samotný štát, rôzne turistické a záujmové spolky, regionálne korporácie či jednotlivci. Problémom bolo však časté prekrývanie aktivít a chýbajúca vzájomná koordinácia. To patrí do širšieho „balíka“ limitov technicko-organizačného zázemia cestovného ruchu v medzivojnovom Československu.

Podľa J. Štemberka bolo pod pojmom propagácia v dobovom kontexte myslené „objektívne upozorňovanie na zaujímavé akcie a atraktivity a na rozdiel od reklamy mala byť (propagácia, pozn. autora) informatívna, nevtieravá a zastupovať záujmy celku. Jej vhodne pripravená a organizovaná koncepcia mala odstrániť [...] malé znalosti o existencii nového štátu“.<sup>70</sup>

V dôsledku pozvoľného rozvoja technicko-organizačného zázemia cestovného ruchu bolo Československo ešte v polovici 30. rokov, napr. pre turistov z Veľkej Británie, relatívne neznámou krajinou. Toto tvrdenie čiastočne dokladá napr. článok anglických novín *Sunday sun*, z apríla 1934, s prozaickým názvom *The land you never hear about*.<sup>71</sup>

Odborné kruhy si však plne uvedomovali vysoký význam propagácie a prakticky od vzniku republiky apelovali na nutnosť ju systematicky rozvíjať. Štát v tejto veci úzko spolupracoval napr. s Československou dopravnou kanceláriou či s vydavateľstvom Orbis.<sup>72</sup>

Okrem podfinancovania propagácie bola jej problémom podľa J. Štemberka aj značná selektívnosť. Zameriavala sa primárne na kúpeľné oblasti. Do hľadáča turistov sa tak, zjednodušene povedané, dostali „Západočeské kúpele, Praha a Vysoké Tatry. Ostatné lokality sa viac-menej krčili v pozadí“.<sup>73</sup> Selektívnosť sa prejavovala aj v orientácii na turistov z vyšších spoločenských vrstiev a problémom bola aj slabšia adresnosť a univerzálnosť propagačných materiálov smerom k zahraničiu.<sup>74</sup> Rôzny propagačný materiál, ako napr. brožúry, letáky či

---

69 ŠTEMBERK, Jan: *Fenomén cestovného ruchu*, s. 64.

70 Tamtiež, s. 64.

71 NA, f. Ministerstvo zahraničných vecí – Výstřížkový archiv, k. 2669. ALBERT, A. Herold. Horizon hunting. The land you never hear about. In: *Sunday sun*, 04/1934.

72 ŠTEMBERK, Jan: *Fenomén cestovného ruchu*, s. 6

73 Tamtiež, s. 67.

74 Tamtiež, s. 67.

plagáty, boli smerom k zahraničiu vydávané v prevažnej miere v troch jazykových mutáciách, a to nemčina, francúzština a angličtina.

Propagačný hendikep sa snažili kompenzovať regionálne štruktúry. Na Slovensku prebiehali regionálne aktivity hlavne v súčinnosti Slovenského cudzineckého zväzu a obchodných a priemyselných komôr, v spolupráci s ministerstvom obchodu a pražským ústredím cudzineckého zväzu.<sup>75</sup>

Na tomto mieste je však potrebné sa vrátiť k nástrojom propagácie. V tomto kontexte bola štandardná forma propagácie prostredníctvom propagačných článkov a klasickej inzercie nedostačujúcou. Milena Bartlová píše o koncepte kultúrne konštruovanej národnej a štátnej identity pomocou rôznych nástrojov.<sup>76</sup> Jedným z nich je v kontexte sledovanej témy reklama a jej vnútorné mechanizmy.

V súvislosti rozvoja modernej, kapitalistickej spoločnosti založenej na konzumerizme bola reklama účinným nástrojom predajnej stratégie a obsahovala konkrétne styčné body. Cieľom tohto textu však nie je jednotlivé mechanizmy popisovať, ale priblížiť smerodajný koncept smerom k sledovanej téme. Podľa Maňasovej Hradskej ide v prípade medzivojnovnej reklamy o „*zdroj stereotypov, ktoré spoluvytvárali v priestore Československa predstavu o tom, ako by mal život v novom štáte vyzeráť a na čo by mali mať jeho občania právo*“.<sup>77</sup> Prezentuje určitý „ideálny stav“, ktorý je však len skreslením reality,<sup>78</sup> čo koreluje aj konštrukciou ideálneho miesta, „turistovho pohľadu“, ako to prezentoval John Urry.

Kľúčovými styčnými bodmi sú modernizácia a pokrok, prezentujúce dynamizujúci charakter štátu.<sup>79</sup> Charakteristickým rysom je však pokrok zasadený

---

75 V tejto súvislosti boli v predošlej časti textu spomenuté ankety o cestovnom ruchu z rokov 1931 a 1936. Ankiet a propagačných akcií však bolo v sledovanom období realizovaných viac. Výrazná propagačná kampaň územia Slovenska prebiehala napr. na začiatku 30. rokov, počas hospodárskej krízy. Namierená bola primárne na potencionálnych hostí z českých krajín, čo bolo uvedené v prvej časti tohto textu.

76 BARTLOVÁ, Milena a kol.: *Co bylo Československo? Kulturní konstrukce státní identity*. Praha 2017, s. 15–16.

77 MAŇASOVÁ HRADSKÁ, Helena: Moc snů První republiky. Vztah reklamy a modernity. In: BARTLOVÁ, Milena a kol.: *Co bylo Československo?*, s. 122.

78 JANČURA, Mikuláš – KATRIŇÁK, Lukáš: Vizualna prezentácia automobilizmu v medzivojnovnej reklame na Slovensku. In: ŠIMKO, Peter: *Dejiny cestnej dopravy na Slovensku II*. Žilina 2017, s. 165–180.

79 Vychádzajúc z tézy o pokroku ako modernizácii, či už na technickej alebo spoločenskej úrovni, napr. tak, ako ju načrtnol T. G. Masaryk, možno identifikovať modernizáciu ako „oficiálnu, štátnu, politickú objednávku“. „Československo (je) pokrovový štát a prostor sociálních a hospodářských reforem. Občan se má podílet na tomto pokroku zdokonalováním (modernizací)

do sociálneho kontextu, a teda „zobrazovanie pokroku zmiešava technický pokrok so spoločenským“.<sup>80</sup>

V tejto súvislosti je relevantná reklama ako systém tzv. „transakčnej štruktúry“,<sup>81</sup> teda ako schémy, ktorej „štruktúrne elementy sú zdroj, miesto určenia, cesta a smer“. Dominantou tohto druhu zobrazenia je vektor, teda šípka, cesta, línia, alebo pohybujúci sa objekt. Pohyb po vektore s naznačením cieľa, dovŕšenia pohybu alebo otvorenej, neukončenej cesty, symbolizujúcej budúcnosť, fungoval tiež ako seba-identifikátor „*toho, kto sa otvára svetu*“.<sup>82</sup>

Zároveň je táto schéma reflexnou plochou pre širokú škálu obsahov. Ak platí téza vyslovená Alexandrou Karentzos a Almou-Elisou Kittner, že objekty a ich reprezentácia sa stávajú prostriedkom (médiom, vozidlom) kultúrneho transferu (Vehikel des Kulturtransfers),<sup>83</sup> tak aj vonkajšia reprezentácia dovolenkových a turistických destinácií cez ich vizuálnu reklamu sa stáva rovnakým médiom pre celý rad významov, symbolov a konotácií.

Ďalším kľúčovým rysom reprezentácie medzivojnového Československa je dôraz na kultúrnu diverzitu,<sup>84</sup> prostredníctvom vyjadrenia rovnováhy medzi avantgardou (modernizáciou) a tradíciou. V tomto rámci sa Československo prezentovalo ako „*štát s dištinktívnou európskou kultúrou so špecifickými tradíciami a možnosťami rozvoja*“.<sup>85</sup> Snaha o rovnováhu je v tomto kontexte badateľná pri reprezentáciách mestského a vidieckeho prostredia či napr. moderného hotelového komplexu zasadeného do prírodného krajinného prostredia.

Uvedené platí plošne a nielen pri porovnaní, resp. antagonizmoch jednotlivých častí republiky, nazerané primárne cez hospodársko-ekonomickú rovinu. Rovnakú tendenciu badať napr. aj vo výtvarnom, umeleckom prejave.<sup>86</sup>

---

*své práce. Každý z nás môže byť politicky činný, bude-li pořádně činný ve svém oboru*“. MAŇASOVÁ HRADSKÁ, Helena: *Moc snů První republiky*, s. 120.

80 Tamtiež, s. 118.

81 Tamtiež, s. 121.

82 Tamtiež, s. 121–122

83 KARENTZOS, Alexandra – KITTNER, Alma-Elisa (Hg.): *Topologien des Reisens. Tourismus – Imagination – Migration*, s. 9.

84 DUCHÁČEK. Milan? Dilemata českoslovakismu. Etnograf Karel Chotek mezi vědou a propagandou. In: BARTLOVÁ, Milena a kol.: *Co bylo Československo?*, s. 43.

85 HECZKOVÁ. Libuše: My a svět. Kulturní reprezentace. In: HÁJKOVÁ, Dagmar – HORÁK, Pavel (eds.): *Republika Československá 1918–1939*, s. 560.

86 BARTLOVÁ, Milena. Československé výtvarné umění. In: HUDEK, Adam – KOPEČEK, Michal – MERVART, Jan: *Čečo/Slovakizmus*. Praha 2019, s. 261–277.

## Záver

Organickou súčasťou moderného cestovného ruchu bola aj koncepcne premyslená a účinná propagácia. Napriek početným limitom na viacerých úrovniach, ktoré počas 1. ČSR rozvoj cestovného ruchu brzdili, si tento fakt zodpovedné úrady a inštitúcie plne uvedomovali. Napriek snahám o povznesenie reprezentácie štátu ako turistickej destinácie nad bežnú reklamu išlo v základe o obdobné vnútorné mechanizmy, a to napriek širšiemu spektru foriem propagácie. Konceptuálne možno vo vzťahu k propagácii vymedziť viacero prístupov, lavírujúcich na pomedzí historickej vedy, sociológie a vizuálnych štúdií. V prípade obrazovej prezentácie Československa ako turistickej destinácie sa ako smerodajné ukazujú koncepty „turistovho pohľadu“ a konštruovania obrazu „ideálnej destinácie“, sociológa turizmu J. Urryho. Daný prístup však nemôže byť osamotený, pretože samotný reprezentovaný obraz možno chápať ako „cestujúci objekt“, ako ukázal koncept C. Lurry, A. E. Kittner či A. Karentzos. Tie v danom kontexte osobitne upozornili na výraznú úlohu vizuálnych štúdií. Z hľadiska povahy a vnútorných obsahov tohto druhu materiálu ich možno chápať ako transferové médium pre široké spektrum obsahov a odovzdaných informácií. Tým propagácia štátu ako turistickej destinácie naberá aj vysoký politický význam. Relevantným je tiež koncept „transakčnej štruktúry“, ktorý funguje hlavne v súvislosti s grafickou reklamou, ako ho priblížila H. Maňasová Hradská. Na tomto základe možno v reprezentáciách hľadať snahu o nájdenie rovnováhy medzi tradíciou a modernitou. Uvedený systém je však prezentovaním určitého „ideálneho“ stavu, skreslením reality, čo koreluje aj konštrukciou ideálneho miesta, „turistovho pohľadu“, ako to prezentoval J. Urry.

Cieľom textu bolo otvoriť problematiku a formulovať východiskové výskumné otázky z hľadiska priblíženia kontextuálnych a teoretických, koncepčných východísk.

Do akej miery bol však „kód“ obsiahnutý v reprezentáciách čítaný prijímateľmi na úrovni domácich turistov a do akej miery vplýval na úroveň a kvalitu česko-slovenských vzťahov sú zatiaľ otvorené a problematické otázky, ktoré budú predmetom ďalšieho výskumu problematiky.

## POUŽITÉ ZDROJE

### Pramene

#### *Archívne pramene*

*Národný archív*

Ministerstvo průmyslu, obchodu a živností

Předsednictvo ministerské rady

Ministerstvo zahraničních věcí – Výstřižkový archiv

*Slovenský národný archív*

Obchodná a priemyselná komora Banská Bystrica

#### *Periodiká*

*Národní politika*

*Slovák*

### Literatúra

BARTLOVÁ, Milena: Československé výtvarné umění. In: HUDEK, Adam – KOPEČEK, Michal – MERVART, Jan: *Čecho/Slovakizmus*. Praha 2019, s. 261–277

BARTLOVÁ, Milena a kol.: *Co bylo Československo? Kulturní konstrukce státní identity*. Praha 2017

BOHUNSKÝ, Juraj – PUHA, Karol: *Dunajská flotila. História lodného parku po roku 1922*. Bratislava 2012

CHORVÁT, Ivan: *Cestovanie a turizmus v zrkadle času*. Banská Bystrica 2007, online in: file:///C:/Users/PC/Downloads/cest\_a\_turizm\_final-1.pdf (27. 11. 2023)

DALLEN, Timothy: *Shopping Tourism, Retailing and Leisure*. Clevedon – Buffalo – Toronto 2005

DANT, Tim: Materiality and Civilization: Things and Society. In: *British Journal of Sociology*, 2006, roč. 57, č. 2, s. 289–308

DUCHÁČEK, Milan: Dilemata čechoslovakismu. Etnograf Karel Chotek mezi vědou a propagandou. In: BARTLOVÁ, Milena: *Co bylo Československo? Kulturní konstrukce státní identity*. Praha 2017, s. 28–54

ĎURČO, Michal: *Cesty a diaľnice na Slovensku v medzivojnovom období*. Bratislava 2021

- FUCHS-HEINRITZ, Werner – LAUTMANN, Rüdiger – RAMMSTEDT, Ottheim – WIENOLD, Hanns (eds.): *Lexikon zur Soziologie*. Opladen 1994
- GASTEIGER, Nepomuk: *Konzument. Obrazy spotřebitele v reklamě, kritice konzumu a ochraně spotřebitele 1945–1989*. Praha 2015.
- GÚČIK, Marian: *Cestovný ruch. Hotelierstvo. Pohostinstvo. Výkladový slovník*. Bratislava 2006
- HALLON, Ludovít: Význam industrializačnej politiky Uhorska pre technický vývoj na Slovensku v období druhej priemyselnej revolúcie 1867–1918. In: *Historické štúdie*, 2013, roč. 47, s. 121–148
- HECZKOVÁ, Libuše: My a svět. Kulturní reprezentace. In: HÁJKOVÁ, Dagmar – HORÁK, Pavel (eds.): *Republika Československá 1918–1939*. Praha 2018, s. 552–575
- HLAVAČKA, Milan: Mobilita, doprava, cestování, turismus – zamyšlení nad pojmy a jejich rolí ve společnosti. In: JAKUBEC, Pavel (red.): *Na kolech do světa. Po silnicích nejen Českého ráje a Pojizeří. Referáty z vědecké konference konané ve dnech 17. – 18. dubna 2015 v Mladé Boleslavi. Z Českého ráje a Podkrkonoší – supplementum 17*. Semily – Turnov – Jičín 2016, s. 11–24
- HLAVAČKA, Milan: Fenomén času ve zrychlené době. In: BLŮMLOVÁ, Dagmar – RAUCHOVÁ, Jana: *Čas rychlých kol a křídel, aneb, mezi Laurinem a Kašparem. Kapitoly z kulturních dějin přelomu 19. a 20. století*. České Budějovice 2008, s. 7–19
- HOLEC, Roman: *Človek a príroda v „dlhom“ 19. storočí*. Bratislava 2014
- JANČURA, Mikuláš: *Osobný automobilizmus na Slovensku v rokoch 1918–1938*. Košice 2017
- JANČURA, Mikuláš – KATRINÁK, Lukáš: Vizuálna prezentácia automobilizmu v medzivojnovnej reklame na Slovensku. In: ŠIMKO, Peter: *Dejiny cestnej dopravy na Slovensku II*. Žilina 2017, s. 165–180
- JANČURA, Mikuláš: Kultúrne aspekty cestovného ruchu na Slovensku v medzivojnovom období v českej a slovenskej historiografii. [Cultural Aspects of Tourism in Slovakia during the Interwar Period in Czech and Slovak Historiography]. In: *Kultúrne dejiny, Supplementum. Stav a perspektívy výskumu kultúrnych dejín v strednej Európe*, 2018, roč. 9, supplement, s. 61–75
- JANČURA, Mikuláš: Rýchlosť, dobrodružstvo, politika. Voľnočasová automobilita na Slovensku so zreteľom na pôsobenie Autoklubu Košice. In: DYKOVÁ-ZOUHAROVÁ, Silvie: *České století motorismu. Motorismus jako prostředek volného času*. Brno 2020, s. 67–84
- KARENTZOS, Alexandra – KITTNER, Alma-Elisa: Holiday in Art – Kunst und Tourismus. In: KARENTZOS, Alexandra – KITTNER, Alma-Elisa



- (Hg.): *Topologien des Reisens. Tourismus – Imagination – Migration*. Trier 2010, online in: [https://ubt.opus.hbz-nrw.de/opus45-ubtr/frontdoor/deliver/index/docId/357/file/Topologien\\_des\\_Reisens.pdf](https://ubt.opus.hbz-nrw.de/opus45-ubtr/frontdoor/deliver/index/docId/357/file/Topologien_des_Reisens.pdf) (27. 11. 2023)
- KATRIŇÁK, Lukáš. Fotografia ako kultúrnohistorický prameň. In: *Kultúrne dejiny. Stav a perspektívy výskumu kultúrnych dejín v strednej Európe*, 2018, roč. 9. Supplement, s. 136-148
- KÁZMEROVÁ, Ľubica: Medzivojnové premeny školstva a kultúry. In: ZEMKO, Milan – FERENČUHOVÁ, Bohumila a kol.: *Slovensko v 20. storočí. V medzivojnovom Československu 1918–1939*. Bratislava 2012, s. 153–192
- KOSHAR, Rudy: Seeing, Travelling and Consuming. In: KOSHAR, Rudy (ed.): *Histories of Leisure*. Oxford – New York 2002, s. 1–26
- KUBÁČEK, Jiří a kol.: *Železnice na území Slovenska*. Bratislava 1999
- LURY, Celia: The Objects of Travel. In: ROJEK, Chriss – URRY, John (Eds.): *Touring Cultures. Transformations of travel and theory*. London – New York 2003, s. 75–95
- MANNOVÁ, Elena: *Spolky a demokratizácia spoločnosti na Slovensku v prvej polovici 20. storočia*. In: KOVÁČ, Dušan. HANULA, Matej a kol. *Z monarchie do republiky*. Bratislava 2022, s. 69–90
- MAŇASOVÁ HRADSKÁ, Helena: Moc snů První republiky. Vztah reklamy a modernity. In: BARTLOVÁ, Milena a kol.: *Co bylo Československo? Kulturní konstrukce státní identity*. Praha 2017, s. 118–129
- MAREŠ, Jan – RANDÁK, Jan: Volný čas. In: HÁJKOVÁ, Dagmar – HORÁK, Pavel (eds.). *Republika Československá 1918–1939*. Praha 2018, s. 717–728
- NĚMEC, Jan – ZOUHAROVÁ DYKOVÁ, Sylvie – RUDIK, Milan: *Do houfu! 100 let organizovaného motorismu v českých zemích*. Brno 2021
- PETRUSEK, Miroslav – MAŘÍKOVÁ, Hana – VODÁKOVÁ, Alena a kol.: *Velký sociologický slovník II*. Praha 1996
- RYCHLÍK, Jan – RYCHLÍKOVÁ, Magdaléna: *Podkarpatská Rus v dějinách Československa 1918–1946*. Praha 2016
- RYCHLÍK, Jan: Podkarpatská Rus. In: HÁJKOVÁ, Dagmar – HORÁK, Pavel (eds.): *Republika Československá 1918–1939*. Praha 2018, s. 186–202
- RUX, Jaromír: *Dějiny turismu. Vysokoškolská skripta*. Jihlava 2014
- SABOL, Miroslav: *Dejiny dopravy na Slovensku 1938–1948 (1950). Jej hranice a limity*. Bratislava 2015
- SABOL, Miroslav: Nie iba chlebom a soľou, ale aj päsťami a nadávkami: cestovný ruch za Slovenského štátu. In: MICHÁLEK, Slavomír (ed.): *História zadnými dverami 2. Nezvyčajné príbehy zo slovenských a svetových dejín*. Bratislava 2020, s. 375–389

- SABOL, Miroslav: Počiatky mototuristiky na Slovensku v prvej polovici 20. storočia. In: *Historická sociologie*, 2020, roč. 12, č. 1, s. 131–145, online in: <https://karolinum.cz/en/journal/historicka-sociologie/year-12/issue-1/article-7949> (27. 11. 2023)
- SAUPE, Achim: Historische Authentizität: Individuen und Gesellschaften auf der Suche nach dem Selbst – ein Forschungsbericht. In: *H-Soz-Kult*, 2017, online in: <http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/forum/2017-08-001> (27. 11. 2023)
- SCHMIDT-LINSENHOF, Viktoria – COŠKUM, Dorothea: Wandernde Objekte. Die Bedeutung der Mobilität der Dinge. In: KARENTZOS, Alexandra – KITTNER, Alma-Elisa (Hg.): *Topologien des Reisens. Tourismus – Imagination – Migration*. Trier 2010, s. 164–168, online in: [https://ubt.opus.hbz-nrw.de/opus45-ubtr/frontdoor/deliver/index/docId/357/file/Topologien\\_des\\_Reisens.pdf](https://ubt.opus.hbz-nrw.de/opus45-ubtr/frontdoor/deliver/index/docId/357/file/Topologien_des_Reisens.pdf) (27. 11. 2023)
- SPODE, Hasso: Die Paneuropäische Touristenklasse. Zum Potential der historischen Tourismusforschung. In: *Themenportal Europäische Geschichte*, 2005, online in: [https://www.europa.clio-online.de/Portals/\\_Europa/documents/fska/E\\_2005\\_FS1-09.pdf](https://www.europa.clio-online.de/Portals/_Europa/documents/fska/E_2005_FS1-09.pdf) (27. 11. 2023)
- SPODE, Hasso: Geburt einer Wissenschaft. Zur Professionalisierung der Tourismusforschung. In: *Themenportal Europäische Geschichte*, 2012, online in: <https://www.europa.clio-online.de/essay/id/fdae-1588> (27. 11. 2023)
- STURKEN, Marita - CARTWRIGHT, Lisa. *Studia vizuální kultury*. Praha 2009, s. 28
- ŠIMKO, Peter a kol.: *Košicko-Bohumínska železnica. Veľká kniha o oceľovej tepne severného Slovenska*. Žilina 2022
- ŠTEMBERK, Jan: *Fenomén cestovného ruchu. Možnosti a limity cestovného ruchu v medziválečnom Československu*. Praha 2009
- ŠTEMBERK, Jan – JAKUBEC, Ivan: *Cestovní ruch pod dohledem třetí říše*. Praha 2018
- ŠTEMBERK, Jan – JAKUBEC, Ivan – ŠALANDA, Bohuslav: *Automobilismus a česká společnost*. Praha 2020
- PETRUSEK, Miroslav – MAŘÍKOVÁ, Hana – VODÁKOVÁ, Alena a kol.: *Velký sociologický slovník*. Praha 1996
- PITEKOVÁ, Jana: *Dva svety cestovného ruchu na Slovensku*. Kraków 2022
- POPELKOVÁ, Katarína: Každodennosť a životné svety obyvateľstva. In: ZEMKO, Milan – FERENČUHOVÁ, Bohumila a kol.: *Slovensko v 20. storočí. V medzivojnovom Československu 1918–1939*. Bratislava 2012. s. 126–154
- TUČEK, Jan: *Soutěž Malou dohodou 1937*. Praha 2017

- TURNER, Brian, S. (Ed.): *The Cambridge Dictionary of Sociology*. New York 2006
- URRY, John: *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in contemporary Societies*. London 1999
- VEBLÉN, Thorstein: *The Theory of The Leisure Class*. Oxford 2007
- WOKOUN, René a kol.: *Vývoj podpory regionálního rozvoje v Československu a České republice*. Praha 2021
- ZEMKO, Milan. Premeny medzivojnové kultúry. In: ZEMKO, Milan – FERENČUHOVÁ, Bohumila a kol.: *Slovensko v 20. storočí. V medzivojnovom Československu 1918–1939*. Bratislava 2012, s. 172–192
- ZOUHAROVÁ DYKOVÁ, Sylvie – FRICOVÁ, Jana: *České století motorismu II. Motorismus jako prostředek volného času*. Brno 2020



Obec Heľpa na Horehroní, 1936. Autor fotografie: Karol Plicka. Zdroj: Heľpa, central Slovakia. In: *Spas in Czechoslovakia*. 1937. NA, f. MZV VA, k. 2670



Budova štátnych kúpeľov Sliac, 1936. Autor fotografie: neznámy. Zdroj: Spa in Sliac. In: *Spas in Czechoslovakia*. 1937. NA, f. MZV VA, k. 2670



Každodenný život vidieka na strednom Slovensku, 1936. Autor fotografie: Karol Plicka. Zdroj: *Spas in Czechoslovakia*. 1937. NA, f. MZVVA, k. 2670



Propagačná grafika „Winter in Czechoslovakia“, 1936. NA, f. MZV-VA, k. 26