

„TO NIE JE NEJAKÁ FÁMA, TO JE KRUTÁ REALITA“.
SÚČASNÉ POVESTI A FÁMY V PROSTREDÍ
OZ PROTI PRÚDU

LUCIA DITMAROVÁ

Lucia Ditmarová, Ústav etnológie SAV, Klemensova 19, 813 64, Bratislava, e-mail: lucia.ditmarova@savba.sk

The text focuses on the current myths and rumours as a current genre in the present-day society. I see these narratives as texts which can be studied and analysed at several levels depending on the context of narration, and I assume that the social context influences the content and the form of these narratives.

The main aim of the text is to highlight the theoretical and methodological specificities of the ethnographic research of present-day myths and rumours within the *OZ (Civic Organisation) Proti Prúdu* and the influences of this specific context on these narratives in the context of the daily life of sellers of the *Nota Bene* magazine – clients of the *OZ Proti Prúdu* organisation. Through several examples of narratives, the context of which depends on the given environment, I seek to point out in what way individuals can indirectly react to daily life within their particular environment.

Key words: present-day myth, rumour, context, *Nota Bene* magazine, *OZ Proti prúdu*

ÚVOD

„To sú také tie urban legends“, „len také mýty a povesti“, „to nie je nejaká fáma, to je krutá realita“. Aj takýmto spôsobom moji informátori občas reagovali na skupinu rozprávání, na ktoré som sa ich počas svojho výskumu pýtala. Reč bola o súčasných povestiach a fámach, ktoré ako prejavy sociálnej komunikácie určitým spôsobom reflektujú každodenné udalosti a často bývajú priamo spojené s prostredím, v ktorom sa šíria.

Cieľom nasledujúceho textu je priblížiť teoretické i metodologické východiská etnografického výskumu súčasných povestí a fám v prostredí *OZ Proti prúdu*, a to v súvislosti s výskumnou vzorkou – predajcami pouličného časopisu *Nota Bene* a tiež etikou či obmedzeniami výskumu, ktoré takýto osobitý kontext priniesol. Ďalším cieľom je načrtnúť hlavné špecifiká kontextovo závislých súčasných povestí a fám, ktoré sú obsahovo viazané na dané prostredie a prostredníctvom niekoľkých naratívov a ich variantov poukázať na obsah, formu a funkcie týchto rozprávání v spojitosti s každodenným životom jednotlivcov pôsobiacich v danom prostredí.

Hlavným východiskom textu je vlastný výskum k dizertačnej práci na tému „Súčasná povesti a fámy ako súčasť každodenného života vo vybranom prostredí“, kde

hlavnou výskumnou otázkou je: „*Aký je vzťah súčasných povestí, fám a každodenného života jednotlivcov vo vybranom prostredí a akú úlohu zohrávajú tieto naratívy v tomto prostredí?*“.

Štúdia je rozdelená na šesť častí. Prvé dve sa viažu na teoreticko-metodologickú základňu výskumu, tretia poukazuje na špecifiká výskumu v súvislosti s jeho etikou a obmedzeniami. V štvrtej časti sa venujem základným charakteristikám zaznamenaných naratívov v *OZ Proti prúdu*. Ďalšie dve časti sú venované konkrétnym kontextovo závislým súčasným povestiam a fámam, ktoré som v danom prostredí zachytila a analyzovala.

THE FOLKLORE DIAMOND A TEORETICKÁ BÁZA VÝSKUMU SÚČASNÝCH POVESTÍ A FÁM V PROSTREDÍ OZ PROTI PRÚDU

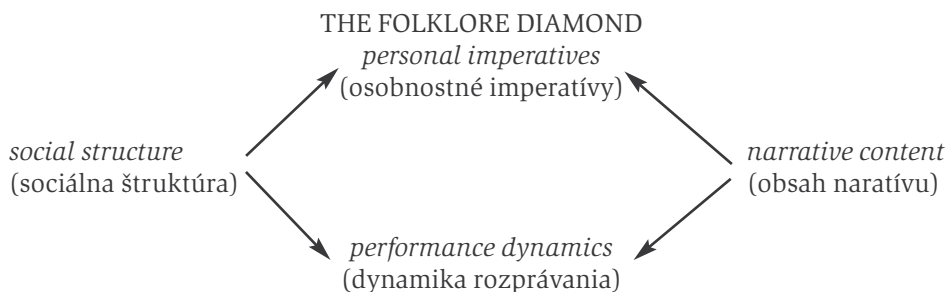
Súčasnú povesti a fámy sú už desaťročia predmetom záujmu odborníkov z rôznych vedných disciplín, ako je folkloristika, sociológia, psychológia, sociálna a kultúrna antropológia a ďalšie. Aj keby sa tak mohlo zdať, nie sú úplne novým fenoménom a ich výskum má v sociálnych vedách relatívne dlhú históriu, pričom za prelomové obdobie výskumu týchto naratívnych žánrov možno považovať 80. roky 20. storočia. V súvislosti s rozvojom záujmu o túto problematiku v Česko-Slovensku je potrebné konštatovať výraznejší časový posun, pretože v centre pozornosti folkloristických výskumov stáli dlhodobo „tradičné“ folklórne žánre a prvé odborné štúdiá, ktoré upozorňovali na súčasné povesti a fámy v medzinárodnom kontexte, sa začali objavovať až po roku 2000.¹

Súčasnú povesti a fámy sú príbehy a kratšie správy s nejasným pôvodom, ktoré sa odohrávajú v reálnom čase, dejú sa reálnym ľuďom, na reálnych miestach, často sú poslucháčom i rozprávačom považované za skutočné udalosti, ktoré sa odohrali v súčasnosti alebo nedávnej minulosti a má sa im veriť (Ditmarová, 2014: 111; Fine: 1992a: 2; Janeček, 2007a: 61; Schneider, 2001: 164). Súčasťou obsahovej stránky súčasných povestí a fám je každodennosť. Aj keď svojou pointou túto bežnú každodennosť určitým spôsobom narúšajú, odrážajú sprostredkovanú skúsenosť rozprávača a dotýkajú sa každodenného života ľudí. Zároveň ponúkajú prostriedky vyjadrujúce myšlienky, ktoré potrebujú byť povedané. Súčasnú povesti a fámy sa vyskytujú a šíria vo vzájomnej symbióze, pričom hranice ich jednoznačného rozlíšenia sú niekedy veľmi nejasné. Rozdiel medzi týmito dvoma žánrami sa zvykne hľadať v jednoduchšej epickej výstavbe fámy a stabilnejšej kompozícii súčasnej povesti, v porovnaní s variabilitnosťou fámy v procese šírenia (Panczová, 2005: 9). Zatiaľ čo súčasnú povest ponúka „šťavnatý“ príbeh, fáma prezentuje kratšiu informáciu zameranú na jadro problému s väčším dôrazom na aktuálnosť informácie.

Súčasnú povesti a fámy rozprávač prezentuje poslucháčom v určitom kontexte a tento kontext, v ktorom sa naratív vyskytuje, ovplyvňuje jeho formu. Naratívy sú vytvárané v aktívnom diskurze, a preto sa pri ich výskume a analýze neorientuje len na ich text a obsah. V záujme takisto stoja kontext a dynamika rozprávania spájajúce situačný kontext s obsahom textu prostredníctvom osoby, ktorá príbeh rozpráva, resp. počúva (Ditmarová, 2012: 39–40; Fine, 1992a: 5).

¹ Z prvých napr. Hlôšková, 2001; Schneider, 2001; Šrámková, 2002; Janeček, 2007a; 2007b a ďalšie.

Hlavným teoretickým východiskom výskumu súčasných povestí a fám v *OZ Proti prúdu* bol teoreticko-metodologický rámec, ktorý navrhol americký sociológ a sociálny psychológ G. A. Fine (1992a) – *The Folklore Diamond*.² Prezentuje v ňom jednotlivé roviny súčasných povestí a fám, ktoré je možné brať pri výskume a analýze do úvahy. Teoreticko-metodologický model zahŕňa štyri premenné – sociálnu štruktúru, osobnostné imperatívy,³ dynamiku rozprávania a obsah rozprávania – ktoré sú viacmenej navzájom prepojené a tým spájajú vonkajší svet s obsahom textu prostredníctvom osoby a situácie.



Sociálna štruktúra ako vonkajšia premenná poskytuje základ pre zvyšok modelu a nepriamo ovplyvňuje alebo selektuje obsah a formu súčasných povestí a fám. Osobnostné imperatívy (vnútorný alebo psychický stav, osobnosť rozprávača) a dynamika rozprávania (situčný kontext) vplývajú na obsah naratívov, v ktorých individuálne varianty nie sú vytvárané „de novo“, ale sú rekonštrukciou poznaných, ešte čiastočne zapamätaných textov. Rozprávačské situácie („performances“) sú založené na týchto rekonštrukciách vzhľadom na podmienky interakčného prostredia (Fine, 1992a: 5-6).

Vychádzajúc z Finovho (1992a) modelu kľúčovými konceptmi prezentujúcimi kontextuálne podmienky naratívov boli *sociálna štruktúra* a *dynamika rozprávania*, ktoré viac či menej ovplyvňujú výsledné znenie, resp. *obsah* narátivu, ktorý je produktom týchto kontextuálnych podmienok. V rámci daných konceptov som brala pri výskume (i analýze) do úvahy *obsah* (téma, motív, štruktúra textu, dej, postavy, detaily), *sociálny kontext rozprávača* (demografická kategorizácia, inštitucionálna štruktúra), *rozprávačskú situáciu* (prostredie, rozprávačský zámer, odozva publika), *funkcie* a taktiež *komentáre*, resp. doplňujúce vyjadrenia rozprávača, ktoré pozmeňujú jednotlivé aspekty narátivu (napr. úvodné a záverečné poznámky, (ne)viera, rozprávačský postoj, reflexia rozprávača, vysvetlivky, dodatky, kontrasty príbehov, obdobné pripady a pod.).⁴

2 The Folklore Diamond G. A. Fine (1992a) bol pri výskume a analýze primárnym zdrojom teoretických východísk, avšak v súvislosti s jednotlivými elementmi súčasných povestí a fám som vychádzala aj z ďalšej odbornej literatúry, kde teoretickú bázu tvorili práce: Bennett, 1988; Brunvand, 1993; Dégh, Vászonyi, 1981; Fine, 1992b; Fine, Campion-Vincent, Heath, 2005; Janeček, 2012; Kapferer, 1992; Leščák, Širovátko, 1982; Panczová, 2005; Smith, 1999 a ďalšie.

3 Keďže cieľom výskumu nebolo skúmať osobnosť rozprávača psychologickými metódami, ale vplyv špecifického kontextu na repertoár, formu a funkcie súčasných povestí a fám vo vzťahu s každodenným životom jednotlivcov v danom prostredí, tento koncept v rámci výskumu neslúžil ako východisko.

4 Podrobnejšie o jednotlivých elementoch a analytických rovinách súčasných povestí a fám pozri Ditmarová, 2014: 109-130.

JEDNA NESTAČÍ – METODOLOGICKÉ VÝCHODISKÁ VÝSKUMU SÚČASNÝCH POVESTÍ A FÁM V PROSTREDÍ OZ PROTI PRÚDU

„Študovať fámu a súčasnú povesť znamená prijať výzvu. ... Tieto naratívy prichádzajú a odchádzajú, niekedy ich človek zaznamená, inokedy ostávajú bez povšimnutia. Sú príležitostné, pominuteľné a často osobné. ... Výskum fám a súčasných povestí je oblasťou, ktorá si vyžaduje kombináciu viacerých metód a šťastie. Rozhovory, pozorovanie a takisto experimenty môžu poskytnúť užitočné údaje.“ (Fine, Ellis, 2010: 15).

Ako Fine s Ellisom (2010) naznačili, výskum súčasných povestí a fám môže byť pomerne komplikovaný a niekedy si vyžaduje kombináciu viacerých metód. Metodológia výskumu súčasných povestí a fám v *OZ Proti prúdu* bola založená na kvalitatívnom prístupe. V danom prostredí som vykonávala etnografický výskum⁵ a hlavné metódy zberu dát boli zúčastnené pozorovanie a poloformálne, resp. pološtruktúrované rozhovory, doplnené o neformálne, resp. neštruktúrované rozhovory v rámci zúčastneného pozorovania. Pri výskume som vychádzala predovšetkým z metodológie J. P. Spradleyho (1979; 1980) a J. Hendla (2012).⁶

Východiskovou metódou, predovšetkým v prvých fázach výskumu, bolo zúčastnené pozorovanie⁷ uskutočňované v priestoroch sídla *OZ Proti prúdu*. V rámci pozorovania som spočiatku sledovala dianie a ľudí okolo mňa. Sústredila som sa na prácu a správanie sociálnych pracovníkov i predajcov, fungovanie a činnosť združenia, aktivity pre jeho klientov, písané i nepísané pravidlá. Postupne som sa bližšie zameriavala na rozprávačské situácie a každodenný život predajcov časopisu.⁸ V rámci výskumu sa u mňa najčastejšie striedala rola pozorovateľky ako účastníčky a účastníčky ako pozorovateľky,⁹ keď forma a miera interakcie záviseli od aktuálnej situácie.

V rámci výskumu som popri zúčastnenom pozorovaní a neformálnych, resp. neštruktúrovaných rozhovoroch, využívala i metódu poloformálneho, resp. pološtruktúrovaného hĺbkového interview, ktoré bolo nahrávané na diktafón.

Poloformálne rozhovory mali v rámci výskumu tri podoby, keď sa v závislosti od konkrétnych respondentov a ich pozície v združení určitým spôsobom líšili okruhy otázok.

Prvou skupinou bolo vedenie združenia, druhou boli sociálni pracovníci a treťou – najpočetnejšou a najpodstatnejšou – predajcovia *Nota Bene*.¹⁰ Rozhovory trvali od 60

5 Výskum sa uskutočnil v rokoch 2012 – 2014 a pozostával z troch fáz: 1) *prieskum* (marec 2012), 2) *pred-výskum* (august – november 2012) a 3) *výskum* (august – december 2014).

6 Obaja autori rozpracovali metodiku zúčastneného pozorovania i etnografického, resp. poloformálneho interview, a práve tieto tvorili základ pre celý výskum. Viac pozri Spradley, 1979; Spradley, 1980: 73–129; Hendl, 2012: 161–206.

7 Dáta zo zúčastneného pozorovania som si zaznamenávala do terénneho denníka. Zápisky obsahovali popisné a reflexívne poznámky, v ktorých som si zaznamenávala portréty jednotlivcov, prostredie, neformálne rozhovory, situácie, udalosti, aktivity, taktiež som reflektovala svoje pocity i samu seba v roli výskumníčky. Rovnako som sa zameriavala na problematiku výskumných metód, analýzy, etických problémov a pod.

8 Kolektívne debaty a dialógy som sa počas zúčastneného pozorovania nesnažila zámerne ovplyvňovať, nenavodzovala som umelú rozprávačskú situáciu a nechávala som im prirodzený vývoj, pričom som do nich niekedy zasahovala otázkami, ktorých prostredníctvom som si ujasňovala obsah výpovedí informátorov.

9 Pri rozlišovaní roly pozorovateľa v kvalitatívnom výskume vychádzam z metodológie J. Hendla (2012), ktorý rozpracoval kontinuum účasti od dianí v „teréne“, v rámci ktorého sa výskumník situuje do rôznych rolí, pričom jedna môže byť hlavná a ostatné prijíma podľa potreby (Hendl, 2012: 191–192).

10 Rozhovor s vedením združenia bol zameraný predovšetkým na *OZ Proti prúdu* (jeho vznik, fungovanie, aktivity a činnosť); rozhovory so sociálnymi pracovníkmi boli rovnako zamerané na *OZ Proti prúdu*,

do 120 minút a boli uskutočňované s jednotlivcami samostatne, až na jeden prípad, keď som časť rozhovoru uskutočnila s dvoma predajcami, ktorí boli partneri.¹¹

Pozorovanie mi umožňovalo spoznávať prostredie a ľudí v ňom, sledovať rozprávačské situácie (ako členka alebo pozorovateľka rozprávačskej skupiny), všímať si, o čom majú ľudia v danom prostredí tendenciu hovoriť a zaznamenávať skúmané javy – súčasné povesti a fámy. Poloformálne rozhovory boli nástrojom pre bližšie poznanie jednotlivých rovín textu a kontextu naratívov a taktiež každodenného života jednotlivcov pôsobiacich v danom prostredí.

Pri analýze zozbieraného materiálu som vychádzala z postupov zakotvenej teórie, ktorú rozpracovali A. L. Strauss a J. Corbinová (1999).¹² Ako analytický nástroj som využívala softvér pre analýzu kvalitatívnych dát Atlas.ti V6. Analýza spočívala z troch fáz kódovania, ktoré sa postupne vzájomne prelínali. V textoch (prepísané rozhovory a dáta z terénneho denníka) som najprv vyznačovala podstatné úryvky, ku ktorým som priradzovala kódy – tie boli v prvotnej fáze len relatívne. Jednotlivé kódy som postupne editovala, nahrádzala novými kódmi, vytvárala k nim dimenzie a rodiny kódov, čím vznikali pevnejšie a stabilnejšie analytické kategórie a podkategórie viažuce sa k *OZ Proti prúdu*, predajcom *Nota Bene*, ich každodennému životu a rovnako k jednotlivým elementom súčasných povestí a fám. Následne som vytvárala rôzne sieťové náhľady kódov, ich rodín a dimenzií a hľadala medzi nimi vzťahy, podobnosti, rozdielnosti a špecifiká viažuce sa k skúmaným fenoménom.

OZ PROTI PRÚDU – KONTEXT SOCIÁLNE ŠPECIFICKÝ

OZ Proti prúdu, ktoré bolo miestom realizácie výskumu, vzniklo v roku 2001 v rámci projektu zastrešovaného organizáciou *INSP* (International Network of Street Papers), ktorá funguje ako platforma pouličných časopisov na celom svete.¹³ *OZ Proti prúdu* ponúka svojim klientom – ľuďom bez domova a ľuďom v núdzi – základné sociálne služby, záujmové, vzdelávacie, či kultúrne aktivity, podporuje ich osobnostné kvality.

Primárnou aktivitou *OZ Proti prúdu* je vydávanie časopisu *Nota Bene*. Časopis umožňuje získať jeho predajcom určitý príjem, ktorým pokrývajú svoje základné životné potreby, pričom celý proces funguje na základe svojpomoci. Časopis sám o sebe aktivizuje jeho predajcov, teda nestavia ich do roly pasívnych príjmateľov nejakej

avšak boli doplnené o ďalšie otázky týkajúce sa predajcov *Nota Bene* a tiež súčasných povestí a fám; rozhovor s predajcami bol rozdelený na dve časti, pričom v prvej časti som sa zameriavala na osobné údaje (rok narodenia, konfesia, národnosť, vzdelanie, pôvod, rodina), spomienky (pozitívne i negatívne), vízie do budúcnosti, každodenné aktivity (denné, týždenné, víkendové, pracovný čas, voľný čas, záujmy), problematiku bezdomovectva (identifikácia ľudí bez domova, sebaidentifikácia a pod.), *OZ Proti prúdu* a časopis *Nota Bene* (vzťah k organizácii a časopisu, predávanie časopisu a jeho príčiny, ostatní predajcovia, falošní predajcovia, kupujúci) a druhá časť bola venovaná súčasným povestiam a fámam, kde som sa pýtala na jednotlivé naratívy, ktoré som v danom prostredí, ale i mimo neho zachytila.

11 Niektoré rozhovory boli jednorazové, niektoré opakované, prípadne boli jednotlivé časti od seba oddelené a rozhovor sa uskutočnil počas viacerých stretnutí, čo väčšinou záviselo od dostupnosti a ochoty predajcov.

12 Základom analýzy je kódovanie predstavujúce operácie, pomocou ktorých sú údaje rozobrané, konceptualizované a opäť zložené novými spôsobmi. Analýza v zakotvenej teórii sa skladá z troch hlavných typov kódovania, a to: 1) *otvorené kódovanie*; 2) *axiálne kódovanie* a 3) *selektívne kódovanie*. Hranice medzi jednotlivými typmi kódovania sú vytvorené umelo, a preto tieto typy kódovania nemusia nutne za sebou nasledovať ako nejaké stupne, ale výskumník môže jednotlivými typmi (predovšetkým prvými dvoma) rýchlo a nevedomky prechádzať (Strauss, Corbinová, 1999: 39–105).

13 Viac pozri na <http://insp.ngo/>.

pomoci, ale sami sa aktívne podieľajú na tom, aby si pomohli (Časopis *Nota Bene*, n.d.; Ditmarová, 2013: 263; Kadlečík, 2013: 104).

Predajcovia pouličného časopisu *Nota Bene* sú veľmi rôznorodá skupina ľudí a ne-dajú sa onálepkovať jedným pojmom – aj napriek tomu, že časopis ich v očiach verejnosti automaticky priradzuje k bezdomovcom. Sú to ľudia bez domova, ale tiež ľudia v núdzi (sociálnej či hmotnej), alebo v určitej krízovej situácii. Medzi predajcami *Nota Bene* sú ľudia s nižšími nárokmi a fungujú vonku na ulici; ľudia bývajúci v chatke bez vody a elektriny; ľudia, ktorí krátkodobo alebo dlhodobo prespávajú v nocľahárňach a ubytovniach; ľudia, ktorí si prenajímajú byt, alebo majú svoj vlastný byt, ale ich príjmy (napr. dôchodky, invalidné dôchodky a pod.) sú nedostačujúce na zaplataenie životných nákladov (Ditmarová, 2013: 270).

Sociálny kontext tohto výskumného prostredia a výskumnej vzorky vytvoril špecifické podmienky bádania, a to z hľadiska využívania metód i etických problémov. Keďže výskumné prostredie bolo pre mňa spočiatku neznáme, samotnému výskumu naratívov predchádzalo dlhodobé zúčastnené pozorovanie, ktorého prostredníctvom som sa s prostredím a ľuďmi v ňom zbližovala. Pozorovanie nebolo len statickým sledovaním diania v danom prostredí, ale zahŕňalo viacero aktivít, v ktorých rámci som sa angažovala. Bola to napr. pomoc pri výdaji časopisu, účasť na rôznych školeniach alebo workshopoch pre predajcov, či iných aktivítach v rámci združenia. Súčasťou pozorovania boli každodenné neformálne rozhovory, spočiatku predovšetkým so sociálnymi pracovníkmi a postupne i s predajcami, ktoré mi napomáhali vytvárať obraz o danom prostredí.

Vzhľadom na to, že výskumnú vzorku tvorila špecifická komunita ľudí, okrem štandardných etických zásad spoločenskovedného výskumu¹⁴ som vychádzala tiež z etických princípov sociálnej práce s ľuďmi bez domova, a to práve pre to, aby som nenarúšala systém fungovania občianskeho združenia a prácu sociálnych pracovníkov s ich klientmi – predajcami časopisu *Nota Bene*. Niekoľko etických zásad bolo pri tomto výskume zvlášť podstatných: získanie dôvery informátorov a zároveň vytvorenie hraníc vo vzťahu „výskumník – informátor“, dbanie na emočné bezpečie informátorov a takisto neustála sebareflexia samej seba ako výskumníčky.

Ako sa postupne ukázalo, získavanie a získanie dôvery informátorov bolo pre usku-točňovanie výskumných zámerov kľúčovou podmienkou. To prebiehalo predovšetkým prostredníctvom neformálnych rozhovorov na dvore pred výdajňou.¹⁵ Niekedy som bola pozorovateľkou kolektívnych debát, inokedy ich participant, alebo som len počúvala osobné príbehy z každodenného života nejakého predajcu. Práve tieto momenty mi umožnili stať sa súčasťou skúmaného prostredia. Ľudia ma začali registrovať a pre-stávala som byť pre nich neznámou osobou. Postupne, ako som sa s predajcami zbližovala, spoluvytvárali sme si medzi sebou vzťahy, niekedy veľmi, inokedy menej dôverné. Keďže vzhľadom na danú komunitu bolo vytvorenie a udržiavanie hraníc vzťahu medzi mnou ako výskumníčkou a informátorom zásadnou požiadavkou, neustále som tieto skutočnosti reflektovala. Avšak aj napriek tomu sa občas stalo, že vytvorené hranice boli, či už zo strany informátora alebo odo mňa, čiastočne narušené. Vždy som sa však snažila konať operatívne, dané skutočnosti si uvedomovať a brať na zreteľ, aby negatívne neovplyvňovali priebeh a výsledky výskumu.

Nadobudnuté vzťahy boli prostriedkom, od ktorého bola priamo závislá realizácia

14 Napr. ochrana osobných údajov, informovaný súhlas s výskumom, poskytnutie informácií o výskume, zváženie účasti na výskume, korektné spracovanie dát a pod.

15 Bol to nie veľký priestor, kde bolo pár stolov a stoličiek, ktorý slúžil predajcom, keď si chceli napr. vypiť kávu, zafajčiť si, najesť sa, alebo si oddýchnuť a porozprávať sa.

poloformálneho interview. To bolo potrebné uskutočniť kvôli komplexnému zachyteniu skúmaného javu. Tieto rozhovory som vo väčšine prípadov uskutočnila s dlhodobými predajcami, s ktorými sme sa pravidelne v *OZ Proti prúdu* stretávali a komunikovali spolu. Aj napriek tomu však mnohí interview odmietli, prípadne ho prisľúbili, ale k jeho realizácii z rôznych príčin nedošlo. Keď už na rozhovor pristúpili, bolo komplikované dohodnúť sa na termíne jeho uskutočnenia a často to prebiehalo veľmi neurčitým spôsobom, ako napr. „keď budem mať čas“, „keď sa tu stretneme“, „na budúci týždeň/mesiac“ a pod. Jednou z príčin bolo aj to, že mnoho z predajcov žije predovšetkým pre prítomnosť a len tuší perspektívu svojich nasledujúcich hodín či dní. Ani sami predajcovia často nevedeli povedať, kedy sa v prostredí združenia objavia a koľko tam budú môcť stráviť času.¹⁶ Faktory, ktoré túto skutočnosť ovplyvňovali, boli napr. obdobie v mesiaci, počasie, brigáda, zdravotný stav, alebo zarobené financie na ubytovanie (Ditmarová, 2014: 123).¹⁷

V súvislosti s poloformálnymi rozhovormi sa od začiatku výskumu objavoval problém reciprocity. Keďže systém v *OZ Proti prúdu* bol nastavený tak, že predajcovia sú za určité aktivity istým spôsobom odmeňovaní (napr. dostanú časopis zadarmo), riešila som túto otázku v rámci svojho výskumu. Po konzultáciách so sociálnymi pracovníkmi som sa rozhodla, že sa budem informátorom za poskytnutý rozhovor revanšovať napr. kúpou časopisu alebo knihy, ale primárne sa budem snažiť, aby mi poskytl rozhovor na základe vybudovanej dôvery a vzťahu.¹⁸

Ďalšou osobitou etickou požiadavkou bolo dbať na emočné bezpečie účastníkov výskumu. Mnoho z predajcov *Nota Bene* sa často nachádza v komplikovanej životnej situácii a počas rozhovorov sa vyskytlo mnoho príležitostí, keď sa informátori vyjadrovali k citlivým otázkam, ktoré sa týkali ich osobného života. Viackrát sa stalo, že rozhovor miestami pripomínal terapiu, čo bolo aj pre mňa ako výskumníčku viac ako náročné. Preto bolo v rámci výskumu veľmi dôležité zaujímať ku každému informátorovi individuálny prístup, starostlivo pripraviť okruhy otázok a zároveň operatívne a primerane reagovať na situácie, keď kladené otázky spôsobovali emočné vypätie informátora.¹⁹

Prostredie *OZ Proti prúdu* a predajcovia časopisu *Nota Bene* vytvorili osobité podmienky pre môj výskum a často ma počas neho sprevádzala neistota alebo rôzne etické dilemy. Tieto som sa však snažila neustále reflektovať a každá zažitá situácia, či už pozitívna alebo negatívna, prispela k prehodnocovaniu a formovaniu mojich výskumných zámerov a hlbšiemu poznaniu (nielen) predmetu môjho výskumu a jeho sociálneho kontextu.

16 To však nevylučuje skutočnosť, že dohodnutie niektorých rozhovorov prebehlo úplne bez komplikácií a interview sa podarilo uskutočniť na prvýkrát.

17 Na začiatku mesiaca sa predajcovia spravidla zdržiavali v prostredí združenia menej, lebo vyšlo nové číslo časopisu a predaj im išiel lepšie. Taktiež bolo bežné, že keď pršalo alebo snežilo, či boli veľké mrazy, predajcovia nepredávali časopis tak intenzívne, a tým pádom aj ich prítomnosť v *OZ Proti prúdu* bola zriedkavejšia. Niektorí z predajcov taktiež pracovali na sezónnych brigádach, preto predaj časopisu niekedy na isté obdobie prerušovali. Viacero predajcov takisto žilo v ubytovniach alebo nocľahárňach, kde platili za nocľah denne, a keď nemali na zaplatenie vopred zarobené peniaze, museli v daný deň predávať dlhšie, resp. nemohli sa vo výdajni časopisu príliš zdržiavať.

18 Aj napriek budovaným vzťahom sa však vyskytli situácie, keď som sa stala zo strany predajcov objektom manipulácie (napr. rozhovor chceli poskytnúť práve kvôli kúpe časopisu/knihy, alebo len za podmienky pozvania na obed, či publikovania osobného príbehu kvôli pomoci v ich situácii).

19 Niekoľkokrát sa mi stalo, že pri kladení otázok týkajúcich sa napr. rodiny sa informátor príliš rozcitlivel a nevládol rozprávať o daných témach, na čo som sa zakaždým intuitívne snažila odľahčiť tému a položila mu inú otázku, ktorá mu nespôsobovala emočné vypätie v takom rozsahu. Pri jednej informátorka sa mi dokonca stalo, že takmer polovicu otázok týkajúcich sa jej každodenného a osobného života nezodpovedala, lebo bola počas interview sklúčená a za častého plaču každú odpoveď smerovala k svojmu životnému osudu a osobným pocitom, ktoré prežívala.

„TO JE TAKÝ NÁŠ“ – OSOBITOSTI NARATÍVOV V PROSTREDÍ OZ PROTI PRÚDU

Predajca má stáleho zákazníka, ktorý mu každý prvý deň v mesiaci dá 100 eur. Príde nový mesiac a zákazník nechodí a predajca čaká a čaká, aj v daždi čaká a nič, on stále nechodí. Potom príde po dvoch týždňoch, dá mu 100 eur a predajca sa ho pýta, že kde bol, prečo nechodil. Zákazník hovorí, že bol na dovolenke. A predajca mu na to: za moje peniaze? (terénny denník, 29. 9. 2014).

Tento vtíp mi počas poslednej fázy výskumu povedal jeden predajca na dvore pred výdajňou a potvrdzuje argument, že sociálny kontext formuje lokálny obsah naratívov, ktorý je viazaný na určitý priestor, osoby, či udalosti. V prostredí *OZ Proti prúdu* to platí aj v súvislosti so súčasnými povestami a fámami zachytenými počas výskumu.

V danom prostredí som zaznamenala dva typy šírených príbehov a kratších správ. Jednou skupinou zozbieraných naratívov sú kontextovo nezávislé súčasné povesti a fámy obsahovo sa viažuce na široké spektrum tém, pričom sa medzi nimi vyskytli aj medzinárodne rozšírené motívy napr. o čiernej sanitke, drogách v žuvačkách alebo cukríkoch, infikovaných ihlách v MHD, pieskovisku, na diskotéke a pod.

Druhou skupinou boli súčasné povesti a fámy, ktoré sú kontextovo závislé, resp. obsahovo i tematicky viazané na *OZ Proti prúdu* a ľudí v tomto prostredí.

Niektoré naratívy som zachytila počas prirodzených rozprávačských situácií a boli súčasťou každodenných debát medzi predajcami. Ďalšie som zaznamenala počas individuálnych rozhovorov, keď téma alebo určitý motív boli podnetom pre vyrozprávanie iného, či obdobného príbehu alebo informácie.

Pravdepodobne najvýraznejšie špecifikum týkajúce sa súčasných povestí a fám obsahovo viazaných na daný sociálny kontext je, že jednotlivé naratívy rozličným spôsobom reflektujú každodenný život, či každodenné problémy predajcov *Nota Bene* a dotýkajú sa tém, ktoré v danom prostredí denno-denne rezonujú.

Tematika „najnasýtenejších“ naratívov sa viaže napr. na fungovanie a činnosť združenia, sociálnych pracovníkov a zamestnancov združenia, predajcov *Nota Bene*, falošných predajcov, zárobky a pod.

Zaujímavé je, že viacero naratívov, ktoré sa v danom prostredí šírili, obsahovalo pravdivé detaily, resp. boli založené na čiastočne pravdivých udalostiach a šírili sa ako buď neoverená alebo pravdivá správa.

Bežným javom tiež bolo, že po vypočutí motívu, resp. skrátenej verzie naratívu počas poloformálneho interview, mali informátori tendenciu bezprostredne prezentovať predovšetkým svoj postoj k danému obsahu a argumentácia bola často založená na osobných skúsenostiach informátora. Keďže sa obsah kontextovo závislých naratívov dotýkal tém každodenného života predajcov *Nota Bene*, mali potrebu zahrnúť do výpovede svoj individuálny kontext, vlastnú skúsenosť, ktorou potvrdzovali alebo spochybňovali pravdivosť fámy či súčasnej povesti a prezentovali svoju vieru, či nevieru, ktorá mala rôzne podoby.²⁰

V rámci vyjadrovania vlastného postoja k naratívu mali tiež informátori sklon k jeho pomenovaniu a zaradeniu do istej kategórie rozprávání (čo sa týkalo kontextovo

²⁰ Pri určovaní rôznych prechodných stupňov viery som vychádzala z postojovej škály L. Dégh a A. Vászonyiho (1981), ktorí na základe svojho výskumu povestí navrhli päť kategórií postojovej škály týkajúcej sa viery účastníkov v pravdivosť hodnotu naratívu pri šírení povestí: 1) veriaci, 2) ľahostajný/rozporný, 3) pochybovačný, 4) neveriaci, 5) odporca (Dégh, Vászonyi 1981: 117).

závislých i nezávislých). Dialo sa to prostredníctvom vyjadrení, ako som uviedla aj v úvode tohto textu, a tiež napr. „to je jak keď je tá tichá pošta a konci úplne niečo iné“, „tomu sa hovorí novinárska kačica“, „to bude možno nejaká fáma“, „tak asi je to len bla bla bla“ a pod.

V súvislosti so snahou o pomenovanie mali niekedy informátori takisto tendenciu poučovať ma, že predsa len nemôžem veriť všetkému, čo počujem. Udialo sa tak aj napriek tomu, že som kládla veľký dôraz na to, aby som neprezentovala dané príbehy, či informácie ako pravdivé, či nepravdivé, ale ako neutrálnu informáciu, ktorú som niekde počula. Raz jeden informátor na motív reagoval: „*Tak ako takto. Koľko máš rokov sa opýtam a čo študuješ za vysokú školu? A kde na takéto nápady chodíš, to neviem...*“ (muž, 1980).

Mnohé zo zachytených naratívov sú alebo boli reakciou na dianie a problémy v *OZ Proti prúdu* a fungovali ako nástroj kritiky, sociálnej kontroly, či poskytovali prostriedok pre vysvetlenie určitých javov, s ktorými sa predajcovia bežne stretávajú.

V nasledujúcich riadkoch sa pokúsim prostredníctvom niekoľkých príkladov naratívov a ich variantov poukázať na sociálny kontext, ktorý formuje ich obsah v súvislosti s každodenným životom predajcov časopisu *Nota Bene* a úlohou, akú tieto naratívy v danom prostredí zohrávajú.

„NOTA BENE KRACHUJE...“

„*Organizácia, ktorá vydáva Nota Bene, končí s terénnou prácou. Streetworkeri majú nové združenie. Od nového roka je ich práca ohrozená.*“²¹ Takto znel podtitul článku uverejnený na bratislava.sme.sk koncom roka 2011, keď *OZ Proti prúdu* bolo nútené ukončiť z finančných dôvodov časť svojej činnosti – terénnu sociálnu prácu pre ľudí bez domova.²² Práve v tomto období sa začali Bratislavou šíriť poplašné správy, že *Nota Bene* krachuje. Správa sa šírila ako medzi predajcami, tak i medzi falošnými predajcami, či zákazníkmi predajcov alebo známymi sociálnych pracovníkov.

O tom, že Nota Bene končí, to som počula aj od falošných predajcov a dokonca naši predajcovia sa nás to pýtali, keď kupovali časopis. A to bolo v období, keď práve ten street vyhľadávaci sa odčleňoval od nás, čo je teraz Vagus a vtedy nejaká taká hystéria nastala možno vonku, že Nota Bene končí, že má finančné problémy. Takže tieto čiastkové informácie sa dostali nejako von, tak z toho si potom možno predajcovia urobili ..., ale nielen predajcovia. Mňa sa to pýtali aj moji známi, že čo sa deje, lebo vyšli na povrch informácie, že street musí odísť, vzhľadom na finančné problémy. (žena, 1970).

Fámu „*Nota Bene krachuje...*“ som zaznamenala počas predvýskumu v roku 2012 ako jeden z prvých naratívov, s ktorým som sa v danom prostredí stretla. Povedala mi ho sociálna pracovníčka, ktorej som bližšie hovorila o predmete svojho výskumu, ako

21 Pozri viac na <http://bratislava.sme.sk/c/6147234/za-bezdomovcami-idu-aj-do-kanalov.html>.

22 Oddelením streetworku vzniklo Občianske združenie Vagus. Jedným zo zakladateľov tohto občianskeho združenia bol koordinátor terénnej sociálnej práce v *OZ Proti prúdu*. *OZ Vagus* sa sústreďuje na terénnu sociálnu prácu a poskytovanie služieb pre ľudí bez domova. Jeho cieľom je prevádzkovanie a plynulá činnosť projektu Streetwork. Pozri viac na <http://vagus.sk/>.

príklad lokálnej falošnej správy, ktorá bola šírená (nielen) v danom prostredí. Ako som sa postupne začala danou fámou zaoberať, zistila som, že jednotlivé jej podoby neodkazujú len na udalosti súvisiace s odčleňovaním streetworku (r. 2011), ale referujú aj na prítomnosť (r. 2012 a 2014), pričom dôvody „krachu“ boli rôzne:

Variant 1: „Nota Bene krachuje, lebo sociálni pracovníci drogujú“

No konkrétne mne to hovoril čierny predajca, ktorého som kontaktovala na predajnom mieste, tak som sa ho pýtala, že prečo má starý časopis a tak a on nevedel, že pracujem v Nota Bene a on mi hovorí, že on by si kúpil nový časopis, ale že Nota Bene skončilo, a že ... všetci tam len fajčia marihuanu, a že Nota Bene už skrachovalo, a že všetci tam fajčia marihuanu a toto stále dokola, že berú drogy a to je potom hrozné, a že ona preto, že Nota Bene už nefunguje, má staré číslo už dva mesiace, alebo koľko. (žena, 1970).

Variant 2: „Nota Bene krachuje, lebo časopis je nekvalitný“

Nota Bene kleslo. Jedno isté obdobie sa predalo 50 tisíc kusov a potom to zrazu kleslo na nejakých 25 tisíc kusov pre celú republiku, tak to neni bohvie čo. Furt tá krivka klesala. Tak sa hľadala príčina, že prečo tá krivka klesá. To ... bol ešte vtedy riaditeľ. No a išlo aj o kvalitu časopisu a potom sa už začali robiť aj debaty, lebo kedysi ten časopis stál fakt že za hovno, lebo tam boli posťahované informácie z internetu, rozumieš, to stálo za prd niekedy ten časopis. Keď si nalistuješ ten časopis, vyhľadáš. Vieš, že to nerobili profesionáli. Čistý brak. ... No, naozaj krachovalo. Potom sa museli nájsť profesionálni redaktori, cez nejaký grant, sa museli pohľadať nejaké peniaze, aby sa to stabilizovalo a boli tam nejaké a boli tam tie čísla aj o niečom inom. ... No. Neskrachlo a teraz sa to drží na takej istej úrovni už dosť dlho, takže... (muž, 1982).

A boli to aj ďalšie, ako napr. „Nota Bene krachuje“ (vo všeobecnosti); „Nota Bene krachuje, lebo systém fungovania je zlý“; „Nota Bene krachuje, a preto sa streetwork oddeľuje a zakladá si vlastné združenie“; „Nota Bene krachuje kvôli čiernym predajcom“.

V jednom prípade mi informátor v súvislosti s týmto naratívom prerozprával aj medzinárodnú paralelu príbehu, ktorú sa dozvedel v zahraničí od španielskych predajcov:

Variant 3: „Pouličný časopis v Barcelone skrachoval“

My sme zažili vec. Lebo ja som kedysi bol hrať futbal,²³ to sme spomínali. A myslím, že to bolo konkrétne vo Švédsku a prišli Španieli a boli takí akože hmm, a sme sa ich pýtali, že čo sa stalo a neviem, v ktorom to bolo presne meste, a nie som si istý, ale neviem či to nebola Barcelona alebo tak a oni proste zavreli výdajňu zo dňa na deň s tým, že tam bolo napísané, že z technických príčin zatvorené. A asi to nikto nekupoval, alebo ja neviem. A nepochopím, že ako môže občianske združenie skrachovať, keď nemá vlastný príjem, lebo to je vlastne nemožná vec. Ono nemôže skrachovať, ono môže z technických príčin zastaviť svoju činnosť. Takže oni z technických príčin, že buď sa im nechcelo, alebo bol slabý záujem, tak usúdili, že áno, je

23 Pod futbalom myslel predajca Svetový pohár ľudí bez domova vo futbale (Homeless world cup), ktorého sa niekoľkokrát zúčastnili aj predajcovia Nota Bene. Viac pozri na <https://www.homelessworldcup.org/>.

piatok, poslednýkrát vám dávame časáky a v pondelok už sem nechodíte. A pointa je to, že jak môže združenie, ktoré predáva 20 tisíc časákov, jak môže skrachovať? To sa nedá. Nemôžeš zo dňa na deň skončiť. To akoby zo dňa na deň prestala Markíza vysielať alebo JOJ-ka, to sa nedá. Nieže prakticky, aj teoreticky sa to dá len vysloviť, ale spraviť sa to nedá. (muž, 1978).

V OZ *Proti prúdu* sa šírilo viacero variantov tejto správy s meniacimi sa detailmi. Základným motívom naratívu bol krach OZ *Proti prúdu* a jednotlivé detaily adaptovali správu na aktuálne podmienky. Daný naratív som zaznamenala jedenkrát ako pre-rozprávajúci príbeh a vo viacerých formách kratšej správy, a to niekoľkokrát v plnej forme aj s komentármi alebo vo forme zreprodukovania rozprávačskej situácie, keď sa informácia dostala k danému informátorovi, pričom vo viacerých prípadoch len informátori reagovali na daný naratív komentármi, snažili sa objasniť určité detaily a prezentovať svoj postoj a vieru.

Postojová škála viery sa pohybovala od absolútnej akceptácie, cez pochybnosti až po absolútne odmietnutie pravdivosti naratívu. Ukázalo sa, že absolútne, ale i čiastočne veriaci sú tí, ktorí majú dôkaz, resp. považujú svoje poznanie, či osobnú skúsenosť alebo názor za dôkaz – napr. pokladali úroveň kvality časopisu za nízku alebo systém fungovania združenia za nevyhovujúci. Oproti tomu stoja absolútne neveriaci, ktorí mali podrobnejšie informácie, napr. o oddeľovaní streetworku, alebo takí, ktorí mali požiadavku na dôkaz v zmysle „uverím, keď uvidím“.

Jednotlivé varianty fámy sa v procese transmisie aktualizovali na rôzne problémy a udalosti, pričom sa menila aj ich funkcia.

V súvislosti s variantom o oddeľovaní streetworku sa fáma šírila ako poplašná správa, že časopis sa už nebude vydávať a združenie zanikne.

... A z toho vzniklo vlastne to, že dokonca aj naši predajci hovorili, že Nota Bene končí, že čo sa deje. Takže naozaj mali taký strach. (žena, 1970).²⁴

Oproti tomu stoja naratívy odkazujúce na súčasnosť alebo nedávnu minulosť, ktoré sú orientované predovšetkým na kritiku združenia. V niektorých prípadoch naratív explicitne alebo implicitne kritizuje organizáciu, sociálnych pracovníkov, či časopis. Napr. vo variante *Nota Bene krachuje, lebo sociálni pracovníci drogujú*, fáma hľadá vinníkov, ktorí sú zodpovední za ukončenie činnosti združenia.²⁵ Vo variante *Nota Bene krachuje, lebo časopis je nekvalitný*, príbeh explicitne kritizuje obsahovú úroveň časopisu. Variant fámy *Nota Bene krachuje kvôli čiernym predajcom* zas odkazuje na existenciu falošných predajcov, s ktorými majú predajcovia i sociálni pracovníci každodenné problémy.

Naratív „*Nota Bene krachuje...*“ priamo súvisí s každodenným životom predajcov, reflektuje ich bežné problémy a je spojený s latentným strachom a pocitom neistoty, že organizácia preruší svoju činnosť. Predaj časopisu je často jediným a zároveň aj jediným možným zdrojom príjmu, ktorý im zabezpečuje základné životné potreby, ako

24 Viacero odborníkov v rámci svojich výskumov zistilo, že fáma (resp. súčasná povest') napomáha vysporadúvať sa s ťažko zvládnuteľnými situáciami a k šíreniu fám často dochádza práve za podmienok kolektívneho ohrozenia, keď má fáma istým spôsobom napomôcť vyrovnávanie sa so strachom (Fine, Turner, 2001: 59; Panczová, 2005: 39; Shibutani, 1966: 31).

25 Motív „*sociálni pracovníci a drogy*“ figuroval vo viacerých naratívoch, ale vzhľadom na etické zásady výskumu ho nebudem rozoberať.

je strava, nocľah, hygiena, a zároveň im sprostredkováva sociálne kontakty a podporne aktivity, ktoré pomáhajú zlepšovať ich životnú situáciu. Preto sa ich existencia a fungovanie *OZ Proti prúdu* bytostne dotýka a aj prostredníctvom daných naratívov reagujú na aktuálne dianie, či nejednoznačné udalosti. Prostredie a sociálny kontext sú pritom hlavnými faktormi, ktoré ovplyvňujú ich obsah a formu.

„TÍ ČIERNI A FALOŠNÍ...“

Falošní (alebo čierni) predajcovia figurujú ako centrálnne, ale i vedľajšie postavy vo viacerých naratívoch s rôznym tematickým zameraním. Falošní predajcovia nie sú riadni registrovaní klienti *OZ Proti prúdu*, ale určitým spôsobom zneužívajú časopis a zároveň poškodzujú meno združenia i registrovaných predajcov. Väčšinou majú len jeden alebo malé množstvo časopisov, nedisponujú vestou ani preukazom s registračným číslom, prípadne ho majú neplatný,²⁶ alebo majú preukaz iného predajcu. Pri predaji nedodržiavajú jeho základné pravidlá a často používajú manipuláciu, klamstvo, zavádzanie a pre združenie i predajcov sú ťažko riešiteľným problémom (Falošní predajcovia, n.d.).

Stáva sa, že falošní predajcovia vlastnia preukaz (dokonca si na seba obliekajú reflexnú vestu, aby sa výzorom čo najviac priblížili riadnym predajcom), o ktorom nezainteresovaný človek nezistí, že je nepravý. Tieto praktiky falošných predajcov riadni predajcovia i zamestnanci združenia dôverne poznajú, a preto sa neraz stáva, že sa v prostredí *OZ Proti prúdu* šíria neoverené informácie a rôzne domnienky o tom, kde si falošní predajcovia dávajú preukazy vyrábať, resp. kto im ich vyrába.

Je koniec augusta a predajcovia časopisu Nota Bene mali prezentáciu nového čísla časopisu, ktorý budú nasledujúci mesiac predávať.²⁷ Po skončení sa z miestnosti presúvajú na dvor a debatujú, kupujú časopisy. Skupinka troch mužov sa baví o čiernych predajcoch, že aj napriek novým vestám²⁸ časopis predávajú, a dostala sa k nim tiež informácia, že majú nejaké malé preukazy. Na to jeden zo skupiny diskutujúcich reaguje, že ich vyrába jeden človek – bývalý dočasný riaditeľ²⁹ a zdôrazňuje, že je to pravda. Ďalší z auditória oponuje, že tomu veľmi neverí, však im pomohol, keď bol problém v tlačiarňach.³⁰ Prvý diskutér však opätovne zdôrazňuje

26 Jedným zo základných zásad v *OZ Proti prúdu* je, že ak predajca hrubo poruší nejaké pravidlo napr. pri predaji, môže ho sociálny pracovník (sociálni pracovníci) dočasne alebo úplne vylúčiť (dostáva „stopku“) a prestáva byť registrovaným klientom združenia a riadnym predajcom. Preto sa niekedy stáva, že falošný predajca disponuje preukazom, ale má ho neplatný a predáva „načierno“.

27 Vždy na konci mesiaca mávajú predajcovia dobrovoľné stretnutie, keď im vedenie združenia, prípadne interní redaktori časopisu odprezentujú obsah a zaujímavosti nového čísla časopisu. Tieto stretnutia rovnako poskytujú priestor na kolektívne debaty viacerých predajcov, ktorí sa v združení stretnú v rovnakom čase.

28 Na jar 2014 zaviedlo *OZ Proti prúdu* do povinnej výbavy predajcov okrem preukazu aj reflexnú vestu, ktorá je označená logom časopisu. Jedným z dôvodov bolo jednoduchšie rozpoznanie riadnych predajcov od tých falošných. Za vestu každý predajca platí vratnú zálohu 15 eur, aby sa zabránilo obchodovaniu s nimi. Viac pozri na http://www.notabene.sk/?ts_vesty_nota_bene.

29 V období, keď som mala v rámci výskumu prestávku medzi druhou a treťou fázou výskumu, nastali v *OZ Proti prúdu* organizačné zmeny, keď viacero zamestnancov združenia odišlo a boli prijatí noví. Jedným z nich bol aj vtedajší riaditeľ združenia, ktorý zastával danú funkciu len krátkodobo a v čase, keď som sa na výskum znova vrátila (r. 2014), už v združení nebol.

30 Predajca mieni na udalosti, keď sa zistilo, že z tlačiarne niekto vynášal časopisy falošným predajcom, čo bolo spúšťačom rozšíreného naratívu „vynášači z tlačiarne“, ktorý som v danom prostredí zaznamenala.

pravdivosť informácie a argumentuje dôkazom, že nejaký falošný predajca má od neho preukaz, a že keď ho chytili policajti, vysmial sa im, že za 5 minút má ďalší. (terénny denník, 28. 8. 2014).

Toto bol popis prirodzenej rozprávačskej situácie zapísaný v terénnom denníku, kde som prvýkrát zachytila naratív, ktorý som klasifikovala ako „*falzifikanti preukazov*“. Počas poloformálnych rozhovorov som základný motív zaznamenala vo viacerých variantoch, kde vo variačnom procese bol základným meniacim sa detailom hlavný aktér (hlavní aktéri) naratívu, pričom časový horizont uvádzaný v naratívoch odkazoval na vzdialenejšiu minulosť až súčasnosť. V niektorých prípadoch vyrábali falošným predajcom preukazy bývalý dočasný riaditeľ, alebo si ich vyrábali sami falošní predajcovia.

Variant 1: „Preukazy pre falošných predajcov vyrába bývalý dočasný riaditeľ“
... *To bol To boli takisto preukazy jak naše. Všetko to isté presne. Ja som sa tiež o tom dopyčul, že on sem chodieval v sobotu, a že tu si ich odfoťil a spravil im preukazy. ... A tak sa vypráva o tom, že kvôli preukazom ho vyhodili. ... Potreboval peniaze asi. ... On pomáha bezdomovcom. Ja koľko rázy som mu hovoril, že tam je čierny predajca, nech to ide riešiť a on mi koľko rázy hovoril, že „veď aj to je človek“. Ja hovorím, že „no dobre, keď pre teba je to človek, tak potom aj ty si taký istý ako on“. To predajcovia si to tu vyprávali a ja som to tiež počul od nich... (muž, 1971).*

Variant 2: „Preukazy si vyrábajú sami falošní predajcovia“
... *Oni chodia, jak je Zochova, tam je ten podchod, a keď ideš tým druhým podchodom, tak tam je kaviareň internet U Uršulinky. Takže tam si to vyrábajú. ... Tam je kopírka, tam si to spravia proste, ako to viem. To je jednoduché. ... A ako pýtal som sa na túto informáciu a oni mi to potvrdili, že áno, chodia tam Rómovia zo Zvolena a takisto aj z Levíc a si tam robia tie preukazy. A oni im v tom nemôžu zabrániť... (muž, 1982).*

Jednotlivé varianty som zachytila vo forme zreprodukovaného príbehu i krátkej informácie, s komentármi i bez komentárov, vo viacerých prípadoch však len ako samotné komentáre reagujúce na daný obsah, kde informátori prezentovali svoj osobný postoj k (ne)pravdivosti naratívu. Postojová škála zahŕňala stupne od absolútnej viery, cez ľahostajnosť, až po absolútne spochybnenie pravdivosti. Ukázalo sa, že viera v daný naratív alebo informáciu je spojená s dôkazom, kde je argumentácia založená na dôveryhodnom zdroji, alebo že sa falošné preukazy naozaj našli. Neviera sa na druhej strane spája s nepotvrdením informácie z oficiálneho zdroja, resp. širitelia správy – ďalší predajcovia – sú považovaní za nedôveryhodný zdroj (pričom paradoxne bývajú často v naratívoch uvádzaní ako dôveryhodný zdroj):

... *Ale to zase hovoria len predajcovia, ale nikto to nepovedal priamo zo sociálnych pracovníkov. Takže ja si myslím, že ja skôr uverím sociálnemu pracovníkovi ako nejakému predajcovi, ktorý má naňho ťažké srdce. Ja takým veciam neverím proste... (muž, 1966).*

... *Oni sú takí hlúpi tí ľudia, ty vole, že to ani pravda není. Fámisti, ty vole. Tí uveria kadečomu... (muž, 1980).*

Takisto sa ukázalo, že rolu pri (ne)víere zohráva aj osobný vzťah daného informátora k hlavnému aktérovi príbehu, s ktorým sa spája nežiaduca výroba preukazov pre falošných predajcov. V prípade bývalého dočasného riaditeľa *OZ Proti prúdu* informátori argumentovali svojou osobnou skúsenosťou s daným človekom, na základe ktorej pravdivosť informácie zamietli, resp. potvrdili.

Jednotlivé šírené varianty sú založené na reálnej skutočnosti, že falošní predajcovia naozaj niekedy disponujú falzifikátom preukazu, aby si uľahčili predaj časopisu. Tento základný motív sa v procese šírenia adaptoval na aktuálne dianie, a tak v rôznych časových intervaloch vznikali lokálne varianty, ktoré sa pravidelne snažili nájsť vinníka, ktorý je za túto neblahú činnosť zodpovedný. Napr. vo variantoch, kde bol hlavným aktérom bývalý dočasný riaditeľ, predajcovia aj prostredníctvom fámy reagovali na (z ich pohľadu negatívne) systémové zmeny, ktoré nastali v združení počas jeho riadenia³¹ i na jeho rýchly nevysvetliteľný odchod zo združenia už po pár mesiacoch – išlo údajne o dôsledok jeho „nekalej“ činnosti. Predajcovia, ktorých sa tieto organizačné zmeny osobne nedotkli (teda neboli v čase jeho riadenia v združení prítomní, resp. neboli v tom čase predajcami) disponovali informáciami, kde boli hlavnými aktérmi výroby preukazov samotní falošní predajcovia a len poukazovali na existenciu tohto problému, ktorému je komplikované zamedziť.

Ďalší naratív, tematicky sa dotýkajúci falošných predajcov, som klasifikovala ako „vynášači z tlačiarne“. Motív naratívu som prvýkrát zaznamenala počas poloformálneho interview s jedným predajcom, keď sme hovorili práve o falošných predajcoch a bol súčasťou rozprávania reálnej udalosti, keď zamestnanci z tlačiarne tajne distribuovali časopisy mimo oficiálnych kusov určených pre *OZ Proti prúdu*. Počas výskumu som postupne zaznamenala rôzne varianty s obmieňanými detailmi. Niektoré varianty naratívu boli založené na danej pravdivej udalosti, pričom obsahovali rozličné nepravdivé detaily. Boli časovo viazané na obdobie organizačných zmien v *OZ Proti prúdu*, keď funkciu štatutára zastával už vyššie spomínaný dočasný riaditeľ, ktorý v niektorých variantoch figuroval ako jeden z vedľajších aktérov. Popri tom som však zaznamenala i varianty, ktoré odkazovali na vzdialenejšiu minulosť, pričom základný motív vynášania časopisov z tlačiarne dopĺňali rôzne detaily približujúce predovšetkým hlavných aktérov deja. Hlavný motív sa tiež v niekoľkých prípadoch prelínal s motívom predčasného predaja časopisu,³² ktorý figuroval ako dôkaz potvrdzujúci pravdivosť naratívu.

Variant 1: „Bývalý dočasný riaditeľ/zamestnanci združenia zamestnali v tlačiarňach bezdomovcov, ktorí vynášali časopis a falošní predajcovia predávali časopis skôr ako riadni...”

... To bolo tak, že čo tu robil niekedy šéfa, tak on zamestnal v tlačiarňi bezdomovcov a oni, už časopisy boli natlačené a on zobral celý balík a predal to čiernym predajcom. ... Som počul, že on im tam vybavil. ... Čiernym predajcom. Oni skorej predávali nové čísla než my. ... O 6 dní bolo skorej... (muž, 1971).

31 Ako už bolo vyššie spomenuté, v združení nastali organizačné zmeny, keď viacero jeho pracovníkov odišlo a viacero nových bolo prijatých, a to ako v rámci sociálnych pracovníkov, tak i v rámci vedenia. Nový riaditeľ zaviedol v združení niekoľko zmien (týkali sa napr. sociálneho poradenstva pre predajcov), s ktorými predajcovia neboli spokojní a reagovali na ne negatívne, a to aj v čase, keď už daný človek v združení nepracoval.

32 Motív „predčasný predaj“ bol súčasťou niekoľkých variantov naratívu, prostredníctvom ktorého sa šírili informácie o tom, že časopis sa predával skôr ako 1. deň v mesiaci, keď si ho riadni predajcovia môžu vo výdajni časopisu v danom mesiaci prvýkrát zakúpiť.

... Čierny predajca. No buď si nájde niekoho, kto mu tie časopisy vynáša, respektíve, dojdú si priamo do tlačiarne, tam im to niekto musí dať. Lebo som sa dopytal, že neviem kto presne, či oni, alebo niekto odtiaľto z týchto pracovníkov zamestnal bezdomovcov tam a im dali prácu a vynášali časopisy. ... Lebo mne sa už párkrát stalo, že prvého som išiel po časopisy, o ôsmej otvorili výdajňu, došiel som o 8,45 na miesto a mi povedali „viete čo, toto už mám“. Hovorím „jak to môžete mať, teraz som len vyšiel z výdajne o 8 otvárali výdajňu, jak to môžete?“. Takže ešte predtým ako začal ten oficiálny predaj časopisu, oni to už predávajú to číslo... (muž, 1980).

Variant 2: „Zamestnanci tlačiarne vynášali časopisy falošným predajcom, ktorí predávali časopisy skôr ako riadni...“

... Boli blbci, ktorí robili v tlačiarňach a asi, ja si pamätám jedna žena a jeden chlap, ktorí zistili, že parádny biznis a mali tie svoje koníky, ktoré prišli napr. dvadsiateho ôsmeho do tlačiarne, on mu tam cez plot fukol balík a astala vista. A ja prvého dojdem na svoje stále miesto a moja stála zákazníčka mi povedala, že „čo robíte, však ja som si to kúpila už v piatok.“... (muž, 1978).

Ďalšie varianty naratívu len reprodukovali hlavný motív vynášania časopisu z tlačiarne falošným predajcom bez konkrétnejších detailov o hlavných aktéroch a časového určenia. Naratív som zaznamenala vo forme príbehu, ale i kratšej informácie zameranej na podstatu. Niekedy informátori, podobne ako pri vyššie uvedených príkladoch, len reagovali na daný obsah komentármi vyjadrujúcimi ich osobný postoj k informácii. Viera v daný naratív bola často spojená s vlastnou skúsenosťou – dôkazom, že zákazník si údajne kúpil časopis skôr, so zdôraznením, že to bolo ešte pred začatím oficiálneho predaja, a tým pádom ho mohol predať len falošný predajca, keďže riadni predajcovia časopis ešte nepredávali. Argumentácia ohľadom pravdivosti naratívu bola v niektorých variantoch založená na individuálnej skúsenosti s prácou v tlačiarňach.³³ Neviera bola na jednej strane spojená s hlbším poznaním okolností vynášania časopisov z tlačiarne,³⁴ ale aj so spochybňovaním argumentácie, že zákazník už časopis kúpil skôr, ktorá v niektorých variantoch slúžila práve ako dôkaz potvrdzujúci pravdivosť.

... Postavím sa prvého s časopisom na ulicu a polovica mi povie, že už ho má. Pretože oni sa na ten časopis, ktorý si kupujú ani nepozrú, takže nevedia, že čo majú a čo nemajú. To je v ľuďoch, to není v tom, že by asi niekto vynášal časopisy... (muž, 1974).

Funkcie, ktoré daný naratív v prostredí zohrával, boli individuálne a viazali sa na jednotlivé varianty i osoby. Naratív na jednej strane znova kritizuje zamestnancov združenia, ktorí údajne sprostredkovali zamestnanie ľuďom bez domova,³⁵ na druhej strane upozorňuje na skutočnosti nelegálnych praktík, ktoré podporujú činnosť

33 Niektorí informátori podrobne popísali proces fungovania tlačiarne, keď bolo hlavným potvrdzujúcim dôkazom to, že pri tlači sa spravidla vyrobí nad rámec kusov, ktoré sa dajú ďalej sprostredkovať bez toho, aby na to niekto prišiel.

34 Informátor, ktorý bol pre mňa prvým zdrojom daného naratívu, bol zároveň aj jedným z tých, čo odhalil praktiky v tlačiarňach a podarilo sa mu za pomoci ďalších usvedčiť páchatela – ten nelegálne sprostredkoval časopisy priamo z tlačiarne. Preto danému naratívu i jeho variantom neveril, aj keď sa k nemu dostali od iných predajcov.

falošných predajcov, na čo doplácajú riadni predajcovia legitímne predávajúci časopis. Zároveň naratívy kritizujú nevedomosť a nezáujem zákazníkov o časopis. Všeobecne však predajcovia prostredníctvom vyššie uvedených naratívov, kde hlavnú, či vedľajšiu úlohu zohrávajú falošní predajcovia, reagujú na reálny problém ich existencie. Tento je však pre nich zatiaľ nevyriešiteľný, aj napriek tomu, že sa ho snažia samotní predajcovia i združenie riešiť (napr. zavádzaním nových identifikačných znakov predajcov, prísnejšou kontrolou, výzvami v časopise pre čitateľov, nahlasovaním pohybu falošných predajcov riadnymi predajcami a pod.).

ZÁVER

Hlavným predmetom textu boli súčasné povesti a fámy, ktoré sú prezentované v určitom kontexte a sú jedným z prostriedkov medziľudskej interakcie. Cieľom príspevku bolo jednak poukázať na špecifiká etnografického výskumu týchto naratívov z teoreticko-metodologického hľadiska a zároveň aj prostredníctvom konkrétnych rozprávání priblížiť vplyv sociálneho kontextu na obsah, formu a funkcie súčasných povestí a fám šírených v *OZ Proti prúdu*, ktoré je vydavateľom časopisu *Nota Bene*.

Hlavnou teoretickou platformou výskumu bol model – *The Folklore Diamond*, ktorý prezentuje jednotlivé, viac či menej od seba závislé, elementy súčasných povestí a fám, ktoré prezentujú kontextuálne podmienky ovplyvňujúce naratívy v procese transmisie. Vychádzajúc z daného modelu bola metodológia založená na kvalitatívnom prístupe, s využitím kombinácie etnografických metód výskumu – ako zúčastnené pozorovanie i neformálne a poloformálne rozhovory. Analýza materiálu vychádzala z postupov zakotvenej teórie. Analytickým nástrojom bol softvér pre analýzu kvalitatívnych dát Atlas.ti.

Vybrané prostredie a výskumná vzorka, ktorou boli predajcovia časopisu *Nota Bene*, vytvorili pre výskum osobitné podmienky, predovšetkým v súvislosti s etickými zásadami výskumu i jeho obmedzeniami, pričom ako kľúčové sa ukázali najmä získavanie dôvery informátorov, vymedzenie vzťahu „výskumník – informátor“, starostlivosť o emočné bezpečie informátorov a sebareflexia samej seba ako výskumníčky.

Špecifický kontext výskumného prostredia neovplyvňoval len samotný priebeh výskumu, ale bol aj jedným zo zásadných faktorov formujúcich skúmané javy. Jednou skupinou zozbieraných naratívov boli súčasné povesti a fámy obsahovo i tematicky viazané na *OZ Proti prúdu* a ľudí, ktorí v tomto prostredí pôsobia, resp. sa ho určitým spôsobom dotýkajú. Výrazným špecifikom charakteristickým pre daný materiál bolo prepojenie každodenných problémov a udalostí s obsahom naratívov, pričom ich základné témy sa viazali na samotné združenie a predajcov, zamestnancov združenia, falošných predajcov a pod. Viacero naratívov, aj vrátane uvedených v druhej časti textu a klasifikovaných ako „*falzifikanti preukazov*“ a „*vynášači z tlačiarne*“, obsahovalo pravdivé detaily doplnené o ďalšie informácie, ktoré adaptovali jednotlivé varianty roz-

35 Zaujímavým javom, s ktorým som sa v danom prostredí výskumu stretla bolo vymedzovanie sa predajcov voči ľuďom bez domova, ktorí žijú na najnižšej úrovni. Týchto často stereotypne definovali ako „ten, ktorý sa utápa v tom najlacnejšom chlaste“, „spáva vonku“, „zanedbáva sa“ a pod., pričom niekedy ich stavali takmer do pozície protikladu seba samých – tí, ktorí majú istú zárobkovú činnosť (predávajú časopis, prípadne majú brigády), sú čistí, dostali sa napr. zo závislosti, prekonalí obdobie, keď aj oni sami boli na ulici, dokážu si zaplatiť ubytovanie, aj keď len na ubytovni a pod. A táto skutočnosť môže byť tiež dôvodom, prečo práve ľudia bez domova figurujú v danom naratíve ako aktéri, ktorí sa podieľali na nelegálnej činnosti.

právania na aktuálne lokálne podmienky a boli šírené v rôznych časových intervaloch ako pravdivé alebo neoverené správy. Jednotlivé naratívy sa v danom prostredí šírili v rôznych formách príbehu: krátkej správy zdôrazňujúcej centrálny motív, ale i len vo forme komentárov, v ktorých rozprávači kladli dôraz na prezentáciu osobného postoja k danému obsahu a argumentáciou, často založenou na individuálnej skúsenosti, sa snažili potvrdiť, resp. spochybniť pravdivosť informácie.

Na základe čiastkových výsledkov výskumu sa ukázalo, že viera je spojená predovšetkým s požiadavkou na dôkaz a dôveryhodný zdroj, ktorý je sprostredkovateľ informácie.

Zachytené naratívy a ich varianty sú istou reflexiou rôznych udalostí každodenného života predajcov, upozorňujú na reálne problémy, s ktorými sa predajcovia stretávajú (napr. existencia falošných predajcov), poskytujú prostriedky na vysvetlenie určitých javov (napr. oddelenie streetworku od *OZ Proti prúdu*) a sú i nástrojom kritiky (napr. kritika združenia, časopisu) alebo prejavom strachu a neistoty (že združenie krachuje).

Súčasná povesti a fámy sú príbehy alebo kratšie správy šírené v dynamickou procese širších súvislostí rozprávania, ktoré ovplyvňujú ich celkový charakter, či už z hľadiska formy, obsahu alebo funkcie. Zároveň sú nástrojom, ktorého prostredníctvom ľudia zdieľajú každodenné problémy a reagujú na dianie vo svojom okolí a aj takýmto spôsobom sa s danými skutočnosťami vyrovnávajú, a to už len tým, že medzi sebou hovoria o niečom, čo ich spája.

Štúdia vznikla v rámci grantu VEGA 2/0126/14 Kontinuita a diskontinuita v etnologickom bádani s ohľadom na nehmotné kultúrne dedičstvo.

LITERATÚRA

- Bennett, G. (1988). Legend: Performance and Truth. In: G. Bennett, P. Smith (Eds.), *Monsters with Iron Teeth: Perspectives on Contemporary Legend*, Vol. 3. Sheffield: The Centre for English Cultural Tradition and Language, University of Sheffield (s. 13–36).
- Brunvand, J. H. (1993). *The Baby Train: And Other Lusty Urban Legends*. New York: W. W. Norton & Company.
- Dégh, L., Vázsonyi, A. (1981). Legend and Belief. In: D. Ben-Amos, (Ed.), *Folklore Genres*. Austin: University of Texas Press (s. 93–123).
- Ditmarová, L. (2012). „Stalo sa známemu môjho známeho“ alebo „Friend of a Friend Tales“, In: *Speculum*, č. 2, 25–43.
- Ditmarová, L. (2013). NOTA BENE – pouličný kompas alebo venujte pozornosť. Etnografická sonda do jedného občianskeho združenia. In: *Slovenský národopis*, 61(3), 258–272.
- Ditmarová, L. (2014). Súčasná povesti a fámy ako text v kontexte. Prístupy ku skúmaniu dvoch žánrov. In: *Etnologické rozpravy*, 21(1), 109–130.
- Fine, G. A. (1992a). *Manufacturing Tales. Sex and Money in Contemporary Legends*. Knoxville, USA: The University of Tennessee Press.
- Fine, G. A. (1992b). Rumors of Apartheid: The Ecotypification of Contemporary Legends in the New South Africa. In: *Journal of Folklore Research*, 29(1), 53–71.
- Fine, G. A., Campion-Vincent, V., Heath, Ch. (2005). *Rumor Mills. The Social Impact of Rumor and Legend*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Fine, G. A., Ellis, B. (2010). *The Global Grapevine: Why Rumors of Terrorism, Immigration, and Trade Matter*. London: Oxford University Press.
- Fine, G. A., Turner, P. A. (2001). *Whispers on the Color Line: Rumor and Race in Ame-*

- rica. Berkeley: University of California Press.
- Hendl, J. (2012). *Kvalitatívny výzkum. Základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál, s. r. o.
- Hlôšková, H. (2001). Moderné povesti – k doterajším výsledkom ich štúdia v zahraničnej folkloristike. In: *Slovenský národopis*, 49(4), 174–184.
- Janeček, P. (2007a). Současné pověsti a fámy: orálně transmittovaná narativita v České republice v mezinárodním kontextu. In: L. Lenk, M. Svoboda (Eds.), *Veselé tropy*. Plzeň: FF ZČU (s. 60–67).
- Janeček, P. (2007b). Současné pověsti a jejich výzkum v moderní folkloristice. In: *Český lid*, 94(3), 305–322.
- Janeček, P. (2012). *Současná pověst a fáma v České republice. Vznik, geneze a sociální a kulturní funkce domácího urbánního folklóru v mezinárodním kontextu*. Praha: Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav etnologie (Dizertačná práca).
- Kadlečík, P. (2013). *Šlapaje ulicou. Rôzne prístupy v terénnej sociálnej práci s ľuďmi bez domova*. Bratislava: o.z. Proti Prúdu. Dostupné na http://www.notabene.sk/swift_data/source/Slapaje%20ulicou%20-%20rozne%20pristupy%20v%20terennej%20socialnej%20praci%20s%20ludmi%20bez%20domova.pdf
- Kapferer, J. N. (1992). *Fáma, najstarší médium sveta*. Praha: Práce. (pôvodné dielo vydané 1987, preklad D. Provazník).
- Leščák, M., Sirovátka, O. (1982). *Folklór a folkloristika (O ľudovej slovesnosti)*. Bratislava: Smena.
- Panczová, Z. (2005). Súčasná povesti a fámy vo svetle folkloristických výskumov. In: Krekovičová, E. a kol., *Folklór a komunikácia v procesoch globalizácie*. Bratislava: Slovak Academic Press, s.r.o. (s. 7–66).
- Shibutani, T. (1966). *Improvised news: A Sociological Study of Rumor*. Indianapolis: Bobbs-Merrill.
- Schneider, I. (2001). „Contemporary Legends“ medzi mýtom a realitou. In: *Slovenský národopis*, 49(2), 163–173.
- Smith, P. (1999). Definitional Characteristics of the Contemporary Legend. *FOAFTALE NEWS. Newsletter of The International Society for Contemporary Legend Research* Vol. 44.
- Spradley, J. P. (1979). *The Ethnographic Interview*. Belmont: Wadsworth Group/Thomas Learning.
- Spradley, J. P. (1980). *Participant Observation*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Strauss, A., Corbinová, J. (1999). *Základy kvalitatívneho výskumu: postupy a techniky metódy zakotvené teórie*. (S. Ježek, Trans.). Brno: Sdružení podané ruce, Boskovice: Albert. (pôvodné dielo vydané 1990).
- Šrámková, M. (2002). Vyprávění ve městě jako specifický typ narace. In: *Národopisná revue*, XII(4), 196–202.

Internetové zdroje použité v texte

<http://bratislava.sme.sk/c/6147234/za-bez-domovcami-idu-aj-do-kanalov.html>
Časopis Nota Bene. (n. d.). Získané 20.6.2016 z <http://www.notabene.sk/?casopis>
 Falošní predajcovia. (n.d.). 17.4. 2013, z http://www.notabene.sk/?falosni_predajcovia
<https://www.homelessworldcup.org/>
<http://insp.ngo/>
http://www.notabene.sk/?ts_vesty_notabene
<http://vagus.sk/>

O AUTORKE

LUCIA DITMAROVÁ (*1987) – absolventka Katedry etnológie a etnomuzikológie na FF UKF v Nitre (2011) a v rámci bakalárskej a diplomovej práce sa venovala predovšetkým štúdiu tanečného folklóru a tanečného folklorizmu. Od roku 2011 je študentka doktorandského štúdia na Ústave etnológie SAV. Vo svojej vedeckej a pedagogickej činnosti sa zameriava na súčasné naratívne žánre (predovšetkým súčasné povesti a fámy) a metodológiu etnografického výskumu.