

Univerzita Karlova
Fakulta humanitních studií

Obecná antropologie – integrální studium člověka



Směna, obchod, dluh: etnografie okrajových ekonomik

Disertační práce

Mgr. Michael Rádl

Vedoucí práce: Mgr. Yasar Abu Ghosh, Ph.D.

2022

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu. Současně dávám svolení k tomu, aby tato práce byla zpřístupněna v příslušné knihovně UK a prostřednictvím elektronické databáze vysokoškolských kvalifikačních prací v repozitáři Univerzity Karlovy a používána ke studijním účelům v souladu s autorským právem. Zároveň prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne:

Michael Rádl

Obsah

Úvod	4
Metodologie	7
Bazar jako zvláštní svět.....	12
Bazar v Libni	15
Jak se dělá bazar: věci a lidé	21
Bazar: každodenní rutina.....	35
Bazarista nebo antropolog?	40
Zrod zastavárny	45
Společenské postavení majitele zastavárny	49
Úvěry a dluhy	51
Půjčka v zastavárně	54
Půjčit si je tak snadné.....	56
Jak půjčky probíhají	61
Hodnota: co to vlastně je?	64
Proč si půjčují právě v zastavárně?	72
K jakému účelu slouží půjčka?	79
Finanční gramotnost.....	88
Zákazníci bazaru-zastavárny	91
Bazar jako útočiště marginalizovaných	99
Pravidelní klienti zastavárny	102
Racionalita jednání.....	106
Kolotoč výpůjček	109
Jak se mluví a jak se jedná	116
Umění promluvit	118
Rudolf.....	120
Monika	125
Adam	136
Strategie jednání Moniky a Adama.....	137
Závěr.....	140
Použitá literatura:	145
Ostatní zdroje:	149

Úvod

Když jsem přemýšlel o volbě tématu své disertační práce, po důkladné úvaze jsem se rozhodl navázat na svůj předchozí výzkum a zaměřit se na prostředí bazaru-zastavárny z perspektivy ekonomické antropologie. Co vlastně je ten mikrosvět, do nějž jsem se v rámci svého terénního výzkumu ponořil a který ve své práci popisuji a analyzuji? Je to svět bazaru a zastavárny, představovaný především lidmi, ale důležitou roli hraje i prostředí a další neživí aktéři, tvořící jakýsi background všech probíhajících interakcí. Bazar je vlastně do určité míry průnikem formální a neformální ekonomiky – na jedné straně je to instituce, která je součástí standardního podnikatelského prostředí, musí dodržovat příslušné zákony a vyhovět mnoha předpisům a nařízením; na druhé straně mohou být bazary někdy vnímány jako neformální prostředí, alespoň v takovém smyslu, že výkupní i prodejní cena jsou vyjednávány během každé jednotlivé transakce. Pro některé lidi je právě tento průsečík formálního a neformálního přístupu přitažlivý a představuje pro ně jeden z důvodů, proč bazary vyhledávají.

Prvním impulsem, který mě vedl k rozhodnutí věnovat se zastavárně, byla skutečnost, že toto téma jsem již zpracovával ve své diplomové práci a měl jsem za to, že v započatém výzkumu stojí za to pokračovat. Na rozdíl od diplomové práce, kde jsem se zabýval spíš materiální kulturou, se v této práci věnuji především otázce, jaký význam má bazar-zastavárna pro ekonomicky znevýhodněné, sociálně vyloučené či jinak marginalizované obyvatele menšího města, kde můj terénní výzkum převážně probíhal. Jednou z okolností, která ovlivnila mé rozhodování, je skutečnost, že bazar-zastavárnu sám vlastním, jeho provozem se zabývám už více než dvacet let a v problematice, spojené s tímto odvětvím, se poměrně dobře orientuji, takže jsem chtěl využít výhody, že dokážu dobře pochopit probíhající procesy ve všech souvislostech. Také bych chtěl dokumentovat, jak se postupně mění můj pohled na to, co se v zastavárně odehrává díky tomu, že během studia antropologie získávám vhodné koncepty pro uchopení transakcí a dějů, které jsem dříve jako majitel nahlížel z úplně jiné perspektivy.

Ve své práci se zaměřuji na oblast obchodu, která je někdy označována jako „fringe economics“ – okrajová ekonomika. Mým cílem je ukázat na příkladu bazaru-zastavárny, jaký ekonomický a sociální význam má okrajová ekonomika pro skupinu zákazníků, které spojuje podobný socioekonomický status, z něž pak vyplývá určitý životní styl a podobný způsob utváření a chápání hodnot i některých nepsaných norem. Chtěl bych ukázat, s jakým očekáváním lidé do bazaru přicházejí, jak zde vyjednávají podmínky obchodních transakcí a jaké strategie přitom používají.

Zvláštní pozornost chci věnovat zejména problematice zastavárny, především otázkám, které souvisí s půjčováním peněz. Analýza interakcí, procesů, dějů a vztahů, k nimž dochází v bazaru-zastavárně, představuje důležitý krok k tomu, abych mohl naplnit vytčený cíl, jímž je vysvětlení sociální role tohoto typu okrajové ekonomiky. K tomu mi napomůže detailní rozpracování, popis a analýza strategií a technik, které používají zákazníci bazaru a zastavárny. Je proto důležité věnovat pozornost tomu, jak jednájí a jaké postupy používají k tomu, aby maximalizovali svou úspěšnost při vyjednávání koupě či prodeje a/nebo minimalizovali své náklady při sjednávání zástavní půjčky. To může na první pohled svádět k myšlence, že aktéři vědomě jednájí v intencích teorie racionální volby, jak ji popsal Garry Becker, přičemž v souvislosti s rozhodováním bych vyzdvihl především jeho stať o ekonomickém přístupu k lidskému chování (Becker, 1976). Podle této teorie se člověk vždy rozhoduje tak, aby jeho náklady na dosažení vytčeného cíle byly co nejnižší a výnos co největší. Předpokládá se, že se rozhoduje sám za sebe, uvažuje racionálně na základě informací, které dokáže shromáždit a není při svém rozhodování ovlivněn sociálními ani kulturními faktory (Becker, 1976). Způsob, jakým používají při volbě cílů a strategií klienti v zastavárně však podle mého pozorování mnohem více odpovídá zakotvenému přístupu, s nímž přišel Mark Granovetter (1985), který odmítá „atomizovaného aktéra“, s nímž počítají neoklasické ekonomické teorie a místo toho jej chápe jako zasazeného do určitého společensko-kulturního kontextu. Nijak mu neupírá racionální rozhodování, to se však podle něj vždy odehrává s ohledem na sociální okolí, které je v případě klientů zastavárny zpravidla reprezentováno rodinou, ale někdy i dalšími osobami. Granovetter tvrdí, že jednání je výsledkem sociální zakotvenosti jedince ve společnosti, je závislé na jeho

postavení v existující síti vztahů i na momentální situaci, ve které k jednání dochází. Kromě zakotvenosti aktéra do sociální struktury však tento přístup zohledňuje i racionální ekonomickou úvahu a vliv kulturního vybavení jedince na jeho rozhodování. Důležité přitom je, že aktér není považován za „atomizovaného jedince“ ale za součást nějakého celku, který takové rozhodování ovlivňuje - člověk tedy není vypreparován ze své sociální struktury, ale naopak je přihlíženo k tomu, že je její součástí. Přitom nejedná ani se nerozhoduje mimo sociální kontext, ale ani se otrocky neřídí pravidly a vzorci chování, která askriptivně určují sociální kategorie (Ibid: 483 a násl.).

Původně jsem zamýšlel, zahrnout do své studie více poznatků z dalších bazarů a zastaváren, které byly rovněž terénem, kde jsem prováděl svůj výzkum, ale nakonec jsem se zaměřil primárně na bazar, který sám vlastním, a provozuji a data, která jsem získal při terénním výzkumu v ostatních bazarech či na bleším trhu, využívám spíše pro doplnění obrazu a vysvětlení některých situací. K rozhodnutí orientovat se hlavně na transakce a procesy, odehrávající se v mém vlastním bazaru jsem dospěl po důkladném zvážení všech okolností. Nejde mi totiž o popis jednotlivých bazarů, ani o případné rozdíly mezi nimi (které bezpochyby existují, ale podle mých zjištění nejsou nijak zásadní). Zajímá mě spíše praxe, která souvisí s jednáním lidí v situacích, které v bazaru-zastavárně nastávají v souvislosti s prodejem, výkupem zboží, a především pak s projednáváním podmínek zástavní půjčky. Jedním z hlavních důvodů, proč jsem se zaměřil na svůj vlastní obchod, byla podrobná znalost prostředí, což mi umožnilo věnovat se naplno tomu, jak probíhají jednotlivé transakce a jak během nich lidé jednají. Ve svém textu popisuji také situaci v dalších bazarech, což napomáhá k lepšímu porozumění některým praktikám a interakcím mezi zákazníky a provozovateli bazaru, případně k pochopení specifické atmosféry bazaru-zastavárny.

Samořejmě jsem si vědom toho, že zvolený přístup, kdy jsem zaměřil svou pozornost na vlastní bazar a ostatní jsem využíval jen jako jakýsi doplňující terén, má své nedostatky. Především si uvědomuji, jak problematické může být moje propojení s jedním místem, a zejména pak propojení rolí majitele a výzkumníka. Takové spojení, byť je v mnoha ohledech užitečné, může svádět k necitlivosti a stereotypnímu vnímání pozorovaných dějů, což potom vede k tomu, že nejružnější

zajímavé situace mohou považovat za běžné a nezajímavé, za jakousi každodenní rutinu, která nijak neupoutá mou pozornost. Kvůli tomu se pak někdy soustředím na interakce, které jsou typické a nikoliv na ty okrajové či jedinečné, které mohou mé rutinou otupělé pozornosti snadno uniknout. Abych se takovému pohledu vyhnul, musím vynakládat mnohem větší úsilí, než v případě, že bych prováděl terénní výzkum v cizím prostředí, kde by všechny pozorované skutečnosti byly nové.

Metodologie

Místem, odkud pocházejí poznatky k této práci, je bazar-zastavárna, jehož jsem dlouholetým majitelem. Nachází se poblíž centra jednoho menšího města v Ústeckém kraji, asi čtyřicet kilometrů od Prahy, ve kterém žije přibližně 13 000 obyvatel. Je zde relativně vyšší nezaměstnanost než v jiných krajích ČR a zejména pak v porovnání s Prahou, proto část obyvatel za práci dojíždí. Dojíždějící jsou ovšem nuceni vydávat část svých příjmů za dopravu, a ti, kteří najdou práci v místě, se zase často musí spokojit s nižší mzdou. Někteří za daných okolností na zaměstnání rezignují a raději volí život na podpoře. Míra nezaměstnanosti k 31. 12. 2019 činila v Praze 1,9 %, zatímco v Ústeckém kraji 3,9 %, přičemž poměr míry nezaměstnanosti se příliš nelišil ani v minulých letech. Ovšem přesto, že na základě údajů ČSÚ (ČSÚ, 2020) je nezaměstnanost v Ústeckém kraji oproti nedaleké Praze přibližně dvojnásobná, není tak vysoká, aby to bylo pro využívání zastavárenských služeb zvláště významné, ale z vlastní praxe v bazaru vím, že nezaměstnaní nebo lidé s nepravidelným či příležitostným zaměstnáním tvoří významnou část klientů zastavárny (více k tématu v kapitole „Proč si půjčují v zastavárně“).

Jako jednu z výzkumných metod využívám také *autoetnografii*.¹ Zvolil jsem ji především proto, že dokáže skloubit etnografii s autobiografií a představuje tak jedinečnou možnost, jak mohu odborným způsobem propojit své dlouholeté zkušenosti a zážitky provozovatele bazaru a antropologa. Domnívám se, že právě

¹ Více k *autoetnografii* např. Reed-Danahay (1997) nebo Ellis - Adams - Bochner (2011).

autoetnografie nejlépe odpovídá podmínkám, o nich se autoři zmiňují, když hned v úvodu své práce tuto metodu představují: „Autoetnografie je takový přístup k výzkumu a psaní, který se snaží popsat a systematicky analyzovat (grafie) osobní zkušenost (auto) za účelem porozumění zkušenosti s [cizí] kulturou (etno) [...]. Při praktikování a psaní autoetnografie využívá badatel principů autobiografie a etnografie. Autoetnografie je tudíž zároveň procesem i produktem“ (Ellis - Adams – Bochner, 2011: 1).

Vzhledem k tomu, že bazar-zastavárnu provozuji již velmi dlouho, vycházím při popisu dějů i interpretaci dat především z vlastních zkušeností, které jsem získal během více než dvacetileté praxe. Moje vzpomínky, týkající se popisovaného bazaru, nejsou - a ani nemohou být - nijak teoreticky nebo metodologicky zakotvené, protože v době, kdy jsem bazar otevřel a potom provozoval, jsem ještě nebyl studentem antropologie a o odborných metodách a technikách jsem vůbec nic nevěděl, a tudíž jsem o nich ani nepřemýšlel ani se jimi neřídil. Můj přístup k celé problematice se změnil teprve v období, kdy jsem se začal věnovat antropologii (tedy přibližně od roku 2011), resp. od té doby, kdy jsem začal uvažovat, že bych své zážitky použil jako výchozí data pro napsání odborného textu. Považuji za vhodné poznamenat, že se podle mého soudu jedná o jedinečnou příležitost využití poměrně neobvyklé situace, kdy autor-výzkumník je zároveň klíčovým účastníkem všech dějů, které se ve zkoumaném prostředí odehrávají a ze své pozice provozovatele tyto děje aktivně ovlivňuje, zatímco z pozice etnografa je sleduje a zaznamenává, a to i retrospektivně. Na druhou stranu je ovšem pochopitelné, že starší vzpomínky mohou být poněkud neutříděné, protože můj zájem se dříve soustředil pouze na otázky provozu a ekonomiky bazaru, zatímco antropologické hledisko se objevilo až mnohem později. Klíčovou roli přitom hraje paměť a schopnost vybavit si klíčové události – můj „rozprostřený terénní deník“ je vlastně pokus o zachycení a zaznamenání vlastních vzpomínek.

V souvislosti s mým ambivalentním postavením majitele a zároveň výzkumníka se objevuje otázka *pozicionality*: kdo vlastně jsem v celém příběhu já – jaké všechny role zastávám a za co se sám považuji a za co mě považují ostatní klíčoví aktéři. Situace, kdy se k roli obchodníka postupně přidává i role etnografa,

pochopitelně do jisté míry ovlivňuje, ať již vědomě nebo nevědomě, interakce se zákazníky i se zaměstnanci. V době otevření obchodu a v následujících asi deseti letech byl pro mě tento obchod především otázkou obživy. Když jsem začal studovat antropologii, zjistil jsem, že mě prostředí bazaru-zastavárny zajímá nejen z ekonomického, ale i z etnografického hlediska a rozhodl jsem se provádět terénní výzkum ve vlastním obchodě. S tím pozvolna přišla nenápadná proměna a já jsem v souvislosti se získáváním antropologických konceptů postupně měnil i svůj pohled. Dění kolem sebe jsem najednou začal vnímat jakoby jinými očima a o věcech začal uvažovat odlišně než dřív. S proměnou vlastního pohledu se samozřejmě změnila i moje etnografická vnímavost – dění, které jsem dřív přijímal jako samozřejmé, se z nového úhlu najednou jevílo jako problematické a provokující k otázkám, k nimž se dostanu dále v textu. Co bylo pro mě předtím samozřejmé: „tak to prostě je a hotovo“, najednou tak samozřejmé nebylo, a místo otázek „co“ nebo „jak“ jsem se také začal ptát „proč“. Kromě prosperity obchodu pro mě postupně začalo být důležité získání dat, a s tím se pochopitelně pojila potřeba odlišného způsobu tázání, typu rozhovorů i jiného nahlížení získaných odpovědí. Mezi rolí antropologa a provozovatele se brzy začal objevovat také jistý etický rozpor, s nímž souvisí i zvláštní napětí, které z takového rozporu vzniká. Spočívá zejména v tom, že zatímco jako obchodník se zaměřuji spíše na ekonomickou stránku transakcí (především s ohledem na možný zisk či ztrátu), jako výzkumník, hledající data a jejich souvislosti se mnohem víc a hlouběji zajímám o životní situaci klientů a o důvody, které je přivedly do zastavárny. V takové pozici jsou pak naše vzájemné interakce daleko víc emocionálně zatížené než ve vztahu obchodník – zákazník. Zároveň s jistým sblížením, ke kterému při terénním výzkumu nutně dochází, už najednou nevnímám klienta jen jako toho, který přináší podniku zisk, ale také jako člověka, který se nachází v nelehké životní situaci a potřebuje pomoc nebo aspoň radu. Díky mému postupně se měnícímu pohledu na problematiku zástav v souvislosti s chudobou těch, kteří si přicházejí vypůjčit, pak někdy dokonce klienty nabádám k takovému jednání, které je v rozporu s mými obchodními zájmy. Typickým příkladem je situace, kdy v rámci konverzace s klienty, která původně sloužila k lepšímu pochopení a k získání dat z rozhovorů, s nimi navážu osobní vztah, což potom někdy vede k natolik paradoxním důsledkům,

že jim radím, aby si půjčili méně či na kratší dobu, protože úrok ze zástavní půjčky pak bude nižší. Přitom můj zájem jako obchodníka je přesně opačný – je pro mě výhodnější, pokud si půjčí co nejvíc a na co nejdelší dobu, protože úrok (a tedy zisk) potom bude větší.²

Napětí, které souvisí s mou podvojnou úlohou majitel – antropolog ale, podle mého soudu možná poněkud překvapivě, ovlivnilo terénní výzkum spíše pozitivně a do jisté míry i konstruktivně, a v konečném důsledku nebránilo zaujímat obě role současně. Zatímco jako majitel mám na zřeteli především prosperitu celého podniku a interakce probíhající v bazaru vnímám především z pohledu ekonomicky zainteresovaného člověka, jako výzkumník-antropolog naopak nejsem závislý na skutečnosti, zda podnik vydělává, či prodělává, ale soustředím se především na to, abych odkryl a analyzoval, co se během transakcí v bazaru-zastavárně odehrává. Abych popsal i to, co nemusí být na první pohled zřejmé, všímám si nejen toho, jak jednotliví aktéři při obchodování jednají, ale také se pokouším interpretovat smysl a význam, který těmto transakcím připisují.

Klíčovým prvkem mého terénního výzkumu je strukturovaná rekonstrukce zkušeností, vzpomínek a dějů, kterých jsem se účastnil nebo jichž jsem byl svědkem a základním předpokladem systematické práce je najít vhodný způsob, jak tyto nějak zaznamenat a zachytit. Proto od začátku svého záměru věnovat se etnografii bazaru-zastavárny vedu poměrně podrobný terénní deník, ve kterém se snažím zachytit nejen události a interakce, které se udály během mého současného pobývání v terénu, ale i ty, jichž jsem byl svědkem nebo účastníkem v minulosti, a které nyní mohu nahlédnout v jiné perspektivě.

Pro mou práci je nejdůležitější technika zúčastněného pozorování, kdy v roli přímého účastníka probíhajících dějů pozoruji a následně se pokouším interpretovat jednání aktérů v bazaru-zastavárně, kteří toto specifické prostředí svými interakcemi spoluutvářejí. Pozici, kterou v rámci kombinace zúčastněného terénního výzkumu a pracovní pozice zastávám, charakterizuje Anderson (2006) jako „oportunistický“ typ CMR (Complete Member Researcher). To znamená, že členem skupiny, kterou nyní

² Podrobnosti o podmínkách zástavní půjčky přinesu dále v textu.

zkoumám (resp. prostředí), jsem se stal dříve, než započal tento terénní výzkum a moje cíle a pohnutky tehdy neměly s tímto výzkumem žádnou souvislost (Ibid: 379).

Pro ujasnění nebo upřesnění získaných informací doplňuji výše zmíněné techniky neformálními rozhovory, nejen se zákazníky, ale i s dalšími aktéry. Každá konkrétní situace, za které dochází v bazaru-zastavárně k uzavírání obchodu, je svým způsobem jedinečná. Je to vlastně *zápletka*, *uzlový bod*, od něhož se odvíjí příběh, který může mít rozličnou podobu i průběh a následně mnoho různých pokračování, zakončení i následků.³ Krátké, neformální, jakoby mimochodem vedené rozhovory během jednání se zákazníky mi proto velmi pomáhají blíže vysvětlit, jak ten který aktér vnímá svou vlastní situaci, a do jisté míry dovolují odhalit i jeho postoj k probíhající interakci. Neformální rozhovor, často spočívající jen v prohození několika konverzačních vět nebo nemnoha na první pohled bezvýznamných otázek, mi často napomůže podívat se jinýma očima na to, co se odehrává a lépe vnímat okolnosti nebo pozadí děje. Kromě poznatků získaných metodou zúčastněného pozorování, jsou to právě tyto krátké, často jen nahodilé neformální rozhovory se zákazníky, které mají klíčový význam pro pochopení a interpretaci procesů a dějů, jež jsou předmětem mého zájmu. V této situaci ovšem narážím na důležitý etický problém, protože při své dvojí roli obsluhujícího/antropologa vedu se zákazníkem zprvu běžný rozhovor jako obchodník, přičemž nemohu předem předpokládat, zda takový rozhovor nějak poslouží mému výzkumu a tento náhodný zákazník se tak vlastně stane mým informátorem, aniž by o tom věděl. Pokud ale během takového rozhovoru usoudím, že bych se dotyčného zákazníka mohl vyptat důkladněji a využít jeho výpovědi pro svůj výzkum, bezodkladně ho upozorním na svou (dvojí) roli i na to, že poznatky z našeho rozhovoru hodlám využít pro napsání své práce a započatý rozhovor už dále probíhá s jeho informovaným souhlasem.

I když tyto neformální rozhovory a drobné konverzace se zákazníky označuji jako doplněk, často byly klíčovým nástrojem, který umožnil proniknout hluboko do zkoumané problematiky. Moje postavení, kdy se jako majitel a zároveň výzkumník

³ V této pasáži vycházím z Goffmanových definic takových pojmů, jako je „interakce“, „setkání“, „představení“, „role“, a další. Každé vyjednávání se zákazníkem můžeme vnímat jako „představení“, ve kterém oba participanté zastávají určitou roli a vystupují v ní tak, aby ji co nejlépe naplnili. Pro lepší porozumění zmíněným pojmům srov. (Goffman, 1999: 21-22).

v plném slova smyslu stávám klíčovým *účastníkem* děje, zahrnuje i to, že se podílím na nejdůležitějších interakcích, které se v terénu odehrávají. To je podle mého soudu situace, která není v terénním výzkumu úplně běžná, protože výzkumník, jehož skupina přijme mezi sebe, bývá sice ostatními považován „jakoby“ za člena skupiny, kterou zkoumá, ale na ovlivňování děje se obvykle příliš nepodílí. Tráví sice čas se skupinou, ale spíš se soustředí na pozorování a popis toho, co se ve skupině děje, než by toto dění sám aktivně ovlivňoval způsobem, jako ostatní členové skupiny.⁴

Bazar jako zvláštní svět

Když návštěvník vstoupí do bazaru, často ho napadne, že vstoupil do nějakého jiného světa. Že bazar je vlastně jakýsi svět sám pro sebe.... Ale stejně jako je Země nebo kterákoliv jiná planeta obklopena svým vlastním vesmírem, tak je i každý bazar zasazen do určitého geografického a sociálního prostředí, které ho formuje a s nímž postupně vytvoří jeden celek. Představy majitele bazaru o tom, jak bude jeho obchod vypadat, ovlivňuje nejen geografické, ale především sociální prostředí dané lokality a skladba potenciálních zákazníků. Nikoho proto nepřekvapí, že bazary v centru města či v bohatších čtvrtích jsou honosnější a prodává se v nich dražší zboží, zatímco bazary na periferii nebo v menších obcích nabízejí spíše levnější zboží. V takových bazarech bývá zboží z druhé ruky „druhořadé“ – cenou i kvalitou.

V centru Prahy i některých dalších velkých měst můžeme narazit na luxusnější prodejny použitého zboží, nesoucí často v názvu nějakou variantu slova „antik“. Takové prodejny nabízejí například cenné staré obrazy, značkový porcelán, historický nábytek a mnoho dalších předmětů, které se dají označit jako hodnotné starožitnosti. Na okraji Prahy, ve čtvrtích obývaných chudšími lidmi nebo nepříliš navštěvovaných turisty pak můžeme narazit na bazary, které se orientují spíš na nízkopříjmové skupiny zákazníků. To se samozřejmě netýká jen obchodů s použitým

⁴ Problematikou celého proměnlivého spektra postavení badatele v prostředí zkoumané skupiny a s tím související otázkou, do jaké míry mu to které postavení umožňuje zapojovat se různým způsobem do činnosti této skupiny, se velmi podrobně zabývá Anderson (2006).

zbožím, jako jsou bazary, zastavárny nebo secondhandy. V chudších oblastech je obvyklé, že se i běžné obchody snaží přizpůsobit nižší kupní síle tamního zákazníka, takže i v těch, které prodávají zboží denní spotřeby jako třeba potraviny, drogerie, obuv nebo textil, bývá nižší cenová hladina, než v místech, kde je kupní síla vysoká. Nižší cena zboží je možná nejen proto, že zdejší obchodníci nemají tak vysoké provozní náklady (zejména nájemné) ale také proto, že kvůli dosažení co nejnižších cen je v těchto obchodech nabízeno (a poptáváno) zboží nižší kvality. Ale přes často až zdánlivě nesouměřitelné rozdíly v nabízeném sortimentu i cenách se dá říci, že luxusní starožitnictví v centru Prahy i zapadlé vetešnictví kdesi na periferii patří do jedné a té samé kategorie obchodů, protože je spojuje jeden klíčový společný rys – oba obchodují se zbožím z druhé ruky. Proto bude užitečné zamyslet se blíže nejen nad otázkou, čím se od sebe navzájem liší, ale hlavně *proč* se vůbec odlišují – tedy co je hlavní příčinou toho, že mikrosvěty bazarů jsou při vzájemném porovnání tak různé.

Ať už má *bazarista* jakoukoliv představu o obchodu, který plánuje otevřít, brzo zjistí, že nemůže důsledně trvat na podobě ani na zaměření, který si při svém plánování stanovil – zákazníci, kteří v okolí žijí a jeho služby využívají, začnou dříve či později svádět s provozovatelem jakýsi „boj o podobu obchodu“. Považují ho totiž za „svůj“, stejně, jako ho za svůj považuje sám majitel. Ve skutečnosti to vlastně není „boj“ v pravém slova smyslu, je to spíš vyjednávání, při kterém obě strany vzájemně představují, zpřesňují a různě modifikují své požadavky. Na některých obě strany důsledně trvají, zatímco z jiných jsou ochotni něco slevit a cestou drobných či větších kompromisů se postupně vše ustálí a bazar dostane svou konečnou podobu. V pozici provozovatele jsem se poměrně rychle naučil naslouchat hlasům svých zákazníků a snažil se přizpůsobit podmínky tak, abych pokud možno vyhověl jejich potřebám, požadavkům a přáním. To rozhodně není projevem náklonnosti ani empatie, pravým důvodem je snaha přitáhnout a udržet zákazníky, tím získat výhodu v konkurenčním tržním prostředí a posílit možnost dosažení ekonomického zisku. S odstupem mohu konstatovat, že to byli především zákazníci, kteří formovali tvář obchodu k obrazu svému, i když je nutné připomenout, že já, jako majitel, jsem vyjednávání podmínek

celkem ochotně přistoupil, a to především proto, že jsem si včas uvědomil důležitost kompromisů pro budoucí koexistenci.

Miller (2009) se v kapitole „Home and Agency“ zabývá otázkou, jak se se vzájemně ovlivňují dva aktéři: dům a ten, kdo ho obývá. Na několika příkladech ukazuje, že člověk, který se do domu nastěhuje, sice zprvu respektuje dané dispozice, ale zároveň se snaží uplatnit i svou invenci a přizpůsobit dům svým potřebám, od větších zásahů až po maličkosti jakými jsou třeba drobné úpravy dekorací či vymalování. Přitom je ale sám ovlivňován domem, napřed takovým, jakým byl, a následně tím, který si sám upravil a přizpůsobil, přičemž pro různé fáze tohoto procesu používá Miller pojmy „accommodating“ a „accommodated“ (Ibid: 133 a násl). Velmi podobně to platí i o bazaru, který vzniká v určitém prostředí, a to, jakou bude mít podobu, určuje několik faktorů: jeho poloha v rámci města, skladba místních obyvatel a jejich sociálně-ekonomická situace a samozřejmě také majitel. Po čase se bazar stane součástí prostředí, v němž je situován a stejně jako je tímto prostředím od začátku ovlivňován, začne sám toto prostředí ovlivňovat.

Jak jsem poznamenal, bazary se jeden od druhého liší. Při takovém konstatování ale nesmíme přehlédnout, že klíčovým důvodem jejich odlišnosti je skutečnost, že se nacházejí v jiném prostředí – s jistou nadsázkou bych si dovilil říct, že leží v „jiných vesmírech“. A přitom zrovna prostředí, které ten který bazar obklopuje ze všech stran a doléhá na něj v každém aspektu jeho bytí, je tím zásadním prvkem, jež obraz bazaru vytváří a modifikuje. Samozřejmě, že také o většině „běžných“ obchodů se zbožím denní spotřeby se dá v jistém smyslu říct, že reflektují „sousedství“ ve kterém se nacházejí – ať již skladbou sortimentu, designem interiéru, nebo cenami nabízeného zboží. O bazarech však teze o spolu-aktérství provozovatele, zákazníka a lokality při utváření charakteru obchodu platí dvojnásob. Bazary a další obchody se zbožím z druhé ruky se dají najít snad v každé pražské čtvrti, ve většině měst i v mnoha větších obcích a je pro ně typické, že téměř vždy se jejich vzhled, sortiment, cenová úroveň i přístup k „jejich“ zákazníkům přizpůsobuje celkovému kontextu. Zavedený bazar představuje vždycky jedinečné místo, které se odlišuje od ostatních bazarů, i přesto, že jejich sortiment bývá mnohdy dost podobný. Tím se

podstatně liší od jiných obchodů, zejména takových, které fungují na bázi franšizy a které často mají charakter jakýchsi ne-míst (srov. Augé, 2010).

Bazar v Libni

Terénní poznámky:

Tenhle libeňský bazar jsem objevil úplně náhodou. Čekal jsem na tramvajové zastávce na svůj spoj a najednou mě upoutal průchod, který vedl z ulice kamsi do dvorního traktu domu. Nad vchodem do průchodu visely různé tabule s nápisy s upoutávkami na bazar ve dvoře. Vývěsní štít vzbudil mou zvědavost a tak jsem vešel dovnitř, abych se podíval, co tam vlastně je. Ocitl jsem se na menším dvoře a to, co jsem tam spatřil, mi málem vyrazilo dech. Najednou jako bych byl v jiném světě. To místo na první pohled vypadalo jako nějaká zmenšenina blešího trhu - na zemi byly vystaveny haldy věcí, další byly porůznu rozmístěny (resp. spíš nakupeny) v plechové stavební buňce, umístěné na konci dvora. Použité oblečení a boty byly rozvěšeny na stojanech i na stěnách buňky.

První návštěva tohoto místa byla poměrně krátká a to, co jsem zde viděl, vzbudilo můj zájem a prohloubilo zvědavost. Když jsem o navštíveném místě později přemýšlel, už jsem se jen utvrzoval v přesvědčení, že opravdu stojí za bližší prozkoumání. Proto jsem se tam zanedlouho vypravil, již s konkrétním výzkumným záměrem a s otázkami, na něž jsem hodlal získat odpověď. Zajímalo mě, jak takový periferní bazar vypadá při pohledu zblízka, jaký má sortiment a ceny, kde se bere zboží, které se tu nabízí, kdo ho provozuje, a také jací lidé ho navštěvují a co tu převážně kupují nebo hledají. Chtěl jsem být co nejdřív na místě, všechno si hned začít prohlížet, pozorovat zboží, prodavače i zákazníky a všemi smysly vnímat co se tam děje. Šel jsem rychle a každé eventuální zdržení na cestě jsem pokládal za něco, co mě zdržuje od úkolu, který mě čeká. Nakonec ani není důvod se zdržovat – jdu přece zkoumat, co se odehrává v jednom konkrétním bazaru a ne někde v libeňských ulicích. Pak jsem ale přece jen

zvolnil krok a nakonec se na chvíli úplně zastavil, protože mě v tu chvíli napadlo, že právě ty libeňské uličky a jejich obyvatelé jsou důležitým faktorem, který významně ovlivňuje podobu i charakter „mého“ bazaru.. V tu chvíli jsem si uvědomil, že tenhle bazar představuje svět sám pro sebe a Libeň je tím vesmírem, který jej obklopuje. Oba prvky jsou dvě neoddělitelné proměnné, jeden je závislý na druhém a tak jak jsou, mohou existovat jen společně. Prostředí významnou měrou ovlivňuje všechno, co se v něm nachází. Stejně jako je náš Svět ovlivňován vesmírem, jímž je obklopen, a který naprosto zásadně působí na všechno dění na Zemi a na pozemské prostředí, které se nám zdá být tak samozřejmé a nezávislé na nějaké vzdálené vesmírné síle. Právě tahle myšlenka mě přiměla zastavit se a zkusit otevřít oči, abych mohl vnímat všechno co je na dosah a co se člověku samo nabízí, i to, co je možné nahlédnout poněkud hlouběji pod povrchem, pokud je pozorovatel ochoten věnovat pár minut přemýšlení o tom, co vidí. Tak třeba nedaleká zastávka tramvaje s několika čekajícími lidmi. Byl bych ji určitě bez zájmu minul, protože na první pohled zde jistě není nic, co by stálo za hlubší zamyšlení. Ale protože jsem se zastavil a aspoň trochu zaměřil pozornost na to, co se tam děje, začínám brzy rozeznávat, že zdaleka ne všichni jsou budoucí pasažéři, čekající na svůj spoj, a že na lavičce pod přístřeškem i na okolních zídkách posedávají i lidé, kteří nejspíš nikam cestovat nehodlají a jen tak tam tráví čas. Sedí nebo postávají v okolí tramvajové zastávky, která jim snad slouží jako jakýsi „meeting point“, někteří se občas napijí lahve, která je, pro případ, že by se v dohledu objevil městský strážník, napůl skrývaná v tašce nebo hlubší kapse. Nikam nejedou, jen tak sedí a baví se mezi sebou nebo pozorují okolí, občas se přivítají s dalším příchozím, jiný zas místo opustí a někam odejde. O kousek dál, kde je pár stánků s občerstvením, se tvoří malé hloučky. Výrazně převažují muži, ale je mezi nimi vidět i několik žen. I když se to jenom podle vzhledu a některých dalších znaků nedá s určitostí tvrdit, jsem přesvědčen o tom, že většina z nich patří k nízkopříjmovým vrstvám a že mnozí z nich nemají kde bydlet.

Nedaleko, téměř naproti zmíněné tramvajové zastávky, jsem objevil levnou jídelnu, která je součástí řeznictví a nabízí poměrně slušný výběr

hotových teplých jídel za přijatelné ceny. Zašel jsem dovnitř, jednak abych se najedl a také proto, abych si prohlédl skladbu místních zákazníků, což by mi snad mohlo pomoci blíže nahlédnout do sociálních a ekonomických poměrů obyvatel této čtvrti. Bylo právě krátce po poledni, takže se dalo očekávat, že v jídelně bude docela plno. Uvnitř vedlo téměř přes celou místnost zábradlí, oddělující jídelní stolky od výdejního pultu s jídly. Zábradlí zároveň vytvářelo přirozený koridor pro usměrnění případné fronty čekajících zákazníků. Nad výdejním pultem visela tabule s názvy a cenami nabízených jídel. Skladba jídel i relativně nízké ceny odpovídaly mé představě o levné „lidové“ jídelně. V nabídce převažovala jednoduchá hotová jídla - většinou nějaké maso, omáčka a příloha. Také asi dva druhy hustší polévky, které mohly nahradit hlavní jídlo a samozřejmě nechyběly ani uzeniny, ovar a pečený bůček nebo koleno s chlebem a hořčicí. Mezi zákazníky převažují místní řemeslníci, kteří přicházejí v montérkách, je zde také dost starších lidí, a snad i pár úředníků z okolních kanceláří a podniků. Mnozí z nich sem chodí proto, že jim zde nabízené typy jídel chutnají nebo jim tenhle typ podniku vyhovuje proto, že se nezdrží tak dlouho, jako by se zdrželi třeba v restauraci. Ale přesto se nedá odbýt myšlenka, že pro mnohé návštěvníky je tahle jídelna spíš taková levná varianta poledního jídla. Prostě lidová jídelna, kde za nevelký peníz dostanou teplé jídlo a poměrně slušně se najedí. Po jídle jsem usoudil, že už jsem se zdržel dost a že je načase dojít konečně tam, kam jsem se vypravil a pokusit se zde navázat kontakt.

Majitelka bazaru seděla uprostřed venku rozloženého zboží, aby měla přehled o věcech i o případných zákaznících. Jediným zákazníkem jsem v tu chvíli byl já, takže když jsem se s ní pustil do řeči, ani jsem neměl pocit, že nějak zdržuji. Její reakce na mou zvědavost byla sice trochu opatrná, ale přesto víceméně vstřícná. Náš první rozhovor netrval dlouho – paní majitelka byla sice příjemná, ale nepřiliš sdílná. Zdála se mi trochu nedůvěřivá, jako by jí vrtalo hlavou, co tam vlastně dělám a proč se takhle divně vyptávám. Rozhodl jsem se změnit taktiku: přerušil jsem na chvíli hovor a odešel do nedaleké cukrárny, kde jsem nakoupil pár dortíků a balíček kafe. Když jsem se vrátil zpátky, zároveň s nabídkou zákusků jsem jí vysvětlil svou situaci: že píšu práci o obchodování

v bazarech, že ten její mě velice zaujal svou neobvyklostí, a že bych velice ocenil, kdybych tam mohl strávit nějaký čas, pozorovat zákazníky i její interakce s nimi a ve volných chvílích si povídat o tom, jak tenhle bazar vznikl, jaké má zkušenosti s jeho provozováním a že mě zajímá úplně všechno, co mi bude ochotná svěřit.

Květen 2018

Po několika návštěvách libeňského bazaru (a několikerém poskytnutí úplatku ve formě sladkých zákusků z nedaleké cukrárny) jsem v rozhovoru s majitelkami zjistil, že to, co jsem zprvu považoval za jeden bazar, jsou ve skutečnosti bazary dva. Každý z nich provozovala jedna žena, a i když se k sobě chovaly jako kolegyně a staré známé, ve skutečnosti si vlastně konkurovaly jak podobnou skladbou zboží, tak i zaměřením na stejný typ zákazníka. Zázemí obchodu představovaly dvě mobilní buňky, postavené kousek od sebe (každá z žen obývala jednu), a prodejní prostor tvořily různé věšáky a regály, umístěné pod širým nebem na nevelkém dvoře vnitrobloku. Zboží, zvláště to větších rozměrů, které se nedalo pověsit na věšák nebo umístit do regálu, se volně povalovalo na zemi. Hlavním prodejním artiklem bylo použité oblečení, ale sortiment byl víceméně neomezený a v nabídce bylo kromě oblečení i další použité zboží všeho myslitelného druhu. Hrnce, staré domácí spotřebiče, rezavý vaříč, torzo mopedu, obrázky (některé s rozbitým sklem), ochozené boty, odložené kabelky, sklo a porcelán... prostě všechno možné. Jednotícím prvkem byla značná opotřebovanost všeho zboží – po bližším prozkoumání bylo zřejmé, že většina pochází z kontejnerů na odpad nebo odněkud, kam lidé odkládají věci, jichž se chtějí zbavit. Tahle domněnka se mi v průběhu pozorování potvrdila, hlavními dodavateli byli místní bezdomovci, kteří sem přinášeli své nálezy, za které od zdejších obchodnic inkasovali někdy pár korun, jindy třeba jen hrnek kafe, oběd ohřátý na přenosném vaříči, případně vůbec nic, pokud se usoudilo, že dodané zboží je opravdu odpad, který nemá vůbec žádnou hodnotu. Ale ani takové „zboží“ se nevyhazovalo, zůstalo pohozené někde v koutě v prostoru dvora a za symbolickou cenu obohatilo nabídku zdejšího bazaru, který spíš připomínal zmenšeninu blešího trhu.

Po pár návštěvách jsem nabyl dojmu, že pomalu dochází k mírnému posunu v tom, jak mě obě obchodnice vnímají. I když se mi stále sem tam pokoušely nabízet něco ke koupi, pomalu mě přestaly považovat za potenciálního zákazníka, ale také už jsem pro ně nebyl ani ten neznámý vetřelec jako na začátku. Nechaly mě posedávat na dvoře nebo se procházet mezi stojany a regály se zbožím, nevěnovaly mi žádnou zvláštní pozornost, až jsem měl dojem, že mě považují za jakýsi živý inventář. Vypadalo to, že moje přítomnost už zdaleka není tak rušivá, jako byla zpočátku, a že obě obchodnice se začínají chovat k občas přicházejícím zákazníkům tak, jako bych tady snad ani nebyl. Moje postavení by se teď dalo popsat jako návštěva známého, s nímž se dá nejen popít kafe a popovídat si, ale protože od něj nehrozí žádné nebezpečí (zpočátku mohlo být ve hře i podezření, že jsem třeba utajený úředník na kontrole), je možné tak trochu odkrýt karty a bez obav se věnovat běžné obchodní rutině.

Po čase se mi některé věci přestaly zdát tak samozřejmé, jako když jsem tohle místo navštívil poprvé. Například nabídka oblečení vyvolala hned dvě otázky: jak ho udržují v takovém stavu, aby bylo pro zákazníky přijatelné a potom jeho cena. Co se týká prvního, bylo mi divné, že oblečení (které, jak jsem poznamenal výše, tvořilo významnou část nabídky obou bazarů), vypadá celkem slušně (je čisté a ani není pomačkané), což mi vzhledem k podmínkám přišlo dost zvláštní. Na rozdíl od second-handů s oblečením, které v drtivé většině využívají kamenný obchod, tady bylo většinou oblečení vystavené venku na dvoře na stojanech, případně pověšené na stěně buňky. Když jednou během mé návštěvy začalo pršet, uvědomil jsem si, že takové uspořádání musí představovat dost velký problém: všechno zmokne a zašpiní se od kapek, odrážejících se od země. Obě majitelky také hned začaly vystavené oblečení částečně uklízet do buňky a částečně zakrývat igelitovou fólií. Když jsem se vzápětí ptal, jakým způsobem dosahují toho, aby oblečení vypadalo pro zákazníky aspoň trochu lákavě, dostalo se mi odpovědi, která mě překvapila tím, kolik se za ní skrývá práce, která na první pohled vůbec není vidět. Oblečení, které zmokne nebo je kvůli odletujícím kapičkám zašpiněné, je potřeba zabalit, městskou dopravou odvézt v tašce domů, tam ho vyprat a vyžehlit, a takto upravené se pak musí opět zabalit a dovézt zpět. Vzhledem k nestálosti počasí a způsobu vystavení zboží na

venkovních stojanech je jasné, že tahle procedura není nijak výjimečná, ale je spíše běžnou součástí obchodního provozu. To částečně vysvětlilo i mou druhou otázku, která se týkala ceny. Když jsem si prohlížel cenovky vystaveného oblečení, zaujala mě například pánská letní košile s krátkým rukávem, která se zde nabízela za dvě stě korun nebo seprané bavlněné tričko za sto dvacet či dávno z módy vyšlá džínová bunda za osm set. Protože se v oblasti obchodu s použitým zbožím pohybují poměrně dlouhou dobu, domnívám se, že mám o cenách poměrně slušný přehled a ty, za které se zde nabízelo oblečení, se mi zdály neúměrně vysoké. Zvláště vzhledem k tomu, že konkurence v nabídce použitého oblečení je poměrně velká a ceny v „sekáčích“ jsou proto poměrně nízké – podle mých zkušeností se dá srovnatelné zboží sehnat ani ne za poloviční ceny, než tady. Když jsem na to poukázal a ptal se, zda vůbec někdo kupuje nabízené oblečení za takové ceny, bylo mi řečeno, že vzhledem k pracnosti s udržováním nabídky se nevyplatí prodávat levněji, a to ani tehdy, když obrat kvůli nelákavé ceně není kdovíjak vysoký. Odhadoval jsem, že za takto nadsazené ceny použité oblečení nikdo nekoupí, ale přesto se k mému překvapení oblečení prodávalo.

Zdejší zákazníci patřili podle různých náznaků, jaký je například způsob oblékání nebo podle zboží, které vyhledávali, spíše k chudším lidem. Naskýtala se tedy otázka, proč nakupují právě zde, když jinde (téměř v jakémkoliv second-handu) by pořídili srovnatelné oblečení určitě levněji. Miller (1998a) nabízí jednoduché vysvětlení, když naznačuje, že lidé se v souladu se společenskou vrstvou, k níž se řadí, identifikují s určitým druhem obchodů. Takové obchody pak preferují a rádi v nich nakupují, protože zboží, které se tu nabízí, vyhovuje jak jejich vkusu, tak jejich příjmovým možnostem. Nejen, že vědí, že si mohou dovolit zde nakupovat, ale cítí se tu dobře také proto, že takový obchod považují za přiměřený svému společensko-ekonomickému postavení (Ibid: 148–158). Zákazník jednoduše *předpokládá*, že cena bude odpovídat typu obchodu, tedy že například v bazaru bude přiměřeně nízká a naopak ve značkovém butiku vysoká. V obchodech s použitým zbožím, o nichž píše Miller, většinou ceny odpovídají danému typu obchodu, jsou tedy relativně nízké a víceméně naplňují očekávání zákazníků, kteří si takový obchod vybrali právě proto, že zde očekávají nízké ceny. Zajímavé ovšem je, co se stane, když takový předpoklad „odpovídajících cen“ není v souladu s realitou a ceny jsou vyšší, než by člověk u

takového typu obchodu předpokládal. Podle mých zjištění v libeňském bazaru to část zákazníků vůbec neodradí, protože tento rozpor na první pohled vůbec nepostřehnou. Očekávají, že ceny budou odpovídat stylu obchodu, tedy že v obchodě s použitým zbožím budou přiměřeně nízké. I když to neodpovídá skutečnosti, přesto někteří zákazníci pokládají ceny za výhodné, protože jsou přesvědčeni o tom, že v obchodě s použitým zbožím jsou ceny *vždycky* nižší. Takové tvrzení samozřejmě neplatí o všech zákaznících obecně – někteří mají o cenách dokonalý přehled a dokážou velmi dobře porovnat výhodnost či nevýhodnost nákupu, mnozí ale působí, jako by automaticky předpokládali, že v bazaru či secondhandu je zboží *vždycky* levnější a nakupují zde, aniž by je napadlo, že jinde by se srovnatelné zboží možná dalo pořídit levněji. Právě to jsem mohl pozorovat během několika interakcí mezi prodavačkou (majitelkou) a zákazníci v libeňském bazaru. Majitelka mistrně využívala toho, že zákazníci očekávají v bazaru, který spíš trochu připomíná bleší trh, nízké ceny, proto je poměrně snadné některé z nich přesvědčit, že cena vybraného kousku je velmi výhodná. Zákaznici, které prodávala jakýsi propínací svetřík za cenu, která byla podle mého odhadu, založeném na zkušenosti, mnohem vyšší, než za kterou by se dala běžně pořídit v secondhandu, přesvědčila o tom, že vybraný kousek rezervovala výhradně pro ni, „protože si vzpomněla, jak o tom posledně mluvili, že přesně tohle shání“. Zákaznice byla starší paní a pro majitelku bazaru bylo nejspíš docela snadné ji přesvědčit o osobním zaujetí a snaze vyhovět. Pokud se prodavači podaří vyvolat v zákazníkovi pocit důvěry, který ještě upevní a podpoří vřelým osobním přístupem, není potom tak těžké říci si o cenu, kterou by lépe informovaný zákazník nejspíš nezaplatil.

Jak se dělá bazar: věci a lidé

Mám rád staré věci a *vždycky* jsem s oblibou navštěvoval všechny možné bazary, antiky, prodejny starožitností, burzy, bleší trhy, a vůbec všechna možná místa, kde se tyto „staré krámy“ objevují a prodávají. Také mi *vždycky* přišlo líto

nějakou věc vyhodit - jednak mi připadá, že každá stará věc má svou „duši“, a jednak to prostě považuji za záležitost nejen ekonomického, ale také ekologického principu - proč něco vyhazovat, když to může ještě dál sloužit a proč kupovat novou věc, když ta stará je ještě funkční. Když potřebuji něco koupit, obvykle se napřed zajímám, zda to není možné sehnat z druhé ruky, přičemž roli nehraje jen zmíněné ekonomické či ekologické hledisko, ale někdy mám dokonce dojem, že starší věc je v mnoha ohledech lepší, a kvalitnější, než nová.

Koncem osmdesátých let jsem koupil starou chalupu, plnou různých „starožitností“ (vlastně spíš starých krámů) a když jsem během prozkoumávání a oprav domu neustále nacházel další, nakonec jsem usoudil, že by nebylo špatné některé z těchto věcí prodat a místo nich možná získat jiné. Přitom jsem ovšem narazil na problém: ačkoliv v té době byl nějaký ten bazar pomalu v každé větší vesnici, v nedalekém městečku nic takového nebylo. Pokud někdo chtěl prodat věc, pro kterou již neměl využití, mohl ji buď vyhodit, zkusit inzerci, nebo nabídnout v bazaru v některém ze sousedních měst. Potenciální zákazníci na tom byli pochopitelně stejně, a pokud chtěli koupit nějaké levnější použité zboží, museli zkusit štěstí v jiném městě. Nemohl jsem pochopit, že v městečku, kde rozhodně nechyběly běžné obchody, nebyl žádný, který by se zabýval prodejem použitého zboží. Občas se tomu podívovali i turisté, a když se ptali, kde najdou nějaký bazar nebo antik, dostávalo se jim odpovědi, že zde nic takového není. Napadlo mě, že situace přímo volá po nějakém řešení - a to bylo vlastně poprvé, kdy jsem začal uvažovat o tom, že si tady bazar otevřu sám. Zpočátku to byly jen mlhavé úvahy, které jsem snad ani nemyslel úplně vážně, ale čím déle jsem tenhle, na první pohled poněkud zvláštní nápad převaloval v hlavě, tím víc se mi myšlenka „mít svůj vlastní bazar“ líbila a po nějaké době už se mi ani nezdála tak utopická jako zpočátku. I když jsem s tímhle oborem podnikání neměl žádnou předchozí zkušenost, představa vlastního bazaru-vetešnictví se mi najednou jevila jako docela reálná a v dané situaci vlastně logická. Všechny námitky, které mě napadaly a stejně tak i různé důvody, které hovořily proti mému podnikatelskému záměru, jsem rovnou zavrhoval jako neodůvodněné. Byl jsem svým nápadem založit si svůj vlastní bazar natolik nadšený, že jsem příliš nepřemýšlel o možných těžkostech a věřil jsem, že stačí pevná víra v úspěch a pak se dají všechny

překážky překonat. Možná to byla souhra náhod, ale zrovna když jsem začal zcela vážně uvažovat o otevření vlastního bazaru, objevil jsem poměrně velký nevyužívaný prostor v domě na celkem frekventovaném místě blízko hlavního náměstí. Oslovil jsem majitele, jenž po krátkém jednání souhlasil s pronájmem, takže zakrátko jsem mohl začít s vlastním obchodem.

Smyslem existence každého obchodu je nákup a prodej zboží. Jak to ale probíhá v bazaru? V době otevření jsem s tímhle druhem podnikání neměl vůbec žádné zkušenosti, ale bylo mi jasné, že pro začátek bude potřeba zajistit si (třeba nákupem v jiných bazarech, bleších trzích, pomocí inzerátů nebo z vlastních zásob) aspoň nějaké zboží, které bych mohl nabízet ke koupi. Počítal jsem s tím, že za pár dní již začnou přicházet zákazníci, kteří ukážou další směr. Otevření nového obchodu patří v malém městě k novinkám, které se rychle rozkřiknou, tak jsem nebyl příliš překvapen, že zanedlouho se opravdu začali objevovat návštěvníci. Většinou přicházeli spíš ze zvědavosti, ale někteří chtěli opravdu nakoupit či prodat. Zájemců o koupi ale nebylo příliš, většina přicházela spíš s nabídkou nejrůznějších věcí, kterých by se za nějaký přiměřený obnos rádi zbavili.

Vzhledem k tomu, že začínající *bazarista* není téměř nikdy schopen naplnit regály vlastním zbožím, musí logicky tyto nabídky přijímat a aspoň zpočátku nakupovat v podstatě téměř všechno co kdo přinese. Má to však háček - pokud nemá v záloze poměrně dost velký finanční kapitál, brzo mu začnou docházet peníze na další nákupy a je nucen hledat nějaké východisko. K dočasnému finančnímu vyčerpání dochází proto, že je určitá prodleva mezi zaplněním obchodu dostatečným množstvím zboží a jeho prodejem. Vhodným řešením, které se nabízí, je například přijímání zboží do komisního prodeje. Zákazník prostě předá své zboží bazaru a ten za něj obstará prodej. Z prodejní ceny si potom ponechá určitou provizi a zbývající částku vyplatí zákazníkovi, který mu toto zboží svěřil do prodeje.⁵

Jak jsem již uvedl dříve, nabídka použitého zboží značně převyšuje poptávku. Prostě je mnohem více těch, kteří se potřebují „něčeho zbavit“, než těch, kteří touží po tom, aby si nějakou použitou věc sami koupili. Z toho také vyplývá prodejní a

⁵ V konkrétním případě mého bazaru činí provize v případě komisního prodeje dvacet procent z realizované prodejní ceny.

cenová strategie, která by se dala shrnout do věty „není problém dobře koupit, ale je umění dobře prodat“. Taková věta by se leckomu mohla zdát podivná a možná i trochu protismyslná - jak se dá oddělit jedno od druhého a dobře prodávat, aniž by se předtím zboží „dobře“ nenakoupilo? Situace na trhu je dnes taková, že zboží je přebytek, není problém cokoli vyrobit a převis nabídky zboží nad poptávkou je dnes patrný snad ve všech obchodech, které se předhánějí ve snaze jak přitáhnout zákazníky, aby nakupovali právě u nich – a v bazaru je tento převis nabídky obzvláště velký. Nejen v mém obchodě, ale i v dalších bazarech, které jsem navštívil - a které existují již delší dobu, přibývá zboží viditelně rychleji, než se stačí prodávat. Výsledkem jsou obchody přeplněné věcmi na prodej do té míry, že zákazníci již někdy ztrácejí zájem se nepřehledně nakupeným zbožím probírat. Zboží je zkrátka čím dál víc a není žádné velké umění věci do obchodu za dobrou cenu nakoupit, protože ti, kdo přináší věci na prodej, za ně obvykle nechtějí mnoho a spíš jsou rádi, že se jich zbaví. Úspěšnost bazaru tedy závisí spíš na tom, jak dobře je dokáže prodat. Nabídka bazaru je sice přímo závislá na tom, co lidé přinesou a nabídnou k prodeji, ale nabídka značně převyšuje poptávku a o některé zboží je tak malý zájem, že se v bazaru obtížně prodává i za velmi nízké ceny. Proto nejenže mnoho nabízeného zboží odmítnu vykoupit vůbec za jakoukoliv cenu, ale obecně platí, že lidé, kteří přinesou do bazaru věci na prodej, musí přistoupit na poměrně nízké výkupní ceny. Samozřejmě se nabízí námitka, proč to vůbec v bazaru prodávají, když za své věci dostanou tak málo – proč je nenabídnou jinde (v jiném bazaru) nebo se je nepokusí prodat přímo bez nějakého prostředníka například pomocí inzerátu nebo internetového prodeje? Odpověď souvisí s již zmíněným poznatkem, že zboží je dnes moc a nabídka značně převyšuje poptávku. Jiné bazary totiž nabízejí srovnatelné podmínky a hledání lepších podmínek se zákazníkům příliš nevyplatí, protože náklady na hledání takové lepší nabídky by nejspíš byly vyšší, než případný přínos takového hledání. Ani prodej prostřednictvím inzerátu nebývá příliš úspěšný, nabídka je tak velká, že prodej se tímto způsobem realizuje spíše výjimečně.⁶ Proto nakonec

⁶ Tato informace pochází především od zákazníků, kteří se tímto způsobem (inzeráty, internet...atd.) pokoušeli své věci nabízet. Úspěšnost takového prodeje však byla podle jejich referencí nevelká, a než aby se dál pokoušeli o prodej bez prostředníka, nakonec raději přinesli všechno do bazaru a akceptovali poměrně nízkou výkupní cenu.

přinesou věci do bazaru a akceptují takovou cenu, jaká jim je nabídnuta. A to je vlastně podstata fungování bazaru – aby bazar mohl prodávat zboží za nízké (a tedy pro zákazníky lákavé) ceny, musí věci od zákazníků získat *velmi* levně, což se daří proto, že možnost prodat věci jiným způsobem je pro ně natolik obtížné, že se jim vlastně ani nevyplatí a je pro ně jednodušší přinést je do bazaru.

V souvislosti se značným převisem nabídky nad poptávkou musím uvést na pravou míru i jeden z mýtů, které se ve veřejném diskurzu v souvislosti s bazary často vyskytuje: domněnka, že v bazarech se vyskytuje poměrně dost kradeného zboží nebo zboží nelegálního a jinak závadného původu je mylná z mnoha důvodů. Samozřejmě tím nechci popírat skutečnost, že v bazarech se kradené zboží vyskytuje, protože když se někdo chce zbavit nelegálně nabytého zboží, zvolí obvykle rychlou a jednoduchou cestu, což je často právě prodej v bazaru. Ale poměr nelegálního zboží k legálnímu je velmi nízký. To je úplně v souladu se zjištěním o marginálním výskytu nelegálního zboží, ke kterému v rámci terénního výzkumu bleších trhů dospěla N. Gregson (Gregson a Crewe, 1996: 92). Předně je třeba si uvědomit, že pro majitele bazaru není nijak výhodné takové zboží nakupovat – také proč vědomě kupovat něco kradeného, když téměř za tu samou cenu je možné stejnou věc koupit od právoplatného majitele? Kradené zboží se opravdu někdy nabízí za nižší cenu, ale nesetkal jsem se s tím, že by byla nižší o tolik, že by se vyplatilo za ni věc vykoupit a riskovat tak možné problémy. Navíc, i když prodejce požaduje nižší cenu, obvykle není tak nápadně nízká, aby vzbudila podezření. Nízká cena může signalizovat, že původ nabízeného zboží sice není úplně v pořádku, ale důvody, proč ji prodejce za takovou cenu nabízí, mohou být různé (více o problematice nelegálního zboží a výkupních cen v kapitole „Zákazníci bazaru-zastavárny“). Pokud chce dotyčný své věci prodat, nezbývá mu kvůli přetlaku nabídky nad poptávkou moc jiných možností, než akceptovat cenu, kterou mu vykupující nabídne – ať je jakkoliv nízká. V tomto světle je potom zřejmé, že zboží nekalého původu (které se v bazarech v určitém množství vždy nutně vyskytuje, už jen proto, že při výkupu nelze odlišit zloděje od majitele, pokud se on sám nějak neprozradí) se od legálního zboží dá jen těžko rozeznat podle ceny, za kterou se vykoupí. Navíc přitom hraje roli jedna velmi zajímavá okolnost: člověk by předpokládal, že zloděj, který se chce zbavit odcizených věcí, se bude při prodeji

snažit pokud možno skrýt svou identitu, ale podle mých zkušeností je tento předpoklad naprosto mylný nebo platí spíše výjimečně. Naopak, zloději při prodeji nelegálně nabytého zboží běžně předkládají své vlastní doklady,⁷ a pokud snad někdo nechce, aby se jeho jméno dalo spojit se zbožím, které v bazaru prodal, jednoduše si přivede někoho, na jehož průkaz je potom (za mírnou odměnu) evidován výkupní doklad. Během své vlastní praxe jsem byl často svědkem takového jednání, nikdy ovšem dotyčný nepřiznal, že se jedná o nějakou nekalou činnost a pokaždé to vysvětloval tak, že si doklad zapomněl doma a proto to „jako“ prodává jeho kamarád, který u sebe osobní doklady má. Takový postup může budít určité podezření, ale rozhodně to není nic nelegálního. Aniž bych jakkoliv hodnotil morální aspekt celé věci, mohu s ohledem na vlastní zkušenost prohlásit, že vědomé přijímání a následný prodej kradených věcí nepřináší majiteli obchodu žádnou výhodu ani žádný zisk navíc. Mimo jiné i pro vysokou pravděpodobnost, že takové zboží bude bez náhrady zabaveno a majiteli bazaru tak vznikne škoda ve výši ceny, kterou za zboží zaplatil, aniž by mohl dostat cokoliv nazpět. V bazaru jsou kontroly policie celkem běžné, ať už preventivní nebo cílené, při kterých hledají konkrétní ukradenou věc. Z vlastní praxe mohu uvést, že k zabavení zboží nelegálního původu dojde v našem bazaru spíš výjimečně, přibližně třikrát až čtyřikrát za rok. K nejrizikovějším věcem z tohoto hlediska patří jednoznačně jízdní kola a potom vybavení chat jako například propanbutanové lahve a drobná domácí elektronika. Dříve zaujímaly první místo mobilní telefony a autorádia, ale dnes jsou telefony tak dobře zabezpečené, že pokud jej někdo odcizí, nedokáže ho sám odblokovat a tudíž je takový telefon neprodejný. Pokud policie zabaví kradený předmět, nemá to pro bazar vůbec žádné negativní následky,⁸ tedy kromě toho, že přijde o peníze, které dotyčnému za zboží zaplatil. Ostatně poměrně nízký (podle mé vlastní praxe bych řekl, že téměř zanedbatelný) výskyt kradeného zboží v bazaru je v souladu se závěry, k nimž dospěla i antropoložka Nicky Gregson, která ve svém článku o bleších trzích dekonstruovala poměrně

⁷ Platí zákonné ustanovení, podle kterého je vykupující pracovník v obchodech, které v rámci své činnosti vykupují zboží od veřejnosti, povinen vyžadovat od prodávajících osobní doklady a údaje z nich zapisovat do formulářů o výkupu zboží. Ty pak slouží jako podklad pro další úřední úkony, pokud je nějaké zboží hledáno policií v rámci pátrání po odcizených předmětech.

⁸ Samozřejmě za předpokladu, že existuje platný doklad o výkupu, který obsahuje jméno a adresu prodávajícího, doklad jeho totožnosti a další zákonem vyžadované náležitosti.

rozšířený mýtus, že na bleších trzích má v celkovém objemu nabízeného zboží velký podíl zboží kradené, falešné či jinak nelegální. Na základě terénního výzkumu došla k závěru, že na trzích, kde dodavateli zboží jsou lidé a nikoliv podniky, nelze výskyt nelegálního zboží z principu vyloučit, ale jeho objem není nijak výrazný a obvykle nepřesáhne deset procent (Gregson a Crewe, 1996: 92). Přesný podíl nelegálního (kradeného) zboží v bazaru je tak obtížně zjistitelný, že jsem se o to nikdy ani nepokoušel. Po mnohaletých zkušenostech si ale troufnu tvrdit, že zjištění, ke kterému Gregson dospěla ve své studii o bleších trzích, platí analogicky i pro bazar v tom smyslu, že podíl takového zboží je opravdu marginální.

Na rozdíl od prodejen starožitností, které sice také obchodují se zbožím z druhé ruky, ale zaměřují se spíše na různé rarity či cennější předměty s jistou uměleckou či historickou hodnotou, do bazaru lidé nosí spíše věci, kterých se chtějí zbavit. I když i za to, co donesou, dostanou zapláceno, vyplácené částky, vzhledem k povaze věcí nejsou příliš vysoké. Proto se v bazaru časem nahromadí soubor věcí, který působí na návštěvníka dvojím dojmem – část považuje za zboží a další část spíše za odpad. V postoji zákazníka k určité věci je patrný rozdíl podle toho, zda ji přišel nabídnout k prodeji nebo uvažuje o tom, že by ji koupil. Výrazně se tak projevuje rozdíl mezi komoditou a osobním majetkem, ke kterému má dotýčný nějaký vztah. Podobně, jako je osobní vztah k věci či jeho absence důležitý při dávání věcí do zástavy (srov. Hojer (2012: 35)), má velký význam i při zamýšleném prodeji či koupi v bazaru. Ten, kdo přinese něco na prodej, svou věc vychvaluje a snaží se přesvědčit vykupujícího o tom, jak výhodný nákup udělá, pokud nabízenou věc vykoupí. Typická ukáзка nabídky vypadá obvykle přibližně takto: „*Tohle je kvalitní televize, pořád ještě funguje a stála spoustu peněz. Mám k tomu i ovladač, samozřejmě. Uvidíte, že tu dlouho nebude, tu prodáte jako nic...*“. Návštěvníci, kteří přijdou nakupovat a nemají k nabízeným věcem žádný osobní vztah, vidí bazarové zboží jen jako komoditu a mnohé definují spíše jako odpad, starou veteš nebo odložené krámy a o možnosti jejich prodeje mají vážné pochybnosti: „*Kdo vám to sem nosí, takovou veteš? To fakt prodáváte? To i v kontejneru s odpadem se najdou lepší věci, vždyť tohle přece nemůže nikdo koupit...*“. Přesto i to, co je pro většinu lidí odpad, může pro někoho představovat předmět, který dlouho hledal.

Terénní poznámky:

Návštěvnice si u nás v bazaru dlouho prohlížela poličky s vystaveným zbožím. Nevypadala, že někam spěchá, ale stále si nemohla nic vybrat, tak jsem ji po chvíli oslovil, zda nepotřebuje pomoc nebo zda jí nemohu nějak poradit. Nato vytáhla z peněženky drobný předmět, a že shání právě tohle, ale asi marně, protože to shání už nějakou dobu po všech možných krámech a nikde to není k mání. Vysvětlila, že se jedná o jakousi převlečnou matku k lampičce, která slouží k upevnění stínidla k tělesu lampy. Praskla, a od té doby ji nemůže nikde sehnat. Byl jsem zprvu skeptický, o ničem podobném nevím, tohle asi bude shánět marně i u nás. Pak mě napadlo podívat se do regálu na jakési starší nemoderní závěsné svítidlo, sestávající ze tří samostatných lamp. Tohle svítidlo zde leží už několik let a nikdo o ně ani přes několikerou slevu nejeví zájem. Zdálo se mi, že na vrchním konci jednotlivých lampiček je snad něco podobného, co má paní v ruce. Vyzkoušení bylo dílem okamžiku a ukázalo se, že je to opravdu to, co paní tak dlouho marně sháněla. I když z celého svítidla vlastně potřebovala jen ty drobné součástky, bez jakéhokoliv smlouvání zaplatila cenu za celou lampu. Jen mě poprosila, zda bych jí ty součástky nevymontoval s tím, že zbytek si můžeme ponechat nebo vyhodit.

Květen 2018

Nepříliš atraktivní nebo poškozené zboží nejde příliš na odbyt, ale i tak je možné je čas od času prodat někomu, kdo takovou věc shání (třeba jako náhradní díl). To ovšem vyžaduje, aby dotyčný poměrně přesně věděl, co hledá a také aby to dokázal popsat. A samozřejmě se musí konkrétně zeptat. Mnoho zákazníků se totiž neptá a jen se pokouší samostatně hledat v regálech nebo v různých zákoutích či přepravkách se vším možným – jako kdyby se styděli zeptat nebo se domnívali, že nedokáží přesně definovat, co by potřebovali. Pak ovšem často odcházejí s prázdnou. To je ale pro mě jako pro majitele neefektivní, protože nechat odejít zákazníka s prázdnou je svým způsobem prohra. Pokud neutratí peníze, bazar nic nevydělá. Proto jsem brzy pochopil, že je potřeba se nerozhodnému zákazníkovi věnovat a

snažit se nějak dozvědět, o co by mohl mít zájem. Dnes už jsou snad zákazníci zvyklí i z běžných obchodů, že se obsluha snaží je oslovit a pokouší se zajistit, aby neodešli s prázdnou. Ale v bazaru musí být tento jemný nátlak ještě intenzivnější. V bazaru totiž zákazník nikdy nemůže jistě vědět, co si odnese. Když jde například do elektra, ví, že tam koupí vypínač nebo žárovku, když jde do obuvi, hodlá si koupit boty. Je ale problematické, když přichází s nějakou konkrétní poptávkou do bazaru, kde je k mání mnoho nejrůznějšího zboží, zároveň však nikdy není jisté, že to, co člověk shání, bude právě dostupné, nebo že to bazar vůbec někdy bude mít v nabídce. Tady se nedá nic objednat „u dodavatele“, musí se počkat, až to někdo nabídne do prodeje a pak věc vykoupit. Samozřejmě je mnoho zákazníků, kteří přicházejí s přesným požadavkem nebo představou, co by potřebovali, ale nikdy nemají jistotu, že takové zboží v bazaru najdou. Takže pokud někdo shání něco konkrétního, co momentálně není, musí to zkoušet a ptát se. Než se ovšem požadovaná věc objeví, zákazník si ji může opatřit jinde. V bazaru se poměrně často stává, že se takhle mijí poptávka s nabídkou, proto je potřeba každého nerozhodného zákazníka oslovit a snažit se zjistit, o co má zájem. Přesvědčování ke koupi by ale mělo mít nenásilnou, hravou formu, protože mnohdy jsou pokusy nabídnout nejrůznější „náhradní“ sortiment tak absurdní, že se jako hra tvářit *musí*, jinak by prodavač působil spíš trapně: „*Máte malou plynovou bombu na propan?*“ „*Momentálně nemáme, ale můžeme vám nabídnout starožitné piano!*“ „*Ale já piano nepotřebuju, ani na něj u nás nikdo neumí hrát...*“ „*To vůbec nevadí, je to pěkný kus nábytku a můžete na něj třeba naaranžovat kytky.*“ Tohle je typická hra, kterou se občas odvážím se zákazníkem hrát, přičemž zmíněná nabídka je natolik nesmyslná, že nám je oběma jasné, že jde spíš o žert, než o vážně míněnou snahu něco prodat „za každou cenu“. Na druhou stranu i taková nevážná nabídka dokáže prolomit ledy a umožní se zákazníkem zapříst rozhovor. A každý návštěvník bazaru, který je ochotný povídat si a podělit se o svůj příběh, může být pro mě jako pro antropologa cenným zdrojem informací.

Jak jsem již poznamenal výše, zboží v bazaru má dvojí podstatu – je vlastně odpadem i komoditou zároveň. Pro někoho odpad, pro jiného zboží, za které je ochoten zaplatit. A právě ten podvojný charakter použitého zboží patří k základním předpokladům, na nichž je založena podstata obchodování v bazaru. Pokud věc

představuje pro někoho odpad, snaží se jí nějak zbavit. Může ji dát do kontejneru nebo vyhodit na skládku. Ale v případě, že ji odnese do bazaru, je šance, že za ni ještě něco dostane. Na druhou stranu, pokud člověk něco shání a netrvá na tom, že daná věc musí být nová, může se pokusit opatřit si ji právě třeba v bazaru.⁹ Tady ale vyvstává důležitá otázka, jak zacházet s odpadem, aby se stal opět komoditou. Zboží v bazaru, které je zánovní, zachovalé, plně funkční a ač používané, je málo opotřebované a v pěkném stavu, by asi nikdo nepovažoval za odpad a jako takové ho není potřeba nijak zvlášť upravovat (snad jen vyčistit) ani ho během nabízení přehnaně vychvalovat. Pak je tu ale zboží nefunkční, částečně poničené, nekompletní, dávno nemoderní (ale ještě ne starožitné) nebo jinými slovy druhořadé, prostě spíš odpad, než zboží. Proměny produktu v odpad a odpadu opět v komoditu dobře popisuje ve své práci Kopytoff, kde poukazuje mj. na rozdíl mezi jedinečným a obecným (Kopytoff, 1988: 68 a násl.). Jako typický příklad takové proměny může sloužit například porcelánový hrnek: původně vyrobený jako užitný předmět sloužil po nějakou dobu svému účelu. Pak jej majitel vyřadil nebo nahradil jiným a hrnek se stal víceméně odpadem, předmětem téměř bez jakékoliv užité či jiné hodnoty. Pokud ale nedošlo k jeho ztrátě či zničení, je možné, že po čase se objevil někde v prodejně použitého zboží a mohl sloužit jinému majiteli opět jako užitný předmět. Za určitých podmínek (například se jedná o nějakou vyhledávanou značku), se ale takový hrnek mohl časem stát jedinečným sběratelským předmětem a jeho hodnota může být najednou mnohonásobně vyšší, než byla v době, kdy byl vyroben a prodán jako nový. Někoho může napadnout, jak se takové zboží octne v krámě: copak se musí vykoupit všechno, co kdo přinese? To sice nemusí, ale dělá to. Asi to ve všech bazarech není stejné, ale pokud vyjdu z vlastní zkušenosti, kategoricky odmítnu jen málokteré zboží, většinou takové, o němž bezpečně vím, že o ně není vůbec žádný zájem nebo takové, které sám vyhodnotím jako beznadějný odpad, který by jen zbytečně zabíral místo. Mezi „dobrým zbožím“ a „úplným odpadem“ osciluje mnoho věcí, u kterých rozhoduje cena, kterou za ně požaduje prodávající. Dříve když člověk přinesl věc do bazaru, nestávalo se, že by za ni nic nechtěl. Ale v současné době

⁹ Tím samozřejmě nejsou dotčeny další možné způsoby nabývání věcí z druhé ruky, jako je například koupě na inzerát, na bleším trhu, na internetových a jiných aukcích, apod.

pozorují stále stoupající trend nabídek věcí, za které prodávající nic nechce a přenechá je bazaru zadarmo. Gregson a Crew (2003) mluví v souvislosti s nakupováním použitého zboží o tom, že ve středních vrstvách společnosti mírně posiluje ekologický přístup. Poukazují na to, že někteří lidé kupují oblečení v secondhandu ne proto, aby ušetřili, ale proto, že takový přístup považují za šetrný k přírodě. Na rozdíl od chudších lidí, kteří v secondhandech nakupují spíše z nutnosti, a jeho používání se snaží spíše utajit, protože se obávají, že by mohlo poukazovat na jejich chudobu, lidé ze středních vrstev nepovažují nákup použitého oblečení za něco dehonestujícího, ale naopak dávají svému okolí ostentativně najevo, že považují nošení takového oblečení (či obecně používání věcí z druhé ruky) z ekologických důvodů za záslužné a počítají s tím, že to bude mít pozitivní vliv na jejich společenskou prestiž (Ibid: 63).

Z mého pozorování patrné, že chování zákazníků bazaru se postupně mění právě v tomto smyslu. Někteří lidé jako by najednou začali uvažovat v jiných dimenzích, než jen v rovině případného zisku za prodej nepotřebných věcí: uvažují spíše tak, že když věc někomu ještě poslouží, nebude se muset vyrobit znova a tím se aspoň trochu pomůže životnímu prostředí. V bazaru jsem si povšiml, že tento trend má vzrůstající tendenci, a to nejen při nakupování, ale také v případě prodeje. Stává se, že majitel přinese věci, za které nic nechce, s tím, že se třeba budou někomu hodit a že je škoda je vyhodit: „*Tohle už nepotřebuju, bylo mi to líto vyhodit. Nic za to nechci, tak jestli se vám to hodí, klidně si to nechte. Jinak to odnesu do kontejneru*“. I když věci, které se nabízejí takto zdarma, lze často charakterizovat spíše jako odpad, i tak se většinou dají prodat, jen to trvá déle, než se najde kupec.

Terénní poznámky:

Při jedné z mých návštěv na dvoře libeňského bazaru jsem byl svědkem zajímavé obchodní transakce. V hlavní roli byla stará čajová konvice. Paní prodavačka vylovila odkudsi z přepravky s různým harampádím čajovou konvici. Na první pohled celkem pěkná konvice, z bílého porcelánu, střízlivě zdobená květy pomněnek. Začala ji čistit, potom se znovu ponořila do přepravky a po chvíli hledání našla víčko. Podle tvaru a dekoru evidentně patřilo k jiné

konvici, nicméně na tuhle sedělo a to, že na konvici nepatří, bylo sice poznat, ale na první pohled to nebylo až tak nápadné. Horší bylo, že na vrchu víčka chyběl výstupek, za který se víčko zvedá. Výstupek byl uražený a místo něj byl na vrchu víčka vidět nepravidelný otvor s ostrými hranami. Celek působil dost divně, domů bych si to asi nevzal... Byl jsem zvědavý, co s tím paní prodavačka hodlá dělat. Bylo mi jasné, že vyhodit to nehodlá, tak jsem usoudil, že po vyčištění to vystaví k prodeji za nějakou velmi nízkou cenu, protože jinak to přece nikdo nemůže koupit... Paní ovšem měla, jak jsem posléze zjistil, jiný záměr. Konvici prozatím uklidila do boudy a vyčkávala. Po chvíli se na dvoře objevila starší paní a moje prodavačka ji srdečně uvítala jako starou známou, kterou pár dní neviděla a má radost, že zase přišla.

„To jsem ráda, že tě vidím. Budeš překvapená, co pro tebe mám. Hele, podívej, sehnala jsem ti tu konvici na čaj, jak jsi posledně chtěla, je krásná, porcelánová a hlavně je veliká. Přesně jak potřebuješ, říkala jsi přece, že chceš, aby byla velká, že jo?“

„No ne, to jsi strašně hodná, že na mě tak myslíš, to jsem ani nečekala, že mi tu konvičku tak rychle seženeš.“

„No však mi to taky dalo práce sehnat takovou, jakou jsi chtěla. Jsi přece kamarádka, tobě bych neprodala kdejaké šunt. Tuhle jsem vybrala speciálně pro tebe, aby se ti hodila a taky aby byla hezká. Je docela zachovalá, taková se už dneska nesežene, tohle je ještě kvalitní zboží, sama víš dobře, co se dneska prodává. Samá čína a různé aušus, to by mi nemohlo do baráku.“

„No jo, ukaž, fakt je pěkná, to ti věřím, že dalo práci ji sehnat, to jsem ráda, že na mě takhle myslíš. Určitě si ji vezmu. A co tady nahoře, nechybí tu něco? Na tom víčku, vidíš? Vypadá to, že tam je něco ulomenýho nebo co.“

„Jo, ta poklička? No tam bylo takový to držátko na zvedání, asi se nejspíš urazilo, nebo co. Ale to zas tolik nevadí, to tam není moc potřeba, a kdyžtak si tam něco přiděláš, vždyť jsi šikovná.“

„No to máš asi pravdu, ani mi moc nevadí, že to tam chybí. Hlavně že nikde není prasklá a že je takhle veliká, to já potřebuju. Jo a kolik budu dlužná?“

„No je opravdu pěkná, to musíš teda uznat. A co mi to dalo práce, než jsem ti ji sehnala. Přesně takovou, aby se ti fakt hodila. Pro tebe bude za dvě stovky, že jsi kamarádka, na tobě nechci vydělávat.“

„Tak jo, to je dobrá cena, to ti ráda dám, jsi moc hodná.“

Červen 2018

Z dialogu obou žen je vidět jeden ze způsobů, jak se může v bazaru měnit odpad opět na komoditu. Konvička kdysi byla produktem, který někdo koupil nový a kromě užitné hodnoty možná při koupi zohlednil i tu estetickou. Pak se ale majiteli okoukal a možná i poškodil (uražené držátko pokličky), tak se rozhodl konvičky zbavit. Nejspíš ji vyhodil do kontejneru, nebo možná odložil k popelnicím, kde ji někdo našel a odnesl do bazaru. Protože zmíněný libeňský bazar zásobovali mimo jiné i bezdomovci, je dost možné, že ji do bazaru přinesl některý z nich. Odměna, kterou za konvičku dostal, jistě nebyla vysoká, během návštěv v bazaru jsem byl svědkem, že za podobné nálezy dostávali dodavatelé třeba jen hrnek čerstvě uvařené kávy, nějaké jídlo nebo nanejvýš pár drobných mincí. Protože podobné předměty sám v bazaru prodávám, mohu celkem přesně odhadnout, že výkupní cena této konvičky nemohla převýšit třicet korun. Běžná prodejní cena, vzhledem modelu i k poškození víčka, by podle mého odhadu neměla být vyšší, než řekneme devadesát korun. To ovšem platí v případě, že konvička stojí vystavená někde v poličce a čeká na náhodného kupce. Jiná situace ovšem nastane, pokud se zboží bude prezentovat v osobní rovině, tak, jak jsem ukázal v terénní poznámce. Prodavačka mistrně ovládla scénu a celou situaci promyšleně naaranžovala tak, aby zdůraznila osobní vztah k zákaznici. Právě odvolání se na přátelství nebo aspoň zdůraznění jisté náklonnosti mezi prodávající a kupující, bylo podle mého soudu nakonec rozhodujícím faktorem, který ovlivnil výsledek obchodu. Tímto způsobem jsem o tom ale nikdy předtím neuvažoval. Tedy nejen v době, kdy byl pro mě bazar jen způsobem obživy, ale ani potom, co jsem se začal věnovat antropologii a bazar si vybral jako výzkumný terén. Teprve tady, v libeňském bazaru, když jsem se oddělil od zažitých stereotypů a pozoroval jednání někoho jiného, teprve v tu chvíli jsem si uvědomil, že přesně to dělám i já. Bylo pro mě docela zábavné pozorovat tuhle hru, kterou dobře znám,

protože ji sám čas od času se zákazníky hraju. Častěji s těmi, které znám a kteří chodí častěji nebo dokonce pravidelně, ale někdy se dá uplatnit i na náhodné příchozí, kteří přišli do našeho obchodu poprvé. Aby metoda byla účinná, je potřeba vyvolat v příchozím pocit empatie, pocit, že se mu osobně věnuji, že si pamatuji, co shání nebo že přesně chápu jeho potřeby stran nějakého konkrétního zboží. Pak už stačí jen produkt správně nabídnout, což znamená příliš jej nevnučovat, ale vzbudit dojem, že určitou věc jsem sháněl (případně dal stranou) jen pro něj, protože vím, že se nedávno zmínil o tom, že něco takového shání. Přitom neopomenu zdůraznit, že jsem samozřejmě nevzal první, co se naskytlo, ale že jsem pečlivě dbal na to, aby věc pokud možno co nejvíc vyhověla parametrům, které jsou pro něj, jako pro významného zákazníka důležité. Podle mých zkušeností, a nakonec je to vidět i v terénní poznámce, první dojem, který takový způsob prezentování zboží v dotyčném vyvolá, je pocit vděku. Netěší ho jen to, že na něj bylo pamatováno, ale především nabyde dojmu, že není jen tak nějaký bezejmenný zákazník, ale konkrétní člověk, odlišný od masy běžných zákazníků, a proto takové jednání kvituje s povděkem. Zároveň to v něm vyvolá pocit závazku. Když jsme zboží sháněli (nebo dali stranou) právě pro něj, jaký by to byl vděk, kdyby si věc nakonec nevzal? Proto často přehlídne i nějakou menší vadu, a i když zboží úplně nevyhovuje jeho potřebám, nakonec si je přece jen koupí. Jedním z důvodů může být nakonec i touha projevit dobrou vůli či odvděčit se: „*Když to sháněli speciálně pro mě a dali mi to stranou, jak by to vypadalo, kdybych to teď odmítnul, to by byl nevděk...*“ Samozřejmě se stává, že si zboží nakonec z nějakého důvodu nevezme, ale zdá se, že odmítnout je v takovém případě pro dotyčného mnohem těžší, než kdyby byl jen „bezejmenným“ zákazníkem. Pokud by si vybíral zboží sám nebo by se ptal na aktuální nabídku, určitě by se potom při rozhodování zda koupit či nekoupit neřídil pocitem vděčnosti či nějakého závazku. Jak uvedený příklad naznačuje, hodnota a s ní související výkupní či prodejní cena jednotlivého zboží není v bazaru nijak pevně daná, je velmi proměnlivá a závisí na mnoha faktorech, které je potřeba při vyjednávání zvažovat, a které mnohdy nesouvisejí s komoditou jako takovou, tedy s tím, jaké má vlastnosti, ale spíše s tím, jak je vyjednávajícími stranami vnímána, jaké mají o ní představu či jak ji prezentují. Appadurai (1988) píše, že komodity můžeme předběžně definovat

jako objekty, které mají určitou ekonomickou hodnotu (Ibid: 3). Podle mých zkušeností ale zboží v bazaru odpovídá téhle definici jen částečně, protože ekonomická hodnota jednoho konkrétního kusu může být někdy poměrně vysoká, ale za jiných okolností téměř nulová – odvíjí se totiž nejen od toho, jak se protne momentální poptávka s nabídkou, ale také od toho, jak se podaří přesvědčit zákazníka o tom, že právě určité konkrétní zboží potřebuje a že cena je pro něj výhodná. Zboží, o které delší dobu není zájem, může nabýt dokonce ekonomicky záporné hodnoty, protože každý kousek prodejní plochy v obchodě má svou cenu, která se odvíjí od výše nájmu a věci, které se dlouho neprodají, jen zbytečně zabírají místo věcem, které by se mohly prodat rychleji a přinést zisk. Proto je mnohem vhodnější, přistupovat ke komoditám jako k předmětům, jejichž hodnota se odvíjí od určité situace. Appadurai charakterizuje směnný potenciál komodity jako vlastnost, která závisí na různých faktorech sociální povahy (Ibid: 13). To poměrně přesně odráží situaci věcí v bazaru, ať už těch, které se kupují od zákazníků nebo těch, které se jim nabízejí ke koupi. Ve chvíli, kdy je domluvena cena, za kterou se věc od zákazníka vykoupí a zároveň je předběžně stanovena prodejní cena, převzatá věc se stává komoditou, je opatřena cenovkou a nabízena k prodeji. Může se za stanovenou cenu prodat, ale pokud o ni nejeví nikdo zájem, může se cena postupně snižovat až do chvíle, kdy se zdá případnému zájemci lákavá a kdy se nabídka protne s poptávkou. Může se ale také stát, že se neprodá ani za velmi nízkou cenu, pak je výhodnější nadále nepovažovat takovou věc za komoditu, ale za odpad a tak s ní i jednat, protože v obchodě zabírá místo jiným věcem, které by mohly generovat zisk.

Bazar: každodenní rutina

Podle svých zkušeností soudím, že každodenní provoz bazaru se nedá nijak zobecnit – jsou dny, kdy přichází jeden zákazník za druhým, přináší věci na prodej nebo do zástavy a jindy nepřijde hodinu či dvě vůbec nikdo. Takového „prázdného“ času se potom dá využít k různým provozním činnostem, jako je přerovnání zboží v regálech nebo ve výloze, menší opravy zboží, případně úpravy cen nebo drobné

administrativní úkony jako třeba zapsání vykoupeného zboží do evidence, založení smluv do registru a jiné.

Kdykoliv jsem někoho požádal, aby se zamyslel a zkusil mi říct, co si představuje pod pojmem bazar, odpověď obvykle byla, že je to obchod, kde se prodávají staré věci. Že je to prostor, kde se prodává a zároveň vykupuje použité zboží, a že tento prostor se vyznačuje tím, že časem se zde nahromadí nesourodá směsice opotřebovaných věcí. Spektrum zboží může být opravdu docela široké, v bazaru se najde kdeco od staré veteše přes docela zachovalé věci do domácnosti či elektroniku, až třeba k cenným starožitnostem. Některé bazary působí neudržovaným dojmem, nebývá tu nijak zvlášť čisto a někdy to tam tak zvláště páchne starými věcmi. Málokdo se přitom dokáže odpoutat se od myšlenek na věci a většinu tázaných v první chvíli ani nenapadne, že za tím, že pozorovatel vnímá „bazar“ jako zvláštní místo, stojí také (nebo možná hlavně) lidé. Bazar sice může na první pohled působit dojmem, že je definován zbožím, které se v něm prodává, avšak je třeba si uvědomit, že je spoluutvářen jak věcmi, tak i prostředím, kde se nachází a lidmi, kteří ho svým jednáním a vzájemnými interakcemi někam posunují, přičemž poměrně významná je právě úloha lidských aktérů. Podle toho, jak je obchod s použitým zbožím veden a kde se nachází, se může časem proměňovat a orientovat se buď na levnější, nebo naopak dražší použité zboží. V této souvislosti musím opět podotknout, že vývoj či případná proměna bazaru ve vetešnictví nebo naopak v prodejnu luxusních starožitností nezávisí jen na vůli majitele nebo jeho schopnostech a ambicích, ale také na mnoha dalších faktorech, z nichž za nejdůležitější je asi poloha bazaru v určitém místě, které souvisí s poptávkou a kupní silou jak místních obyvatel, tak i případných dalších zákazníků. Jsou bazary, které vyvolají v návštěvníkovi dojem vetešnictví, protože mají v nabídce velmi opotřebované, případně rozbité či nefunkční staré věci. V jiných se dá koupit použité, ale celkem pěkné a zachovalé zboží, další se zase specializují na poměrně kvalitní starožitnosti, jiné na starožitné hodinky či šperky. Spektrum nabídky může být velmi široké či přísně specializované a přitom se stále jedná o obchod s použitým zbožím: o bazar. Podle preferencí a také podle úsilí majitele se z obecně zaměřeného bazaru může časem stát znaleci vyhledávaná prodejna starožitností. Nebo také naopak: pokud majitel přijímá do obchodu bez

kritického výběru všechno, co lidé přinesou, zanedlouho se z bazaru stane vetešnictví. Proto jsou právě lidé důležitými aktéry, kteří tím, jak jednájí, rozhodují o tom, jak bude bazar vypadat a kam bude směřovat. Ale jak jsem již zmínil, i když má majitel určitou představu, jak by měl jeho obchod vypadat, výslednou podobu přece jen významnou měrou ovlivňují další faktory, jako je skladba místních obyvatel a jejich kupní síla, umístění ve městě, sociální okolí a prostředí, v němž se obchod nachází.

Po čase jsem si uvědomil, že když se delší dobu zabývám činností, kde se jednotlivé úkony víceméně opakují, časem se z některých postupů stane rutina a můžu lehce nabýt dojmu, že způsob, jakým určité činnosti provádím, je „jediný možný“ a jinak to dělat nejde. Nedovedl jsem si představit, že by někdo vedl bazar jinak. Jednou jsem své kolegyni, která mě opravdu velmi dobře zná, vyprávěl o tom, jak to chodí u nás v bazaru – jak vykupujeme zboží, jak určujeme cenu při výkupu a při prodeji, jak neformálním způsobem vyjednáваме s žadateli o zástavní půjčku, jak někdy po určitém smlouvání přistoupíme na mírné úlevy, když přijdou půjčku vrátit; a vůbec o všech možných provozních záležitostech.¹⁰ K mému překvapení ale vůbec nepovažovala předestřený postup za „normální“. Naopak, ho považovala za velmi neobvyklý, s tím, že tak by asi jednal jenom málokdo: *„Tohle ale vůbec není tak normální, jak si myslíš. Jsem přesvědčená, že většina těch, kdo provozují bazar nebo zastavárnu, to dělá úplně jinak. Aspoň mě by vůbec nenapadlo to dělat tak, jako ty. To, co jsi mi řekl a jak to popisuješ, přesně odráží tvou povahu: Ten bazar, to jsi ty, je to vlastně takový obraz tvé povahy.“* Tahle slova byla pro mě impulsem k tomu, abych přehodnotil svůj způsob uvažování o bazaru jako o místě, které je určeno tím, co se tam prodává. Ne, že by věci a další materiální faktory nebyly pro definování bazaru důležité a neměly určitou *agency*, která pomáhá utvářet bazar jako specifické místo, ale poznámka mé kolegyně mě utvrdila v přesvědčení, že klíčovou roli hrají lidé – a jak už jsem zmínil výše, za nejdůležitější aktéry pokládám v tomhle ohledu majitele, zaměstnance a samozřejmě zákazníky.

¹⁰ Všechny praktiky, týkající se výkupu, prodeje i půjček na zástavu podrobně popisují v příslušných kapitolách v celé této práci.

Na základě mnohaleté zkušenosti jsem přesvědčen, že pracovat v bazaru, ať už jako majitel nebo zaměstnanec, se dá jen těžko srovnávat s podobnou pozicí v běžném obchodě. Není úplně jednoduché stručně popsat, v čem práce v bazaru spočívá, ale jsem si jist, že to není práce pro každého. Nejen v tom smyslu, že by asi každého nebavila, ale také proto, že ne každý se pro tuhle práci hodí. Musí být dobrý obchodník, každý den připravený neustále znovu vyjednávat podmínky prodeje, výkupu zboží nebo zástavní půjčky. Zvlášť při výkupu od zákazníků je nutné, být ve střehu. Člověk musí průběžně sledovat, za kolik se která věc prodává, a to jak nová v běžných obchodech, tak i použitá v bazarech nebo za kolik se nabízí v inzerátech. Také musí dokázat správně posoudit míru opotřebení či poškození a orientovat se v lokální poptávce. Gregson (1997) při svém výzkumu bleších trhů, což je prostředí do značné míry srovnatelné s bazarem, zmiňuje, že při obchodování s použitým zbožím je potřeba získat dvojí znalost: *kumulovanou* a *lokální*. Zatímco kumulovaná znalost představuje jakési obecné povědomí o ceně věci s ohledem na její stav a míru opotřebení, lokální znalost zohledňuje případný rozdíl v ceně v různých regionech (Ibid: 100). Pro obchodníky, jejichž obživou je nákup a prodej zboží na bleších trzích, je lokální znalost velmi důležitá, protože trhy se mohou konat na různých místech, a možný rozdíl v ceně určitého zboží tam či jinde může být zdrojem zisku. Pro provozovatele bazaru ale znalost lokálních rozdílů v ceně tak důležitá není, protože bazar je spojen s jedním místem, a proto není nutné se zabývat tím, že určitý druh zboží je někde dražší a jinde levnější – spíš je potřeba hlídat, aby nabídka a poptávka byly v rovnováze v té konkrétní lokalitě, kde se bazar nalézá. Za mnohem důležitější ale považuji znalost, kterou Gregson označuje jako *kumulovaná* – mít neustále co nejlepší přehled o tom, jaké zboží a za jakou cenu se v místě nabízí, poptává a za jakou cenu se dá prodávat, je pro zdárné provozování bazaru naprosto klíčové. Taková znalost se získává postupně po celou dobu provozování bazaru a navíc je potřeba ji neustále doplňovat a udržovat aktuální.

Postupně nabytou zkušeností jsem časem dospěl k poznání, že při obchodování s použitým zbožím, které se získává přímým výkupem od zákazníků, je velmi důležité správně odhadnout, jestli dotyčnému věc opravdu patří nebo jestli má

právo s ní nakládat, protože pokud se ukáže, že ji získal nelegálně a věc bude jako kradená zabavena policií, ztráta jde na vrub obchodu.

Domnívám se, že k tomu, aby někdo mohl úspěšně provozovat bazar, musí mít duši vetešníka. Mít cit pro staré věci, kterých se někdo jiný chce zbavit (nebo je rovnou považuje za odpad) a přitom být schopen rozeznat prodejní potenciál nabízených věcí, i když jsou třeba znečištěné, různě opotřebované nebo dokonce poškozené. V bazaru se setkávám se zbožím, které je velmi heterogenní, pokaždé jiné, vždycky je specifické a jedinečné. Pokaždé se liší mírou opotřebování, funkčností, stářím nebo vzhledem. *Bazarista* musí být v mnoha ohledech úplně jiný, než prodavač v běžném obchodě s „normálním“ zbožím, jako je třeba prodejna drogerie nebo obuvi. Nejen, že prodává, ale je současně i nákupčím, takže pokud zákazník nabízí nějaký předmět k prodeji, musí zvážit, jestli je po tomto druhu věci dostatečná poptávka a podle toho rozhodnout, zda takovou věc vykoupit nebo odmítnout. Zároveň musí posoudit aktuální stav a funkčnost a poté stanovit cenu, kterou je možné za věc zaplatit a zároveň odhadnout, za kolik se prodá. Zároveň je při rozhodování nutné vzít v úvahu i případnou nabídku jiných bazarů, kam by se tento zákazník mohl v případě nespokojenosti obrátit. Postupně získané znalosti a zkušenosti s provozem bazaru jsou jistě velmi důležité, přesto jsem přesvědčen o tom, že nejsou tím hlavním. Pokud bych měl označit klíčovou vlastnost dobrého *bazaristy*, je to smysl pro obchodování se starými věcmi. Jedním z důležitých předpokladů je také zaujetí „starou veteší“, která mu musí připadat „krásná a úžasná“ a rozhodně v ní nesmí vidět jen opotřebované, vysloužilé a vyřazené předměty, ale věci, které potenciálně mají *jistou* hodnotu.

Z lidských aktérů, kteří se podílejí na provozu bazaru, mají nejdůležitější úlohu zákazníci a zaměstnanci, protože každodenně ovlivňují chod bazaru i jeho výsledný charakter. Po celou dobu provozu bazaru byli stálí zaměstnanci jen dva: já a moje kolegyně, která se mnou spolupracovala od samého počátku. Další zaměstnanci se v bazaru z různých důvodů poměrně často střídali. Někdy proto, že jim samotným po určité době došlo, že jim tahle práce nevyhovuje, jindy jsem zase usoudil já, že to pro ně není to pravé a že se sem moc nehodí. Jako příklad může posloužit prodavačka, kterou jsem v bazaru zaměstnával asi před patnácti lety.

Zpočátku jí to bavilo, měla vstřícný přístup k nakupujícím i prodávajícím zákazníkům, i ke zboží v různém stádiu opotřebovanosti, neměla ani žádný problém s nespokojenými zákazníky, kteří někdy dovedou dát svou nespokojenost najevo nevybíravým způsobem. Její problém spočíval v tom, že byla moc důvěřivá, čehož zákazníci začali po krátkém čase zneužívat. Když prodávající nabízel nějakou věc k prodeji, věřila mu úplně všechno, ať už se jednalo o kvalitu prodávané věci nebo o její pořizovací hodnotě, takže mu zaplatila víceméně tolik, kolik si řekl. Když obsluhovala někoho, kdo si přišel půjčit, dokázala sice celkem střízlivě posoudit zastavovanou věc s ohledem na to, za kolik by se dala prodat, kdyby si ji dotyčný nevyzvedl, ale pokud chtěl klient půjčit víc a uváděl nějaké argumenty, proč to „naprosto nutně“ potřebuje, obvykle mu vyhověla s tím, že uvěřila jak zdůvodnění, tak i slibům, že půjčenou částku určitě vrátí. Oba způsoby argumentace používá většina klientů zastavárny. Důvody bývají často smyšlené a sliby nejsou brány jako závazné. Nepamatuji, že by někdo při domlouvání půjčky řekl, že ji nehodlá vrátit nebo že věc, kterou dává do zástavy má menší hodnotu, než kolik mu na ni půjčujeme. I když kvůli zmíněnému přístupu docházelo občas k mírným ztrátám, nikdy nebyly tak velké, abych kvůli tomu musel požadovat nějakou náhradu. Přesto bylo vidět, že jí to není jedno a po necelém roce sama uznala, že takhle to dál nejde, a i když jí práce v zastavárně baví, s takovou důvěřivostí se na ni nehodí.

Bazarista nebo antropolog?

S pokračujícím studiem antropologie se ve mně probouzela potřeba nebrat věci tak samozřejmě – jako že prostě jsou, ale snažit se přijít na to, proč tak jsou, proč se dějí právě určitým způsobem, co se stane, když se změní jedna nebo více podmínek a také do jaké míry já sám jako majitel ovlivňuji dění, které zároveň sleduji z výzkumných důvodů. Postupně jsem se začal na procesy, odehrávající se v bazaru, dívat jinýma očima. Už jsem nebyl jen majitel, ale stával jsem se i pozorovatelem. A zvláštní pro mě bylo poznání, že už nepozoruji jen jednání lidí nebo procesy, které patří ke každodennosti bazaru, ale že najednou začínám sledovat i sám sebe, protože

mi došlo, že i já jsem součástí interakcí a transakcí, které mě zajímají. Moje nazírání se tímto zjištěním významně změnilo, protože jsem si začal uvědomovat, že vzhledem k tomu, že mohu probíhající procesy do značné míry ovlivňovat, jsem stejně důležitou součástí pozorovaného prostředí, jako všichni ostatní aktéři. Začal jsem tedy svoje jednání v roli majitele pozorovat jakoby „zvenku“ – tak, jako jsem pozoroval jednání zákazníků, klientů, zaměstnanců a všech dalších aktérů. Při jednání s klienty, a vlastně se všemi, kteří se nějakým způsobem podílejí na chodu bazaru, jsem už nepřemýšlel jen o ekonomických aspektech jako dřív, ale postupně mě začaly zajímat i další otázky, související s jednáním zákazníků zastavárny. Dříve pro mě byli zákazníci důležití víceméně jen jako medium, jehož prostřednictvím je možné generovat zisk. Samozřejmě netvrdím, že tenhle důvod pozbyl na důležitosti, ale přibylo něco dalšího: najednou mě zajímaly i jejich příběhy, důvody, proč přicházejí do bazaru, proč zde nakupují nebo prodávají, proč si zde půjčují peníze a jaké strategie používají, aby co nejefektivněji realizovali své záměry. Nechci předstírat, že bych vědomě střídal role majitele a role antropologa, ale studium antropologie určitě napomohlo tomu, že jsem se začal zajímat o věci, které mě dříve vůbec nezajímaly, dával si věci do souvislostí a naučil se uchopit pozorované procesy pomocí nově nabytých znalostí. Přestože podvojná pozice provozovatel/antropolog má určité výhody, představuje také spoustu úskalí, jak ukážu dále v textu.

Když jsem přemýšlel o tom, jak antropologicky uchopit procesy, odehrávající se v zastavárně, a správně pochopit, jaké já sám jako majitel a zároveň výzkumník zaujímám postavení, uvědomil jsem si v plném rozsahu svůj velký handicap, jímž je značně snížená citlivost víceméně ke všemu, co se v bazaru děje. V pozici majitele zastavárny jsem strávil víc než dvacet let, což je asi příliš dlouho na to, aby mi v každodenním provozu přišlo něco divné, zvláštní, hodně pozornosti či problematické. Základní vlastnosti antropologa při terénním výzkumu by ale měla být právě schopnost věci problematizovat, ptát se proč se to či ono děje a hlavně nepodléhat dojmu, že všechno, co se tam odehrává, je samozřejmé. Právě proto, že jsem si začal uvědomovat svůj vlastní zkosnatělý pohled a všechno dění v bazaru mi připadalo známé a víceméně neměnné, uvědomil jsem si, že musím nějak změnit svůj pohled a alespoň se pokusit vymanit se z koloběhu setrvačnosti. Zároveň mě ale v této

souvislosti napadlo, že úplně stejně zkostnatělý pohled jako já, musí mít i obě moje prodavačky. Pracují zde už dost dlouho a podle jejich každodenního jednání a interakcí se zákazníky soudím, že také podlehly dojmu, že procesy v bazaru-zastavárně jsou univerzální, a že se odehrávají všude přibližně stejně. Už delší dobu jsem pozoroval, že při jednání se zákazníky vystupují až příliš sebejistě a námi postupně zavedená pravidla automaticky předkládají zákazníkům jako závazná - a hlavně tak, jakoby ta pravidla byla samozřejmě daná a platná ve všech bazarech jaksi univerzálně. Všechno ukazovalo na to, že jejich rozhodování je už nějakou dobu založené na setrvačnosti, protože při jednání se zákazníky se v jejich argumentaci až příliš často objevují výrazy jako „my to tady odjakživa děláme takhle“ a že jediné takhle je to správné. Došlo mi, že vlastně s žádným jiným bazarem nemají bližší zkušenost a že by možná nebylo špatně, kdyby měly nějaké srovnání. V té souvislosti jsem si najednou vybavil myšlenku z Descartovy Rozpravy o metodě, kde v odstavci o cestování říká, že poznávání cizích kultur nám může pomoci lépe pochopit svou vlastní: „Je dobré vědět něco o mravech rozličných národů, abychom zdravěji posuzovali své, a abychom se nedomnívali, že všechno, co je proti našim zvykům, je směšné a nerozumné; což činí obyčejně ti, kteří nic neviděli.“ (Descartes, 1992: 2). Přestože v případě bazaru nelze rozhodně hovořit o kultuře nebo „mravech“, důvod, proč Descartes považoval cestování za užitečné, mě přivedla k myšlence, že když člověk uvidí, jak stejnou činnost dělají jinde trochu jinak, může mu dojít, že způsob, jakým to dělá on sám, nemusí být jediný možný či jediný správný. Bleskl mi hlavou nápad, že by se toho dalo využít v praxi a zakrátko už se začal rodit plán, který postupně nabýval konkrétní podoby: i když je asi poněkud neobvyklé vysílat prodavačky sbírat zkušenosti do terénu, přece jen to zkusím a zorganizuji pro ně i sám pro sebe něco jako služební cestu. Zním poměrně dobře situaci bazarů a zastaváren v Praze, takže pro tento účel vybírám několik podniků, které se tomu našemu podobají. Nakonec jsem do seznamu záměrně zařadil i takové, které se něčím významným odlišují. Itinerář jsem sestavil docela pečlivě tak, aby okružní cesta po pražských bazarech začínala blízko nádraží, kam přijedeme, a další bazary, aby plynule navazovaly.

Jako první zastávku jsem vybral bazar v Holešovicích, jen asi dvě stanice tramvají od holešovického vlakového nádraží. Je to sice menší bazar než ten náš, ale nabízí obdobný sortiment. Podstatný rozdíl je v tom, že neprovozuje zastavárenskou činnost, což se projevuje na celkově klidnějším provozu i na složení klientely. Prodávající jsou, podle vyjádření provozovatele, spíš starší lidé, většinou z nedalekého okolí. Kupující se nedají jednoznačně popsat, ale podle vyjádření personálu se dají zhruba rozdělit na dvě skupiny – jednu tvoří stálí zákazníci, kteří přicházejí opakovaně, a potom náhodní zákazníci, kteří si bazaru všimnou třeba během jízdy tramvají nebo prostě procházejí okolo a obchod je zaujme natolik, že vstoupí dovnitř.

Další zastávku jsem naplánoval také v Holešovicích, v docela velkém a z ulice dobře viditelném bazaru poblíž Parkhotelu. Ten se, na rozdíl od nás i od prve navštíveného obchodu, specializuje spíš na modernější použité zboží jako je elektronika, velké kuchyňské spotřebiče a lepší jízdní kola. Nenabízí ani nevykupují žádné starožitnosti, tudíž tenhle obchod na první pohled ani nevypadá jako bazar, ale spíš jako prodejna smíšeného průmyslového zboží. Zboží se zdá být docela kvalitní a tomu odpovídají i ceny, které sice nejsou přemrštěné, ale ani podbízivě nízké. Bazar funguje též jako zastavárna, ale předměty, které přijme do zástavy, si majitel pečlivě vybírá a bere jen kvalitní věci, které jsou v případě propadnutí zástavy dobře a rychle prodejné.

Následovala návštěva bazaru s nábytkem. Právě ten je od našeho poměrně odlišný. Nejen sortimentem – prodává se zde výhradně nábytek a bytové doplňky, ale především tím, že téměř žádné zboží nevykupuje od náhodných zákazníků. Použitý či vyřazený nábytek pochází ze zahraničí, podle slov majitelů zejména z Německa, odkud si ho sami dováží. Když člověk ví, kam se obrátit, je podle vyjádření majitele například v Německu mnoho staršího nábytku k mání zdarma jako odpad. Další nábytek získávají v aukcích a částečně také z bytů, které příležitostně vyklízejí, případně odebírají od výrobců zlevněný nábytek či druhou jakost. I když se od našeho obchodu v mnohém odlišuje, stále je to bazar, kde se lze určitým věcem přiučít a některé poznatky, jako třeba uspořádání nebo způsob nabídky zboží, se dají uplatnit i u nás.

Počítal jsem s tím, že den poměrně rychle uteče, takže můj záměr navštívit jen několik vybraných bazarů se ukázal jako prozíravý. Další naplánovaná zastávka byla v bazaru v Praze 2 poblíž Žitné. Tenhle obchod jsem vybral proto, že sortimentem se nejvíc blíží tomu našemu, snad jen s tím rozdílem, že velice různorodé zboží, které se zde nabízí, je důsledně přesně a pečlivě uspořádáno. Bazar se nachází v prostorách, které původně sloužily nejspíš jako polo-suterénní byt, takže zvolit vhodné uspořádání zboží s ohledem na přehlednost a zároveň na minimalizování ztrát (kvůli členitosti prostoru není možné jej celý uhlídat) asi nebylo právě jednoduché a podle vyjádření majitele ke konečné variantě rozmístění zboží došlo až postupně na základě zkušeností tak, aby menší či cennější kousky byly více na očích a daly se lépe uhlídat. Právě dokonalé uspořádání zboží byl důvod, proč jsem do výběru zařadil právě tenhle obchod, připadalo mi totiž velmi efektivní a promyšlené.

Další navštívený bazar je poblíž Náměstí míru. Dal by se popsat jako přímý protiklad předešlého bazaru, protože zboží je tady nabízeno v nepřehledných hromadách a zákazník se musí prodírat uličkami nakupených věcí, takže ani nemá možnost pořádně se zorientovat a nevidí dobře co kde je. Navíc podle přístupu majitele by člověk soudil, že snad ani nemá zájem nic prodat, spíš to vypadá, že ho těší věci mít a hromadit je. Do plánu jsem tenhle obchod zařadil spíš jako takový odstrašující příklad, jak bych nechtěl, aby to u nás vypadalo – možná proto, že k podobnému hromadění věcí mám sám sklon a tohle je pro mě názorný příklad, jak snadno se může obchod proměnit ve skladiště.

Poslední návštěva pak proběhla v bazaru v Libni, o němž jsem se zde již zmiňoval na začátku kapitoly. Spíše než bazar je to vlastně takové vetešnictví, jakýsi malý bleší trh, provozovaný dvěma obchodnicemi částečně ve vyřazeném kontejneru a částečně pod širým nebem na dvoře libeňského činžáku. Tohle místo jsem také, stejně jako předchozí, vybral k návštěvě proto, že mohlo sloužit jako příklad, jak bych nechtěl, aby to u nás vypadalo, především s ohledem na nesourodou a neuspořádanou směs zboží, nabízeného k prodeji. Na druhou stranu jsem považoval za přínosné, seznámit se blíže s metodami a strategiemi, které při obchodování používají obě majitelky – obchodnice, a které se mi zdají velmi vynalézavé a efektivní.

Tahle „služební cesta“, kterou jsem zorganizoval, mi velmi pomohla při mé snaze antropologicky uchopit terénní výzkum v prostředí, které je mi natolik známé, že mě tam vlastně vůbec nic nepřipadá divné nebo problematické. Zjistil jsem, že stejně jako pro moje prodavačky, je metoda poznávání toho, jak to dělají jinde stejně důležitá i pro mě. Pokud chci smysluplně porozumět procesům, k nimž dochází během prodeje, výkupu zboží či uzavírání zástavní půjčky, nezbyvá, než se nějak vymanit ze stereotypního vnímání, jehož jsem po tak dlouhé době provozování bazaru nutně zajatcem a pokusit se problematizovat i zdánlivě obyčejné situace. Stačilo krátké nahlédnutí, jak to chodí v jiných bazarech a začaly se mi před očima objevovat i věci, kterých bych si dříve nevšiml, přehlédl je nebo je pokládal za nedůležité. Například taková každodenní věc jako je výkup věcí od zákazníků probíhá vlastně v každém z navštívených bazarů trochu odlišně. Zatímco v libeňském bazaru vykupovaly majitelky téměř všechno, přičemž rozhodujícím kritériem byla co nejnižší cena, v holešovickém bazaru si majitel pečlivě vybíral co koupit a co ne. Na rozdíl od předchozího bazaru nebyla rozhodujícím kritériem co nejnižší výkupní cena, ale to, zda je zboží kvalitní a je po něm poptávka. Přitom právě to, jaké zboží se v bazaru vykupuje, má velký vliv na to, jaký bude jeho výsledný ráz: jinými slovy, zda bude vypadat jako bazar, kde se dají koupit sice použité, ale pěkné a funkční věci, nebo zda bude už na první pohled budit dojem vetešnictví.

Zrod zastavárny

Bazary v chudších lokalitách často fungují nejen pro obchodování s použitým zbožím, ale i jako zastavárna a potřebným nabízejí půjčky oproti zástavě. Jedním z klíčových požadavků zákazníků, kteří často žijí na okraji společnosti nebo v jeho blízkosti, je získat hotovost v situaci, kdy peníze dojdou a z nějakého důvodu jsou nutně potřeba. Často se proto stává, že bazar zareaguje na neodbytnou poptávku a rozšíří svou nabídku o zastavárenské služby. Z bazaru, jehož původní funkcí bylo obchodovat s použitým zbožím, se tak stane *bazar-zastavárna*. Většinu klientů zastavárny tvoří chudší lidé, obvykle s omezenými příjmy, které tvoří nejrůznější

sociální dávky nebo podpory. To ale neznamená, že by služeb zastavárny (v menší míře) nevyužívali také zákazníci, kteří do skupiny „sociálně slabších“ nepatří. Markantní rozdíl mezi výše naznačenými dvěma skupinami spočívá v četnosti návštěv – zatímco člověk s pravidelným, i když třeba nevysokým příjmem ze zaměstnání obvykle přichází spíš výjimečně, například když potřebuje vyřešit nepředvídatelné krizové okolnosti, ti druzí přicházejí mnohem častěji, nezřídka v pravidelných intervalech, a tvoří jádro zákazníků zastavárny.

Můj bazar se začal celkem slušně zavádět a již od samého počátku všechno fungovalo podle správného scénáře – lidé přinášeli nepotřebné použité věci, zatímco druzí je kupovali. Brzy se ale začaly objevovat požadavky na půjčky finanční hotovosti, za které by zájemci ručili nějakým svým majetkem. Zpočátku to byly jen zmínky, ale požadavek, abych spolu s bazarem provozoval i zastavárenské služby, byl čím dál neodbytnější. Zájem pocházel především od místních Romů – ty jsem však v té době neznal a měl jsem z nich tak trochu strach. Až později mi došlo, že obavy byly zbytečné a pramenily jenom z jakéhosi nejasného pocitu ohrožení něčím neznámým, s čím jsem se dosud nesetkal jinak, než letmo a náhodou. Měl jsem v té době obavy nejen z Romů, o kterých jsem v té době nevěděl téměř nic, ale stejný strach z neznámého jsem měl i ze samotného nápadu otevřít zastavárnu. Myšlenka na půjčování peněz jsem se bránil asi rok. Neměl jsem s tímhle druhem podnikání žádné zkušenosti a měl jsem jen mlhavou představu o tom, jak taková zastavárna funguje. Dokonce jsem do té doby snad ani v žádné nebyl. Nadto jsem měl pocit, že pokud spojím bazar se zastavárnou, zhorší se obraz mého obchodu v očích místních obyvatel a ze solidního podnikání se stane takové, na něž část společnosti nahlíží jako na nepříliš počestné. Také jsem byl přesvědčen, že zastavárnu vyhledávají poněkud jiní zákazníci, než bazar, kde se jen obchoduje s použitým zbožím. Měl jsem nejasnou obavu, že kromě Romů přitáhne zastavárna také zájem, chudých, nezaměstnaných, možná i bezdomovců a dalších lidí z okraje společnosti. Neměl jsem v té době vůbec žádnou představu, kdo takoví lidé jsou, jak vypadají, jak jednají, jak se s nimi bavit nebo jak se ve styku s nimi chovat. Zkrátka jsem se obával pustit se do něčeho neznámého. Součástí těchto obav a zneklidňujících představ bylo i to, že zvýšený výskyt takových lidí v bazaru by mohl negativně ovlivnit jeho obraz v očích místních

obyvatel, mohl by mu zkazit pověst a někteří potenciální zákazníci by se mu pak mohli začít vyhýbat. Od okamžiku otevření jsem odolával tlaku zájemců o půjčování peněz asi rok, poté jsem se částečně podvolil a zavedl cosi jako „podmíněný nákup“, kdy jsem předmět, který zájemce o půjčku nabízel jako záruku, vykoupil s tím, že si ho může po nějaký stanovený čas a s přiměřenou přírážkou odkoupit zpět. Tenhle systém se ovšem moc neosvědčil, zejména proto, že byl příliš komplikovaný a administrativně náročný, proto jsem se nakonec rozhodl rozšířit služby bazaru o zastavárenskou činnost. Požádal jsem o živnostenský list, umožňující zastavárenské služby a oficiálně rozšířil bazar na bazar-zastavárnu.

Zastavárenská činnost spočívá v půjčování peněz oproti zástavě a zisk je generován díky poměrně vysokému poplatku za půjčku, přičemž výše poplatku se odvíjí od vypůjčené částky a doby, po kterou je půjčka poskytnuta.¹¹ Půjčka je zajištěna předmětem, který klient dává do zástavy a dostane ho zpět, když půjčku i s příslušným poplatkem vrátí. Může se zdát, že rozhodující slovo v otázce stanovení hodnoty předmětu, který je přijímán do zástavy (a tedy i výše částky, kterou je ochoten na tento předmět půjčit), má ten, kdo půjčku poskytuje, přičemž klient navrhané podmínky buď přijme, nebo odmítne. Jak ale uvidíme dále, toto pravidlo není zdaleka tak jednoznačné a rozhodně neplatí univerzálně. Konečné rozhodnutí je sice opravdu v rukou toho, kdo půjčku poskytuje, ten ale musí brát v úvahu mnoho okolností a při vyjednávání podmínek postupovat tak, aby si klienty udržel.

Zájemců o zastavárenské služby přibývalo a přibližně po dvou letech bylo již v okolí známé, že náš bazar funguje také jako zastavárna. Zpočátku jsem se domníval, že jeho klienty budou víceméně jen Romové, kteří mě k otevření zastavárny přiměli, ale postupně začali přibývat i další zákazníci, většinou chudší obyvatelé města a okolí. Každá zastavárna si může stanovit výši poplatku podle sebe, ale jednoduchým průzkumem v několika zastavárnách v okolních městech jsem zjistil, že všeobecně se dodržuje nepsané pravidlo účtovat jako poplatek za půjčku přibližně jedno procento ze zapůjčené částky za každý kalendářní den, což při přepočtu dělá 365 % p.a. Od začátku bylo zřejmé, že poplatek za půjčku ve výši jednoho procenta ze zapůjčené částky za každý den, který mně samotnému připadal poměrně vysoký, nikoho

¹¹ Podrobnosti o zástavní půjčce uvedu dále v textu

z klientů příliš nepřekvapil, ani od půjčky neodradil. Nejspíš proto, že takové poplatky jsou u zástavní půjčky běžné, a klienti byli, na rozdíl ode mě, v tomhle ohledu mnohem zkušenější než já. Když jsem v některých věcech ohledně půjčování peněz zpočátku tápal, dokonce mi radili jak se co dělá. V úplných začátcích, kdy jsem ještě ani neměl připravené zástavní smlouvy, nabízeli, že mi svou zástavu prodají s tím, že si ji zároveň do určitého termínu zamluví a poté odkoupí zpět za částku, která bude navýšená o úrok, odpovídající době, která do zpětného odkoupení uplyne. Asi měsíc či dva jsem praktikoval půjčování peněz tímto způsobem, ale evidence toho, co jsem *jakoby* koupil, následně rezervoval pro zpětný odkup, pak uskladnil a nakonec znovu prodal původnímu majiteli, byla velmi komplikovaná, zejména když v domluveném termínu věc nevyzvedli, ale žádali o jeho prodloužení, což se stávalo poměrně často. Brzy jsem měl v půjčkách zmatek, proto jsem nakonec musel zavést řádné zástavní smlouvy včetně odpovídající evidence, tak, jak je to běžné v jiných zastavárnách.

K zástavě, kterou se klient zaručuje za půjčku, se v zásadě přistupuje stejně, jako kdyby klient daný předmět nabízel k prodeji. Při vyjednávání podmínek půjčky je mu nabídnuta částka, odpovídající přibližně polovině ceny, za kterou by se předmět nabízel v prodeji v případě, že by si jej klient nevyzvedl a nechal ho propadnout. Stejně tak při stanovení výkupní ceny zboží se počítá s tím, že věc bude nabízena k prodeji minimálně za dvojnásobek. Taková marže se snad může jevit jako příliš vysoká, ale ve skutečnosti je snadné ji obhájit, a to především ze dvou důvodů: jednak kompenzuje riziko, že předmět bude pocházet z krádeže a mohl by být bez náhrady zabaven policií; nebo může mít předmět nějakou skrytou vadu, kvůli které přestane fungovat. V případě poruchy nebo zabavení zboží policií není žádná možnost, jak získat peníze zpět a všechny tyto škody jdou na vrub provozovatele, resp. majitele obchodu. Některé zastavárny se tomu pokoušejí čelit tím, že do zástavní či výkupní smlouvy zakomponují ustanovení o smluvní pokutě v případě zajištění a zabavení zboží policií, čímž se snaží vykompenzovat případnou ztrátu. Jedna taková smlouva se mi dostala do ruky, ale když jsem se potom provozovatele této zastavárny vyptával na podrobnosti, víceméně se mi potvrdilo, co jsem očekával: že je to v podstatě k ničemu a pokud to má nějaký efekt, tak jen velmi slabý, protože vymáhat z

nemajetného člověka pokutu je stejně beznadějně jako vymáhat z něj náhradu škody za zabavené zboží.

Společenské postavení majitele zastavárny

Další věc, se níž jsem se musel při otevření zastavárny vyrovnat, byla otázka společenské prestiže. Majitel bazaru je sice v místě svého působení nazýván někdy trochu posměšně vetešníkem, ale pořád ho ještě okolí považuje za počestného živnostníka. Pokud však provozuje i zastavárnu, pro některé lidi se najednou stává nedůvěryhodným a částečně ho to vylučuje ze společnosti poctivých obchodníků. Při rozhovoru jeden ze známých usedlíků, s nímž se občas vídám při různých společenských příležitostech a s nímž mám víceméně přátelský vztah, poznamenal: „Ty jsi docela dobrý a férový člověk, až je škoda, že máš takové nepočestné zaměstnání“. I když ti málokdo řekne nahlas, při interakcích s místními obyvateli jsem vyrozuměl, že důvodem jejich nedůvěry k provozovateli zastavárny je především názor, že zastavárnu vyhledávají různé pochybné existence. Bez zbytečných otázek se zde zbavují nelegálně nabytých věcí, chodí si sem shánět peníze na drogy, a obecně se do takových podniků stahují sociálně vyloučení a další podobná individua, se kterými není radno nic mít. Když jsem se svého známého, který mě ohodnotil jako člověka s nepočestným zaměstnáním, vyptával na podrobnosti, zjistil jsem, že u něj (a soudím, že analogicky i u jiných) není negativní obraz zastaváren založen na nějaké osobní špatné zkušenosti, ale že je utvářen a čas od času přiživován převážně médii, která ve svých reportážních článcích zdůrazňují různé negativní aspekty, jakými jsou například výskyt kradeného, pašovaného či falešného zboží, překupnictví nebo prodej zboží bez řádné záruky. V tisku, a zvláště pak v internetových verzích českých médií se čas od času vyskytnou zprávy jako:

„Většina provozovatelů zastaváren a bazarů porušuje zákon, který jim mimo jiné ukládá identifikovat klienta nebo zakazuje nákup a prodej zboží v noci. Z 93

kontrol, které v prvním čtvrtletí provedla Česká obchodní inspekce, byl zákon porušen v 58 procentech“ (iRozhlas, 2018);

„Zastavárny běžně vnímáme jako provozovny, ve kterých se člověk 'rozloučí' s některou svojí věcí. Předá ji zastavárníkovi, půjčí si určitou peněžní částku, která je rozhodně daleko nižší než tržní hodnota věci a doufá, že do sjednané doby dokáže věc vykoupit zpět. Stejně tak jsou zastavárny často považovány za místa, kde dochází k překupnictví kradeného zboží“ (HN, 2013);

„Brno zažívá v posledních letech boom zastaváren. Podle policistů právě tady často končí kradené zboží. Jen loni našla policie v zastavárnách několik tisíc kusů kradeného zboží. Jen za první čtyři měsíce letošního roku jsou to podle jejich odhadů celé stovky. Nejčastěji zde končí šperky, elektronika nebo drogistické zboží. Na jaře přibývá také kradených kol“ (ČT24, 2013);

„Tři pětiny bazarů, zastaváren, starožitnictví a aukčních síní, které od dubna do září kontrolovala Česká obchodní inspekce, porušilo zákon, zejména o ochraně spotřebitele (...). Prodávající například neinformovali zákazníky o ceně zboží, o reklamaci, o subjektu mimosoudního řešení spotřebitelských sporů nebo na dokladu o zakoupení zboží nevyznačili informaci o tom, že výrobek je použitý nebo s vadou“ (Seznam Zprávy, 2019);

„Česká obchodní inspekce se v 1. čtvrtletí 2018 zaměřila i na kontrolu bazarů a zastaváren. Provozovatelé těchto subjektů musí mimo jiné dodržovat zákon, který jim ukládá identifikovat klienta nebo zakazuje nákup a prodej zboží mezi 22. 00 a 06.00 hodinou (...). ČOI zjišťuje, že se situace v oblasti omezení provozu v nočních hodinách značně zlepšila. Přesto však dále dochází k porušování zákona o ochraně spotřebitele, kdy prodejci řádně neinformují spotřebitele o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění reklamace“ (ČOI, 2018).

K takovým případům v zastavárnách opravdu dochází, ale v daleko menším rozsahu, než se médiím daří v očích veřejnosti vytvářet. Když uvážím, jaký mediální obraz je stran zastaváren a bazarů formován, nedivím se, že někdo může zastavárníka předem odsoudit jako nepoctivého člověka. A právě vyšší ziskovost se dá chápat jako jakási náplast, která aspoň částečně kompenzuje pocit potenciálně nižšího společenského statusu majitele zastavárny, protože tohle povolání bývá – do značné

míry právě díky výše naznačenému negativnímu mediálnímu obrazu, vnímáno částí veřejnosti jako nepočestné.

Úvěry a dluhy

Úvěr je poměrně standardním nástrojem soudobé ekonomiky. Mnoho lidí má dnes nějakou půjčku či hypotéku a „mít dluhy“ není nic neobvyklého. Míra zadluženosti domácností v České republice začala stoupat počátkem devadesátých let a po počáteční stagnaci dosáhla nejvyššího meziročního nárůstu v roce 2007. V dalších letech sice celkový objem úvěrů dále stoupal, ale ne již takovým tempem (ČSÚ, 2013). V roce 2012 činila celková dlužná částka českých domácností 1,2 bilionu korun, koncem roku 2019 to již bylo přibližně 1,8 bilionu (ČNB, 2020).¹²

Pojem *dluh* může mít více podob, a zatímco určité dluhy jsou ve společnosti vnímány jako „legitimní“ a představují běžnou součást mainstreamové ekonomiky, jiné dluhy jsou nahlíženy jako nevhodné a nežádoucí. Typickým příkladem dluhů, které jsou běžnou součástí současné ekonomiky a jako takové mají punc „společensky přípustných“ jsou třeba hypotéky, leasing nebo dluhy související s používáním kreditních karet. Když si člověk vezme hypotéku nebo si pořídí auto na leasing, jeho jednání je v rámci společenských norem považováno za celkem běžné, a dokonce může za určitých okolností zajistit dotyčnému i jistou prestiž. Ale pokud si někdo půjčuje u nejrůznějších úvěrových společností, nebo si dokonce chodí půjčovat do zastavárny, bývá už mnohdy považován za člověka, který „bruslí na tenkém ledě“. Za takto naznačenou kategorizací půjček se ale vzápětí vynořuje otázka: když je člověk vlastně ve všech uvedených případech dlužníkem, proč jsou některé dluhy nahlíženy jako společensky přijatelné a jiné ne?

Dluhy by se možná daly posuzovat podle nejrůznějších kritérií, ale pro účely této práce je rozdělím jen do dvou skupin. Janda (2013) rozděluje dluhy na „dobré“ a „špatné“. K těm „dobrým“ patří například úvěry na bydlení, na zvýšení příjmů nebo

¹² Přibližně 70 % této částky tvoří půjčky na bydlení, zbytek tvoří spotřební úvěry a ostatní (blíže nespecifikované) půjčky.

takové, které mohou pomoci rozjet podnikání. Naopak mezi „špatné“ řadí takové úvěry, které slouží jen pro zvýšení sociálního statusu. Sem řadí především tzv. půjčky před výplatou, různé spotřebitelské úvěry nebo půjčky na splacení předchozího úvěru (Ibid: 22-23). Budu předpokládat, že dluhy, které patří do první skupiny, v sobě nesou určité „pozitivní“ znaky a jsou dnes vnímány jako společensky přijatelné či dokonce žádoucí, ať už proto, že účel takových úvěrů je můžeme pokládat „rozumný“ nebo proto, že ten, kdo takový druh úvěru získá, je po patřičném prověření bankou či jinou institucí považován za spolehlivého člověka se stálým zaměstnáním a dostatečným pravidelným příjmem. A protože ho takto ohodnotila banka, vnímá ho jako důvěryhodného i jeho okolí. Do první skupiny „dobrých“ dluhů by se daly zařadit například hypotéky; do druhé skupiny pak především krátkodobé, obvykle vysoce úročené půjčky, které jsou považovány spíše za nevhodné. Proč jsou někteří dlužníci vnímáni pozitivně a jiní negativně, potom záleží na struktuře jejich dluhů – tedy na tom, zda u nich převažují dluhy „dobré“ či „špatné“. Vzhledem k zaměření své práce se budu věnovat pouze těm dlužníkům, jejichž závazky souvisí s výše zmíněnými „špatnými“ dluhy, konkrétně pak klientům zastavárny.

V antropologii je problematika dluhu věnována poměrně velká pozornost, avšak prací, které by se zabývaly přímo tématem zastaváren, je již méně. Některé z nich jsou pro můj výzkum velmi přínosné, jiné se však zabývají poněkud odlišnou problematikou, než je ta, na kterou se zaměřuji a mohu je tak využít pouze v omezené míře.¹³ Komplexní prací, o kterou se mohu opřít, je kniha amerického antropologa J. Caskey, který se ve své práci o *fringe banking* popisuje soudobé zastavárenství na území Spojených států a zabývá poměrně podrobným popisem prostředí zastaváren a interakcemi, ke kterým tam dochází (Caskey, 1994). V úvodu se ale věnuje i historii tohoto odvětví v Evropě a přináší poměrně zajímavou informaci, že zastavárny původně vznikaly jako neziskové podniky, zakládané a provozované nejprve církví a později zpravidla městem. Měly klientům umožnit vypůjčit si peníze za relativně nízký úrok a tak se ochránit před lichváři. Neziskovost těchto podniků dobře

¹³ Např. Kubrin a Hipp (2016) řeší otázku, zda v sousedství zastaváren nedochází ke zvýšení kriminality; Carter (2015) se zaměřuje na otázku porovnání četnosti půjček v zastavárně a půjček „před výplatou“ v souvislosti s povolením opakovaného prodloužení splatnosti; Bhutta, Goldin, a Homonoff (2016) zase řeší otázku vlivu zákazu „půjček před výplatou“ na vypůjčování peněz v zastavárně a z dalších zdrojů.

vykresluje například skutečnost, že pokud klient dluh nesplatil a jeho zastavený majetek byl prodán, byla mu po odečtení nákladů vyplacena částka, kterou prodej vynesl (Ibid: 13-14). Podobný účel měly původně i zastavárny ve Spojených státech, kde byla dokonce ještě v polovině 19. století v Bostonu založena dobročinná zastavárna pro chudé lidi, kteří neměli jinou možnost získat úvěr. Společnost Collateral Loan Company (CLC) účtovala měsíční úrok jen 1,5 %. Smlouva byla na 1 rok, propadlé věci byly draženy v aukci a výtěžek z prodeje byl po odečtení nákladů (podobně jako v případech neziskových středověkých a raně novověkých zastaváren v Evropě) vyplacen dlužníkovi (Ibid: 23).

Velmi inspirativní je pro mě také práce slovenského antropologa Tomáše Hrustiče, který se zabývá problematikou půjček na vysoký úrok mezi obyvateli romských osad na Slovensku – „úžernictví“ (Hrustič, 2016). Ve svém terénním výzkumu ovšem vycházím i z poznatků, ke kterým při výzkumech okrajové ekonomiky (zejména bleších trhů v Anglii – což je prostředí, které je českému *bazaru* v mnohém velmi podobné) dospěla Nicky Gregson se svým výzkumným týmem (např. Gregson a Crewe, 1996; 1997; 2003; Gregson et al., 2013). Nemohu samozřejmě opominout vyčerpávající práci věnovanou obecné problematice dluhu jako takového (Graeber, 2012) a rovněž práci zabývající se antropologickou teorií hodnoty (Graeber, 2001). O půjčkách na úrok Graeber (2012) říká, že vznikly pravděpodobně v Mezopotámii jako způsob, jak financovat karavanní obchod. Chránoví úředníci poskytovali obchodníkům zboží na úvěr a úrok, který si počítali, byl vlastně podíl na zisku z pozdějšího prodeje tohoto zboží obchodníky. A jak Graeber ukazuje, situace dlužníků se časem zhoršovala, neboť věřitelé postupovali při vymáhání půjček čím dál bezohledněji: „Zanedlouho docházelo nejen k obchodním, ale i spotřebitelským půjčkám, tedy k lichvářství v ryzí podobě. Kolem roku 2400 př. n. l. bylo celkem obvyklé, že místní úředníci a bohatí kupci půjčovali na záruku peníze rolníkům, kteří měli finanční problémy, a v případě, že nebyli schopni půjčku vrátit, začali zabavovat jejich majetek.“ (Graeber, 2012: 51). Graeber sice odlišuje dluh od závazku, přičemž dluh, na rozdíl od závazku, lze přesně vyčíslit (Ibid: 19), ale v běžné praxi nám tyto pojmy víceméně splývají a dluh automaticky vnímáme jako závazek tento splatit. Přesto je užitečné si tuto odlišnost připomenout,

protože závazek, na rozdíl od dluhu, může, ale nutně nemusí vzniknout půjčkou (peněz), ale vlastně jakýmkoliv jednáním, u kterého obě strany počítají s oplacením – může to tedy být služba, půjčení nějaké věci, podpora nebo poskytnutí ochrany atp. V souvislosti se zastavárnou hraje závazek poměrně důležitou roli – jak ukážu dále v textu, mezi některými místními Romy, kteří využívají zastavárnu pravidelně je běžné, že si navzájem půjčují zlaté šperky, které je možné využít jako zástavu (tato praxe je obvyklá v rámci rodiny či mezi příbuznými). Ten, kdo si takový předmět vypůjčí má nejen povinnost v domluveném termínu předmět vyplatit a vrátit jej zpátky majiteli, ale kromě toho má až do vyrovnání závazku vůči věřiteli symbolicky nižší postavení. To připomíná situaci, k níž dochází během potlače, kde hraje důležitou roli prestiž a ten, kdo je schopen více dát, získá větší úctu a až do vyrovnání závazku má symbolicky vyšší sociální status než obdarovaný (Mauss, 1999: 61 a násl.).

Půjčka v zastavárně

Opatřování si finančních prostředků v zastavárně je oproti jiným typům úvěru nebo půjčky v mnohém odlišné. Především, na rozdíl od jiných institucí poskytujících půjčky nebo spotřebitelské úvěry, zastavárna nezkoumá finanční situaci žadatele o půjčku, ani neposuzuje jeho možnosti půjčku splatit. K poskytnutí půjčky úplně postačí, ponechá-li v zastavárně nějaký svůj majetek jako zástavu. Jako zástavu pro zajištění vrácení půjčky lze použít víceméně jakoukoliv movitou či nemovitou věc, na které se obě strany dohodnou. V každém případě tedy musí mezi stranami dojít ke konsenzu stran „zástavní hodnoty“ věci, zástavce musí být ochoten věc svěřit do úschovy věřiteli a ten musí být ochoten nabízenou věc přijmout. Na to, zda věřitel přijme, nebo nepřijme nějaký předmět jako zástavu, má pochopitelně vliv také případné podezření, že nabízený předmět pochází z krádeže. Taková možnost se ovšem nedá nikdy zcela vyloučit.

Zatímco při žádosti o půjčku v bance i u většiny nebankovních institucí musí žadatel kromě jiných záruk dokládat výši příjmů a podle nich se pak posuzuje jeho

schopnost dluh splatit, v zastavárně nic takového neprobíhá. Stejně tak, na rozdíl od bank, zastavárna nezkoumá, zda potenciální dlužník má či nemá nějaké dluhy či nesplacené úvěry z minulosti. Půjčka je poskytnuta výhradně na základě konsenzuálně stanovené hodnoty zastaveného předmětu, který dlužník nechává věřiteli v úschově jako záruku vrácení dluhu. Ale podobně jako v bance, i v zastavárně platí, že pokud si někdo chodí půjčovat opakovaně a je tedy známá jeho historie, přihlíží se při vyjednávání podmínek k tomu, zda si své zástavy v minulosti spíše vyzvedl nebo je nechal propadnout. Tomu, kdo své věci nechává často propadnout je sice půjčka poskytnuta také, ale zapůjčená částka je v takovém případě o něco nižší, než jakou by dostal člověk, který si své zástavy pravidelně vyplácí.

Dalším specifickým atributem půjčky v zastavárně je její cena – tedy kolik dotyčný zaplatí navíc, až bude půjčené peníze vracet. Půjčka v zastavárně je úročena v řádu dnů nebo týdnů, přičemž úrok bývá obvykle v rozmezí 5–7 % ze zapůjčené částky týdně (tedy přibližně 1 % denně). Roční úroková míra se tak v zastavárně pohybuje přibližně v rozmezí 250–365 % p.a., což se může zdát relativně mnoho, zvláště v porovnání třeba s hypotékami, s běžnými bankovními půjčkami nebo i se spotřebitelskými úvěry. V této souvislosti bylo pro mě zajímavé zjištění, že například v ruských zastavárnách se podle obvyklé praxe účtuje zákazníkům nejen úrok ze zapůjčené částky, ale také poplatek za skladování zastavených předmětů (Schrader, 1999: 14).

Při posuzování úroku v zastavárně je nutné vzít v úvahu několik skutečností: především je třeba mít na paměti, že kvůli relativně vysokému dennímu úroku není půjčka v zastavárně primárně vhodná k pokrytí dlouhodobých cílů, ale spíše k vyřešení akutních krátkodobých potřeb. U bankovní půjčky, jejíž splácení je obvykle rozloženo na několik let, by byl úrok, který je v zastavárně obvyklý, nejspíše považován za nepřijatelně vysoký. V zastavárně je však takový úrok klienty běžně akceptován, protože doba, na kterou si zde klienti vypůjčují je obvykle v rozmezí jednoho až několika týdnů a v takovém světle se potom cena za půjčku najednou jeví přijatelněji. Z praxe pamatuji na několik případů, kdy byli zákazníci, kteří přišli do zastavárny poprvé, překvapeni, že poplatek za krátkodobou půjčku je mnohem nižší, než očekávali. Například při půjčce tisíce korun na dobu jednoho týdne dělá výsledný

celkový poplatek za půjčku (při úroku jedno procento denně) sedmdesát korun, což není tolik, aby to nějak výrazně zhoršilo finanční situaci klienta. V této souvislosti je třeba zmínit, že v některých amerických státech platí zákonné nařízení, podle něhož se zákazníkům zastaváren musí dostat výslovného upozornění, že „krátkodobé půjčky nejsou určeny pro financování dlouhodobých potřeb nebo cílů“ (Carter, 2015: 436). V našich podmínkách sice neplatí žádné podobné nařízení, které by nutilo provozovatele upozorňovat zákazníky na to, že s prodlužujícím se termínem se jim může půjčka prodražit, ale i když je rozhodování ponecháno na jejich vůli, mnozí klienti si velmi dobře uvědomují, že výše poplatku za půjčku je přímo úměrná době, na kterou si vypůjčí a snaží se proto vypůjčovat si na co nejkratší čas. I když se jim pokaždé nepodaří vrátit půjčku v domluveném termínu a musí pak termín vrácení jednou či vícekrát prodloužit (čímž se půjčka pochopitelně prodraží), důležité je, že si souvislost času a výše poplatku uvědomují a snaží se podle toho jednat.

Půjčit si je tak snadné...

Pokud přijmeme myšlenku, naznačující, že bazar je natolik jiný svět, že jej nelze úplně jednoduše pochopit pomocí analytických nástrojů, vycházejících z liberální ekonomické ideologie, pak zástavní půjčka je z tohoto úhlu pohledu pochopitelná ještě mnohem méně.¹⁴ Člověk, který nežije na okraji společnosti a víceméně náhodou se seznámí s podmínkami zástavní půjčky, mnohdy jen těžko chápe, že někdo takové podmínky akceptuje a je ochoten platit za půjčku tak vysokou cenu. Půjčku v zastavárně považuje za tak nevýhodnou, že nechápe, jak je možné, že si tam vůbec někdo chodí půjčovat. Ale pravda je úplně jiná – mnoho lidí si dokonce chodí vypůjčovat peníze do zastavárny pravidelně a zástavní půjčku berou jako možná nepříjemnou, ale nutnou (a proto i akceptovanou) a celkem běžnou součástí svého života. Života v permanentním dluhu, který je splácen a vzápětí

¹⁴ Důvody, proč jsem přesvědčen o tom, že bazar tak odlišný od běžných obchodů, jsem uvedl v kapitole „Bazar jako zvláštní svět“.

znovuobnovován, takže vlastně není nikdy definitivně splacen, a jen občas je přerušován okamžiky relativního dostatku.

Půjčit si je tak snadné... Dnes na nás téměř odevšud útočí reklamy finančních institucí, nabízející půjčky nejrůznějšího druhu i výše. Základním rysem takových inzerátů je snadnost a dostupnost půjčky. Nabízí se „půjčka na pár kliků myši“, nebo se v inzerátech uvádí jako „dostupná téměř pro každého“, „vyřízená během jedné návštěvy“, atd. Podmínky půjčky jsou na první pohled velmi mírné a uspokojen může být každý zájemce – tedy úplně každý ne, protože při bližším pohledu zájemce o půjčku zjistí, že musí splňovat určité podmínky. Ty sice v současnosti nejsou tak přísné, jako bývaly dříve, ale určité limity přeci jen existují. Žadatel musí mít stálý příjem (alespoň v době, kdy o půjčku žádá), to znamená, že musí mít víceméně trvalé zaměstnání a pobírat pravidelně mzdu, o kteréžto skutečnosti, stejně jako o výši příjmu, musí poskytovateli půjčky předložit potvrzení. Musí mít stálou adresu a potvrzení o trvalém pobytu. A hlavně musí mít čistý rejstřík dlužníka, což znamená, že musí mít splacené všechny dluhy z minulosti nebo je musí řádně splácet a nesmí proti němu být vedena žádná exekuce. A existuje skupina lidí, kteří tato kritéria nespĺňují. Nikdo jim nepůjčí, protože riziko, že půjčka nebude splacena, je každou finanční institucí vyhodnoceno jako nepřijatelně vysoké a získat své peníze zpět exekucí není v takových případech možné. Protože co znamená hrozba exekuce pro někoho, jehož příjem i majetek je mizivý a kdo nejspíš již čelí jedné či více exekucím? Poskytování půjček je především podnikání, zaměřené na generování zisku, takže proč by měli půjčovat těm, u nichž je pravděpodobnost splácení i případné vymožení dlužné částky spíše iluzorní? Z toho vyplývá jednoduchý závěr – ukazuje se, že půjčka, kterou reklama nabízí „pro každého“ úplně pro každého není...

Skupinu neúspěšných žadatelů o půjčku ovšem tvoří právě ti, jimž hotovost často chybí, a kteří ji nutně potřebují k překlenutí období, kdy není za co nakoupit základní životní potřeby. V bance ani v žádné podobné finanční instituci se svým požadavkem neuspějí a přesto musí najít způsob, jak potřebnou částku sehnat. A jedním z míst, kde mohou uspět, je zastavárna. I člověk, který služeb zastavárny nikdy nevyužil tuší, že zastavárna slouží k získání hotovosti, ale ne každý zná detailně mechanismus, jak celá věc s půjčováním peněz vlastně funguje. Bude proto užitečné

si krátce připomenout celý proces zástavní půjčky a vysvětlit základní pojmy. Především je třeba zdůraznit, že hlavním znakem je snadnost celé procedury, protože k uzavření zástavní půjčky je nutná vlastně jen jedna základní podmínka: dotyčný musí mít k dispozici nějaký vhodný předmět, který by mohl posloužit jako záruka půjčky. Věc, použitá jako záruka za půjčku (zástava) musí mít nějakou smysluplnou hodnotu, bezcenné věci se do zástavy nepřijímají. Zájemce o půjčku musí také důvěryhodným způsobem prokázat, že mu věc patří nebo že s ní může volně nakládat – k tomu obvykle stačí podepsat prohlášení, které je zahrnuto do textu zástavní smlouvy. Věc, která se přijímá do zástavy, musí být trvanlivá, neměla by být příliš rozměrná kvůli skladování, a především musí být relativně dobře prodejná. Pokud totiž dlužník v domluveném termínu půjčku nevrátí, stává se věřitel na základě uzavřené smlouvy majitelem zastavené věci a může jejím prodejem získat zpět půjčené peníze včetně odměny za poskytnutí půjčky. V této souvislosti považuji za důležité obrátit pozornost k tomu, jak mezi účastníky transakce dochází k vyjednávání podmínek půjčky. Někdy se vyjednává i při jejím vrácení a v této souvislosti se nabízí otázka, jak je možné zpětně vyjednávat podmínky půjčky, když už byly domluvené předem, při uzavírání smlouvy. Ovšem jak ukážu později, určitý manévrovací prostor zde přece jen je a mnozí se pokouší využít jej na maximum, a podmínky vrácení alespoň částečně ovlivnit ve svůj prospěch.

Odpověď na otázku „proč si lidé půjčují v zastavárně“ není jednoduchá a budu se jí dále zabývat, ale prozatím bych ji shrnul do jedné věty – lidé si v zastavárně půjčují proto, že jim v jejich situaci nic jiného nezbyvá. Peníze v daný okamžik nutně potřebují a nemají žádnou možnost je získat jinde. Nebo možná mají, ale všechny ostatní možnosti během procesu rozhodování vyhodnotí jako ještě horší či méně výhodné. Logika vypůjčování peněz za podmínek, které se jeví jako poměrně nevýhodné, se dá lépe pochopit pomocí příkladu, na kterém Graeber (2012) ukazuje, že lidé jsou někdy okolnostmi nuceni přijmout „menší zlo“: „...Argumenty, které Athéňané použili pro zdůvodnění svého požadavku platby daní od porobeného města, byly jednoduché: pokud jim nezaplatí, tak je zmasakrují. Racionálně vzato je tedy pro ně „výhodnější“ zaplatit, protože se tím vyhnou mnohem horším následkům“ (Graeber, 2012: 189). Analogie s nevýhodnými podmínkami v zastavárně je

nabíledni: pokud zájemce podmínky půjčky nepřijme, potřebné peníze pravděpodobně nesežene a budou mu chybět. Jeho volba mu tedy v dané situaci připadá racionální a logická – vypůjčit si a přijmout podmínky (tj. zaplatit relativně vysoký úrok) znamená pro něj menší zlo, než obejít se bez hotovosti, kterou z nějakého důvodu nutně potřebuje.

Když jsem otevřel otázku motivace klientů zastavárny, musím také zároveň ukázat, kdo jsou ti, kteří si sem chodí půjčovat. Tedy k jaké společensko-ekonomické vrstvě patří a proč se dostali do situace, v níž jako jediné možné (nebo nejvhodnější) východisko spatřují zastavárnu. Přitom je ovšem třeba rozlišovat, u koho se jedná o situaci výjimečnou a u koho o víceméně trvalou. Kdokoliv se totiž může dostat do finanční tísně – zaměstnavatel nepošle včas výplatu, sociální dávky se zdrží na poště, doma se vyskytnou nějaké neočekávané výdaje, atp.; podobných důvodů může být mnoho, a kdo nemá vytvořenou finanční rezervu, musí takové situace řešit půjčkou. Někdo si vypůjčí potřebnou hotovost v bance, jiný od příbuzných či dobrých známých. Existuje ovšem skupina lidí, kteří tyto možnosti nemají. Banky i další finanční instituce je odmítnou, protože nesplňují stanovená kritéria, příbuzní a známí mají sami málo nebo jim po předchozí špatné zkušenosti nebo z jakéhokoliv jiného důvodu odmítnou půjčit. Protože jim pak zbývá jen málo možností, jak potřebnou hotovost získat, mnozí si přijdou půjčit do zastavárny. Samozřejmě je potřeba vzít v úvahu i možnost, že dotyční se za svou momentální nepříznivou finanční situaci stydí, a i v případě, že by bylo možné si půjčit u příbuzných nebo známých, nechtějí této možnosti využít a raději zvolí víceméně anonymní výpůjčku v zastavárně.

Jak jsem již uvedl, zájemce o půjčku v zastavárně musí za svůj závazek ručit nějakým svým majetkem. Existují rozličné druhy zastaváren, které přijímají nejrůznější typy záruky – ručit se dá například motorovým vozidlem, nemovitostí, cennými papíry, ...atp. Zastavárna, na kterou se zaměřuji v této práci, se specializuje spíše na menší půjčky finanční hotovosti (přibližně od stokoruny do několika tisíc), proto je vhodnou zástavou obvykle nějaký menší, ale přiměřeně hodnotný předmět: zlato, mobilní telefon, drobné elektrické nářadí, různá spotřební elektronika, herní konzole, digitální fotoaparát nebo kamera, jízdní kolo, apod. Nepřijímají se nemovitosti, motorová vozidla, ani nejrůznější osobní doklady, které zájemci o

půjčku také někdy nabízejí jako záruku. Když zákazník nabídne do zástavy nějaký předmět, obvykle se hned zeptá, kolik by bylo možné si na něj vypůjčit nebo přímo řekne, kolik by potřeboval. V případě, že požadavky žadatele o půjčku jsou přijatelné, tedy když *zastavárník* usoudí, že předmět, nabízený jako zástava má odpovídající hodnotu, přistoupí se k sepsání zástavní smlouvy a vyplacení peněz. Zastavený předmět zůstane jako v úschově záruka. Pokud dlužník splní podmínky smlouvy a peníze včetně úroku včas vrátí, dostane svůj zastavený předmět zase zpět. Jestliže peníze nevrátí, může nastat jedna ze dvou variant – pokud v danou chvíli nemá na vyplacení, ale přesto stojí o to, aby mu byl předmět vrácen, může si zaplatit prodloužení zástavní smlouvy o určité období (přitom nevrací vypůjčené peníze, ale jen dopředu zaplatí úrok za období, o které si chce smlouvu prodloužit). Zástavní smlouva tak zůstane v platnosti a on neztrácí vlastnické právo k zastavenému předmětu. Pokud do konce takto prodlouženého termínu přinese peníze, které si vypůjčil a příslušný poplatek, dostane svou věc zpět. Druhá varianta nastane, pokud dotyčný peníze včas nepřinese, ani se o osud svého zastaveného předmětu dále nezajímá. V tom případě se má za to, že nechá zastavený předmět propadnout a spokojí se s penězi, které již za předmět dostal prve jako půjčku. Předmět je potom bazarem zaevidován jako vykoupené zboží a je vystaven v prodejních prostorách obchodu a nabízen k prodeji. Vlastně může nakonec přijít na řadu i varianta třetí, když poskytovatel půjčky uvěří slibům vypůjčovatele, že momentálně sice nemá, ale že peníze brzo sežene, protože velmi stojí o to, aby zastavený předmět mohl vyplatit. To přichází v úvahu především u stálých zákazníků, u nichž se dá alespoň do jisté míry předpokládat, že peníze nakonec přinesou, úroky zpětně doplatí a předmět tak získají zpátky do svého vlastnictví.

Transakce, při které dochází k uzavření smlouvy o půjčce, může na první pohled vypadat jako jakési spoluvytváření podmínek oběma účastníky, ale tím, kdo má rozhodující slovo je nakonec vždycky budoucí věřitel a nikoliv zájemce o půjčku. Ten ovšem také není tak úplně bezbranný, protože mu vždycky zbývá možnost rozhodnout se, zda nabízené podmínky přijme, nebo odmítne – a v tom případě se pravděpodobně obrátí jinam. To by ovšem mělo určité nepříjemné následky i pro *zastavárníka*, protože pokud žadatel o půjčku odejde s nepořízenou, nepřinese žádný

zisk. Proto je celý proces vyjednávání složitější a postavení účastníků zdaleka není tak jednoznačné, jak se na první pohled může jevit. Majitel zastavárny musí v každém jednotlivém případě velmi citlivě zvažovat, jak podmínky transakce nastavit tak, aby přinesla alespoň relativní uspokojení oběma stranám. Využívat pozici silnějšího není příliš prozíravé, mnohem výhodnější je, když při domlouvání podmínek půjčky dojdou účastníci k určitému, pro oba přijatelnému kompromisu. Spíše než domlouvání by asi bylo namístě použít pojem smlouvání, protože vyjednávání zástavní půjčky často připomíná spíš handrkování na trhu, než formální akt, jaký je obvyklý například v bance, při němž jsou klientovi předloženy pevně dané podmínky, které buď přijme, nebo odmítne. A právě tohle je podle mého soudu klíčový rozdíl mezi zástavní půjčkou a půjčkou v bance nebo v podobné finanční instituci. Půjčovat si peníze není dnes nic neobvyklého, ani nic co by člověka ve společnosti diskreditovalo – dá se říct, že celá současná ekonomika je založena na úvěru. Mnoho lidí využívá nějaký spotřební úvěr nebo hotovostní půjčku. Tyto půjčky pak co do objemu zdaleka převyšují úvěry na bydlení ve formě hypotéky. Dle dostupných údajů ČNB dosáhlo celkové zadlužení českých domácností v roce 2019 částky téměř 1,8 bilionu korun (ČNB, 2019). Záleží ovšem na struktuře dluhů, s níž souvisí náklady na jejich splácení. Něco jiného je hypotéka, rozložená na mnoho let, s roční úrokovou mírou v jednotkách procent či spotřebitelský úvěr, kde je úročení sice vyšší, ale přesto obvykle nepřesáhne přibližně 20% p.a.. Na opačném konci pak stojí zástavní půjčka, která je sice určena pro krátkodobé řešení momentálního výpadku hotovosti, ale zato roční úroková míra běžně dosahuje stovek procent.

Jak půjčky probíhají

Ať se jedná o prodej či nákup zboží, anebo o podmínky půjčky oproti zástavě, připomíná vyjednávání v bazaru-zastavárně spíše obchodování na orientálním tržišti (*bazaru, síku*) než jednání, na jaké jsme zvyklí z běžných obchodů nebo supermarketů. Výstižný popis takového orientálního obchodování přináší například Clifford Geertz (1978). Mimo jiné představuje třeba „smlouvání na zkoušku“, tedy

pouze jakési sondování, za kolik je možné věc získat, s tím, že takto nabytou znalost ceny nemusí smlouvající využít hned, ale až příležitostně někdy budoucnosti. To samé se často odehrává v bazaru. Klient nabízí nějakou věc do prodeje nebo do zástavy, ve skutečnosti chce jen zjistit, jakou má daná věc cenu nebo kolik by za ni dostal, kdyby jí chtěl zastavit. Geertz se také zabývá otázkou heterogenity *zdánlivě* stejných produktů a jejich rozdílné ceny. To, že zákazníci zhusta využívají smlouvání na zkoušku při nákupu nebo prodeji zboží v bazaru, je očekávatelné, ale to, že je někteří klienti uplatňují i při vyjednávání podmínek zástavní půjčky, bylo pro mě poněkud překvapivé. Klient někdy jen sonduje, kolik by si mohl případně půjčit, i když půjčku momentálně nehodlá využít: požádá o půjčku a do zástavy nabídne nějakou věc, přičemž se pokouší usmlouvat co nejvyšší možnou částku. Chvíli se dohadujeme, kolik by bylo možné půjčit, ale když je vyjednávání o ceně téměř ukončeno, klient najednou od svého požadavku ustoupí s tím, že si to musí rozmyslet nebo že se musí s někým poradit, a že se ještě vrátí. Někdy se opravdu vrátí a podle dříve domluvených podmínek si vypůjčí, někdy však už nepříjde. Z toho soudím, že cílem smlouvání nebylo uzavření půjčky, ale jen zjištění přibližné hodnoty věci a ceny, s níž je možné v budoucnu počítat. Takto získaná informace o hodnotě vlastněného předmětu je pro dotyčného poměrně cenná, protože se dá využít více způsoby: může domluvenou cenu požadovat, až přijde věc opravdu zastavit, ať již v naší zastavárně nebo v jiné a již dopředu bude mít představu o tom, kolik by si mohl vypůjčit nebo se může pokusit věc někomu prodat a je výhodné vědět, jakou minimální částku může požadovat.

Jak jsem již uvedl, když si někdo chce vypůjčit hotovost v zastavárně, musí za svou půjčku ručit nějakým vhodným předmětem. Pokud dotyčný disponuje nějakou věcí, kterou může nabídnout jako záruku, může se přistoupit k tomu k jednání o výšce půjčky a následně k sepsání zástavní smlouvy.

Terénní poznámky:

„Na tohle ti můžu půjčit 4 000.“

„No neblázni, to je málo, ne, to mi nestačí, potřebuju aspoň šest... potřebuju zaplatit nájem...“

„Ty neblázni, šest je moc, vždyť to má jen devět gramů. I tak už ti dávám víc, než normálně půjčuju.“

„Ale já si to vyberu, přece nemyslíš, že bych to tu nechal.“

„No, ale šest je fakt moc, tolik ti na tu váhu dát prostě nemůžu.“

„Dyť se na ty naušnice pořádně podívej, to sou galby, to snad znáš, ne, to prostě musím vybrat, já to tu nenechám. Todle prostě nemůžu nechat propadnout, na to vůbec nemysli! Dyť nás znáš, že si takový věci vybíráme...“

„Prachy na to seženu, určitě, i kdybych neměl třeba měsíc jíst.“

„No tak dobře, tak teda pět, ale to je poslední slovo, na víc mě fakt neukecáš. A na jak dlouho to chceš?“

„Pět, jo?... víc to fakt nejde? No, tak jo, no, tak mi to nech do patnáctýho příštího měsíce, to už bysme snad měli něco brát.“

„Hele, to je dost dlouho, počkej... osmnáct dní, včetně dneška, víš kolik to bude na úrocích? To dělá navíc 900, takže celkem budeš platit 5900... Budeš tolik mít?“¹⁵

„No jo, no, je to dost na dlouho, no, takže přeplatím fůru peněz... ale je to tak, no... Co mám jako dělat, já stejně dřív prachy mít nebudu. Ale osmnáctýho už určitě berem, o to se nemusíš bát, to už určitě vyberu. Nejpozdějc!! Možná přijdu dřív, když přijdou prachy dřív nebo když do té doby něco udělám...“

(Leden 2016)

Na první pohled sice popisovaný proces vypadá jako spoluvytváření podmínek oběma účastníky, ale tím, kdo „tahá za delší konec provazu“, je zpravidla budoucí věřitel a nikoliv zájemce o půjčku. Tomu nakonec zbývá jen možnost volby, zda nabízené podmínky přijme, nebo odmítne – v takovém případě ovšem z půjčky sejde a on se bude muset obrátit jinam. Může se tedy zdát, že jednání o půjčce je

¹⁵ I když to může vypadat, že tímto dotazem vlastně napodobuji banku, ve skutečnosti mě příliš nezajímají ani finanční možnosti vypůjčovatele, ani to, zda dotyčný dokáže půjčku splatit, ale spíše se pokouším zjistit, zda pro něj nebude výhodnější vypůjčit si peníze na kratší časové období, a zaplatit tak o něco nižší úrok. Zdánlivě tak vlastně jedním ve svůj neprospěch, ve skutečnosti je však tahle strategie velmi dobře promyšlená, protože klient, který cítí, že se s ním jedná férově, se bude opakovaně vracet a nakonec bude pro zastavárnu mnohem přínosnější než ten, kterému je naučováno víc nebo jehož zástava z důvodu nesplacení propadne.

nevyrovnané a vedené z pozice síly, ale je to ve skutečnosti opravdu tak jednoduché a jednoznačné? V jednotlivých případech snad ano, ale je nasnadě, že kdyby nějaká zastavárna zaujímala takto dominantní postoj k zákazníkům, netrvalo by dlouho, než by si tuhle pro ně nepříznivou okolnost uvědomili (a možná i vzájemně předali), a nejspíš by pak využili svého zákaznického práva volby a vybrali si nějaký jiný podnik, kde by zkusili štěstí. Možná by se pro ně takové rozhodnutí neobešlo bez určitých logistických potíží a trochy nepohodlí, ale jistě by se našel i jiný bazar, kde by třeba byli k jejich potřebám vstřícnější. Takže „vyjednávání půjčky“ jsem brzo začal brát opravdu vážně, jako hledání kompromisu a ne jenom formální nabídku podmínek, které klient buď přijme, nebo odmítne. Musím konstatovat, že stanovit přiměřené podmínky je vskutku cesta mezi Skyllou a Charybdou: pokud nabídnu zákazníkovi příliš příznivé podmínky nebo přistoupím na přehnaný požadavek půjčky a dotyčný potom půjčku nevrátí, bude zisk nepatrný nebo dokonce záporný. Pokud naopak nastavím podmínky půjčky tak, aby byly příznivé spíše pro mě, klienti se pravděpodobně brzo začnou obracet jinam. Každé vyjednávání o půjčce je proto specifické a z dlouholeté zkušenosti si troufám tvrdit, že v zastavárně neexistuje žádné spolehlivé pravidlo, podle kterého by se dalo jednoznačně určit, kolik komu půjčit oproti zástavě téměř identického předmětu. Rozhodnutí, „komu a kolik půjčit“, je natolik komplikované, že jsem se rozhodl věnovat se mu dále v textu v odstavci o různém nazírání hodnoty.

Hodnota: co to vlastně je?

Protože *hodnota* je pojem, který má v této práci důležitý význam, bude užitečné podívat se, jak na hodnotu nahlíží někteří badatelé a jak tento pojem teoreticky uchopují. Podle pracovní teorie hodnoty, která je spojována především s marxistickou ekonomikou, je hodnota statku určena celkovým množstvím práce potřebné k jeho vyprodukování. Její princip spočívá v myšlence, že v primitivních společnostech byly komodity vyráběny z volně dostupných surovin volně dostupnými prostředky a jejich hodnota tedy spočívala v práci vynaložené na jejich

výrobu. Marx také tvrdí, že hodnotu věci můžeme posuzovat ze dvou hledisek: má podle něj hodnotu užitnou a hodnotu směnnou, které nemusí být shodné. Zatímco užitná hodnota je subjektivní a vyjadřuje, do jaké míry věc uspokojuje potřeby majitele, směnná hodnota se odvíjí od množství práce, potřebné k její výrobě. Když se ale věc stane komoditou na trhu, převládne představa, že má hodnotu sama o sobě, což Marx (1953) označuje v prvním díle Kapitálu termínem „zbožní fetišismus“. Podle Marxe zbožní fetišismus zamlžuje sociální charakter hodnoty, která se ve skutečnosti utváří ve vztazích mezi lidmi. Zboží na směnném trhu vytváří sféru od člověka oproštěnou a ten se k ní pak vztahuje jako ke svému fetiši a smyslu života.

Významným autorem, který se teorií hodnoty velmi podrobně zabýval, je David Graeber. Ve své knize „Toward an Anthropological Theory of Value“ (Graeber, 2001) představuje ucelený přehled různých pojetí hodnoty a ukazuje, jak se postupně vyvíjelo. Na začátku představuje názor, že hodnotu lze nahlížet třemi různými způsoby: v sociologickém smyslu, tedy co je pro člověka dobré a správné; v ekonomickém smyslu, čili do jaké míry jsou pro člověka objekty jeho touhy žádoucí, resp. čeho všeho je ochoten se vzdát aby je získal; a v lingvistickém smyslu, který odkazuje k Saussuerovu strukturalismu a může být charakterizován jako „smysluplný rozdíl“. Dále představuje Simmelův pohled na hodnotu, přičemž ten je typickým zástupcem ekonomického přístupu, protože hodnota věci podle něj nezávisí na lidské práci ani na sociálním systému, ale utváří během směny a vyjadřuje to, co je člověk ochoten obětovat, aby danou věc získal. Simmel, podobně jako Marx, uvažuje hlavně o tom, jak věci fungují v tržní ekonomice. Appadurai (1988), na rozdíl od Marxe zastává názor, že Simmelův model je aplikovatelný i v situaci, kdy trh formálně neexistuje, protože v každé společnosti lze najít aspoň nějakou formu směny, a proto není důvod považovat komodifikaci za čistě kapitalistický fenomén (Graeber, 2001: 31). Podle Igora Kopytoff (Kopytoff 1988) můžeme rozlišit dva druhy hodnoty: věci mohou být ohodnoceny buď jako komodity, které se mohou porovnávat s jinými podobného druhu nebo jako „unikátní“ objekty, které takto porovnávání být nemohou (Graeber, 2001: 32).

Zajímavý je způsob, jakým pohlíží na hodnotu A. Weiner. Její koncept nezcizitelného vlastnictví (Weiner, 1992) předpokládá, že určité předměty mají

„transcendentní“ či „absolutní hodnotu“, která je založena na tom, že mají specifický původ – většinou jsou dědičné a mají pro vlastníka nesrovnatelně větší význam, než jiné předměty, byť podobného druhu. Člověk by se takového předmětu dobrovolně nevzdal a jeho hodnota je vlastně vyjádřena mírou strachu, že by o něj mohl přijít (Graeber, 2001: 34). Graeber soudí, že každá z uvedených teorií platí víceméně částečně a není schopná obstát samostatně. Jako řešení navrhuje vlastní koncept, jenž je vlastně syntézou několika uvedených přístupů a hodnotu chápe jako význam, který se utváří během jednání. Vychází přitom z práce americké antropoložky Nancy Munn, která spojuje více přístupů, ale zároveň přichází s novou myšlenkou a říká, že hodnota je v konečném důsledku potenciál vytvářet sociální vztahy. Projevuje se v činech, je to proces, při němž se latentní schopnost člověka jednat transformuje do konkrétních rozpoznatelných forem, protože člověk investuje svou energii do takového jednání, které považuje za nejdůležitější nebo nejsmysluplnější. (Ibid: 45 a násl).

Pojem hodnota má v souvislosti s bazarem-zastavárnou mnoho významů. Především je potřeba si uvědomit, že vždy souvisí s určitou konkrétní situací, závisí tedy na kontextu a vytváří se během procesu jednání, jak jsem demonstroval na příkladu konvičky v kapitole „Jak se dělá bazar: věci a lidé“ a jak ještě ukážu v dalším textu. Bazar je místo, kde neustále dochází k interakcím mezi provozovatelem a zákazníky a určení či rozpoznání hodnoty věci je velmi důležité. Nejen při výkupu a prodeji, při přijímání zástav během uzavírání zástavní smlouvy je odpovídající určení hodnoty možná ještě důležitější. Charakteristickým prvkem zástavních smluv je poměrně vysoká rizikovitost, což je zároveň i jeden z důvodů vysokého úroku. Riziko spočívá v tom, že například elektronika může mít nějakou skrytou vadu, která se při rychlém vyzkoušení nemusí projevit (sice se zkouší, ale na důkladnější prověření funkčnosti není čas, a proto se prověřují se pouze základní funkce výrobku). Zlato zase může být ve výjimečných případech falešné. I když je obsluha je zkušená, přesto se může stát obětí podvodu. Z praxe pamatuji případy, že zlaté očko řetízku (s pravým puncem) bylo podvodně naletováno na řetízek ze žlutého kovu, který byl poté v zastavárně nabízen jako zlatý. Nebo byl výrobek pozlacen velmi silnou vrstvou zlata a vydáván za zlato. Také se nikdy nedá vyloučit možnost, že zastavený předmět

je kradený a při odhalení bude bez náhrady zabaven a vrácen původnímu majiteli. Některé zastavárny se pokoušejí proti tomu bránit a potenciální podvodníky a zloděje odradit, například tím, že zástavní smlouva obsahuje ustanovení o smluvní pokutě, pokud zastavený předmět je zabaven policií. Takové ustanovení je však vymahatelné jen v případě, že dotyčný klient má nějaký zabavitelný majetek nebo příjem. Teoreticky je možné smluvní pokutu nebo náhradu škody, vzniklé zabavením předmětu vymáhat u soudu. Protože jsem však pokaždé usoudil, že taková procedura je administrativně příliš náročná a výsledek z výše uvedeného důvodu velmi nejistý, nikdy jsem tento postup neuplatnil a částku vyplacenou za zabavený předmět jsem pokaždé odepsal jako ztrátu. Rozhodujícím důvodem proč jsem se nikdy nepokusil uplatnit nárok na náhradu škody, bylo kromě již zmíněné administrativní pracnosti také to, že k případům zabavení zboží nedocházelo nijak často (cca dvakrát až třikrát do roka) a způsobená škoda za rok celkově nepřekročila přibližně tři tisíce korun.

Při vyjednávání půjčky není na hlubší prověřování klienta a jeho zástavy mnoho času, proto je při zvažování, kolik lze na danou věc půjčit, velmi důležitá zkušenost a dlouhou praxí vypěstovaný instinkt. Určení hodnoty předmětu, který zájemce o půjčku dává do zástavy, ovšem neprobíhá pokaždé stejně, takže je namístě podívat se na problematiku stanovení zástavní ceny (hodnoty předmětu) poněkud důkladněji. Na předmět, který zákazník nabízí jako zástavu, jsem se brzy naučil pohlížet ze dvou protichůdných hledisek. Předně jsem se musel naučit rychle odhadnout hodnotu zastavovaného předmětu, s ohledem na to, za kolik je možné jej v případě nevyzvednutí prodat. To je víceméně otázka analytického myšlení a každodenní rutiny. Je přitom třeba mít aspoň hrubý přehled o cenách co nejvíce věcí a současně znát lokální nabídku a poptávku.¹⁶ Ačkoliv se posouzení hodnoty zastavovaného předmětu může jevit jako bezproblémové, v praxi je to poměrně složité, protože je potřeba posoudit a vzájemně zkombinovat mnoho dílčích informací – je potřeba zvážit stáří předmětu a míru jeho opotřebení, u elektroniky i stav, vzhled a funkčnost, lokálně obvyklou cenu, ale například i módnost nebo to, zda momentálně převažuje nabídka či poptávka. Je také důležité vzít v úvahu, že v případě každé zástavní půjčky přicházejí v úvahu dvě možnosti: že klient svou zástavu vyzvedne

¹⁶ Srov. (Gregson a Crewe, 1996: 100–105).

nebo že ji nechá propadnout. Při uzavírání půjčky musím vyhodnotit, jaká je pravděpodobnost každé z nich a podle toho zvolit jednu ze dvou víceméně protichůdných strategií. Pokud budu předpokládat, že zastavená věc má pro klienta větší cenu, než kolik dělá půjčka včetně úroku, a že si ji proto nejspíš vyzvedne, je dobré půjčit co nejvíc, protože čím vyšší je půjčená částka, tím vyšší je zisk z úroku. Naopak, pokud si myslím, že zákazník půjčku nevrátí a nechá svůj zastavený předmět propadnout, je lepší půjčit co nejméně, protože pak bude rozdíl mezi poskytnutou částkou a prodejní cenou větší a tudíž bude větší i zisk. Při předběžné úvaze o tom, zda zákazník půjčku vrátí či zda ji spíš nechá propadnout, vycházím z dlouhodobé znalosti pravidelných klientů a z jejich historie. Důkladné zvážení obou možností, korektní odhad odpovídající výše nabídnuté půjčky a někdy i správná intuice jsou dovednosti, které bylo potřeba získat, aby zastavárna mohla prosperovat.

V souvislosti s hodnotou bych rád ukázal, jaké další možné významy může tento pojem mít v situaci, kdy někdo hodlá použít určitý předmět jako zástavu půjčky. Existují situace, kdy je vhodné neposuzovat hodnotu zástavy jen ve smyslu objektivního odhadu, za kolik by se dal případně prodat, pokud si jej dotyčný nevyzvedne. Významnou roli hraje i další hledisko, které jsem se záhy naučil zastávat: spočívá v tom, podle určitých indicií odhadnout, jakou asi má zastavovaný předmět hodnotu *pro toho, kdo jej zastavuje*. A s ohledem na dlouholetou zkušenost jsem přesvědčen, že schopnost správně odhadnout situaci je možná jednou z klíčových kompetencí zastavárníka. Aby byl takový odhad alespoň do jisté míry relevantní, musí být založen na detailním přehledu o tom „kdo je kdo“, co do zastavárny obvykle nosí, jaký je jeho vlastnický vztah k zastavovaným předmětům, i to, v jakém poměru své věci vyzvedává nebo nechává propadnout. Může se stát, že dotyčný přinese předmět, který je hůře prodejný nebo požaduje půjčit o něco víc, než v zastavárně obvykle půjčujeme. Kdybych o hodnotě uvažoval jen v ekonomickém smyslu, bylo by lepší takový požadavek odmítnout. Jenže tady se právě otvírá prostor pro uplatnění nadstandardních znalostí kontextu.

Je na místě podívat se, co se z hlediska teorie hodnoty odehrává při dávání předmětu do zástavy. Důležité je si uvědomit, že předmětem hodnocení mohou být pouze ekonomické statky, což jsou konkrétní věci, nikoliv druhy věcí. Pouze

konkrétní předměty totiž vstupují do rozhodování ekonomických aktérů a pouze u nich pak můžeme hovořit nikoliv o ceně, ale o hodnotě. Rozdíl mezi cenou a hodnotou dobře vystihuje Graeber (2001), který se v této otázce odvolává na Marxovu teorii hodnoty: „Koncept má mnohem lepší smysl, pokud si člověk uvědomí, že Marxova teorie hodnoty neměla být teorií cen. (...) Proto v žádném případě nepředpokládal, že cena zaplacená za něco je přesným odrazem její hodnoty. Bude tedy lepší uvažovat o pojmu „hodnota“ v takovém smyslu, že spíš než cenu vyjadřuje „důležitost““ (Ibid: 55). Této teorii přesně odpovídá situace, kdy klient přichází zastavit nějaký předmět, ke kterému má vztah. Šperk, který se v rodině dědí, má pro klienta určitě větší hodnotu než „obyčejný“ zlatý prstýnek. Proto je v takových situacích klidně možné poskytnout poněkud vyšší částku než někomu jinému na předmět, který má srovnatelnou hodnotu. Zmíněný postup se dá velmi dobře ukázat na příkladu klientky Moniky,¹⁷ která nosí do zástavy náušnice. Poměrně velké zlaté náušnice s rakouskou zlatou mincí v ozdobném rámečku. Při vypůjčce téměř pokaždé požaduje vyšší částku, než jaká by odpovídala jejich váze. Podle pravidla, které jsem zavedl již od začátku, a které se časem ukázalo jako užitečné, posuzujeme hodnotu zlatých šperků jen podle váhy. V určitých případech, jako je ovšem možné brát v úvahu i cenu práce, a půjčit o něco vyšší částku. Takový postup je ale uplatňuji jen u takových zákazníků, na základě jejichž historie mohu předpokládat, že si své věci vyzvednou. A právě u Moniky je takový postup možný, protože i když není příliš spolehlivá stran dodržení termínu, nakonec si své šperky vyzvedne, alespoň ty dražší a těžší nebo ty, k nimž má nějakou emocionální vazbu. Pokud některé nechá propadnout, jedná se většinou o drobnější nebo poškozené věci. Časem jsem se naučil poměrně dobře rozeznávat, do které kategorie zastavovaný šperk patří a podle toho přizpůsobit částku, kterou jsem ochoten jí zapůjčit. Dobře to ilustruje příklad výše zmíněných náušnic: jak při smlouvání o výši částky při vypůjčování, tak při případných žádostech o posečkání při nedodržení termínu vyzvednutí Monika vždycky zdůrazňuje, jak jsou pro ni právě tyhle náušnice důležité. Pokaždé opakuje příběh o tom, jak je dostala od své matky jako dárek k osmnáctinám, s tím, že předtím

¹⁷ Pravidelná klientka zastavárny. Její jméno (stejně, jako jména všech ostatních aktérů v této práci) bylo z důvodu anonymizace změněno. Ještě bude zmíněna dále v textu.

je podobně získala i její matka. Že tyhle náušnice jsou rodinná památka, nikdy by se jich nevzdala, nikdy je nenechá propadnout a vždycky je vyplatí, i kdyby ji to mělo stát cokoli. Zmíněné náušnice jsou typickou ukázkou, jak je majitelem vnímána hodnota určitého významného předmětu, který považuje za „nezcizitelné vlastnictví“, jak jej definuje A. Weiner (1992).¹⁸

Další případ, kdy je možné přihlídnout k okolnostem a půjčit na zlatý šperk o něco víc, než činí hodnota drahého kovu je situace, kdy si jej dotyčný od někoho vypůjčil a v domluveném termínu ho musí vrátit. Mezi příbuznými funguje určitá solidarita a jedním z jejích projevů je i to, že bohatší poskytne potřebnému něco, co by mohl zastavit. Stává se, že dotyčný přinese šperk, který je mi povědomý. Někdy se přímo zeptám, zda je jeho nebo ho má od někoho vypůjčený, jindy to během hovoru při domlouvání půjčky vyjde najevo, aniž bych se ptal. Často na takovou zástavu požaduje půjčit o něco vyšší částku, než kdyby zastavoval vlastní věc, a to právě s odůvodněním, že není jeho, musí ji určitě vrátit a v žádném případě si nemůže dovolit nechat ji propadnout. Pravděpodobnost, že nechá propadnout vypůjčený šperk, je poměrně malá, takže není důvod takovému požadavku nevyhovět.

Jsou i další případy, kdy se nerozhodují podle případné prodejní ceny, ale podle hodnoty, kterou má pro člověka, který nabízí jako zástavu. Například mobilní telefon: pokud je jeho nastavení chráněno heslem, které dotyčný nezná (většinou proto, že od chvíle, kdy je nastavil, heslo vůbec nepoužívá), nemá pro případný prodej *vůbec žádnou cenu*, protože je možné jej na dálku vymazat, nebo dokonce vyřadit z provozu. Přesto jsem někdy ochoten přijmout i takový předmět jako zástavu a určitou přiměřeně redukovanou půjčku poskytnout, protože jsem přesvědčen, že pro dotyčného takový přístroj jistou hodnotu určitě má. Stalo se, že s poměrně novým telefonem přišla klientka, která nejen že neznala heslo nebo přístupový kód, ale telefon neuměla ani zapnout. Do telefonu se nedalo nijak dostat a vlastně ani vyzkoušet jeho funkčnost, a tudíž by takový telefon byl pro nás v případě nevyzvednutí úplně bezcenný. Přesto jsem se po krátké úvaze rozhodl ho jako zástavu přijmout. Vycházel jsem z toho, že i když nemá téměř žádnou cenu pro nás, má přece

¹⁸ Koncept „nezcizitelného vlastnictví“, který rozpracovala americká antropoložka A. Weiner (1992), a s ním související pojetí hodnoty popíšu podrobně dále v textu, v kapitole „Jak se mluví a jedná“.

jen cenu pro majitele, který přístupový kód zná. V tom případě je ale potřeba, aby byly splněny určité předpoklady: předně si musím být jistý, že telefon opravdu patří té konkrétní osobě, která ho do zastavárny nosí. Dále musím mít jistotu, že ten, kdo ho přinesl, má souhlas majitele s tím, aby ho dal do zástavy. V tomto konkrétním případě přinesla telefon zastavit matka, s tím, že telefon patří jejímu synovi, který sám nemůže přijít ani jí poskytnout přístupový kód, protože je právě ve škole a ona se jej tudíž nemůže zeptat a zjistit potřebný údaj. Když jsem telefon přijímal jako zástavu, podstupoval jsem sice mírné riziko, že nám v případě nevyzvednutí zůstane v ruce nepoužitelný kus, ale protože jsem částku poskytnuté půjčky s ohledem na zmíněné riziko přiměřeně snížil, bylo podle mých úvah pravděpodobnější, že si ho přece jen vyzvedne. Vedlo mě k tomu přesvědčení, že i když má telefon minimální cenu pro mě, má nezanedbatelnou cenu pro majitele. Nakonec jsem se tedy z uvedených důvodů rozhodl půjčku poskytnout, protože jsem dobře znal jak majitele (syna dotyčné), tak i telefon (nedávno předtím byl u nás v zástavě), a protože jsme předtím zkoušeli jeho funkčnost, věřil jsem, že je dosud v pořádku.

Ve všech uvedených příkladech je nutná znalost všech souvislostí – například to, že se v případě zlata opravdu jedná o rodinný šperk; že si dotyčný předmět pro zástavu od někoho vypůjčil (a případně od koho) a že ho musí ho vrátit; nebo že telefon nabídnutý jako zástava patří opravdu tomu, kdo jej nabízí a není kradený. Uzavřel bych konstatováním, že hodnota zástavy je sice pro zastavárnu důležitá, ale může být v určitých mezích proměnlivá a závisí do značné míry na důvěryhodnosti zástavce i důvodů, kterými argumentuje při žádosti o půjčku. Důvěra se pak odvíjí od toho, jak dlouho a jak dobře toho kterého klienta znám a jaké s ním mám zkušenosti z předchozích interakcí. Ekonomická hodnota může tak být v některých případech posílena o hodnotu vztahu, který se v průběhu času vytvořil mezi mnou a zástavcem, což se projeví tím, že mu při vyjednávání vyhovím a poskytnu mu o něco lepší podmínky. Někdy, jako ve výše zmíněném případě telefonu, ke kterému dotyčný nezná bezpečnostní kód, je vlastně hodnota věci *úplně* nahrazena hodnotou vztahu, protože takový telefon je v případě nevyzvednutí nepoužitelný a tedy neprodejný.

Myslím, že se podařilo ukázat, že hodnota zástavy jako klíčového faktoru pro

stanovení částky, kterou je možné nabídnout žadateli o půjčku, se nemusí odvozovat jen z toho, za kolik se daný předmět může prodat v případě nevrácení půjčky, ale často bere v potaz i další skutečnosti, které se dají v různé míře kombinovat a mohou ovlivnit rozhodování. Neobsahuje tedy jen ekonomickou, ale i symbolickou rovinu, která do značné míry vychází z kvality vztahu mezi účastníky transakce. Hodnota v podmínkách zastavárny není nic přesně daného a dá se velmi obtížně určit nebo vypočítat a do značné míry se vytváří během vyjednávání na základě vzájemné interakce a důvěry. S tím ovšem souvisí důležitá otázka, kterou opírám o dlouholetou zkušenost provozovatele zastavárny: *Do jaké míry se dá věřit příběhům?*

Proč si půjčují právě v zastavárně?

Jack Daugherty, zakladatel a hlavního výkonný ředitel sítě zastaváren Cash America International, odpověděl na otázku, proč si zákazníci chodí půjčovat peníze do zastavárny, i když zde musí platit vyšší poplatky než v bance, takto: „Klidně bych mohl své zákazníky naložit do autobusu a odvézt je do města do banky. Ale tam by se jim leda tak vysmáli. Proto jsou můmi zákazníky.“ (Caskey, 1994: 71).

Pokud si položím otázku, proč si lidé půjčují v zastavárně a proč akceptují podmínky, za kterých jim zde poskytnou půjčku, musím se blíže podívat na to, jaké jsou jejich možnosti získat hotovost, kterou potřebují. Z vlastní dlouholeté praxe a z rozhovorů se zákazníky jsem dospěl k přesvědčení, že do zastavárny si chodí půjčovat především lidé, kteří nevycházejí se svým příjmem a chybí jim hotovost, kterou v daný okamžik nutně potřebují. Ti, kteří se svým příjmem nevycházejí opakovaně, se často stávají pravidelnými klienty zastavárny, zatímco lidé, kteří zástavní půjčkou řeší nějakou nenadálou situaci, bývají spíš příležitostní zákazníci. Zjednodušeně se dá říci, že klienti zastavárny jsou lidé, kteří nemohou (či v některých případech nechtějí – viz dále) sehnat potřebnou hotovost z jiných zdrojů, protože jim nikdo není ochoten půjčit nebo nemají koho požádat. Pokud je ale nějaká odpověď takhle přímočará a jednoduchá, obvykle se později ukáže, že problém příliš redukuje

a že ho nedokáže nahlédnout v celé jeho komplexnosti. Jsem přesvědčen o tom, že pro správné posouzení problematiky půjčky v zastavárně je nutné se současně tázat, kdo jsou ti, kteří si chodí půjčovat a jak se dostali do situace, kdy je jejich jediným východiskem půjčka v zastavárně. Také je vhodné se zajímat o to, zda se u nich jedná o situaci jednorázovou, nebo spíše opakovanou a v případě opakovaných půjček je důležitým údajem jak často zastavárnu navštěvují.

Zastavárenské služby obvykle vyhledávají chudí lidé, pro které půjčka představuje jednu z mála možností, jak získat potřebnou hotovost a vyřešit aspoň krátkodobě svou svízelnou finanční situaci. Ale ukazuje se, že do náhlé finanční tísně se může dostat i ten, pro něž není chození do zastavárny běžným úkonem. Mnohdy se jedná o nezaviněnou situaci – zaměstnavatel nepošle včas výplatu, sociální dávky se zdrží na poště nebo se vyskytnou nějaké neočekávané výdaje, a pokud dotyčný nemá jiný zdroj, stává se, že vyhodnotí půjčku v zastavárně jako vhodnou možnost, jak potřebnou hotovost získat.

Terénní poznámky

Na jaře 2016 začal do zastavárny opakovaně docházet zákazník, který jako zástavu používal nejrůznější nářadí, poměrně drahé a často i speciální. Přicházel poměrně často – pokaždé půjčku vyplatil nebo zaplatil za prodloužení termínu splatnosti, případně se domluvil na mírném odložení splatnosti. Vzápětí se však za pár dní objevil znovu s dalším požadavkem výpůjčky. Původně poměrně úspěšný soukromý řemeslník začal přijímat větší zakázky, na které byl nucen najímat pomocníky a předem platit větší množství materiálu. Pokud by mu odběratelé včas propláceli všechny faktury za odvedenou práci, byl by mohl pohodlně prosperovat. Někteří mu však nezaplatili vůbec, jiní zas s placením otáleli, zatímco on musel materiál i zaměstnance platit hned. Když došly peníze, vypůjčil si s tím, že platby za dokončené zakázky už jsou jistě na cestě a on tak půjčky rychle vrátí. Peníze však v očekávaný čas nepřišly, a když si nakonec uvědomil, že situaci špatně odhadl, byl již po krk v dlužích. Ani když mu většina jeho odběratelů nakonec (mnohdy se značným zpožděním) zaplatila, jeho dluhy již dávno převýšily tento příjem. Nakonec celá situace vyvrcholila exekucí a

dotyčný řemeslník se při posledním rozhovoru v zastavárně nechal slyšet, že o soukromém podnikání už nechce ani slyšet a raději se bude živit jinak.

(Červen 2016)

Kdo nemá pro krizovou situaci vytvořenou finanční rezervu, musí ji řešit tím, že si peníze někde vypůjčí. A právě tady se setkáváme s jednou z klíčových odlišností obou skupin potenciálních dlužníků, o nichž jsem se zmínil na začátku kapitoly, a také s důsledky, které z této odlišnosti plynou: pokud akutní potřeba hotovosti nastane u někoho, kdo má stálé zaměstnání, pravidelný příjem, účet v bance a trvalé bydliště, obvykle pro něj není příliš velký problém požádat o pomoc banku, u které má účet. Poměrně rychlé schválení drobné půjčky nebo kontokorentního úvěru na karetním účtu není v takových případech nic neobvyklého. Přesto existuje mnoho lidí, kterým banka z nejrůznějších důvodů půjčku odmítne. Otázce problematické dostupnosti bankovní půjčky pro chudší vrstvy se věnoval během výzkumu úžernictví v romské osadě na Slovensku také antropolog Hrustič (2016): „Banky jsou opatrné při půjčování peněz lidem z nižších tříd nebo těm, kteří nejsou schopni doložit pravidelný příjem“ (Ibid: 34). Důvody odmítnutí nemusí banka sdělovat, ale z rozhovorů s klienty, kteří o tomto tématu byli ochotni promluvit, vyplývá, že se většinou jednalo o nedostatečně doložený nebo příliš nízký pravidelný příjem. Někteří také zmiňovali exekuci, nesplácení půjčky z minulosti nebo nedodržování termínů splátek. Ti, které banka odmítne, musí potom naléhavou potřebu hotovosti řešit jinak – často jim nezbyde jiná možnost, nic jiného než obrátit se na nebankovní subjekty zabývající se půjčováním peněz. A pokud neuspějí ani tam, je pravděpodobné, že zamíří do *zastavárny*, kterou budou ve své situaci patrně vnímat jako jednu z posledních možností, jak si potřebnou hotovost opatřit. Ovšem bylo by zavádějící domnívat se, že lidé volí jako řešení svých finančních potíží zastavárnu jen tehdy, když jim už jiná možnost nezbývá, protože jsou i další důvody, které mají na jejich rozhodování vliv. Především je nutné reflektovat otázku jednoduchosti a dostupnosti – mnoho zákazníků se v rozhovorech vyslovilo, že k důležitým důvodům „chození do zastavárny“ patří blízkost, vyhovující otevírací doba, na minimum zredukovaná byrokratická bariéra a také rychlost a jednoduchost celé procedury.

Velmi podobné důvody, kterými zákazníci zdůvodňují návštěvu zastavárny, zmiňuje ve své práci Caskey (1994). Kromě dostupnosti a dalších důvodů zdůrazňuje také to, že na rozdíl např. od banky je jednání v zastavárně vedeno v poměrně neformálním duchu. Zákazníci si většinou velmi dobře uvědomují, že cena půjčky je v zastavárně vyšší než v některých jiných finančních institucích, ale přesto jsou přesvědčeni, že tato vyšší cena „stojí za to“ (Ibid: 61).

Terénní poznámky:

„Proč chodím do zastavárny... no, protože potřebuju peníze, to je jasný. Mám to sem blízko a je otevřeno pořád, celej den. Můžu přijít kdykoliv – žádná pauza na oběd, jako v jinejch obchodech nebo třeba v bance. A vždycky tu dostanu peníze, ještě se mi nestalo, že by třeba došly peníze nebo že by mě kvůli něčemu odmítli nebo tak něco... A je to rychlý, nic k tomu nepotřebuju, nikdo se mě na nic neptá – kdy a kolik беру, na co to potřebuju a tak. Prostě se tu stavím, sundám z ruky prstýnek nebo z krku řetízek, a když tu zrovna není fronta, jsem za 5 minut venku i s penězma. Akorát si člověk nesmí zapomenout občanku, několikrát už jsem pro ni musel běžet domů...“

(Srpen 2016)

S rostoucím objemem zadlužení českých domácností, o němž jsem hovořil v úvodu, roste i množství nesplácených úvěrů. Ty jsou pak vymáhány pomocí exekuce na majetek dlužníka, a i když se počet nově zahájených exekucí proti předchozímu roku mírně snížil, počet běžících exekucí spíše vzrůstá, stejně jako celkový objem vymáhaných pohledávek. Podle tiskové zprávy Exekutorské komory „probíhalo u fyzických osob v roce 2016 celkem 4,5 milionu exekucí proti 834 tisícům dlužníků, u právnických osob potom 228 tisíc exekucí proti 68 tisícům dlužníků. Celková vymáhaná částka v roce 2016 byla 325 miliard korun, zatímco v roce 2015 to bylo 302 miliardy korun“. Na stránkách exekutorské komory se dále uvádí, že „v roce 2019 poklesl počet fyzických osob evidovaných v Centrální evidenci exekucí. Zatímco ke konci roku 2018 jich bylo 821 337, nyní se v evidenci nachází 783 053 osob. Počet lidí v exekuci se tedy snížil o 38 284 osob. Proti těmto

fyzickým osobám je vedeno celkem 4 476 069 exekucí. Z údajů exekutorské komory za rok 2019 vyplývá, že v průměru bylo na jednu fyzickou osobu vedeno 5,72 exekučních řízení. Nejvíce exekucí na 1 000 obyvatel bylo vedeno v Ústí nad Labem (126 exekucí), v Mostě (87) a Sokolově (87)“ (Exekutorská komora ČR). Z mapy exekucí, která vznikla v roce 2017 a na svém webu ji zveřejňuje nezisková organizace Otevřená společnost o.p.s. (2017) je potom patrné, že nejvyšší podíl obyvatel v exekuci (přes 16 %) má Ústecký kraj, přičemž časové srovnání ukazuje, že jak počet exekucí, tak i počet lidí v exekuci zde byl v letech 2016 – 2019 přibližně stejný.¹⁹ Bohužel se nedá hodnověrně zjistit, kdo ze zákazníků zastavárny čelí jedné či více exekucím. Vzhledem k povaze těchto informací je dle mého soudu pochopitelné, že dotyční nejeví příliš ochoty se svěřovat a pokud jsou vůbec ochotni o tom mluvit, tak jen někteří, takže vypovídací hodnota toho, kdo z nich čelí exekuci a kdo ne, je téměř nulová.

Ve světle statistických informací o stavu exekucí se pak jeví jako poměrně zajímavé zjištění, že počet zákazníků předmětné zastavárny se po celou dobu terénního výzkumu příliš neměnil a zůstával víceméně stejný, podobně jako přibližný celkový roční objem půjček. Dá se ovšem pozorovat, že se částečně změnila skladba zákazníků – ukazuje se, že se rok od roku pomalu zvyšuje počet těch, kteří jsou sice zaměstnaní, ale jejich plat je nízký a často jen o málo převyšuje zákonnou minimální mzdu. Vyšší zastoupení zmíněných zákazníků (pro které se někdy používá označení „pracující chudoba“) není sice nijak zásadní, ale přesto je patrné.

V souvislosti s rostoucím počtem exekucí je pro mnoho zákazníků přitažlivá i skutečnost, že z půjčky v zastavárně nevyplývají pro dlužníka žádné další závazky. Pokud se někdo rozhodne dluh nesplatit, jeho zastavený předmět se dnem ukončení zástavní smlouvy stane majetkem věřitele (zastavárny) a dlužník není dále nijak upomínán o zaplacení. Jeho závazek automaticky končí a nemá již k věřiteli žádné další povinnosti ani nemusí v takovém případě platit žádné pokuty či poplatky.

¹⁹ Porovnání počtu exekucí v letech 2016 a 2019 v Ústeckém kraji ukazuje, že jejich počet je zde přibližně stabilní:

Počet osob v exekuci (2016/2019): 115090 / 115770;

celkový počet exekucí (2016/2019): 613498 / 687056;

průměrný počet exekucí na osobu (2016/2019): 5,3 / 5,9.

Pro období po roce 2019 nejsou ještě výsledky k dispozici. Zdroj: Mapa exekucí (Otevřená společnost, 2022)

Půjčka v zastavárně sice není levná, ale zákazníci v rozhovorech mnohokrát zdůraznili, že cena pro ně není jediným kritériem při rozhodování, zda do zastavárny jít či ne. Velký význam má také dostupnost, rychlost, jednoduchost a určitá neformálnost jednání (srov. Caskey, 1994: 61).

Když si někdo navykne chodit do zastavárny a pravidelně řešit svou situaci půjčkou, dostane se velmi rychle do začarovaného kruhu neustálého vypůjčování a splácení, ze kterého je velmi těžké se vymanit. Skoro by se dalo říct, jako by zde vznikala jakýsi druh závislosti, přičemž jednou z příčin je právě to, že půjčka v zastavárně je velmi jednoduchá, rychlá, neformální a nevyžaduje od klienta vynaložení téměř žádného úsilí – stačí vlastnit nějaký vhodný předmět, přinést ho do zastavárny a podepsat smlouvu o půjčce. Tvrzení, že půjčka v zastavárně je poměrně jednoduchý úkon, nevyžadující žádné zvláštní podmínky ovšem nijak nekoliduje s tím, že pokud klient dobře ovládá umění smlouvat, může mít v jednotlivých případech určitou výhodu před těmi, kteří smlouvat nechtějí nebo nedovedou. Jak uvidíme dále v textu (především v kapitole „Jak se mluví a jedná“), někteří klienti dokážou při vyjednávání používat poměrně efektivní strategie k tomu, aby dosáhli výhodnějších podmínek.

Caskey (1994) také zmiňuje, že u některých zákazníků může hrát určitou roli jejich představa zastavárny jako jakéhosi obskurního místa na hranici legality, které vnímají jako protipól světa bank a konzumu. Zastavárna v jejich očích jako by narušovala svět velkých korporací, jako by vůči němu stála v opozici: „Ve skutečnosti, snad proto, že v očích veřejnosti jsou zastavárny spojovány s něčím nepatřičným, přitahují takové podniky jistý druh lidí, kteří se považují za mírné sociální odpadlíky“ Tím, že zvolí místo banky raději zastavárnu, mohou mít tito zákazníci pocit, že svým postojem protestují proti „měšťáckému světu“, establishmentu a dominanci nadnárodního kapitálu (Ibid: 66). S podobným postojem jsem se sám setkal při jednání s klienty v zastavárně. Občas někdo pronesl hanlivou poznámku na adresu banky, což jsem chápal jako jejich ventilování frustrace z toho, že tam se svým požadavkem na půjčku neuspěl. Když jsem se ptal na podrobnosti, v rozhovoru vyšlo najevo, že důvodem zamítnutí žádosti (pokud jim ho v bance vůbec řekli), byla většinou jejich úvěrová historie, kterou banka vyhodnotila jako

neuspokojivou. Kvůli opožděným splátkám spotřebitelského úvěru kdysi v minulosti dostal dotyčný záznam do registru dlužníků a od té chvíle už je bankou nahlížen jako nespolehlivý. Další důvod, který klienti zmiňovali, byla exekuce. Pokud je klient v exekuci, ani nezkouší žádat o úvěr v bance, protože ví, že to nemá smysl, a místo toho si jde vypůjčit do zastavárny, o níž ví, že tam jeho úvěrová historie není rozhodující. Ti, kteří v bance žádali o úvěr a neuspěli, pocíťovali odmítnutí jako křivdu, o bance a dalších institucích hovořili s despektem a z jejich vyjadřování i jednání bylo patrné, že je považují za nepřátelské. Vymezení proti těmto institucím se projevovalo tím, že pro získání hotovosti raději zvolili zastavárnu, i když vědí, že je zde půjčka dražší. Za důležitější, než cenu půjčky ale považovali to, že v zastavárně se v roli žadatele cítí lépe, než v bance, protože mají pocit, že se tu s nimi jedná s respektem a jako s rovnocenným partnerem.

U některých klientů je důležitým důvodem, který je přivede do zastavárny také snaha utajit svou špatnou finanční situaci před příbuznými a nejbližším okolím. V mnoha případech by snad bylo možné požádat o půjčku příbuzné (a v případě menších částek možná i přátele nebo sousedy), ale často hraje roli stud. Představu, že půjdou prosit o půjčku u příbuzných nebo známých, považují někteří za velmi ponižující a raději zvolí anonymní výpůjčku v zastavárně, i když příbuzní by jim nejspíš poskytli nutnou finanční hotovost i bez přirážky nebo úroku. Addo a Besnier (2008: 51) uvádějí, že u některých zákazníků hraje stud tak významnou roli, že kvůli utajení své špatné finanční situace před známými i příbuznými raději volí zastavárnu v jiné čtvrti či na druhém konci města.

Lidé nechtějí před ostatními přiznat svou nepříznivou finanční situaci, protože mají obavu, že ve společnosti, orientované na úspěch to bude kvalifikováno jako selhání a nepříznivě to ovlivní jejich společenský obraz. Tady je ale nutné připomenout strukturu případného dluhu: pokud někdo dostane půjčku v bance, není to nic, za co by se musel stydět. Naopak tím dává svému okolí najevo, že byl bankou shledán jako spolehlivý a že má dostatečný příjem na to, aby zvládl pravidelné splátky. Půjčka v bance proto může být dokonce chápána jako něco, co prestiž spíše zvyšuje, než aby ji to snižovalo. Půjčka v zastavárně nebo od známých či příbuzných však takové prestižní znaky rozhodně nenese. Snaha chudých přesvědčit své okolí,

že „tak moc chudí zas nejsou“, není ostatně nic nového – např. Rheinheimer (2003) popisuje analogickou situaci v německých zemích v období 18. a 19. století, kdy se chudí vehementně bránili přijímat obecní chudinskou podporu, aby snad nebyli ostatními považováni za příslušníky *underclass*, opovrhované zejména příslušníky té společenské třídy, která stála jen o stupínek výš a kterou od propadu dělilo jen velmi málo. Ekonomický rozdíl mezi chudými, kteří dávali najevo, že se o sebe dokážou postarat (mnohdy za cenu značného strádání), a těmi nejchudšími, kteří přijímali od obce sociální podporu, byl přitom minimální. Sociální rozdíl však byl propastný. Stejně jako v případě, o němž píše Rheinheimer, je u některých klientů zastavárny patrná snaha udržet zdání, že na tom nejsou tak špatně, aby si museli vypůjčovat peníze na živobytí. Z mého pozorování a především z rozhovorů s klienty vyplývá, že právě zahanbující pocit selhání a snaha o jeho utajení je jedním z důležitých důvodů, proč někteří raději využijí relativní anonymity zastavárny, než by připustili, aby se jejich okolí dozvědělo o těžké situaci, ve které se nacházejí.

K jakému účelu slouží půjčka?

Při uzavírání zástavní smlouvy není potřeba uvádět žádné důvody, přesto je ale někteří klienti spontánně sdělují. Někteří věří, že tím vzbudí soucit a usmlouvají o něco vyšší částku, jiní zase působí, jako by chtěli s někým sdílet svoje starosti. Mezi důvody, které klienti uvádějí, patří především platba nájemného nebo úhrada služeb spojených s bydlením, potřeba peněz na jídlo, na léky, na opravu auta, „na kšeft“, na návštěvu příbuzného ve vězení nebo třeba na cestu na pohovor při hledání práce.²⁰ Půjčka může posloužit i k tomu, aby bylo možné vyzvednout předmět, zastavený dříve. Někteří také zdůvodňují svou žádost o půjčku tím, že potřebují peníze na hrací automaty. V případě půjčky „na automaty“ se ale jen málokdy stává, že by si dotyčný vypůjčil s jasným, předem promyšleným záměrem jít do herny a hrát automaty. Mnohem častěji se stane, že je v herně a v průběhu hraní mu dojdou peníze.

²⁰ Bylo by mylné se domnívat, že většina zákazníků zastavárny má potřebu sdělovat důvody, proč si přišli vypůjčit. Ve skutečnosti o tom sami začnou mluvit jen výjimečně. Proto je tak důležité s klienty hovořit – někteří sice o své situaci nechtějí mluvit, ale jiní jsou rádi, že se mohou se svými problémy někomu svěřit.

Pak si „odběhne“ – často i opakovaně – vypůjčit potřebnou hotovost do zastavárny. V této souvislosti je zajímavé, co se stane s penězi, původně vypůjčenými „na živobytí“:

Terénní poznámky:

„Potřebuju něco připůjčit tady na ten papír.“²¹

„Ukaž... to ale není tvoje, to je Renaty, ani ne před hodinou tu byla.“

„No jo, to je její, ale klidně to můžeš dát mně, dyť nás znáš, víš, že chodíme vždycky spolu. Ona si předtím nepůjčila celou částku, na tu váhu se dá půjčit klidně i víc.“

„No jasně, ale ona si schválně nevzala víc. Já jí na ten řetízek nabízel pomalu dvakrát tolik, ale říkala, že jí to stačí, že víc nepotřebuje... že potom aspoň nebude platit tak vysoký úrok. To si to rozmyslela, nebo co?“

„No jo, předtím asi nepotřebovala... ale teďka to potřebuje. Tak mě poslala.“

„Hmm, říkala, že víc nechce... Že ona šla místo domů zase do Pekla? Že tam zas sedí u těch automatů a strká to tam?“

„No, sedí, no... Zašli jsme tam jen na chvíli, než nám pojede autobus... Tak mi na ten papír něco připiš, já tam za ní musím hned zase zpátky...“

(Srpen 2016)

Z příběhu Renaty je patrné, že peníze, které si vypůjčila kvůli nakoupení jídla a dalších základních životních potřeb, nakonec použila úplně jinak. Shodou okolností jsem s dotyčnou jednal při uzavírání půjčky osobně a z jejího chování jsem rozhodně neměl dojem, že si půjčuje na automaty nebo že snad má v plánu jít do herny. Protože vím, že si občas ráda zahraje, zavedl jsem na tohle téma řeč, ona však takovou možnost výslovně odmítla a podotkla, že jede rovnou domů a herně se obloukem

²¹ Půjčit si „na papír“ znamená v tomto případě připůjčit si další peníze na již uzavřenou (a dosud platnou) zástavní smlouvu. Někteří zákazníci si při uzavírání smlouvy nepůjčí celou nabízenou částku (z důvodů nižšího úroku), protože věří, že jim nižší částka bude stačit. Pokud jsou jejich výdaje větší, využívají možnosti připůjčit si další peníze až do prve smluvené zástavní hodnoty daného předmětu. Podrobnosti a zvláštnosti připůjčení „na papír“ uvádím dále v textu.

vyhne. Ale protože se muselo čekat na autobus, který jel až za nějakou dobu, místo čekání v čekárně usoudila, že bude příjemnější počkat na autobus v herně. A s penězi, které si původně v zastavárně vypůjčila na domácnost, začala najednou zacházet jako s „penězi do hry“. Tohle je ovšem výrazně v rozporu s definicí „peněz ve hře“, jak je vymezuje Horáček (2012), protože podle něj hráč „peníze do hry“ nikdy nemíchá s penězi určenými např. na domácnost nebo na každodenní nákupy.²² Takové peníze uchovává odděleně a zachází se s nimi jinak. I když se náhodou ocitnou v jedné peněžence, jejich symbolické oddělení od ostatních peněz tím není nijak dotčeno (Ibid.: 105–118). V případě Renaty se však s penězi dělo něco úplně jiného – nedošlo k žádnému fyzickému ani symbolickému oddělení, jenom se jejich určení měnilo podle momentální situace. Když začala hrát, jako by jí hráčská vášeň přiměla považovat je za „peníze do hry“, ale v jistou chvíli jako by si uvědomila, že pokud prohraje všechno, nebude mít přes víkend za co nakoupit jídlo. Opustila hernu a peníze, které jí zbyly, zase začala nahlížet jako peníze „na domácnost“.

Specifickým, avšak nikoliv úplně neobvyklým důvodem pro výpůjčku peněz v zastavárně je potřeba získat hotovost na uspořádání oslavy. Většinou se jedná o financování významnější oslavy v místní romské komunitě (křtiny, jubilejní narozeniny atp.). Její realizace – nebo naopak vynechání, má významný vliv na prestiž dotyčného jedince, resp. celé jeho rodiny

Terénní poznámky:

„Tyjo, toho zlata máš dneska nějak hodně, ne? To potřebuješ pučit tolik? To nevypadá, jako že to je na jídlo na víkend...“

„No jo, potřebujem dneska hodně. Elvíra slaví příští pondělí padesátku, musíme nakoupit plno věcí... Hele, můžeš nám pak pučit pár židlí? Děláme to u mě doma a asi jich nebudem mít dost.“

²² I když Horáček (2012) myslí „hazardní hrou“ takovou hru či sázku, kde hráč může svou znalostí či zkušeností ovlivnit výsledek a nikoliv výherní automaty, přesto lze mezi oběma typy hráčů nalézt určitou podobnost, přinejmenším ve vášni a v zaujetí hrou. Ale zatímco Horáčekův hráč důsledně rozlišuje „peníze do hry“ a „peníze na běžnou spotřebu“, u gamblerů, kteří chodí do herny hrát automaty, jsem se s podobným rozlišováním neseťkal.

„Jo, něco tu najdem, ale ne že mi to povracíte po kouskách... nebo si to pak od tebe vyberu jinak.“

„Neboj, není to poprvý, a nikdy si nebyl škodnej. Jo, a samozřejmě počítám, že přijdeš, si zvanéj, bude perkelt, řízky, salát, fůra pití...“

„No jo, to víš, že se stavim, takovou oslavu si nenechám ujít... Tak povídej, kolik potřebuješ?“

„No, tady se na to mrkni, snad to bude stačit... potřebujem tak deset, patnáct... Něco už mám nakoupený, ale potřebuju ještě koupit maso a tak...“

„Jo, to by šlo, máte toho spoustu, na patnáct tisíc to klidně stačí... Hele, to ale není všechno tvoje, nebo jo? Tenhle náramek znám, to sem nosí někdo jinej, ne?“

„Jo, to koukáš správně, pučil sem si pár věcí od Romana. Takže mi klidně můžeš pučit i víc, to je jasný, že to musíme vrátit. Příští měsíc to máš zpátky, hned jak budem brát. Roman by mě zabil, kdybych to tu nechal propadnout...“

„Jo, patnáct vám na to klidně dám, je toho dost... ale fakt to chceš na tak dlouho? Dyť berete až někdy pětadvacátýho, to máš pomalu měsíc a půl, to docela dost zaplatíš, při takový velký částce...“

„No jo no, já vim. A co mám jako dělat, když ted' nemám?? Víš, co by to bylo, kdyby tam nebylo co pít?? Prostě to musim nakoupit. A jídlo, to máš to samý... Ty prachy musim dát nějak dohromady, pak to vrátíme, dyť se neboj...“

(Srpen 2016)

Prestiž a její potvrzení či naopak možná ztráta, je v daném případě mnohem důležitější, než náklady, které s sebou nese půjčka, což znamená, že dotyční klidně obětují peníze, aby dostáli tomu, co se od nich očekává. Mnohdy však nejde jen o cenu samotného jídla a pití, kterého je potřeba nakoupit opravdu hodně, ale v případě, že dotyčný nemá na jeho zakoupení dost peněz a musí si na uspořádání oslavy vypůjčit, náklady se ještě významně zvýší o úroky z této půjčky. To ovšem rozhodnutí uspořádat oslavu nijak neoslabuje – jednání dotyčných vypovídá o tom, že raději zvolí zadlužení a potom dluh dlouho splácejí, než by ztratili tvář a snášeli

posměšky proto, že nevědí, co se sluší. Zajištění očekávané oslavy má přímý vliv na posílení, nebo přinejmenším udržení prestiže celé rodiny, protože uspořádání oslavy při určitých příležitostech se chápe do jisté míry jako povinnost.

Byl jsem pozván na několik oslav významných narozenin (padesát a šedesát let), což mi umožnilo sledovat jejich průběh a do jisté míry i pochopit to, co se mi na první pohled jevílo jako nesmyslné plýtvání. Pořádání oslavy začíná přípravou a zvaním hostů a podle jejich odhadovaného počtu pak organizátor oslavy zajistí vhodné prostory, dostatek jídla a pití, a také hudbu, nejčastěji živou. Jídla i pití musí být dostatek, nikdo nesmí mít pocit, že se mu něčeho nedostává. Pořadatel oslavy nesmí dopustit, aby během oslavy došlo jídlo nebo alkohol, to by ho v očích hostů velmi zostudilo. Zajímavá je participace hostů – nikdo nepřichází s prázdnýma rukama, jako „dárek při příchodu“ se oceňuje především alkohol nebo jídlo – například dort. Potom, když se již sejde dost hostů, začíná vlastní oslava: hraje hudba, časté jsou přípitky a pronášení oslavných řečí a přání oslavenci i dalším přítomným. Také se začne průběžně podávat jídlo, které je potom stálou součástí celé oslavy. Na stůl se nosí kromě jídla i džusy, limonády, pivo a lahve s tvrdým alkoholem. Prázdné láhve se odnášejí až tehdy, kdy je potřeba udělat místo pro nové, takže stoly jsou za chvíli úplně plné. Plné stoly mají ukázat, že na oslavě není o nic nouze, k dispozici je přebytek jídla i pití, takže všichni mohou konzumovat podle své chuti bez jakéhokoliv omezení. Poté, co se všichni dostatečně najedí, napijí a uvolní, začne se s předáváním dáreků. Když jsem se ptal, jaké dárky se při takové příležitosti obvykle dávají, bylo mi řečeno, že za vhodný dárek se považuje především zlatý šperk. Tím vlastně dochází k jakési kompenzaci – vzhledem k tomu, že náklady na uspořádání oslavy jsou s ohledem na počet hostů a jejich konzumaci velmi vysoké, zlaté šperky, které oslavenec dostane jako dárek, můžou pro něj být něčím, co mu aspoň zčásti může nahradit vynaložené prostředky. Cílem oslavy je společný prožitek, manifestace a znovu-potvrzení pocitu vzájemné sounáležitosti všech zúčastněných. Také se uplatňuje princip reciprocity, protože rodina, která pořádá oslavu, je potom zvána na akce ostatních. Oslava má rituální charakter, hosté přicházejí v určitý čas, oblečení do lepších šatů, ženy, ale i někteří muži mají na sobě okázalé zlaté šperky, časový rozvrh podléhá zažitým pravidlům – ví se, kdy je čas na přípitky, kdy přát oslavenci

a předat mu dárek. Jídlo se sice podává průběžně po celou dobu oslavy, ale přesto má určitá pravidla, týkající se jak jednotlivých chodů, tak i jejich pořadí. Na oslavách, kam jsem byl pozván, se jako první chod podávala slepičí polévka, přičemž slepičí maso bylo na zvláštní misce a každý si ho dával k polévce podle chuti. Pak během oslavy následují další jídla: vepřový perkelt s chlebem, vepřová pečeně s knedlíkem a zelím, řízek se salátem a na závěr sladké dezerty. Na první pohled patrným rysem oslavy je okázalá spotřeba, která má jednak ukázat, že pořadatel dokáže na její uspořádání opatřit prostředky, a také má demonstrovat jeho pohostinnost.

Důvodem pro uzavření nové zástavní smlouvy může být také to, že dotyčný našel na některou z věcí, které má v zastavárně potenciálního kupce, s nímž si předběžně domluvil vyšší cenu, než kolik si na daný předmět vypůjčil. K tomu, aby s tímto předmětem mohl nakládat, jej ale musí napřed vyplatit, proto přináší do zástavy jiný předmět, uzavírá novou zástavní smlouvu a vypůjčené peníze použije k vyplacení dříve zastavené věci, s níž má určité plány. Další specifickou strategií pravidelných zákazníků zastavárny je koupě nějakého zboží s předem promyšleným záměrem používat ho později *také* jako zástavu půjčky. Nejčastěji slouží tomuto účelu zlaté šperky, ale může to být i drobná spotřební elektronika jako mobilní telefon, tablet či televize.

Terénní poznámky:

„Za kolik mi necháš tenhle prstýnek?“

„Máš tam cenovku, stojí tři tisíce dvě stě.“

„No to já vidím, kolik tam je, ale já se ptám, za kolik bys mi ho nechal...“

„Jako myslíš slevu, jo? Sleva žádná nebude, už tak to zlato máme nejlevnější všude okolo. Když se ti to zdá moc, tak se zkus podívat jinde... Stejně nakonec zjistíš, že to u nás vychází nejlíp.“

„Ale jo, ceny máš docela dobrý, to já neřikám... Ale stejně bys moh něco slevit. Ten prstýnek byl dřív náš, ségra ho tu zastavila a nechala to pak

propadnout... stejně to nikdo odtud nekoupí, všichni vědí, že to bylo naše zlato, takže by to beztak nemohli nosit... Kolik to má? “

„Váží čtyři celý šest.“

„Hmm, to de. Hele, slev mi něco... stejně ho tu zase za chvíli zarazíme. Kolik si na něj můžu půjčit, když ho sem dám do zastavárny? “

„Tak do dvou tisíc ti na tu váhu můžem půjčit, když ho teda koupíš tady. Kdybys takovej podobnej přines koupenej jinde, tak dostaneš maximálně osmnáct set.“

„No vidíš, když ho zarazim, dostanu jen dvojku... hele, necháš mi ho za trojku? To je furt o tisíc víc než mi pak na něj pučíš... Trojku ti za něj dám hned, jo? Ale musíš mi ho nechat teď, dokud mam prachy, odpoledne už to třeba mít nebudu... “

„Hmm... No, nevim... Ale ty tady zlato někdy docela nakupuješ, tak bys nakonec nějakou tu slevu mohl dostat... Tak teda jo, že seš to ty. Tak za trojku je tvůj... “

(Leden 2017)

Jednorázová, příležitostná půjčka v zastavárně většinou nezpůsobuje zákazníkům žádný problém z hlediska jejího splacení, a ani do budoucna nijak vážněji nenaruší jejich rozpočet. Úplně jiná situace ale nastává v případě, že se jedná o opakovanou či pravidelnou půjčku, která vlastně zakládá koloběh permanentního dluhu. Peníze z pravidelného příjmu (ať již jsou to sociální dávky, důchod nebo mzda) dojdou dřív, než se na účtu objeví další, a neustálé půjčování, splacení a opětovné vypůjčování připomíná vytloukání klínu klínem. Když se všechny peníze utratí, nastává *krize* a je potřeba opatřit hotovost, nutnou k překlenutí období než budou k dispozici peníze z pravidelných dávek nebo mzdy. Délka časového úseku, který uplyne od jedné návštěvy zastavárny k druhé, se liší případ od případu, ale obvykle se pohybuje zhruba v rozmezí jednoho až několika týdnů. O půjčkách „před výplatou“ (*Payday Loans*) se ve své práci zmiňuje ekonomka S. P. Carter (2015). Upozorňuje především na dva problematické aspekty těchto půjček, které spolu úzce souvisejí. Vzhledem k tomu, jak je v zastavárně nastaven poplatek za půjčku (úrok),

je taková půjčka zamýšlena jako velmi krátkodobá. Autorka otvírá svůj článek právě odkazem na upozornění, které je v některých státech Spojených států v zastavárnách povinně vyvěšeno – totiž, že „malá půjčka (v zastavárně) by neměla být používána k pokrytí dlouhodobých finančních potřeb, ale výhradně těch krátkodobých“ (Ibid: 436). S tím souvisí i prodlužování termínu vrácení u zástavních smluv, které je v některých oblastech Spojených států nelegální (Carter, 2015: 438). Jako provozovatel zastavárny se denně setkávám s oběma zmiňovanými případy, jak s tím, že někteří klienti se pokoušejí uzavřít zástavní smlouvu na co nejdéle dobu (např. na měsíc či dokonce ještě déle), tak i s opakovaným prodlužováním termínu vrácení. Zatímco z ekonomického hlediska je pro mě oboje výhodné, jako antropolog se spíš pokouším porozumět tomu, jaká naléhavá potřeba je k tomu vede. Vyptávám se na podrobnosti a někdy se se nechám natolik vtáhnout do debaty o jejich finanční situaci, že jim nakonec radím půjčit si méně nebo na kratší dobu, což by pro ně bylo výhodnější. Ale na přímou otázku, zda je opravdu nutné uzavírat smlouvu na tak dlouhou dobu, většinou dostanu odpověď, že příjem (mzda nebo výplata sociálních dávek) se očekává až k určitému datu a tudíž nebude možné splatit půjčku dřív.

Když se zajímám o to, jakým způsobem jednají pravidelní zákazníci, vycházejí najevo určité stereotypy. Především jsou to pravidelně opakované půjčky v období „než budeme brát“ – tedy než přijde na účet výplata, sociální dávky nebo důchod. V takovém případě obvykle stejná osoba nebo někdo z rodiny přijde zastavit pokaždé stejný předmět přibližně ve stejném období měsíce. S opakovanými výpůjčkami také souvisí uzavírání nové zástavní smlouvy a zastavování *dalšího* předmětu za účelem vyplacení dříve zastavené věci. Tento zdánlivě nesmyslný krok má ovšem zcela logické vysvětlení – buď je minule zastavený předmět od někoho vypůjčený a je potřeba ho vrátit, nebo – v případě zástavy několika kusů zlatých šperků chce dotyčný znovu zastavit jen jejich část a zbytek si chce ponechat k používání.

Kdybych měl na závěr této kapitoly nabídnout nějaké shrnutí, mohl bych jednoduše konstatovat, že půjčka v zastavárně slouží k získání hotovosti těm, kteří nemají jinou možnost. Ale protože si většina zákazníků celkem dobře uvědomuje, že půjčka v zastavárně je poměrně drahá, hraje pro ně důležitou roli posouzení, zda je taková půjčka nezbytná. Z předestřených příkladů však vyplývá, že pojem

„nezbytnost“ je vnímán subjektivně a pro každého může nabývat jiného obsahu, což do značné míry souvisí se sociálním postavením klienta. Pro někoho je „nezbytnost“ zajištění jídla na víkend, když v rodině dojdou peníze, pro jiného urgentní zaplacení nájemného nebo doplatku za elektřinu či plyn, někdo může vnímat jako nezbytnost zakoupení léků, další třeba zakoupení krabičky cigaret, benzínu do auta nebo nových bot či školních potřeb pro děti. Někteří mohou vyhodnotit jako nezbytnost nákup nové televize nebo zaplacení zahraniční dovolené. Úplně odlišné pojetí nezbytnosti než u většiny klientů bylo možné pozorovat u podnikatele, který do zastavárny běžně nechodí a ve výjimečné situaci si sem přišel vypůjčit prostředky na částečné pokrytí výplat pro své zaměstnance, když se jeho příchozí platby o pár dní opozdily.

S tím, do jaké míry si zákazníci uvědomují nákladnost opakovaných půjček nebo půjček na delší časové období, souvisí i otázka finanční gramotnosti. Z výše řečeného by se mohlo zdát, že lidé, kteří v celkovém součtu zaplatí za opakované půjčky poměrně značné částky, vůbec neuvažují o tom, zda se jim taková půjčka „vyplatí“. Z toho by se dalo poměrně logicky vyvodit, že s jejich finanční gramotností to není úplně v pořádku. Ale pokud budeme chápat finanční gramotnost jako *soubor znalostí a dovedností, které člověku umožňují porozumět financím a správně s nimi zacházet v různých životních situacích*, zjistíme, že obsah, ke kterému taková definice odkazuje, je jiný pro člověka, který má pravidelný příjem, účet v bance a případně i finanční rezervu pro nepředvídatelná vydání a jiný pro člověka, jehož příjem je nízký či nepravidelný, jeho majetek je zanedbatelný, a který řeší otázku akutního nedostatku hotovosti. Mnohokrát jsem se během konverzace se zákazníky přesvědčil o tom, že si dokážou velmi dobře spočítat, že platbami za úrok či za prodloužení termínu splatnosti přicházejí o značnou část peněz, které by jim jinak zůstaly k dispozici, ale nevidí žádnou jinou možnost než dané podmínky akceptovat. S opakovaným vypůjčováním peněz a se způsobem života „na dluh“ souvisí fenomén, který Mappes-Niediek (2013) popisuje jako „ekonomie chudoby“, což je vlastně jakási náhrada překonaného Lewisova konceptu „kultury chudoby“ (Lewis, 1966). Mappes-Niediek přichází s myšlenkou, že „Principy šetrnosti, rozvržení výdajů, plánování a přizpůsobování výdajů příjmům jsou možné jen tam, kde ohledně příjmů platí „normální“ podmínky – tedy v prostředí, kde je normou stálé zaměstnání,

zaručený příjem, obvykle také účet v bance a v neposlední řadě úspory, které v případě potřeby umožní aspoň nevelké vyrovnání neočekávaného výpadku příjmu. Naopak v prostředí chudoby, kde příjmy jsou nárazové, nepravidelné a nedá se s nimi předem počítat, nemá žádné velké plánování místo a peníze jsou utraceny velmi brzo, často impulsivně, a hlavně bez toho, aby byl při utrácení zohledněn eventuální termín dalšího příjmu“ (Mappes-Niediek, 2013: 51–61). Analogické vzorce jednání jsem pozoroval v souvislosti s půjčkou v zastavárně – jako by pro některé klienty existovala jen nejbližší budoucnost v horizontu dní, a co bude dál, s tím si příliš starostí nedělají. S podobným modelem jednání se během svého terénního výzkumu v romské osadě na Slovensku setkal i antropolog Hrustič. Zdejší lichváři mu s despektem vyprávěli o některých romských rodinách, které si od nich vypůjčili peníze na vysoký úrok a ty pak rychle utratili dílem za nesmyslné nákupy nepotřebných věcí, dílem v hracích automatech. Krátce na to si přišli opět vypůjčit (Hrustič, 2016: 42).

Nutno podotknout, že výše zmíněné teze o impulsivním utrácení, které zmiňuje Mappes-Niediek (2013) nebo Hrustič (2016) zdaleka neplatí pro všechny klienty zastavárny. Mnozí jednají podle předem dobře promyšleného plánu, který zahrnuje přesnou představu o tom, kolik potřebují, k jakému účelu peníze použijí, kolik za půjčku zaplatí i to, kdy budou schopni dluh splatit. Jako dobrý příklad může sloužit výše uvedená terénní poznámka o vypůjčce peněz na uspořádání oslavy, která svědčí o tom, že dotyčný měl již se značným předstihem velmi dobře rozmyšleno, na co peníze potřebuje a kolik. Podobně je to i tehdy, kdy si klienti vypůjčují například na zaplacení nájmu či jiných poplatků spojených s bydlením, protože i v takových případech mají dopředu promyšleno, kolik peněz potřebují, na jak dlouho a za co je utratí.

Finanční gramotnost

Po úvodu do problematiky zástavní půjčky bych se rád zaměřil na otázku, jak finanční gramotnost ovlivňuje jednání lidí, kteří si chodí (opakovaně) vypůjčovat

hotovost do zastavárny. S vypůjčováním peněz úzce souvisí dovednost s penězi správně zacházet. Pokud si někdo půjčuje víc, než dokáže splácet, bývá pokládán za nezodpovědného a může se lehce dostat do situace, která se dnes označuje jako „dluhová past“. Nelze si nevšimnout, že v souvislosti s půjčkami a zadlužováním domácností se v médiích čím dál častěji hovoří o finanční gramotnosti. Než se ale tímto tématem začnu zabývat, považuji za vhodné definovat termín „finanční gramotnost“ a možná i některé další, které s ním souvisejí. Poměrně jednoduchou a stručnou definici lze nalézt například pomocí internetového vyhledávače: objeví se sice obecné, ale celkem výstižné definice, které finanční gramotnost popisují jako jakýsi „soubor znalostí a dovedností, které člověku umožňují porozumět financím a správně s nimi zacházet v různých životních situacích“, přičemž zároveň podotýkají, že zmíněný soubor není nijak přesně vymezen a konkrétní definice finanční gramotnosti se proto ve světě může různit. Poslední věta zmíněné definice podle mého soudu naznačuje, že finanční gramotnost se nemusí lišit jenom v různých oblastech světa, ale analogicky může být též odlišně definována v různých sociálních vrstvách společnosti. Co to znamená? V každé společnosti platí, resp. převládá určitá ideologie, kterou většina uznává, podle níž se chová, a která má také funkci jakéhosi backgroundu pro lidské jednání. Domnívám se, že pojem „finanční gramotnost“, v naší společnosti čím dál víc zdůrazňovaný, je spojený právě s ideologií, a to s liberální ideologií středostavovské společnosti, která je, spolu s dalšími principy, úhelným kamenem, jenž pomáhá udržovat a reprodukovat stávající společenský řád. Proto se dá předpokládat, že prve zmíněná definice finanční gramotnosti je uznávána především těmi, kteří středostavovskou společnost považují za ideální model společnosti a kteří se domnívají, že ke střednímu stavu patří nebo by k němu rádi patřili. Patřit ke střední třídě je jakási meta, o níž pod tlakem zmíněné ideologie usilují nejen ti, kteří kritéria střední třídy víceméně splňují, ale i mnozí další, kteří ve společnosti zaujímají nižší příčku. Platí však teze, že o takový status usilují opravdu všichni? Ukazuje se, že rozhodně ne. Vlivem společensko-ekonomických procesů, které nemusí být pro každého příznivé, se některým jedincům či celým skupinám „středostavovský sen“ vzdaluje natolik, že po čase rezignují a smíří se s tím, že středostavovská společnost je jen jakási chiméra, že oni sami do střední třídy nepatří,

a pravděpodobně do ní nikdy patřit nebudou. Potom už je jenom otázka času, jak rychle odvrhnou převládající ideologii, která je s principy středostavovské společnosti bytostně spjatá a kterou značná část společnosti považuje za jedinou správnou. A součástí středostavovské ideologie, která je u nás prostřednictvím veřejného diskurzu podporována a redistribuována, je také určitý obecně uznávaný názor na to, jak má zodpovědný a finančně gramotný člověk zacházet s penězi. Ale lidé žijící dlouhodobě v chudobě s pocitem, že nemají žádnou perspektivu „normálního života“, mohou časem dojít k názoru, že tento koncept finanční gramotnosti je pro ně nevyhovující a nepotřebný. Jako by si v určité chvíli uvědomili, že to, na čem společnost tak lpí a co definuje jako finanční gramotnost, vůbec neodpovídá jejich životním podmínkám. Proč se pokoušet být odpovědný, když tahle strategie v jejich očích nikam nevede a jejich postavení nemůže nijak zlepšit? A naopak – podle zkušeností nabytých v podmínkách chudoby jim právě určitá neodpovědnost umožňuje nejen přežít, ale občas mít i pocit, že si mohou dopřát to, co považují u střední třídy za běžné.

Problematiku souvislosti zástavní půjčky a finanční gramotnosti bych otevřel otázkou, proč si lidé chodí půjčovat do zastavárny navzdory tomu, že tato půjčka se kvůli vysokým úrokům může jevit jako krajně nevýhodná. Pokud je půjčka posuzována jen podle výše zmíněné roční úrokové míry,²³ pak je celkem pochopitelné, že se taková výše úroku může jevit jako velmi vysoká. Věc je ovšem mnohem složitější a při posuzování výhodnosti či nevýhodnosti zástavní půjčky je potřeba vzít v úvahu více faktorů. Obvyklá sekvence, která ve společnosti funguje jako jakýsi strašák, je přibližně následující: vezmu si půjčku nebo zboží na úvěr, nebudu mít na splátky a nakonec přijde exekutor a všechno mi zabaví. U lidí žijících v permanentním nedostatku se však tahle úvaha ubírá úplně jiným směrem: klidně si vypůjčím peníze nebo vezmu zboží na úvěr, a pokud nemám, a pravděpodobně ani v budoucnu nebudu mít žádný majetek, který by stál za řeč, co mi potom můžou zabavit? Pokud dotyčný nemá vlastní byt, movitý majetek, úspory a často ani stálou práci a tudíž pravidelnou mzdu, a jeho převažujícím příjmem jsou sociální dávky, nemusí mít z případné exekuce žádné obavy. Proto, i když o finanční gramotnosti ví,

²³ Připomínám, že roční úroková míra v zastavárně bývá přibližně v rozmezí 250-365%

a nejspíš by ji dokázal svými slovy víceméně správně definovat, může ji klidně ze svého života vypustit – a pokud to udělá, mnohdy zjistí, že se vůbec nic nestalo. Postupně si pak začíná definovat finanční gramotnost podle vlastních zkušeností, tak, aby odpovídala situaci, v níž žije: tedy jako soubor znalostí a dovedností, které mu umožní v daných podmínkách přežít a získat (a také utratit) tolik prostředků, kolik je podle okolností možné. A to v podstatě bez ohledu na následky, které by takové jednání mohlo mít někdy v budoucnosti, která je dotyčným za daného stavu věci vnímána jako velmi vzdálená a velmi mlhavá. Pokud to obchodník umožní, proč si nevzít televizi nebo jakékoliv jiné zboží na splátky? Proč si nevzít úvěr, když ho někdo nabízí a je možné jej dostat? V okamžiku podepisování smlouvy je dotyčný možná upřímně přesvědčen o tom, že pravidelné splátky nebudou problém a že je lehce zaplatí, ale po čase mu dojde, že splácení je nad jeho možnosti, ale že si vlastně není třeba dělat příliš velké starosti – prostě se událostem nechá volný průběh a ono to nějak dopadne.

Zákazníci bazaru-zastavárny

I když zastavárna bývá dnes často propojena s bazarem a mnoha lidem oba dva pojmy často splývají, přeci jen je mezi nimi rozdíl, a to především ve skladbě klientů. Zatímco služeb zastavárny využívají spíše chudší lidé, kteří zde často nacházejí jedinou možnost, jak získat potřebnou hotovost, do bazaru chodí prodávat nepotřebné předměty příslušníci víceméně všech sociálních vrstev. To samé platí o nakupování v bazaru – stejně jako v případě zastavárny tvoří sice část klientely chudší lidé, kteří chtějí především ušetřit, na druhé straně ovšem v bazaru nakupují i příslušníci všech ostatních vrstev společnosti, u nichž se nedá předpokládat, že primárním kritériem je nízká cena. Spíše zde hledají něco zajímavého, starožitného nebo to, co v běžné obchodní síti postrádají. To samé platí, když nabízejí něco k prodeji – hlavním důvodem prodeje není vidina příjmu, ale spíš pocit, že věc se nemusí vyhodit a ještě dále někomu poslouží.²⁴ V tomto přístupu, který by se jistou

²⁴ Zákazníky bazaru jsem se podrobně zabýval ve své diplomové práci (v kapitole „Zákazníci“), k níž zde v případě zájmu o bližší vhléd odkazuji (Rádl, 2014: 31-46).

nadsázkou dal označit jako ekologický, lze sledovat jakýsi vzestupný trend – ještě před několika lety bylo velmi neobvyklé, když někdo nechtěl za přinesené věci peníze. I dnes sice převažují ti, kteří zamýšlejí věc prodat a dostat za ni přiměřenou cenu, ale už není úplně výjimečné, když někteří požadují jen symbolickou cenu nebo dokonce vůbec nic a jsou rádi, že se nepotřebných věcí zbavili s vědomím, že ještě budou aspoň načas sloužit novému majiteli. A právě tohle je podstatný rozdíl mezi zákazníky bazaru a zastavárny: zatímco zákazníci, kteří vnímají podnik především jako *bazar* a přijdou něco nabídnout k prodeji, mohou někdy požadovat jen symbolickou cenu (a v některých případech dokonce vůbec nic), zatímco cílem zákazníků *zastavárny* je získat v každém případě peníze, a to většinou co nejvyšší možnou částku.

Terénní poznámky:

„Můžu vám sem hodit nějaké věci? Je to hlavně sklo, nějaké talíře, hrnky, pár váziček, taky jsou tam docela pěkné staré dřevěné hodiny... Prostě taková směs všeho možného, jsou toho asi dvě přepravky.“

(Následuje pokus jak nechtěnou nabídku slušně odmítnout): „No...my tu teď nemáme moc místa, u těchhle věcí je spíš taková převaha nabídky nad poptávkou, myslím, že toho, co nabízíte je tu docela dost, vždyť se sám podívejte kolem. Takže děkujeme, ale asi spíš ne...“

„Ale já za to nic nechci, doma jsme uklízeli a už to nepotřebujeme. Vlastně to vezu vyhodit na sběrný dvůr, jen mě cestou napadlo, že bych to nabídl tady vám. Je to sice staré, ale jsou to docela zachovalé věci, bylo by to škoda vyhodit, někomu to třeba ještě poslouží...“

„A to za to fakt nic nechcete? No tak jo, tak to teda přineste, ale dám vám aspoň něco na benzín, abyste se s tím netahal úplně zadarmo.“

„Tak já pro to skočím, mám to tady venku v autě. Jen kdybyste si to někam přendali a vrátili mi ty přepravky.“

(Červen 2019)

Gregson a Crew (2003) mluví o tom, jak odlišně přistupují k obchodům s použitým zbožím lidé různých společenských vrstev. Chudší vnímají second-handly v jistém ohledu jako nutnou volbu, jako místo, kde nenakupují proto, že by chtěli, ale proto, že se jim to s ohledem na jejich finanční situaci jeví jako dobrá možnost nakoupit to, co potřebují a přitom ušetřit omezené zdroje. Když si koupí nějaké použité oblečení, snaží se, aby nebylo příliš poznat, že ho pořídili v second-handu a rozhodně se tím před svými sousedy nechlubí. Kvůli studu se často snaží zamaskovat, že kupují obnošené oblečení nebo použité věci, a to, že je k tomu jejich nepříznivá finanční situace vlastně nutí, má často negativní vliv na jejich sebeúctu. Lidé středních či vyšších společenských vrstev, k second-handu přistupují úplně jinak. Mohou si dovolit nakupovat v běžných, mnozí z nich i v dražších či značkových obchodech a motivací k nákupu v second-handu rozhodně není snaha ušetřit. Své nákupy v takových obchodech často zdůvodňují různými ušlechtilými úmysly, jako například šetrnost a ekologický přístup k přírodě, protože zastávají názor, že překotnou produkcí stále dalšího a dalšího oblečení se neúměrně a hlavně zbytečně zatěžuje příroda a vyčerpávají přírodní zdroje. Další důvod, který často zmiňují, je, že svým nákupem použitého zboží přispívají na nějaký dobrý účel – to se týká především nákupu v dobročinných obchodech (*Charity Shops*). Návštěvu second-handů a svoje nákupy obnošeného oblečení či jiného použitého zboží před svým okolím rozhodně nijak neskrývají, ale naopak ho staví na odív – tím, že zde nakupují, dávají přece celému okolí (rozuměj: uvnitř své společenské vrstvy) najevo svůj postoj k přírodě či k dobročinnosti. Na rozdíl od chudších vrstev nemají při nakupování v bazaru či second-handu žádný pocit studu, protože jim vůbec nepřijde na mysl, že by je jejich přátelé či známí mohli podezírat z toho, že v takových obchodech nakupují proto, že si nemohou dovolit nakupovat jinde (Gregson a Crew, 2003: 63 a násl.).

Teorii o rozdílném vnímání bazaru podle příslušnosti k nižší, resp. vyšší společenské vrstvě moje vlastní poznatky nejen potvrzují, ale nabízí i její rozšíření o další oblast: smlouvání. Bohatí často smlouvají při nákupu, ale jen výjimečně při prodeji, chudí to dělají přesně naopak. Když při nákupu smlouvají lidé, kteří to z finančních důvodů rozhodně nemají zapotřebí je to pro ně spíš něco jako hra,

způsob, jak se úspěšným smlouváním zabavit a ještě přitom posílit vlastní ego. Dílčím důvodem klidně může být i snaha ušetřit, ale motivace úspory při nákupu v bazaru rozhodně nehraje klíčovou roli. Spíš se zdá, jako by pro ně urputné smlouvání představovalo jakýsi symbolický souboj, při kterém je věcí cti uspět, vyhrát a být lepší, než soupeř. Pokud však chtějí něco prodat, téměř nikdy nesmlouvají, protože prodej považují spíše za jakousi formu recyklace zboží a tím pádem za projev šetrnosti k přírodě. Často se stává, že za své věci ani nic nechtějí, případně jen symbolickou odměnu – přinesli je vlastně jen proto „aby se to nevyhodilo, když to může ještě posloužit“. Chudší lidé to mají právě opačně – téměř vždy se pokoušejí smlouvat při prodeji, protože nejdůležitějším motivem je prodat své věci za co nejlepší cenu, přičemž otázka recyklace či šetrnosti k přírodě, pokud je vůbec brána v potaz, stojí daleko v pozadí. Při nákupu naopak smlouvají spíš výjimečně, jako by se styděli už za ten samotný fakt, že musí nakupovat v bazaru. Jako by měli pocit, že na nich každý pozná, že nenakupují v bazaru proto, že by chtěli, ale proto, že si nemohou dovolit koupit některé zboží v běžném obchodě. Ostentativní zdráhání smlouvat při nákupu vzbuzuje dojem, že nechtějí na svou neutěšenou finanční situaci upoutávat pozornost, proto většinou zaplatí požadovanou cenu a o smlouvání se ani nepokusí.

Nakupování v bazaru je pro některé lidi lákavé také proto, že podle svých představ mohou narazit na kvalitní zboží, které se prodává za nízkou cenu kvůli tomu, že jeho původ není úplně v pořádku. Na to upozorňuje Miller ve své práci, kde se zabývá otázkou, jak lidé nakupují (Miller, 1998b) a v této souvislosti popisuje různé pojetí hospodárnosti, které lidé uplatňují během samotného aktu nakupování. Říká, že i když se zákazník obvykle snaží nakupovat hospodárně, ne vždy se mu to podaří, protože způsobů jak ušetřit je celá řada, přičemž některé jsou efektivní, zatímco jiné spíš imaginární (Miller, 1998b: 49 a násl). Nakonec dochází k tomu, že i když původním záměrem bylo utratit méně, zákazník za peníze, které mu zbydou, nakoupí ještě další zboží, takže někdy utratí dokonce ještě víc, než původně zamýšlel.²⁵ Mezi metody šetření patří různé slevy v supermarketech, nákup většího balení,

²⁵ K podobným závěrům došla na základě svých terénních výzkumů také N. Gregson (např. Gregson et al, 2013; Gregson a Crewe, 1996; Gregson a Crewe, 1997).

výprodejové akce, a další, ale může to být také nákup v bazaru. Na tom by nebylo nic divného, v bazaru by z podstaty věci měly být k dostání věci levněji, než v běžném obchodě, pozoruhodný je ovšem spíš jiný důvod: pro některé zákazníky představuje zastavárna a bazar takový druh obchodu, o němž si myslí, že se pohybuje někde na okraji legality a proto předpokládají, že je možné tam čas od času narazit na zboží, které je levnější třeba kvůli nejasnému původu a prodejce bude nabízet za lákavou cenu, aby se ho co nejrychleji zbavil. Miller píše, že některé obchody (*Cheapjacks*) se dokonce záměrně snaží vzbudit dojem, že, nižší cena je dosažena něčím, co je na hranici legality (Miller, 1998b: 57). Gregson ovšem na základě svých výzkumů bleších trhů dokládá, že se takové představy nezakládají na pravdě či jsou přinejmenším přehnané (Gregson a Crewe, 1996: 92). Přesto takovému zdůvodnění někteří zákazníci věří a možnost „výhodné koupě“ je přitahuje právě kvůli uváděným důvodům.

Já sám jsem se při svém výzkumu nikdy nesešel s tím, že by v bazaru někdo cíleně vyhledával zboží nelegálního původu (kradené, pašované, falšované, apod.) nebo se na takové přímo či nepřímo ptal. To ovšem neznamená, že zákazníci v souvislosti s bazarovým zbožím otázka legality původu vůbec nenapadne. Někdy se opravdu zeptají, není-li věc kradená, ale z jejich otázek i z jednání soudím, že koupit příležitostně nelegální (kradené) zboží pro ně neznamená ani tak etickou překážku, ale spíš obavu, aby se sami nedostali do potíží, pokud by u nich byla taková věc nalezena. Když už se zákazník zeptá, zda zboží, o které má zájem není kradené, většinou se to týká předmětů, které mohou mít ochranné prvky, podle nichž se dají najít či identifikovat – jako například mobilní telefon, notebook nebo kolo. Přitom hraje důležitou roli, zda předmět, který je identifikovatelný podle výrobního čísla hodlají používat v soukromí nebo na veřejnosti – první případ může představovat třeba vrtačka, druhý zase jízdní kolo. Proto, když zákazníci mají nějakou pochybnost o původu, jsou mnohem ochotnější koupit zmíněnou vrtačku nebo podobnou věc, kterou budou používat doma, a tudíž nikdo nezjistí, že ji mají. Naopak, pokud si koupí jízdní kolo, na němž budou jezdit venku, existuje riziko, že by mohli náhodou natrefit na majitele, který by si ho pravděpodobně poznal. Mobilní telefon se zase dá lokalizovat i na dálku, proto u takových věcí jako je kolo nebo mobilní telefon apod.

předpokládají, že by o ně za určitých okolností mohli přijít a jsou méně ochotni podstupovat riziko případného zabavení.

Mnohem překvapivější pro mě bylo zjištění, že pochybnost o původu zboží se někdy pokouší navodit lidé, kteří takové zboží nabízejí k prodeji. Obvykle se takový člověk snaží různými *náznaky* vyvolat dojem, že s nabízenou věcí není všechno úplně v pořádku, přitom si ale dává dobrý pozor, aby o svém zboží neřekl *přímo*, že je kradené. Ví, že bazar nesmí vědomě vykupovat kradené věci, takže pokud by otevřeně řekl, že věc je kradená, obává se, že by se nejspíš setkal s rezolutním odmítnutím. Proto to přímo neřekne, ale jen ostentativně naznačuje. Samozřejmě se hned vynoří otázka, proč to vlastně dělá, proč riskuje, že bazarista dojde k závěru, že nabízená věc je kradená a odmítne ho. Dělá to proto, aby nabízenou věc udělal atraktivní. Domnívá se, že pokud naznačí, že nabízí něco nelegálního a pokud kupující na takovou hru přistoupí, bude při jednání automaticky předpokládat, že se prodávající potřebuje takového zboží rychle zbavit a proto se spokojí i s nižší cenou. Skutečnost je přitom úplně jiná – většinou se jedná o trik, který někteří prodávající používají v domnění, že jejich nabídka bude pro kupujícího lákavější právě z výše uvedených důvodů.

Terénní poznámky:

„Něco pro tebe mám, to se ti bude líbit, počkej až to uvidíš!“

„A co máš?“

„Televizi, velkou, je skoro nová, úplná bomba. Hele, můžeme jít kousek stranou, ať se domluvíme, nechci tady před lidma...“

„Tak to sem vem, nemůžu se o ničem domluvat dokud to neuvidím.“

Jestli je to nějaký starý krám, tak rovnou říkám, že to nechci.“

„Ne, ne, jak říkám, je skoro nová, uvidíš. Mám ji venku v autě, nemůžeš se jít podívat tam? Já to sem moc nechci nosit.“

„No ale to stejně budeš muset. Jak ji asi vyzkoušíme u tebe v autě?“

„No tak jo, přinesu ji sem. A nešlo by to vyzkoušet někde vzadu?“

„Ne, tam to nejde, elektroniku zkoušíme tady u pultu, máme tu na to všechny věci a tak. Moc nechápu, kde je problém...“

„No tak znáš to, nechci, aby všichni viděli, že to sem dávám. Nechci ji prodat, chci ji zastavit, jen na pár dní. A ani nechci moc, potřebuju jen 1500. Určitě si ji vyzvednu, nemusíš se bát, za tyhle peníze bych ji přece nenechal propadnout, to bych byl blázen.“

„Hele a je to určitě tvoje? Nebude ji někdo hledat?“

„Ale nebude, neboj se, to není odtud.“

„Jak není odtud??? Tak je to tvoje nebo ne??“

„No je, jasně že je moje.“

„Hele, když říkáš, že je skoro nová, tak bys asi měl mít nějaký doklad o koupi, ne? Proč jsi ho nevzal s sebou? To by pak bylo všechno jednodušší.“

„...No já ji nekupoval v krámě, mám ji od kámoše. Víš jak to je, dlužil mi peníze a neměl, tak mi místo toho dal tu televizi.“

„Hmm, tomu teda fakt věřím, kdo ví jak to je... Doufám, že máš u sebe občanku, kvůli zástavní smlouvě.“

„A nechceš ji třeba pro sebe domů? Pak by se to nemuselo ani psát.“

„No to by se muselo stejně, nemůžu vykupovat ani zastavovat věci bez papírů. Hele, ale vždyť si říkal, že ji chceš jen zastavit a ne prodat... Tak co s ní vlastně chceš, prodat nebo zastavit?“²⁶

„Zastavit, no.... Ale kdybys ji chtěl pro sebe, tak se nějak domluvíme.“

„Nechci. Jestli ji teda chceš zastavit, tak ji přines, ať to můžeme vyzkoušet.“

Květen 2020

Předstírat, resp. naznačovat, že defektní, podřadné či jinak nekvalitní zboží je kradené (a náznaky, že právě to je důvod nízké ceny, která by jinak mohla vzbudit podezření), je starý, ale stále ještě občas používaný trik. Z vlastní zkušenosti vím, že

²⁶ Z hlediska klienta je rozdíl mezi zástavou a prodejem v tom, že zastavený předmět mu po dobu trvání smlouvy stále patří a může jej po vyplacení získat zpět, zatímco pokud věc prodá, okamžikem prodeje ztrácí k věci vlastnické právo. Někteří klienti, i když si věc nehodlají vyzvednout, přesto preferují zástavu před prodejem, i když maximální částka, kterou mohou získat je v případě prodeje i zástavy stejná, ale stále je otevřená možnost věc si vyzvednout. Pokud tak neučiní, věc propadne věřiteli a žádné závazky ani povinnosti z toho nevyplývají. Je to vlastně stejné, jako by věc prodal, jen má po určitý čas možnost, vykoupit ji zpět. Někteří ovšem zaměňují prodej a zástavu z neznalosti, jako by si vůbec neuvědomovali, že v tom je nějaký rozdíl.

průběhu devadesátých let se s takovými praktikami dalo setkat na parkovištích před obchodními centry, kde podvodníci nabízeli různé falešné zboží – například velmi nekvalitní sadu kuchyňských nožů, podvodně opatřených věhlasnou značkou Solingen, fotoaparát s nalepenou značkou Canon, jehož provedení i funkčnost však mnohem více připomínaly dětskou hračku, než fotoaparát známé značky, i další podobné věci. Při oslovení potenciálních zákazníků – řidičů, kteří přijeli k obchodnímu centru kvůli nákupům, používali vždy podobnou strategii. Nikdy explicitně neřekli, že zboží je kradené nebo pašované, ale snažili se navodit dojem, že právě to je důvodem jeho nízké ceny. Pravým cílem ale bylo vyvolat v kupujících pocit, že se jim nabízí možnost výhodné koupě a protože takové zboží je lepší co nejrychleji uschovat, není tolik času nějak důkladněji si ho prohlížet či detailně zkoumat jeho kvalitu.

A právě takovou strategii zvolil člověk, který se pokusil prodat v bazaru vadnou televizi a podobně jako zmínění podvodníci před obchodními centry se snažil vyvolat dojem “výhodné příležitosti” v naději, že mě tím zmate a vyhne se tak důkladnějšímu vyzkoušení. Jak se vzápětí ukázalo, televize sice nebyla stará, ale rozhodně nebyla nová ani zánovní. Po zapnutí fungovala zprvu docela dobře, ale po chvíli se začal obraz rozpadat a vynechávat. Pak zmizel a šel jen zvuk. Potom se obraz objevil, ale vzápětí zase zmizel, teď už nadobro. V tu chvíli mi došlo, že se prodávající záměrně snaží zamlžit původ televize a vyvolat podezření, že není úplně legální proto, aby navodil dojem, že je potřeba omezit dobu, po kterou se bude televize zkoušet. Přitom si však dával dobrý pozor, aby zůstal jen u náznaků, vlastně je zdůrazňoval požadavek nepřiliš vysoké částky a také zájem, moc se v krámě neukazovat, nezdržet se víc, než je nezbytně nutné a celou transakci provést rychle a pokud možno i trochu skrytě. Podle všeho počítal s tím, že pokud se mu podaří vzbudit dojem, že televize možná nemá tak úplně legální původ, bude jeho nabídka drahé televize za nízkou cenu atraktivní a bude v zájmu obou stran ji co nejdřív uklidit do skladu, aby nebyla tak na očích, a tak se mu podaří zabránit důkladnému vyzkoušení. Také jeho přání televizi zastavit a ne prodat, bylo promyšlené: kdyby ji nabízel k prodeji za příliš nízkou cenu, mohl by tím hned na začátku vzbudit podezření, že není úplně v pořádku. Po vyzkoušení, které nakonec ani nemuselo být

příliš důkladné, se ukázalo, že opravdu v pořádku není. Začalo být jasné, že prodávající ji pravděpodobně nezískal krádeží, jak se pokoušel naznačit, ale že spíš pochází z nějakého sběrného místa, kam lidé nosí nefunkční elektroniku k recyklaci. Podle všeho se pokoušel aspoň něco za ni získat a při promýšlení strategie prodeje došel k přesvědčení, že lépe udá televizi s problematičtým původem za “výhodnou cenu”, než televizi, která je kvůli vážné technické vadě víceméně nefunkční.

Bazar jako útočiště marginalizovaných

Terénní deník:

Je ráno a chvíli budeme otvírat. Skrz výlohu zběžně mrknu na chodník a zahlédnu našeho stálého zákazníka. Dnes si nějak přivstal, obvykle chodí až někdy kolem desáté nebo třeba až odpoledne. Bezdomovec, kterému říkají Miška. Docela mladý kluk, který se asi před rokem vrátil z vězení, kde strávil necelý rok za drobné krádeže. Od té doby žije jak se dá – nikde nepracuje a také nemá žádné stálé bydliště. Podle mě by klidně pracovat mohl, ale já nemám právo nikoho soudit ani hodnotit, nadto o něm určitě nevím tolik, abych mohl jeho situaci správně porozumět. Vidím, že má na chodníku položené dvě nadité tašky, takže se zas můžeme těšit na nabídku „úžasného“ zboží z popelnic a kontejnerů... Chvíli zvažuji, zda ho pustit dřív, když už tady čeká a po krátkém váhání otevírám dveře a zvu ho dál. Hned si postaví tašky k pultu a začne vybalovat přinesené zboží. Staré rádio, zastaralý tlačítkový mobilní telefon a několik nabíječek, stolní lampička, různé kabely k telefonům, prodlužovák, na jednom konci s chybějící (to napovídá, že někde vybral kontejner s elektroodpadem); několik váziček, talíře, skleničky, dvě starší ale celkem zachovalé pánvičky, mírně oprýskaný rendlík a k tomu ještě vysloužilý hliníkový papiňák. Typicky věci, kterých se někdo rád zbavil a on to někde našel. Z druhé tašky narovnává na pult asi tucet plyšových hraček, mírně ušpiněných, staré

boty na běžky a dvoje chlapecké brusle - nemám představu, kde tyhle poklady bere...

„Co za to všechno chceš? Je to pěkná veteš, cos dneska přines, tak jsem zvědav, kolik si za to tak asi představuješ... Taky jsem ti už několikrát říkal, abys nechodil dřív, než otevřeme, to tu máme dost práce i bez tebe. Příště přijď radši až tak kolem desáté, to už je tady docela klid.“

„No myslel jsem, že bych za to všechno mohl dostat tak tři stovky, jsou to docela pěkný věci, to se určitě dobře prodá, třeba to nádobí...“

„Počkej, to jsi teda trochu přehnal, ne? Takový krámy a tři stovky... To se tu za tu cenu ani neprodá, starýho nádobí máme fůru a ty plyšáky spíš rozkradou, než aby se prodaly. A ten telefon a nabíječky asi ani nemá cenu zkoušet, co? To rovnou hodím támhle do krabice na náhradní díly. Ty brusle ujdou, i když jsou teda pěkně odrbaný... No, dohromady bych to viděl tak na sto pade, když zavřu oči, tak dvě stovky, ale víc fakt ne.“

„Ale to je málo, vždyť to jsou samý dobrý věci, to určitě dobře prodáte...“

„No, hele, v podstatě nic z toho, co jsi přines, tady v krámě nijak moc nechci, takže to ode mě ber spíš jako příspěvek na živobytí a vlastně takový ocenění, že se snažíš aspoň nějak sám uživit. Vím, že to máš těžký a rád ti trochu pomůžu, ale zas úplná charita taky nejsme. Něco z toho snad prodáme a něco se vyhodí, no. Takže víc jak dvě stovky prostě nedostaneš, a pokud je ti to málo, tak si to zase sbal a zkus to nabídnout někomu jinýmu.“

„Tak jo, tak mi to dejte, беру ty dvě stovky.“

(Listopad 2021)

Návštěvník bazaru, může mít někdy dojem, jako by se ocitl v jiném světě. Na někoho může bazar působit jako místo, kde se zastavil čas, na jiného zase jako muzeum nebo skanzen. Každopádně je to místo, kde platí trochu jiná pravidla než „tam venku“, resp. pravidla se zde více či méně přizpůsobují okolnostem. Již na začátku jsem psal, že prostředí bazaru vyvolá v některých zákaznících odvahu ke

smlouvání a najednou jsou z nich zdatní vyjednaváči, schopní přít se o podmínkách tak, aby byly pro ně co nejvýhodnější.

Ale kromě toho, že bazar je místo, které dokáže v návštěvnicích probudit touhu vyjednávat, je také místem, které může sloužit jako útočiště. Mnoho klientů zastavárny ji považuje za místo, kde mohou být sami sebou, kde se nemusí přetvařovat ani stydět za svou neuspokojivou finanční situaci a kde zkrátka nemusí nijak skrývat své socioekonomické postavení. Jak jsem v předchozím textu naznačil, skladba zákazníků je poměrně pestrá. Významnou část zákazníků tvoří Romové, dá se říct, že z hlediska ekonomiky zastavárny je to určitě nejdůležitější skupina. Naproti tomu poměrně malou, ale docela zajímavou skupinou jsou bezdomovci. Ti, na rozdíl od Romů téměř vůbec nevyužívají zastavárenských služeb (většinou nemají co zastavit), ale často přinášejí zboží na prodej. Věci, které nabízejí k prodeji, pochází většinou z kontejnerů na odpad nebo ze skládky, případně ho dostanou od majitelů, kterým příležitostně nabídnou pomoc s vyklizením sklepa, půdy či jiného prostoru. Rozhodně to nebývají žádné cenné kousky, většinou je to opravdu spíš odpad a považovat proto jejich nálezy za zboží lze jen s velkou rezervou. Přesto od nich většinou odkoupím téměř všechno, co přinesou, a mám pro to dobrý důvod. Dokážou být někdy neodbytní, své zboží vyloží na pult, který celý zaplní. Dokud smlouvají, někteří další zákazníci raději odejdou, než by museli čekat a sledovat sáhodlouhé diskuse, během kterých se mě dotyčný snaží přesvědčit, abych od něj nabízené „zboží“ vykoupil. Většina z nich navíc vypadá dost neupraveně, takže mnoho zákazníků odrazují svým vzhledem a často také obtěžujícím zápachem. Proto je rozumnější nabízené věci za nevelkou cenu vykoupit – s tím, že jim vlastně neplatím za zboží (které v podstatě téměř žádnou hodnotu nemá), ale spíš je to jakési výpalné za to, že co nejdřív opustí obchod. Dlužno podotknout, že oni sami většinou velmi dobře chápou situaci a spokojí se s tím, co dostanou. Je jim jasné, že vlastně nedostávají peníze za věci, které přinesli (a kterých i oni sami dobře vědí, že jsou spíš odpadem, než zbožím), ale že se jedná o jakousi zastřenou almužnu. Dobře vím, že na takovém zboží asi nic nevydělám, spíš je to ode mě jakýsi způsob pomoci těm, kdo pomoc potřebují. Nemusí se přitom snižovat k žebrání, které by pro ně bylo ponižující, ale tím, že nabízí aspoň nějakou protihodnotu, si mohou zachovat

sebeúcty, protože naše vyjednávání vypadá jako obchodní transakce dvou rovnocenných partnerů.

Pravidelní klienti zastavárny

I když bazar a zastavárna vlastně splývají, klienti zastavárny se od zákazníků bazaru v mnohém odlišují. Jak jsem již poznamenal, zatímco zákazníci bazaru, a to jak kupující, tak i ti prodávající, pochází z různých vrstev společnosti, ti, kteří využívají zastavárenských služeb, patří obvykle spíše k těm chudším. Pokud se zaměřím na klienty, kteří si chodí do zastavárny vypůjčovat opakovaně,²⁷ musím konstatovat, že mě často mě překvapí jejich pojetí finanční gramotnosti, které se mi zdá poněkud odlišné od toho, o němž se předpokládá, že je univerzálně platné pro všechny. Nejen lehkost a samozřejmost, s jakou si někteří vypůjčují, ale i mnohé strategie a zvyklosti při zacházení s penězi mohou vyvolat dojem, že finanční gramotnost dotyčných není valná a že způsob, jakým zacházejí s penězi, nějak souvisí s životem v permanentní chudobě. Zároveň moje pozorování naznačuje, že určité návyky se v tomto prostředí natolik fixují, že je dotyční časem začnou vnímat jako normu.²⁸ Ukazuje se, že otázka finanční gramotnosti klientů zastavárny úzce souvisí s tím, jak účastníci transakce chápou pojem hodnoty a jak s ním zacházejí. Podrobně jsem se tématu hodnoty věnoval ve svém článku (Rádl, 2017), takže jen krátce shrnu základní argumenty: ukázalo se, že v případě půjčky v zastavárně pojem „hodnota“ neodráží jen cenu zastavovaného předmětu vyjádřenou v penězích (tedy kolik se na něj dá půjčit s ohledem na potenciální prodej v případě nevyzvednutí), ale skládá se ze dvou rovin, z nichž jedna se dá nahlížet jako ekonomická a druhá jako symbolická. Z pohledu klienta jde v případě *ekonomického* pojetí primárně o výši zapůjčené částky a poplatku za půjčku, přičemž hodnota zastaveného předmětu je konsenzuálně stanovena především s ohledem na jeho možnou prodejní cenu. Na druhou stranu

²⁷ I když mezi klienty zastavárny se často objevují Romové a dá se říct, že převažují lidé s nižšími či nepravidelnými příjmy, znovu připomínám, že ve skutečnosti je skladba zákazníků mnohem rozmanitější.

²⁸ Pro lepší porozumění strategiím, které lidé, žijící blízko okraje společnosti uplatňují pro lepší přežití v podmínkách chudoby, resp. permanentního nedostatku srov. např. (Steiner, 2004; Abu Ghosh, 2010).

symbolické pojetí hodnoty souvisí spíše s tím, jaké důvody klient zvýznamňuje ve chvíli, kdy se rozhoduje vypůjčit si peníze a akceptovat poplatek za půjčku. Povaha těchto důvodů zdaleka nebývá ekonomická – důležitou roli hraje spíš sebeúcta, prestiž, nebo potvrzení pozice v sociální hierarchii. Zmíněné symbolické pojetí hodnoty se v souvislosti se zástavní půjčkou může zdát iracionální, protože na první pohled vůbec nekoresponduje s mainstreamovým pojetím finanční gramotnosti. Představa, že si člověk s nízkým či nepravidelným příjmem, nebo dokonce odkázaný na sociální dávky, pořizuje na dluh věci, na které nemá, a které z hlediska racionální úvahy nejsou pro život nezbytné, vede k úvaze, že takový člověk si nejspíš neumí spočítat následky a nemyslí na budoucnost.

Podle ukázky zápisu z terénního deníku můžeme nahlédnout, že důvody, jež vedou některé klienty k rozhodnutí vypůjčit si v zastavárně, vycházejí z postoje, který upřednostňuje „symbolickou hodnotu“ – nezáleží na nákladech, které na takovou půjčku vynaloží, protože cíl, který sledují, pro ně reprezentuje vyšší hodnotu, než peníze.

Terénní poznámky:

Nekřiklavější případ ilustrující specifické pojetí finanční gramotnosti, s jakým jsem se setkal, byl požadavek na výpůjčku poměrně značné částky, která měla sloužit (jak jsem později při rozhovoru zjistil) k zaplacení rodinné dovolené v Tunisu. Právě tzv. dovolená na úvěr bývá v médiích poměrně často uváděna jako jakýsi prototyp velmi riskantního kroku, který může vést v krajním případě až k pádu do dluhové pasti. A to se přitom jedná o běžný spotřební úvěr, ještě nikdy jsem neslyšel o nikom, kdo by se pokoušel získat peníze na dovolenou v zastavárně. Pokoušel jsem se tento krok zájemcům rozmluvit, protože poplatek za půjčku by byl tak vysoký, že mě jich bylo až líto, ale trvali na tom, že ty peníze prostě musí sehnat. Nakonec jsme dosáhli aspoň toho, že si půjčí jen část původně požadované sumy a zbytek seženou od příbuzných. Samozřejmě mě zajímalo, proč se tak úporně snaží zaplatit zahraniční zájezd, což jistě není žádná životní nezbytnost. Zajímavá byla odpověď – no přece proto, aby ukázali svému okolí, že si mohou takovou dovolenou dovolit. Co na tom, že se tím

dostanou do finančních problémů, důležité přece je, ukázat ostatním, že si to mohou dovolit a potvrdit tak svůj sociální status. Jako by tím chtěli explicitně vyjádřit, že v sociální hierarchii nepatří někam dolů, ale počítají se ke střední třídě. Ta přece tohle dělá: v létě jezdí na dovolenou do zahraničí, nejlépe k moři, a tak... Symbolická hodnota takového kroku je v tomto případě jasně patrná – ujištění sebe sama i svého okolí o tom, jakou společenskou pozici zastávají, je pro ně v dané situaci cennější, než peníze, které za to vydají navzdory případným finančním problémům, kterým možná budou muset kvůli splácení takové půjčky čelit. Potvrzení vlastního sociálního statusu zkrátka hodnotí výš, než cenu, kterou za to zaplatí.

(Červen 2018)

K otázce, proč si někteří vypůjčují v zastavárně, významným způsobem promlouvá také kultura konzumerizmu, kterou se svých statích zabývá například Young (1999; 2007). Ve své práci poukazuje mimo jiné na to, že problém marginalizovaných populací nespočívá ani tak v jejich nedostatečné integraci, jak se často přepokládá, ale spíše v tom, že jsou kulturně i sociálně tlačeny – zejména skrze konzumerismus – k „normálnímu“ životu, přičemž ovšem nemají reálnou možnost na něj dosáhnout. Jak naznačuje vložená poznámka z terénního deníku, kromě záměru symbolicky stvrdit svůj sociální status zde rezonuje právě kultura konzumerizmu – dotyčný klient a jeho rodina především chtěli dostát obecně přijímaným kulturním vzorcům a patřit do skupiny „normálních“ lidí a rodin, které na dovolené jezdí. Výraznou roli v tomto procesu hraje i stud – hodně sociálně vyloučených dbá na to, aby měli moderní televizi, nové mobilní telefony, značkové oblečení nebo aby dávali dětem do školy drahé svačiny právě proto, že to považují za znak „normality“. Nemít tyto věci a nejezdit na dovolené znamená nebýt „normální“ a přijmout stigmatizaci spojenou s chudobou, kterou se marginalizovaná populace těmito kroky naopak snaží vyvrátit.

Neznalost kontextu a zkreslené či neúplné představy o životní situaci většiny pravidelných klientů zastavárny potom mnohdy vyvolávají představu, že finanční gramotnost těch, kteří si zde opakovaně vypůjčují za relativně nevýhodných

podmínek, není valná. Takové nazírání dané problematiky ovšem není komplexní, protože úplně přehlíží konkrétní situaci vypůjčovatelů. Tesař (2007) uvádí ve své knize o etnických konfliktech v jistém smyslu analogický příklad, kdy člověk „zvenčí“ nemůže správně posoudit ani pochopit některé způsoby jednání lidí ve specifické situaci: „To, co se z pohledu nezaujatého pozorovatele zdá absurdní, má vždy svou hlubokou logiku. Lidé jsou vedeni sledem situací, v nichž se orientují s ohledem na svůj prospěch, své bezpečí, prestiž nebo zisk. Těm, kdo mohou vidět jen omezené výseky jejich počínání v televizních zprávách, se takové jednání zdá absurdní. Pokud by však byli sami postavení do podobných situací, nezřídka by se chovali stejně, aniž by v tom viděli něco absurdního“ (Ibid: 9). Nepochopení situace často vede k mylným závěrům a dokonce může iniciovat i různá opatření institucionální povahy, která dotyčným nepomáhají, ale spíše jim škodí. Jako příklad mohou sloužit například sociální poukázky, vydávané úřadem práce, v nichž je místo peněz vyplácena část sociálních dávek. Tyto poukázky bývají (mylně) označovány jako stravenky a slouží k nákupu základních potřeb ve vybraných obchodech. Nedá se za ně nakupovat alkohol ani cigarety, ani se nedají legálně směniti za peníze. I když je toto opatření oficiálními místy prezentované jako nástroj, který má zamezit zneužívání sociálních dávek k nákupu alkoholu a cigaret, ve skutečnosti nakonec vede k ještě většímu prohloubení chudoby příjemců těchto dávek, protože poukázky mnohdy pokoutně se ztrátou směňují za peníze, což je potom nahlíženo jako další z projevů finanční negramotnosti. Nehledě na to, že údajné zneužívání dávek nebylo nikdy uspokojivě prokázáno a svým nevelkým rozsahem tvoří jen okrajový problém, dá se říci, že sociální poukázky mohou být nástrojem, který dokáže příjemce stigmatizovat a zlostudit, třeba jen tím, že při placení těmito poukázkami v obchodě na sebe upozorní, a celé okolí – obsluha v obchodě i okolostojící zákazníci tak hned ví, že dotyčný je příjemcem sociální pomoci (Maki, 2011; Mareš, 2001).

Terénní poznámky:

„Berete stravenky? Kolik dáváte? Říkali, že se tu dají vyměnit, že za stovku dáváte osmdesát...“

„Máš ty od úřadu? Ty sociální? Normálně je tady nebereme, jen soukromě, pokud jich nemáš moc. Jestli s nima chceš něco zaplatit, tak je počítáme osmdesát za sto. Pokud je chceš jen vyměnit, tak sedmdesát za sto.“

„Jenom vyměnit... Tak jo, vezmu si peníze tady za to, mělo by tam toho být za tisícovku. Takže dostanu sedm stovek? A nešlo by víc?“

„Nešlo...“

„Tak jo, tak mi to dejte.“

(Červen 2018)

Dalším příkladem zbytečného opatření a zbytečně vynaložené energie byl kurz pořádaný sociální správou, který se zaměřoval na prohlubování kompetencí pro zvýšení zaměstnatelnosti, a jehož součástí byla i přednáška o finanční gramotnosti. Kurz, který v roce 2017 zajišťovala agentura Prokop, a který byl zaměřený primárně na zvyšování kompetencí při hledání zaměstnání, byl pořádán Úřadem práce v pronajatém sálu hotelu v centru města. Účast byla pro příjemce sociálních dávek povinná, těm, kteří by se nezúčastnili, hrozilo vyškrtnutí ze seznamu žadatelů o sociální dávky. Kurz trval několik dnů a účastníkům bylo během dne dokonce podáváno občerstvení (minerálka, obložená bageta), jehož primárním smyslem bylo zabránit jim v odchodu na oběd a udržet je v prostoru, kde se kurz konal. Přednáška o finanční gramotnosti byla jednou z klíčových součástí kurzu, na posluchače však měla evidentně jen marginální dopad, protože hned po skončení kurzu zamířila část účastníků právě do zastavárny (která leží jen přes ulici od místa konání kurzu), kam si přišli postěžovat na ztracené odpoledne a někteří z nich si rovnou vypůjčili peníze.

Racionalita jednání

Otázka, která se v souvislosti s „výhodností“ či „nevýhodností“ půjček v zastavárně dříve či později vynoří, je *racionalita* jednání. „Racionalitu“ pro tyto účely pojímám jako princip jednání, vycházející ze současných mainstreamových ekonomických teorií (např. (Holman, 2005)), kdy se za hlavní kritérium obvykle

pokládá především to, zda se určité jednání vyplatí, a to především ekonomicky.

Zastavárenské služby jsou poměrně drahé, a dvojnásob to platí, pokud je někdo využívá opakovaně nebo dlouhodobě. Jak jsem předpokládal – a v rozhovorech se zákazníky se tento předpoklad potvrdil, klienti jsou si této okolnosti velmi dobře vědomi. Rozhodně to není tak, že by v okamžiku uzavírání smlouvy o půjčce absolutně ignorovali skutečnost, že půjčku budou muset časem splatit, a stejně tak si dobře uvědomují, že náklady v podobě úroku budou poměrně vysoké. To si většina z nich dokáže lehce spočítat – a přesto je to od vypůjčování v zastavárně neodradí. Někteří jednou a výjimečně, jiní čas od času, ale poměrně velká část klientů si půjčuje pravidelně. To potom přímo vybízí k úvahám o člověku jako o *homo economicus* a o tom, zda se vůbec dá takové označení použít pro ty, kteří si vypůjčují peníze za podmínek, jež se na první pohled jeví jako velmi nevýhodné. Koncept *homo economicus* původně definoval Jeremy Bentham, který v rámci utilitarismu deklaroval, že všichni lidé jednají racionálně v takovém smyslu, že maximalizují svoje štěstí (nebo šťastné pocity) a zároveň se snaží vyhnout pocitu bolesti. I když se vlastně jedná o obecnou racionalizaci lidského jednání, dá se tento koncept úspěšně aplikovat i na oblast ekonomickou. John Stuart Mill ve svých pracích vykresluje *homo economicus* jako aktéra, který ve snaze o dosažení určitého cíle postupuje ekonomicky a racionálně, tak, aby s co nejmenšími náklady získal co nejvyšší výnos.²⁹ K posouzení toho, co je a co není v rámci euroamerické společnosti obecně pokládáno za “racionální“ vycházím z myšlenek Weberovy protestantské etiky (Weber, 2009: 182–222), která má klíčový vliv na formování mainstreamové ideologie, která potom ovlivňuje názor celé společnosti na ekonomické, ale i mnohé další otázky. Za (ekonomicky) racionálního je v souladu s touto ideologií považován člověk, který má určité vlastnosti. K těm žádoucím a pozitivně hodnoceným patří především plánování, odkládání spotřeby, skromnost, šetrnost, hospodárnost, atp. Pokud jedinec tyto vlastnosti nemá, bývá považován za nezodpovědného a (ekonomicky) nerozumného. Kde ale hledat racionalitu, když jednání klientů zastavárny je – alespoň na první pohled – v přímém protikladu ke zmíněnému ekonomickému principu? Dá se vůbec mluvit o racionálním jednání, když si někdo

²⁹ Srov. např. (Mill, 2011)

půjčuje peníze a již dopředu počítá s tím, že na poplatcích zaplatí částku, která bude poměrně vysoká, v krajním případě dokonce i vyšší, než kolik činila samotná půjčka? Taková situace není sice v zastavárně úplně běžná, ale může nastat v případě, že dotyčný v domluveném termínu půjčku nevrátí a přesto nechce o zastavený předmět přijít. Potom musí zaplatit poplatek za prodloužení smlouvy, přičemž výše poplatku se odvíjí od toho, jak dlouhé prodloužení termínu požaduje. Pokud to udělá opakovaně, může časem opravdu dojít k tomu, že zaplacené poplatky v součtu převýší částku, kterou si vypůjčil.

Za racionální považujeme takové jednání, kdy aktér zvažuje náklady i výnosy a nakonec se rozhoduje tak, aby náklady na dosažení zvoleného cíle byly pokud možno nižší, než očekávané výnosy. Ovšem v případě pravidelných klientů zastavárny se zdá, jako by se tímhle principem vůbec neřídili. Ale i když se jejich jednání může jevit jako iracionální, dotyčným bezpochyby smysl dává a je pro ně nejen logické, ale mnohdy také jediné možné. A. Portes (1972), který prováděl terénní výzkumy mezi marginalizovanými obyvateli jihoamerických slumů, zastává názor, že není žádná univerzální racionalita, ale posouzení, zda určité jednání je či není racionální, se mění podle podmínek dané situace. Jednající přizpůsobuje prostředky, jimiž chce dosáhnout cíle konkrétním podmínkám a jednání, které se nepoučenému pozorovateli jeví jako iracionální, může být pro člověka v určité situaci naopak velmi racionální a někdy dokonce jediné možné (Ibid: 272). Jsem přesvědčen, že „chození do zastavárny“ je právě takový případ adaptace na životní podmínky, které neumožňují mnoho jiných způsobů, jak v případě naléhavé potřeby získat nutnou hotovost a zastavárna se v určité situaci může jevit jako nejpříjemnější alternativa. Ti, kteří si chodí vypůjčovat, vědomě akceptují relativně nevýhodné podmínky zástavní půjčky, protože situaci posoudí tak, že pokud neseženou potřebnou hotovost, budou následky ještě horší.

V případě zástavní půjčky se zdá, že jednání aktérů principu racionality příliš neodpovídá, ale je velmi důležité povšimnout si jejich důvodů. Pochopit takové jednání předpokládá nejen velkou míru porozumění dané situaci, ale i povědomost o sociálním zakotvení klienta a také o hodnotách, které on sám, velmi často právě s ohledem na své sociální okolí, považuje za prioritní. Jednání klientů zastavárny bývá

často odsuzováno jako nerozumné, nezodpovědné a nevhodné pro moderního člověka, který by přece měl v každé situaci jednat *racionálně*. Pokud je jejich způsob jednání vnímán takto negativně a zároveň jako charakteristický pro určitou sociální skupinu, bývá to jednou z hlavních příčin postupné marginalizace, protože zmíněný způsob jednání začne být nahlížen jako nekompatibilní s principy, podle nichž se společnost řídí (srov. například Day et al., 1999). A za typický příklad iracionálního a nelogického jednání je velmi často pokládáno právě „chození do zastavárny“. Tomu odpovídá i obraz klienta zastavárny: pokud si sem někdo chodí vypůjčovat, protože nevyhází se svými příjmy, je pokládán za nezodpovědného člověka, který neumí hospodařit a jeho jednání je nahlíženo jako odporující zdravému rozumu a principům finanční gramotnosti. Odsouzení je pak ještě ostřejší, pokud to dotyčný dělá opakovaně nebo dokonce pravidelně. Při běžné konverzaci se zákazníky v obchodě (ne ovšem s těmi, kteří si přišli vypůjčit, ale s nakupujícími nebo s těmi, kteří přišli nabídnout něco na prodej) jsem se často setkal s různými projevy údivu nad klienty zastavárny: „...*Proč to vlastně dělají? Jak si můžou za takových podmínek půjčovat? To si neumí spočítat, že budou muset vrátit mnohem víc, než si vypůjčí? To nechápou, že si vlastně škodí? Nebo jim je to úplně jedno? Copak žijí jen dnes a nevidí, co bude zítra?...*“. Málokomu z kritiků ovšem docházel základní fakt: ti lidé si nepůjčují, protože chtějí, ale proto, že prostě musí – nemají zkrátka jinou možnost jak sehnat hotovost, kterou v daný okamžik nutně potřebují nebo jsou všechny ostatní možnosti ještě nevýhodnější.

Kolotoč výpůjček

Na první pohled se zdá, že zástavní půjčka funguje podle jednoduchého pravidla: klient nabídne záruku (zástavu), vypůjčí si hotovost, potom vrátí vypůjčenou částku, navýšenou o domluvený poplatek a dostane svou zastavenou věc zpátky. Základní vzorec opravdu odpovídá uvedenému popisu: člověk nemá potřebnou hotovost, ale má nějakou cennou věc, kterou může nabídnout jako záruku. Když si vypůjčí, jeho situace se obrátí: teď má hotovost, ale už nemůže volně

disponovat s předmětem, který zastavil. Po nějakém čase dostane peníze, ať už je jejich zdrojem mzda, sociální dávky, důchod nebo jakýkoliv jiný příjem a jeho situace se opět změní – v této chvíli má peníze a rozhodne se svou zástavu vyplatit. Ale variant a nuancí je mnohem víc – co když dojdou peníze někdy uprostřed tohoto období? Pokud klient utratí vypůjčenou hotovost podstatně dřív, než přijde očekávaný příjem, musí situaci nějak řešit. V určitý okamžik je nejen bez peněz, ale zpravidla už ani nemá co zastavit. A právě tady může docházet k zajímavým improvizacím, jako je „připůjčení na papíry“, půjčení „jen tak“ nebo nabídka všeho možného, často téměř bezcenného vybavení domácnosti.³⁰ Připůjčení „na papíry“ je poměrně častý požadavek klientů, jimž v období trvání smlouvy dojdou peníze, a proto jsem přesvědčen, že si zaslouží více pozornosti. Klient v takovém případě obvykle předloží již dříve uzavřenou zástavní smlouvu (nebo rozloží na pult takových smluv několik) a požádá, zda by nebylo možné si dodatečně ještě něco připůjčit. Dovolává se přitom toho, abychom hodnotu jeho zástavy přehodnotili. Tvrdí, že to, co zastavil, má větší cenu, než kolik dostal, a že je tedy jistě možné ještě něco připůjčit. Někteří klienti s touto eventualitou dopředu počítají a záměrně si při uzavírání smlouvy nepůjčují celou částku, která jim je nabídnutá, ale již dopředu upozorní, že si možná později přijdou ještě něco připůjčit. U takových klientů potom proběhne transakce hladce a rychle, protože je na první pohled zřejmé, že pro připůjčení je dostatečný prostor. Jiná situace ovšem nastává, pokud to zcela zřejmé není: pak je potřeba zastavený předmět znovu posoudit a rozhodnout, zda je možné půjčku o nějakou, zpravidla nevelkou částku navýšit, či zda to s ohledem na hodnotu zastavené věci již není možné. Když usoudím, že hodnota zástavy už další připůjčení neumožňuje, nastává pro oba poměrně nepříjemná situace: jeden půjčit nechce, zatímco druhý si vypůjčit nutně potřebuje a má pocit, že stůj co stůj musí uspět. A tak přijde na řadu smlouvání, umlouvání, licitování, sliby „jistého vrácení co nejdřív“, přičemž často se opakuje zaklínací formule ve smyslu „určitě to tu nenechám,

³⁰ Není pravda, že by předměty z domácnosti, nabízené jako záruka půjčky neměly vůbec žádnou hodnotu, jsou však „bezcenné“ z hlediska zastavárny proto, že jako zástava nejsou vhodné. Důvody takové nevhodnosti mohou být různé: velké rozměry (nábytek), možnost snadného poškození kvůli křehkosti (sklo a porcelán), omezená funkce výrobku (například televize bez dálkového ovládání), a dále věci, které jsou prakticky neprodejně (kuchyňské potřeby, apod.).

vyplatím si to hned, jak budu brát“. Časté jsou výčitky ve smyslu „u jiných to jde a u mě ne“, naléhavé prosby, připomínky minulých výpůjček: „tohle už tu bylo tolikrát a vždycky jsem si to vybral“, a podobně. Jednání s takovým klientem je někdy natolik únavné, že je často jednodušší udělat ústupek, nějakou menší částku připůjčit a spolehnout se na to, že zastavený předmět je pro dotyčného natolik cenný, že navýšenou výpůjčku i s příslušným poplatkem opravdu vrátí. Nebo se smířit s tím, že částku, kterou by měl vrátit, posoudí jako příliš vysokou a zástavu nechá propadnout. Nutno podotknout, že ani v takovém případě zastavárna neprodělá, jen zisk bude o něco nižší.

Připůjčení je vždycky trochu problematická záležitost, jednak tím poskytovatel půjčky vlastně porušuje pravidla, která sám stanovil, a potom proto, že se vytváří nebezpečný precedens pro příští vyjednávání o půjčce: „*Minule jste mi taky půjčili víc, tak proč to teď najednou nejde? Vždyť snad víte, že jsem to v pořádku vrátil? Přece bych to tu nenechal...*“. Navíc se to neutají, a pokud se vyhoví jednomu, je velká pravděpodobnost, že s podobným požadavkem přijdou i další: „*Jak to, že jemu jste půjčili víc a mně ne? To má u vás nějaká zvláštní práva? Měli byste přistupovat ke všem stejně. Jiným to děláte a mě byste odmítli?*“. Pokud doopravdy není prostor k připůjčení „na papír“, nebo když je dotyčný známý tím, že své věci nechává často propadnout, může dojít k definitivnímu odmítnutí požadavku. V takovém případě nastane další fáze vyjednávání, protože klient přišel proto, že peníze nutně potřebuje a účelem jeho návštěvy není odejít s prázdnou, ale za každou cenu získat aspoň nějakou hotovost. Když neuspěje s požadavkem na připůjčení „na papír“, začne nabízet nejrůznější, většinou méně vhodné věci, za něž by mohl něco získat.

Terénní deník:

Běžné odpoledne všedního dne. V obchodě je klid, zákazníci se dnes objevují zřídka, a když, tak jen ze zvědavosti nakouknou a pokračují jinam za nějakým svým cílem. Je pozdní jaro, venku svítí sluníčko, tak místo postávání za pultem vycházíme mezi dveře a hřejeme se v jeho paprscích. Po chvíli se objevuje cyklista, vlastně jsou dva, pán s paní, zastavují u obchodu a nakukují

do výloh. Vypadá to, že je vystavené zboží zaujalo. Říkám si, že by snad mohli něco koupit, tak je vzápětí oslovuji s tím, že se můžou klidně podívat dovnitř, tam je zboží mnohem víc, než v té malé výloze.. Chvilku váhají, ale zdá se mi, že to není proto, že by se jim dovnitř nechtělo, spíš to vypadá, že si nevědí rady s těmi koly. Jsou to docela pěkná turistická kola, skoro nová a jistě ne levná, takže jejich váhání nejspíš souvisí s tím, že je nechtějí nechat venku bez dozoru. Proto jim nabízím, že si je klidně mohou vzít dovnitř, místa je tam dost a protože v obchodě není zrovna žádný zákazník, tak určitě nebudou nikomu překážet. Hned vidím, že můj odhad byl správný, dávají si kola za dveře a hned se vydají na prohlídku zboží. Nechám je trochu rozkoukat a pak zkouším navázat hovor, pán je docela komunikativní, takže po chvilce se spolu bavíme o všem možném. Protože můj primární zájem je něco mu prodat, zajímá mě, jak se mu líbí nabízené zboží, jestli shání něco konkrétního nebo si věci jen tak prohlíží a čeká, zda mu něco padne do oka. K mému překvapení odpověděl, že je také zastavárník, že ho můj obchod zaujal a že o něm vůbec nevěděl, což je mu divné, protože v tomhle oboru se pohybuje už poměrně dlouho. Takovou odpověď jsem nečekal. Bylo mi hned jasné, že i když si nic nekoupí, bude náš rozhovor velmi přínosný, protože promluvit si s někým z oboru je vždycky zajímavé. Přísně vzato, je to vlastně do jisté míry můj konkurent, takže mi prošlo hlavou, že bych měl být při rozhovoru s ním ostražitý, abych něco neprozradil a pak toho třeba později nelitoval. Ale ukázalo se, že i když podniká ve stejném oboru a dokonce v podobně velkém městě, naše podniky jsou od sebe natolik daleko, že o konkurenci se v tomhle případě nedá uvažovat. Rozhovor se brzo stočil k výměně zkušeností, ke každodenní praxi, týkající se výkupu a zastavárenské činnosti. V souvislosti se zacházením s propadlými zástavami padla věta, které jsem zpočátku neporozuměl, ale která byla z celého rozhovoru nejdůležitější:

„Hlavně je nesmíte **vyzlatit**“.

(Květen 2021)

Teprve později mi došlo, co kolega zastavárník myslí výrazem „vyzlatit“, který jsem nikdy předtím neslyšel. Pokud někomu propadne zastavený zlatý šperk,

stane se majetkem věřitele a ten je oprávněn ho prodat. A protože výnos z přímého prodeje je vždy vyšší, než pokud si šperk vyzvedne původní majitel, je pro zastavárníka svůdné využít situace a vzápětí poté, co předmět propadne ho už majiteli nevydat a raději ho prodat. Není ovšem rozumné tuhle praxi striktně dodržovat, protože tím může v průběhu času dojít k situaci, kterou velmi výstižně charakterizuje právě ona vyřčená věta o „vylacení“. V minulosti jsem se s tím už několikrát setkal, proto vím, že z dlouhodobého hlediska je lepší počkat, až dlužník sežene peníze na to, aby mohl svou zástavu vyplatit. Pokud totiž dám přednost prodeji, dosáhnu sice zajímavého zisku, ovšem zároveň dotyčného připravím o cenný předmět, který může *opakovaně* zastavovat. A praxí jsem si ověřil, že když nebudu příliš striktně lpět na dodržení termínu vyplacení a vyhovím žádostem o posečkání, případně když občas ukážu dobrou vůli a něco slevím z dodatečných úroků, může se jeden a ten samý zlatý šperk objevovat v zastavárně docela často a umožní tak další výnosy takřka po neomezenou dobu. Když navíc uvážím, že se stejným šperkem nemusí chodit jen jeden člověk, ale že může kolovat v širší rodině a sloužit jako zástava více lidem, je jasné, že jeho potenciál generovat zisk je daleko vyšší, než v případě prodeje.

Zatímco peníze se mezi vzdálenějšími příbuznými půjčují spíše zřídka, u cenností, které mohou sloužit jako zástava je to jinak. Majitel svou cennost zapůjčí potřebným jednak proto, že s ohledem na vnitřní příbuzenskou solidaritu může jen těžko odmítnout pomoc, zároveň je ale většinou schopen ohlídat, aby ten, komu předmět zapůjčil, jej vyplatil hned, jak mu přijdou sociální dávky, případně výplata, pokud pracuje. Pokud nakonec dotyčný o svou cennost přijde, dostane se do těžké situace, protože už nebude mít vhodný předmět, který by posloužil jako zástava. Proto se bude pokoušet nabízet cokoli, o čem usoudí, že by mohlo posloužit jako zástava. Jak už jsem zmínil výše, jsou to obvykle věci jako například nádobí, kávovar, gril, lampa nebo lustr, stůl, židle, laciná dekorativní keramika, stará televize, a další podobné věci, které se běžně nezastavují, protože jsou jako zástava nevhodné, neskladné a téměř bezcenné. Snad bylo možné některé z těchto věcí za víceméně symbolickou cenu vykoupit, ale není možné je přijímat jako zástavu. Když klient neuspěje ani s touhle nabídkou, přejde k poslednímu pokusu: „*Tak mi půjč ze svého, nutně potřebuju dvě stovky, nebo aspoň stovku, za týden ti to vrátím, až budeme brát.*“

Víš, že jsem ti to vždycky vrátil, když jsi mi půjčil!“. Vzhledem k tomu, že jednání s takovými klienty je velmi únavné a ani po delší době nikam nevede, je lépe aspoň některým (těm, kteří jsou podle předchozí zkušenosti nebo odhadu relativně spolehliví) vyhovět a půjčkou nevelké částky si zajistit klid od dalšího naléhání. Důležité je v tomhle případě dodržovat zásadu jen jediné půjčky ve výši jedné až maximálně několika stokorun a nepodlehnut potom prosbám o další půjčku „jen tak“. Většinou peníze opravdu vrátí, i když někdy později než slibovali, protože si dobře uvědomují, že jim taková půjčka v období nedostatku velmi pomůže a nechtějí si kazit pověst tím, že by relativně malý dluh nesplatili a do budoucna se tak o tuto pomoc připravili.

Z výše řečeného se dá vyvodit, že je výhodnější obrnit se trpělivostí a počkat až dotyčný bude mít peníze na vyplacení, než zástavu prodat. Hlavním důvodem této strategie není soucit s klientem ani pochopení pro jeho těžkou situaci, ale mnohem důležitější motiv je „udržet klienta ve hře“. Protože dokud bude mít co zastavovat, bude pravděpodobně dál chodit do zastavárny a tím jí přinášet zisk, když však už nebude mít nic, co by mohl nabídnout jako zástavu, vztah zastavárník-klient se přeruší. To má pak pro obě strany negativní důsledky: zastavárna přijde o část svého příjmu a klient bude muset hledat alternativní způsob, jak ve chvílích nouze získat tolik potřebnou hotovost. Jsem přesvědčen o tom, že právě princip udržitelnosti hraje v zastavárenském podnikání klíčovou roli. Jistě není problém propadlou zástavu relativně rychle prodat, ale tím vlastně vyřadím klienta z procesu vypůjčování, protože nebude mít co zastavit a sám se tak připravím o budoucí příjmy. Takže je vždy lepší zvážit, zda není možné najít nějaký přijatelný kompromis, vedoucí v krajním případě třeba i k zastavení úroků a umožnění postupného splacení. Udržitelnost je ovšem třeba chápat oboustranně, jak z hlediska klienta, tak z hlediska provozovatele zastavárny. Já musím v případě potřeby nabídnout schůdné podmínky, což vlastně znamená individuálně je přizpůsobit reálným možnostem daného klienta, i když to znamená spokojit se s pozdějším termínem splacení či odpuštění aspoň části úroků. Klienti zase musí mít co nabídnout do zástavy a navíc musí mít potřebu si půjčit peníze. Jejich potřebu půjčky nemohu nijak ovlivnit (snad jen nabídnout výhodnější podmínky a tím udělat půjčku lákavější), ale to, aby měli co nabídnout,

mohu přece jen částečně ovlivnit. Jak jsem naznačil výše, je problém, když z nějakého důvodu přijdou o svoje šperky či jiné hodnotné předměty, které lze zastavit.³¹ Potom je žádoucí, aby zase nějaký hodnotný předmět (ideálně zlatý šperk) získali a mohli ho v případě potřeby nabídnout jako zástavu půjčky.

Terénní poznámky:

„Všiml jsem si, že jsi včera zapisovala propadlé zástavy. Vidím, že máme nově v nabídce pár docela pěkných telefonů. A také zlato trochu přibylo...“

„No, ono toho zlata bylo víc, některé docela pěkné kousky, ale ty jsem tam schválně nedala, mám je vzadu v trezoru.“

„Proč vzadu, vždyť toho teď moc nemáme, mohlo by se to dobře prodat.“

„No jo, to určitě jo, to by se prodalo jako nic, ale já myslím, že bude lepší to nabídnout napřed našim, než to prodat přespolním. Když to koupí cizí, tak už to tu neuvidíme, kdežto pokud to koupí místní, je šance, že to budou zastavovat u nás. A asi je lepší trochu si to pojistit, než nahrávat jiným zastavárnám. S některými jsem už mluvila a mají docela zájem. Jen teď nemají peníze, tak si na to buď vezmu aspoň nějakou zálohu a budeme holt muset počkat, až něco poberou a doplatí to. Ale myslím, že i tak to bude výhodnější, protože když nemají zlato, nosí sem kdeco. Třeba telefony, ty by ještě šly, i když je s tím práce, ale to ostatní, to je hrůza, to se kolikrát ani zastavit nedá...“

„No jo, to máš pravdu, určitě to nabídni místním, ať zas mají co zastavovat. Nakonec víš jak to je, i když sami třeba peníze nepotřebují, někdo z příbuzných to z nich určitě vymámí a oni mu to půjčí, aby to mohl zastavit.“

(Červen 2020)

Přepsaná část rozhovoru docela výstižně popisuje situaci: obsluha si velmi dobře uvědomuje, že připravit klienty o propadlé hodnotné předměty (zlaté šperky)

³¹ Nejčastějším důvodem bývá právě to, že zlatý šperk nechají propadnout ať už v mé, nebo v kterékoliv jiné zastavárně.

je sice možná krátkodobě výhodné, protože zisk z prodeje je v každém případě o něco vyšší, než výnos z úroků, na druhou stranu se tím ovšem přeruší koloběh zástava-vyzvednutí-opětovná zástava. Klient, který nemá co zastavit je pro zastavárnu neperspektivní. Pokud přijde o zlaté šperky, které používal jako zástavu, jsou možné dvě alternativy: první možnost je, že bude jako záruku půjčky používat předměty z domácnosti či (v lepším případě) drobnou elektroniku. To je pro obsluhu mnohem pracnější a nepohodlnější (elektroniku je potřeba vyzkoušet, ostatní předměty mohou být neskladné či křehké, atp.), je větší riziko poškození, a také je taková půjčka obvykle méně výnosná, protože zapůjčená částka bývá nižší. Druhá alternativa je pak pro zastavárnu ještě horší: protože klient již nemůže nic zastavit, může se přizpůsobit novým podmínkám. Období nedostatku prostě nějak překlene i bez půjčky, případně se mu podaří vypůjčit si jeden – např. od známých či příbuzných a zastavárnu ze svého života pomalu vyloučí. A zastavárna bez klientů ztrácí nejen důvod své existence, ale především zdroj svých příjmů.

Jak se mluví a jak se jedná

Strategie, které klienti používají při vyjednávání podmínek půjčky, jsou tak rozmanité, že člověka, který se v tomto prostředí běžně nepohybuje, by nejspíš ani nenapadly. Patří mezi ně smlouvání, licitování, přesvědčování, ale někdy i lhaní, přehánění a všechny možné další myslitelné způsoby, jak vylepšit svou situaci a dosáhnout při vypůjčování peněz alespoň relativní výhody. Jak uvidíme dále, strategie, které mohou pomoci vylepšit jejich postavení, používají klienti nejen při uzavírání půjčky, ale analogicky též při jejím vrácení nebo v situaci, kdy nemají včas potřebnou hotovost a žádají o prodloužení termínu vrácení půjčky.

Mnoho klientů jedná jako by se domnívali, že jim zastavárník půjčit *nechce*. Nebo že jim chce půjčit co nejméně. Nebo že chce své peníze co nejdřív zpátky. Všechny tyto předpoklady ovšem svědčí o tom, že vůbec nechápou princip zástavní půjčky, protože pro zastavárníka je klíčový poplatek za poskytnutou půjčku, který se přímo odvíjí od výše zapůjčené částky a času. Pokud půjčí málo nebo půjčí jen na pár

dní, bude zisk malý a pokud nepůjčí vůbec, nebude zisk žádný. Úrok tvoří základní součást příjmu, tudíž by bylo velmi krátkozraké někomu půjčku jen tak odmítnout. Přijmout předmět do zástavy a sepsat smlouvu sice není moc složité, ale přesto tahle operace vyžaduje určitý čas a námahu, tudíž je logické, že je lepší půjčit raději co nejvíc (a na co nejdelší dobu), protože z vyšší částky bude vyšší úrok.³²

Terénní poznámky:

„Mám tady náušnice, můžeš mi na to půjčit dva tisíce?“

„Ty si se snad zbláznila, ne, vždyť to nemá ani dva gramy! Na gram půjčujeme tak pět set, pět set pade maximálně! Za dva tisíce by se tu ani neprodaly.“

„No, ale já to chci jenom do zejtra...“

(Leden 2018)

Je samozřejmé, že horní hranice půjčky má určité limity. V první řadě není možné půjčit víc, než jaká by případně byla prodejní cena, přičemž je potřeba započítat i přiměřený zisk, a také určitou cenovou rezervu pro případ nějaké vady věci, ať už technické nebo právní.³³ Zapůjčená částka by také neměla převýšit cenu, za jakou by byl předmět vykoupen za hotové v případě, že by jej dotyčný přímo nabídl k prodeji. Při výkupu za hotové je ve srovnání se zástavní půjčkou menší administrativa, takže z hlediska pracnosti je výhodnější věc vykoupit přímo. Pokud mám pochybnost, zda si klient svou zástavu opravdu hodlá vyplatit, je vhodné se ho na to přímo zeptat, protože někteří klienti příliš nevnímají rozdíl mezi zastavárnou a bazarem a i když mají v úmyslu věc prodat, z neznalosti říkají, že ji chtějí zastavit.

Podmínky půjčky se řídí určitými obecnými pravidly, ale právě proto, že jsou univerzální, nemusí vyhovovat všem. Každý člověk jedná svým osobitým způsobem, a to i v případě, že se musí podřídit nějakému předpisu či pravidlu. Standardní postup

³² Je sice lepší půjčit co nejvíc, ale půjčka musí být přiměřená a přibližně musí odpovídat hodnotě, stavu opotřebení a hlavně předpokládané ceně, za jakou se dá zastavený předmět prodat v případě nevyzvednutí.

³³ Technickou vadou se rozumí případná skrytá vada předmětu, která má zásadní vliv na jeho funkčnost. Právní vada zase může nastat v případě, kdy klient zastavil předmět, který mu nepatřil a je nutné ho vydat právoplatnému majiteli. V obou případech je pro provozovatele prakticky nemožné dobrat se nějaké náhrady.

vyhovuje jednomu více, jinému méně, a mnozí se pak pokoušejí pravidla upravit a trochu si je přizpůsobit tak, aby byla pro ně příznivější. To ovšem vypadá jako nějaké další generalizující tvrzení, proto se pokusím na konkrétních příkladech ukázat strategii klientů, což doufám mnohem lépe pomůže pochopit jejich jednání. Jak jsem již zmínil, každý by si přál, aby podmínky, za nichž uzavírá smlouvu, byly pro něj co nejvýhodnější. A to nejen s ohledem na momentální stav, ale především na možný vývoj událostí, které se dají očekávat v okamžiku, kdy bude zástavu vyplácet nebo smlouvu prodlužovat. Jak uvidíme, někteří klienti dokážou uvažovat hodně dopředu a vzít přitom v potaz mnoho okolností, které mohou nastat.

V zastavárně se při poskytování půjčky obvykle dodržuje orientační pravidlo, že na gram zlata se dá půjčit maximálně určitá částka.³⁴ Ta ovšem není stanovena jako pevná, ale jedná se o takovou cenu, za jakou by bylo možné zastavené zlato v případě nevyzvednutí ještě se ziskem prodat na váhu v jakémkoliv podniku, který se zabývá výkupem drahých kovů. Pokud má zlatý předmět, který chce dotyčný zastavit, nějakou hodnotnější formu (např. šperk nebo zlatá mince), je mu většinou nabídnuta o něco vyšší částka, která zohledňuje případnou prodejní cenu, která je u šperku pochopitelně o něco vyšší, než u poškozených zlatých předmětů a zlomků, které jsou vhodné jen jako materiál. Poškozené věci („zlomky“) se v případě nevyzvednutí taví do slitku, který se následně nabídne podniku, který vykupuje drahé kovy na váhu.

Umění promluvit

Při jednání o půjčce vždy dochází mezi účastníky k nějaké interakci. V minulosti jsem těmto interakcím věnoval pozornost jen z hlediska prosperity obchodu, tedy s ohledem na možná rizika a případný zisk. Později, v souvislosti s terénním výzkumem, se však přidal i pohled antropologa a spektrum mých zájmů se výrazně rozšířilo. Vzhledem k tomu, že zmíněný obchod pro mě stále představuje

³⁴ Konkrétní částka se pochopitelně mění s ohledem na vývoj ceny zlata na trhu. Například v roce 2018 se v zastavárně dalo vypůjčit na jeden gram čtrnáctikarátového zlata cca 500,- Kč.

zdroj obživy, je ekonomické hledisko pochopitelně i teď velmi podstatné, ale nově se zajímám i o věci, které mi dříve unikaly a nepřipadaly mi důležité. Vynořila se spousta otázek, které nesouvisí s ekonomikou, ale s tím, jak lidé v určitých situacích jednají, jaký způsob či strategii volí, aby dosáhli svého cíle, a jaké výsledky jejich postup přináší. Zanedlouho jsem si začal všimnout i toho, jak rozdílně se mohou klienti chovat při domlouvání podmínek. Pochopitelně se dá očekávat, že nebudou jednat všichni stejně, ale přesto mě míra rozdílnosti jednání nakonec překvapila. Zatímco jeden klient je spíš tichý a během dojednávání podmínek příliš nemluví, druhý naopak jakoby se svým neodbytným verbálním projevem snažil přebít argumenty protistrany. Když pomínu otázku, kde se v některých lidech bere přesvědčení, že mluvením získají převahu nad soupeřem, vynoří se otázka další, neméně důležitá, která s tou první úzce souvisí: jak „umění mluvit“ ovlivňuje postavení aktérů v rámci komunity, v níž se pohybují? Na první pohled to, zvláště pro člověka „zvenku“ není příliš patrné, ale po čase jsem si všiml, že ti, o kterých se říká, že „umějí mluvit“, mají zvláštní postavení. Začíná to obvykle tak, že se pokoušejí navázat důvěrnější styk, proto navštěvují zastavárnu častěji, a to nejen v případě, že si potřebují vypůjčit nebo splatit dluh, ale i bez příčiny nebo z nějakého smyšleného či malicherného důvodu. Aby to nevypadalo, že přicházejí jen tak, svou návštěvu vždycky nějak odůvodní: přišli se zeptat, kolik by mohli dostat na telefon, který si nedávno koupili, ale zrovna ho nemají s sebou; zda by nebyl zájem o nějaké vybavení domácnosti; nejsou si jistí, zda mají všechno řádně prodloužené, protože se jim zdá, že ztratili nějaké smlouvy a tudíž si to nemohou sami zkontrolovat; nebo prostě jdou náhodou okolo a přišli jen tak pozdravit. Takové návštěvy, ač se mohou zdát na první pohled zbytečné, rozhodně nejsou bezúčelné. Klient, který jde náhodou okolo, opravdu může přijít jen tak pozdravit, ale důvod jeho „náhodné“ návštěvy je spíš snaha navázat nebo rozvíjet přátelský vztah, protože předpokládá, že dobré vztahy „se zastavárnou“ mu později mohou být ku prospěchu při vyjednávání podmínek. Není proto nic neobvyklého, když se některý z kolemjdoucích klientů zastaví na kus řeči nebo se zeptá na nějakou banalitu, která je spíše takovou záminkou k návštěvě. Pokud po čase nabyde dojmu, že už patří „k známým“ a neváhá toho při jednání využívat. Odvolává se přitom na domnělé přátelské vztahy, dlouhodobou známost, nebo na nejrůznější „zásluhy“:

„musíš mi vyjít vstříc, jsi přece kamarád“; „snad mi věříš, známe se už tak dlouho“; „můžeš zase někdy přijít na kafe“; „hele, příští měsíc pořádáme oslavu narozenin, tak jsi samozřejmě zvanej“atp.

Když je úspěšný a daří se mu usmlouvat lepší cenu či vstřícnější podmínky, jeho pověst, že „umí mluvit“ se časem roznese a postupně se na něj začnou obracet lidé z jeho okolí a žádají, aby jim pomohl s řešením jejich problémů. Můžou mít třeba propadlou zástavní smlouvu nebo chtějí odkoupit své nedávno propadlé zástavy, případně chtějí vyjednat nějakou slevu z úroků a obávají se, že by to sami nezvládli. Nebo prostě věří, že ten, kdo „umí mluvit“ to zvládne lépe než oni, jak se pokusím ukázat na příkladu Rudolfa.

Rudolf

Rudolf je asi šedesátiletý místní Rom³⁵ a bazar navštěvuje od samého počátku. Pochází z poměrně početné rodiny, která je ve městě usazena přibližně od padesátých let. Byl mezi těmi, kteří se jako první aktivně dožadovali rozšíření služeb bazaru o půjčování peněz a vlastně tak iniciovali vznik zastavárny. Známe se již přes dvacet let, takže dovolávat se zvláštního přístupu a zacházení z důvodu dlouholeté známosti je v jeho případě asi opravdu namístě. Málokdy přichází sám, obvykle ho doprovází manželka nebo některý z jeho synů, případně přijde jako procesí celá rodina, i když záležitosti, kvůli kterým do zastavárny přišli, vyřizuje především on sám. Manželka, která se vlastně také považuje za známou, mu víceméně jen přizvukuje a podle vlastní úvahy ho podporuje verbálně i gestikulací. Někdy přijde sám, objeví se jen tak, i když nic nechce nebo nepotřebuje. Jen pozdraví, poptá se „jak to jde“, případně položí nějaký bezvýznamný dotaz, který má spíše konverzační charakter. Zdánlivě tahle interakce působí dojmem, že přichází příležitostně pozdravit a přitom se zeptat na stav svých dluhů nebo něco nabídnout k odkoupení, ve skutečnosti je však pravým účelem těchto „jakoby náhodných“ návštěv spíš udržování a rozvíjení dobrých

³⁵ Klient, který navštěvuje zastavárnu pravidelně, Jeho jméno (stejně, jako jména dalších aktérů) je z důvodu zachování anonymity změněno.

vzájemných vztahů. Svého postavení „známého“ pak také dokáže při každé příležitosti využívat. Zpočátku se při vyjednávání dovolával naší dlouholeté známosti zejména tehdy, když si přicházel vyzvednout nějakou dávno propadlou zástavu, u které si usmlouval odložení stranou, že si ji vyplatí „až bude mít peníze“. Za tu dobu by ovšem na úrocích zaplatil tolik, že již přestalo mít smysl o nich uvažovat nebo je propočítávat a vymýšlet slevu. Jednodušší je stanovit o něco málo nižší cenu, než by byla cena prodejní a nabídnout mu, že za tuhle relativně výhodnou cenu, si může své věci odkoupit. Přestože i takhle stanovená cena značně převyšuje původní vypůjčenou částku, je přece jen o dost nižší, než kolik by činil dlužný úrok a také nižší, než za kolik by se dané věci nabízely ke koupi dalším zákazníkům. A v tu chvíli se Rudolf plně položí do své role a začíná smlouvat. Jeho repertoár je poměrně bohatý, ale věty, které používá, jsou pokaždé velmi podobné: *„Tohle přece nemyslíš vážně, že ti dám! Podívej se, kolik jsem měl půjčeno, to jako mám o tolik přeplatit? Ty ses asi zbláznil, ne? Tohle ti nikdy nedám, to si nedělej srandu! Tak mi udělej nějakou cenu, ale rozumnou, já si to postupně všechno vyplatím! Když mi to necháš na splátky, za chvíli to vezmu všechno. Každý měsíc ti budu tady nosit nějakou částku, dokud to nebude všechno vyplacené. To mi stejně musíš nechat, nemůžeš to nikomu prodat, tohle je v naší rodině už spoustu let. A stejně to nikdo nekoupí, všichni Cigáni tady vědí, že je to moje a že by to nemohli nosit. Hele, udělej mi cenu, vždyť se známe tak dlouho. I tak vyděláš dost...“* A takhle smlouvá pořád dokola, dokud nedosáhne aspoň částečně přijatelného výsledku v podobě nějaké slevy. Když se nakonec po dlouhém smlouvání domluvíme na určité částce, kterou by měl postupně splatit, i tak se ještě pokouší o další úlevu: *„Hele, ty říkáš tolik a já zas tolik, takhle se ale nepohnem z místa... Tak uděláme kompromis a dohodneme se na půlce. Ať není po mém ani po tvém, co říkáš? Tak co, domluvíme se?“* S ohledem na minulé zkušenosti s Rudolfem a s jeho způsobem smlouvání s tímhle vývojem událostí už dopředu počítám, takže nějaký prostor pro menší slevu vždycky ještě je. Podle nepsaných pravidel smlouvání je v téhle fázi vhodné dělat ještě chvíli drahoty, a nakonec se naoko podvolit a nabídku přijmout. Dřív jsem očekával, že po uzavření dohody vytáhne Rudolf peníze a něco zaplatí – aspoň třeba nějakou zálohu, aby toho příště neměl k placení tolik, ale k placení většinou nedojde. . Brzy mi došlo, že Rudolfova

návštěva a jeho usilovné smlouvání často nemá jiný cíl, než domluvit podmínky do budoucna, pro chvíli, kdy, jak očekává, *bude* mít peníze, což obvykle bývá termín výplaty důchodu nebo sociálních dávek někoho z rodiny. Platnost téhle pracně dosažené domluvy splátek ovšem většinou vydrží jen do první návštěvy po výplatě, kdy *opravdu* peníze přinese a zaplatí zálohu nebo vyplatí některou z domluvených, většinou již dávno propadlých zástav. Pak následuje období „ticha“, kdy sice zastavárnu pravidelně navštěvuje, ale k placení se nemá. Přijde jen tak pozdravit nebo si popovídat nebo si dokonce znovu vypůjčit, ale na prve domluvené splátky jako by úplně zapomněl. Po připomenutí jen přikývne, že o tom samozřejmě dobře ví, že s tím počítá. Málem uraženě se ohradí, že na nic nezapomněl: „*Přece jsme se domluvili, o to se vůbec neboj, donesu to hned, jak budu brát.*“ Ale teď prý zrovna není vhodná doba na splácení, protože peníze nepřišly v očekávané výši. Nebo nepřišly vůbec: „*Na úřadě nám to zase zblbli, teď jsme měli dostat doplatek za bydlení (nebo za elektriku nebo za cokoliv jiného, případně také dosud nevyplacené sociální dávky za nějaké minulé období), ale peníze prostě nepřišly. Ale já slovo dodržím, máme spolu tu dohodu, já o tom vím, celková cena je napsaná tady v papírech, já s tím počítám, můžeš se spolehnout, že to příště doplatím.*“

Rudolf jistě není jediný, kdo ovládá umění smlouvat a kdo tuhle dovednost využívá v zastavárně k tomu, aby si trochu vylepšil pozici a ušetřil na poplatcích za půjčku nebo aby o trochu výhodněji nakoupil či prodal. Ale Rudolf využívá svého daru výmluvnosti i jinak. Brzy poté, co jeho známí zjistili, že dokáže nejen usmlouvat cenu, ale dokonce zařídit za rozumné peníze odkoupení již propadlých zástav (tedy v případě, že jsou fyzicky ještě k dispozici), začali se na něj obracet se žádostmi o pomoc. Když přišel do zastavárny již poněkolkáté v doprovodu jiných klientů (resp. doprovázel on je) a pokoušel se za ně vyjednat o něco příznivější podmínky, začal jsem se zajímat o podrobnosti. Brzy jsem zjistil, že se ujímá hlavně takových klientů, kteří si opakovaně vypůjčovali, teď mají současně několik zástavních smluv, které nezvládají splácet, a protože nedají dohromady ani peníze na prodloužení, obávají se, že o své věci přijdou. To se v zastavárně stává celkem běžně a není na tom nic neobvyklého. Pokud klient půjčku nevrátí v domluveném termínu nebo pokud v takovém případě nezaplatí prodloužení termínu, jeho zastavený majetek propadne.

Pokud ale projeví snahu svou situaci řešit, třeba tak, že se včas pokusí nějak se domluvit na splátkách nebo na mírném (třeba i neplaceném) posečkání v řádu dnů až týdnů, obvykle takové žádosti rád vyhovím. Mnozí ale takové domluvy nejsou schopni, lépe řečeno příliš si v tomhle ohledu nevěří a domnívají se, že takové vyjednávání je pro ně příliš komplikované. Když se doslechnou, že Rudolf umí dobře vyjednávat, a že dokáže v zastavárně ledacos zařídit, najednou vidí možnost, jak zachránit svoje zastavené věci, s jejichž ztrátou (z důvodu propadnutí) se již pomalu smířili. Rudolf je v okruhu lidí, kteří navštěvují zastavárnu poměrně dobře známý, takže je přirozené, když se na něj někdo obrátí s žádostí o pomoc. Zpočátku kvůli pomoci při vyjednávání doprovázel jen své příbuzné, ale časem se jeho aktivita i frekvence návštěv zvýšila. Když jsem se zajímal, proč pomáhá vyjednávat podmínky i lidem, kteří podle mého názoru s jeho rodinou nemají nic společného, namítl, že i oni jsou jeho příbuzní a přidal vysvětlení, že ve zdejší romské komunitě je nějaký, byť třeba vzdálený příbuzenský poměr víceméně mezi všemi. Přitom ukázal, že se v příbuzenské terminologii dokáže výborně orientovat a dotyčného, s nímž přišel, hned zařadil na konkrétní příbuzenskou pozici.

Protože mě jeho aktivity zaujaly, začal jsem se zajímat o další podrobnosti. Především o to, komu pomáhá a za jakých podmínek. Navzdory jeho tvrzení o příbuzenské výpomoci jsem tak docela nevěřil, že všichni, se kterými přichází, patří mezi jeho příbuzné. Také jsem měl podezření, že jeho pomoc není úplně nezištná, i když tahle okolnost by nejspíš nijak neovlivnila moje rozhodování, zda mu vyhovět či ne. Když jsem se pokusil zavést s ním na tohle téma řeč, nejprve tvrdil, že za svou pomoc nic nedostává a že to dělá jen proto, aby pomohl svým příbuzným či dobrým známým, kteří se dostali do nepříjemné situace. Potom ale připustil, že to tak docela nezištné není a že jeho profit z takových transakcí je vlastně dvojího druhu: finanční a sociální. Pokud se mu podaří docílit nějaké slevy, nezdráhá se od dotyčného přijmout odměnu, jejíž výše se odvíjí od částky, kterou se mu podaří smlouváním ušetřit. Nebývá to moc, obvykle se taková odměna pohybuje v řádu několika desítek až maximálně stovek korun. Daleko důležitější je ovšem ta druhá, nepeněžní část jeho odměny, kterou označím jako *sociální benefit*: s každou transakcí, kterou se mu podaří úspěšně dojednat, roste v místní komunitě jeho prestiž jako člověka, který

„umí zařídit věci“. A to je pro něj z dlouhodobého hlediska daleko důležitější, než přímý finanční zisk, který není vysoký a někdy je spíš symbolický, jako například krabička cigaret. Bez nadsázky se dá říct, že Rudolf dokáže své schopnosti zúročit v maximální možné míře. Umí plně využít svou známost v zastavárně, kterou ovšem nezískal jen tak náhodou, ale dlouhá léta ji cílevědomě budoval. K tomu si nejspíš uvědomil, že má nadání k vyjednávání. Otázka, kde se u něj tohle nadání vzalo, je sice zajímavá, ale budu ji muset nechat stranou, protože odpověď bych na ni hledal nejspíš marně. Mnohem zajímavější mi připadá, že se jedná o cílevědomě posilovanou dovednost. Tedy něco, na čem vědomě pracoval a co rozvíjel s představou o konkrétním využití i o cíli, kterého by chtěl dosáhnout.

Není to dlouho, co přišel do zastavárny v doprovodu starší romské ženy. Dobře jsem ji znal, jako klientka zde rozhodně nebyla poprvé, ale nikdy předtím mě nenapadlo, že by byla s Rudolfem nějak spřízněná.

„Hele, tohle je moje švagrová, prý tu má nějaké nedoplatky nebo co... Nešlo by to nějak zařídit? Zarazila tu pár věcí, teď to už má nějakou dobu propadlé. Ona to chtěla vybrat, ale nepřišly jí dávky a pak musela zaplatit nájem a tak, měla prostě fůru placení, znáš to. Na tohle jí nezbylo, má tu těch půjček víc a tak jí to narostlo, že tu teď dluží fůru peněz za prodloužení. Hele, to je ale strašně moc, na to ona mít nikdy nebude, nějak jí to udělej, aby jí to nepropadlo. To jsou starý rodinný věci, to nemůže nechat propadnout, to nejde, aby to pak nosil někdo jinej... Hele, tak s tím něco udělej. V první řadě jí musíš zastavit úroky, aby už se to dál nezvyšovalo, a pak uděláme nějakou dohodu. Domluvíme cenu, za kterou si to odkoupí, bude ti to sem postupně pravidelně nosit, jako splátky, dokud to celý nesplatí. Pak jí to teprve vydáš, jo? Můžeme domluvit nějakou celkovou částku jako na odkup, jo? Musíš jí to takhle udělat, jinak o to přijde a to by nepřežila. Ona by se s tebou domluvila sama, ale stydí se sem jít, tak mě požádala, abych šel s ní a pomohl jí to dojednat. Vždyť se známe, já se za to zaručím, můžeš mi věřit, že do měsíce, maximálně do dvou to bude splacený... A když to nedodrží, tak to pak klidně prodej.“

Monika

Monika si vždycky půjčuje co nejvíc.³⁶ Na tom by nebylo nic divného, mnoho klientů si chce půjčit co nejvíc. Také to dávají najevo a na dotaz kolik chtějí půjčit, odpovídají „kolik nejvíc můžete“. Někdo přijme vyřčenou nabídku, jiný se snaží trochu licitovat a smlouvat, aby dostal víc, ale nakonec obvykle bez většího dohadování přistoupí na jakýsi kompromis. Monika je ale jiná. Nikdy se nespokojí s tím, co jí nabídnou, vždycky chce víc. Víc, než běžně dostávají ostatní. Je pravda, že většinou zastavuje takové věci, o které by byl mezi zákazníky zájem. Hlavně mezi romskými zákazníky – Monika nosí do zastavárny právě takové prsteny, náušnice, madonky a další věci, které by ostatní Romové rádi vlastnili a rádi by je také koupili, pokud by tyhle věci byly k mání. To si Monika velmi dobře uvědomuje. Když dostane v rámci uzavírání zástavní smlouvy nabídku, která už i tak v přepočtu za gram převyšuje cenu, kterou by dostal kdokoliv jiný, vždycky začne lamentovat a hlasitě se dožadovat vyšší částky. Když se jí nabídne tisíc, chce patnáct set. Když patnáct set, chce dva tisíce. Téměř nikdy přitom nemluví klidně, používá nejrůznější přesvědčovací způsoby, přičemž všechny mají společné to, že jsou velmi výrazné a velmi hlasité. Začne třeba tím, že: „*Tyhle náušnice mám po mámě, to víš, ne? Ty bych tu nikdy nenechala. Ty vyplatím, peníze prostě seženu, i kdybych měla kvůli tomu někoho zabít*“. Protože tím mě většinou příliš nepřesvědčí, pokračuje dál: „*Vždyť víte, že posledně jsem si je taky vybrala a platila jsem mnohem víc, když jsem si je vybírala. I kdybych měla přeplatit třeba třikrát tolik, vždycky si je vyberu, to je snad jasný. Kolikrát už jsem je tu měla a nikdy jsem je nenechala propadnout*“. Pak začne vypočítávat, jaký zaručený příjem očekává v blízké budoucnosti: sociální dávky, příspěvek na bydlení, synův výdělek z nárazové práce, ale také třeba rodičovský příspěvek své snachy (o němž ovšem rozhoduje ona sama, jako ostatně o všech důležitých věcech v rodině). „*Je to jen na pár dní, do patnáctýho, pak se mi doma sejde fůra peněz. Budeme teď brát hodně, tak ti to všechno donesu a vyplatím najednou, i ty starší věci, co tady mám. Minulý měsíc to nevyšlo, protože nám na*

³⁶ Klientka, která navštěvuje zastavárnu pravidelně, a o níž jsem se zmiňoval již v kapitole „Hodnota: co to vlastně je?“. Její jméno (stejně, jako jména dalších aktérů) je z důvodu zachování anonymity změněno.

úřadě zblbli dávky, nějak se jim to zaseklo v počítači nebo co, já tomu nerozumím, tak teď to dostanu všechno najednou.“ V další fázi to zkouší s přesvědčováním z hlediska potřeby: že to přece nechce jen tak „na útratu“, ale na nějaký „naprosto nutný“ účel. Je přece úplně jasné, a každý musí pochopit, že děti potřebují jídlo/léky/plenky/sunár nebo cokoli podobného. Nebo že je potřeba *okamžitě* zaplatit nájem: *„Pokud ty peníze nesložím dneska do čtyř odpoledne, tak mě vyhodí z bytu. A kam jako potom půjdu? Ubytuješ mě snad i s dětma u sebe? Prostě mi musíš pomoci, já se jinak obrátit nemůžu...“* Cílem pochopitelně není jen vyvolat soucit, ale také přijmout jakousi spoluzodpovědnost za její finanční potíže. Jako kdyby mezi řádky říkala „tohle si přece nevezmeš na svědomí“. Pokud stále ještě nevidí tendenci jí vyhovět, začne se dovolávat našeho domnělého nadstandardního vztahu a případně i přátelství: *„To mi snad půjčíš, ne, vždyť se známe léta... Jo, a už jsi u nás dlouho nebyl, kdypak se stavíš na kafe? Nebo přijď na oběd, víš, že se u nás pořád něco vaří a ty máš vždycky otevřeno. Jo a na jaře budou křtiny, už to pomalu domlouváme, tak to víš, že jsi taky zvaný...“* V umění přemlouvání je Monika natolik zblblá, že obvykle dosáhne aspoň dílčího úspěchu a podaří se jí domluvit na jakémsi kompromisu. Není to proto, že by byl její dobře zahráný výstup tak přesvědčivý nebo že by se jí snad podařilo vzbudit soucit nebo vyvolat pocit viny, ale pokud musí člověk za pultem snášet její lamentace třeba půl hodiny nebo déle, nakonec se jí rád zbaví, i za cenu určitých drobných ústupků.

Zde se hodí udělat malou odbočku a trochu se zamyslet nad jednáním, které Monika při domlouvání půjčky předvádí. Když jsem přemýšlel o strategii, kterou používá při snaze vypůjčit si co nejvíce a dosáhnout co nejvýhodnějších výchozích podmínek, došlo mi, že se tu ideálním způsobem protínají dva úhly pohledu: provozovatele obchodu a výzkumníka, z nichž každý akcentuje něco jiného. Jako provozovatel vnímám její vehementní naléhání někdy jako obtěžující a únavné, a tudíž bývám ochoten k určitým kompromisům – víceméně proto, abych se jí zbavil a nemusel její lamentace už dál poslouchat. Jako výzkumník však mohu její jednání analyzovat i z dalšího hlediska: nabízí se otázka, zda není popsáno naléhání, hlasité přesvědčování a nekonečné postávání u pultu součástí jakési její hry. Jako by hrála předem promyšlenou roli v představení, které má jasně stanovený cíl i diváky a je

zřejmé, že je to obsluha zastavárny, pro kterou tohle představení hraje. Ale Monika se v roli režiséra nespokojí s tím, že by něco předváděla *jenom* obsluze. Umí do svého výstupu zakomponovat rodinné příslušníky, kteří ji obvykle doprovází (střídavě to mohou být synové, snacha, manžel, vnoučata, jdoucí po svých nebo se vezoucí v kočárku, případně někdo ze vzdálenější přízně), ale i náhodné zákazníky, kteří se momentálně nacházejí v prostorách obchodu. Nejlépe jí vyhovuje, když jsou někde blízkosti pultu, to může naplno využívat jejich přítomnosti. Tito náhodní zákazníci pak tvoří jakýsi komparz, který se nevědomky účastní děje a Monika může pomocí na první pohled nevinných, ale ve skutečnosti přesně zacílených poznámek stupňovat tlak na obsluhu. Nejspíš si dobře uvědomuje, že její způsob smlouvání (nebo spíš umlouvání) je obtěžující a únavný, a právě toho se snaží svým projevem dosáhnout: unavit a znechutit obsluhu natolik, aby jediným přáním bylo se jí prostě zbavit „za každou cenu“. Vše nasvědčuje tomu, že tuto roli „obtěžujícího klienta“ hraje vědomě, s přesvědčením, že jako stálého a dlouholetého klienta ji nikdo nevyhodí, aniž by byla vůbec obsloužena. Navíc, možná díky předchozím životním zkušenostem, dokáže intuitivně spolehlivě vycítit, kdy pohár začíná přetékat a kdy je tedy potřeba trochu ubrat. Jsou ovšem i další faktory, které ovlivňují úspěšnost jejího jednání, ale o těch nemůže předem vědět. Nemůže například odhadnout, s jakou náladou se na místě setká: v ideálním případě by obsluha sice měla být nestranná a nezaujatá, jednat podle určitých zavedených pravidel a měřit všem stejným metrem; v reálných situacích je to ovšem jinak. Předcházející zákazník mohl například vyvolat nějaký spor nebo se mohl chovat urážlivě, protože neměl se svými požadavky úspěch. Mohl třeba přinést na prodej či do zástavy věc, která byla odmítnuta nebo která nebyla ohodnocena podle jeho představ, a mohl dát svoje rozladění patřičně najevo. Je mnoho způsobů jednání, kterým dokážou zákazníci vyvolat v obsluhujícím personálu rozladění, nevoli nebo dokonce stres – a nemusí to být jen hlasitá argumentace jedné či obou stran, připomínající někdy hádku, zvláště je-li taková výměna názorů doprovázena živou gestikulací. Někdy ale stačí třeba jenom to, že v obchodě byl předtím nával a obsluha je prostě unavená. Ve hře mohou být i osobní problémy nebo třeba jen špatná nálada – to všechno může negativně ovlivnit přístup ke klientovi. Nic z toho Monika nemůže předem vědět. Ale během prvních několika vět to obvykle vycítí a svoje jednání

dokáže perfektně přizpůsobit situaci. Někdy je to ovšem naopak a ona sama přichází do zastavárny ovlivněna nějakou negativní okolností, Pak se chová neomaleně a její naléhání je až příliš vehementní. Tím ovšem proti sobě negativně naladí nebo dokonce popudí obsluhu a ta potom za dané situace nejeví velkou ochotu k přílišnému vyjednávání a už vůbec ne k nějakým nevýhodným kompromisům. Naše interakce nezřídka končí strohým: „*Dostaneš tolik a tolik a buď se s tím spokojíš, nebo běž.*“

Koneckonců, z hlediska zastavárny není nevýhodné půjčovat co pokud možno co nejvíc – čím vyšší je půjčená částka, tím vyšší je pochopitelně úrok. A protože půjčená částka je v každém případě nižší, než za kolik by bylo možné zastavenou věc docela snadno prodat, existuje vždycky ještě rezerva pro případ, že by zástava propadla. Jenže je tu háček: Monika svoje smlouvy zásadně neprodlužuje, resp. při jednání o prodloužení termínu se vždycky pokouší uplatnit veškerý svůj přesvědčovací um a snaží se jakýmkoliv způsobem dosáhnout toho, aby nemusela nic platit – a obvykle se jí to povede.

Standardní postup je takový, že pokud má klient domluvený termín vrácení a následně zjistí, že k tomuto datu nebude ještě mít peníze, musí se osobně dostavit a za období, o které chce smlouvu prodloužit, zaplatit na místě úrok. Takhle prodlužovat (za peníze) může téměř neomezeně dlouho a není výjimečné, že někteří jsou schopni takhle prodlužovat termín vrácení třeba o půl roku. Klienta to stojí nemalé peníze, i když je platí postupně, a tedy po menších částkách. Zato ale má jistotu, že nepřijde o zastavený předmět, který je pro něj důležitý a na němž proto lpí. Obvykle proto, že má k předmětu nějakou citovou vazbu: v případě šperku to může být dárek, památka, nebo třeba dědictví. Neobvyklé ale není ani prodlužování zástavy různého pracovního náradí, což vypadá na první pohled zvláštně. Pro klienta je to poměrně nákladné a v případě prodlužování o delší čas takhle utratí dost peněz třeba za vrtačku, ke které asi těžko může někdo mít nějakou citovou vazbu. Může se ale jednat o náradí, které dotyčný vyfasoval v práci a následně (bez vědomí zaměstnavatele) zastavil. Nemusí ho třeba vrátit hned, ale pokud by ho zaměstnavateli nevrátil vůbec, mohl by se dostat do problémů.

Monika ale nikdy nechodí smlouvu prodlužovat jako jiní, resp. sice přichází, ale neplatí. Vždycky smlouvá. Svým osobitým způsobem, tedy mnohomluvně a

hlavně hlučně přesvědčuje obsluhu, že peníze už jsou na cestě, takže nemá smysl smlouvu „o těch pár dní“ prodlužovat. Že sice „momentálně nemá u sebe ani korunu“, ale: „*Přece mi ještě chvíli počkáš, ne? Tenhle měsíc to už určitě vyberu, byla jsem na sociálce a peníze už mají připravené, říkali, že do konce týdne určitě pošlou šek*“. Ze zkušenosti vím, že si svoje zastavené zlato po částech opravdu nakonec vyzvedne (a obvykle zase zanedlouho zastaví), ale trvá to dlouho – klidně i rok nebo déle. Když jí potom vypočítám, kolik by za tu dobu měla doplatit na úrocích, je částka tak vysoká, že často značně převyšuje cenu, za kterou by bylo možné zastavené věci komukoliv prodat. A snese se další příliv lamentací: „*Ty ses úplně zbláznil, ne? Jak můžeš po mě chtít tolik? To ti v životě nedám tohleto... Nikdo ti to nedá! A neprodáš to! Tady to stejně prodat nemůžeš – moje zlato prostě nemůžeš nikomu prodat. To by tady nikdo nekoupil! Jak to na někom uvidím, strhám to z něj, to všichni vědí. Nebo ho prokleju! Věř mi, tomu fakt věř, to u nás takhle funguje. Nikdo z našich to nekoupí, to ti říkám... Já si to vyplatím, ale řekni si nějakou rozumnou částku, tohle je nesmysl, to ti nedám...*“ Nakonec se podle váhy stanoví určitá oběma stranami akceptovatelná cena a tu musí zaplatit. Obvykle se ještě i potom pokouší něco usmlouvat, ale pokud je při penězích, nakonec zaplatí.

Takový postup se při delší době trvání zástavní smlouvy používá i u jiných klientů zastavárny, obvykle u těch, kteří chodí už tak dlouho a natolik pravidelně, že si na takové zacházení už „vysloužili“ jakýsi nárok. Prodejní cena, za kterou si po čase odkupují nazpět své věci, bývá v takových případech přibližně dvojnásobná, než kolik si půjčili – což je pro ně ovšem výhodnější, než kdyby měli doplatit úrok za celou dobu, po kterou byla jejich smlouva neprodloužená, a věci zůstaly ponechané v úschově, dokud se situace „nějak“ nevyřeší. U Moniky je to ovšem jinak: na začátku si vypůjčí tolik, že rozdíl mezi půjčenou částkou a možnou prodejní cenou už prostě nemůže tak vysoký jako u jiných klientů, a tím, že se mistrně vyhýbá placení prodloužení, vlastně snižuje rozdíl mezi tím, co si půjčila a co musí vrátit. Musím připustit, že tahle její strategie je z hlediska hospodárnosti velmi efektivní, i když vždycky podstupuje určité riziko, že to jednou nevyjde a že její věci budou prodané, až si pro ně jednou přijde. Proti tomu se ovšem razantně brání – její výhrůžné proroctví ve smyslu „*To tady nikdo nekoupí. A když jo, tak toho bude litovat!*“ má

mezi místními Romy docela váhu. Když se na pultě objeví nějaký pěkný kousek zlata, mnozí zájemci se nejprve ptají, komu patřil, a podle toho se rozhodují, zda ho koupí, nebo ne. Proto není radno zmíněné výhrůžky úplně ignorovat – místní by se asi zdráhali její věci koupit, a i když by bylo možné je prodat přespolním, není vyloučené, že kdyby viděla svoje věci vystavené na prodej, neobešlo by se to bez nepříjemné konfrontace.

Když jsem se setkal s výhrůžkou prokletí, bylo pro mě poměrně překvapující, že to účastníci berou opravdu vážně. Prokletí směřovalo k věcem, konkrétně ke zlatým šperkům, u kterých hrozilo propadnutí a mělo zamezit tomu, aby si je někdo z místních Romů koupil. Prokletím je do šperků vložena negativní energie, která pak může způsobit problémy tomu, kdo si je koupí. Højer (2012), který se zabývá zastavárnami v Mongolsku, se také zmiňuje o síle proklínání, přičemž prokletí tady nesměřuje k věcem, ale přímo na osobu zastavárníka, kterého klienti viní z toho, že o svou zástavu přišli. Mongolští zákazníci jsou přesvědčeni o tom, že zastavárna přitahuje neštěstí, jednoduchost procesu vypůjčování může vést k závislosti a také, že věci ze zastavárny mohou v sobě nést negativní energii, proto zde i přes výhodné ceny neradi nakupují (Ibid: 38 a násl.). Během svého pozorování jsem byl mnohokrát svědkem situace, kdy klienti, kterým propadla jejich zástava a prodala se dřív, než si ji stačili opožděně vyplatit či odkoupit zpět nadávali a rozčilovali se, ale jen výjimečně obraceli svůj hněv k majiteli zastavárny. Spíš se zlobili sami na sebe, že si neohlídali termín nebo včas nesehnali peníze na vyplacení zástavy. Pokud chtěli uplatnit nějaké prokletí, nikdy svou kletbu neobraceli k majiteli zastavárny, ale vždy k propadlým věcem, v tom smyslu, aby budoucímu majiteli nepřinesly štěstí. Romští klienti zastavárny se při koupi zlatých šperků často zajímají o to, komu dříve patřily, právě kvůli tomu, aby se vyvarovali případného působení negativní energie, kterou by mohly být takové šperky zatížené.

Když jsem přemýšlel o strategii, kterou Monika uplatňuje při vyjednávání uzavírání půjčky a především při vyzvedávání svých zastavených věcí, uvědomil jsem si, že v mnoha ohledech koresponduje s teorií A. Weiner (1992) o *nezcizitelném vlastnictví*. Weiner při terénním výzkumu na Trobriandských ostrovech narazila na pojem *mapula*, který souvisel s reciprocitou, avšak při bližším zkoumání se jí jevil

jako poněkud problematický. Malinovski, na nějž autorka odkazuje, jej definoval jako protidar nebo ekvivalent daru (Ibid: 24), stejným pojmem ale ostrované označovali i malé dárky, které nikdo neoplácel a hlouběji se tím nezabýval. Podle Mausse, který se o význam *mapula* také zajímal, neslouží tyto malé dárky jen jako předmět směny či odměna za službu, ale vytvářejí též spojenecké vztahy mezi dříve “cizími” lidmi (Mauss, 1999). Na rozdíl od předmětu, který se smění či prodá, patří předmět, označovaný jako *mapula* pořád dárci, ten ale zároveň přijímá určitou zodpovědnost, týkající se např. funkčnosti daru. Pokud dárcce zemře, mohou příbuzní dárcce vykoupit dar zpět, pokud ne, obdarovaný ho může používat až do své smrti. Vlastně tak dochází ke zvláštní situaci, kdy dar sice patří obdarovanému, ale dárcce si nad ním stále ponechává určitou kontrolu, která dokonce v případě úmrtí přechází na jeho příbuzné.

Myšlenka spojování lidí prostřednictvím vlastnictví, směny a reciprocity není nová, dá se vysledovat už v principech lenního systému v raném středověku. Majetkové i osobní vztahy, které tento systém formoval, se dají lépe pochopit právě na pozadí nezcizitelného vlastnictví (Wiener, 1992: 29). Wiener konstatuje, že podle Maina (1875) je hlavní překážkou pro cirkulaci objektů je jejich rozdělení na movité a nemovité věci. Autorka připomíná, že toto rozdělení bylo již od antiky v západním světě natolik významné, že nezcizitelnost nemovitého majetku byla dokonce zakotvena v římském právu, pojetí toho, co je movitý a nemovitý majetek bylo ovšem značně odlišné od toho, co pod těmito pojmy známe dnes. Za nemovitý, resp. *nezcizitelný* majetek se v období antiky považovalo kromě půdy i to, co bylo uloženo v truhlách (zvláště látky), ale také otroci, volí, výrobky z drahých kovů a šperky, zatímco movitý majetek představovalo především drobnější hospodářské zvířectvo, i když tato dichotomie nebyla rigidní a v různých historických dobách i místech se lišila. Ale navzdory všem proměnám obecně panovalo přesvědčení, že majetek, který nezpochybnitelně patří patrilinii či klanu, je považován za hodnotnější než ten, který není dědičný, a který se tudíž může volně směňovat. Když Weiner srovnala s tímto západním pojetím *mapulu* trobriandských ostrovanů, došla k názoru, že se jedná možná o složitější, nicméně ne úplně neobvyklý příklad toho, jak předměty darovat a přitom si je udržet ve svém vlastnictví, resp. neztratit nad nimi určitou kontrolu.

Autorka namísto pojmů movitý a nemovitý majetek používá termínů *zcizitelný* a *nezcizitelný*, jednak proto, že je považuje za univerzálnější, ale hlavně kvůli zdůraznění, že přenosnost (*portability*) není vůbec rozhodující kritérium (Weiner, 1992: 33). To, co dělá předmět nezcizitelným, je jeho jedinečná kumulativní identita, související s linií určitých vlastníků v průběhu času. Historie takového předmětu je ověřena pravdivou či fiktivní genealogií, mýty o původu, a může být spojována s posvátnými předky nebo bohy. V tomto smyslu se nezcizitelný objekt stává transcendentní cenností a jako takový musí být ochraňován před vším, co by mohlo zapříčinit jeho ztrátu. Idea nezcizitelného vlastnictví nezankla ani v době industrializace a nástupu kapitalismu, ale došlo k proměně, a funkci nezcizitelného vlastnictví převzaly například dědičné šlechtické tituly a nejrůznější cenné umělecké předměty nebo šperky. Weiner připomíná, že každý osobní majetek zakládá intimní spojení s majitelem a proto má pro něj nejen materiální, ale také jistou emocionální hodnotu. Zastává však názor, že existuje ještě zvláštní druh majetku, jehož prestižní původ, dědičnost, propojení s božstvy, či s dávnými předky, je základem autority nebo vysokého sociálního statusu a činí ho odlišným od jiného majetku, byť podobného druhu. Významnost takových předmětů v průběhu času roste, jejich hodnota je pak mnohem vyšší, než hodnota jakýchkoliv podobných a vlastník je začne považovat za nenahraditelné – *nezcizitelné*. Zatímco běžné předměty mohou mít nepatrnou či velmi vysokou hodnotu a přitom mohou volně cirkulovat v koloběhu směny, předměty, považované za nezcizitelné jsou z této směny vyloučeny, protože mají pro majitele spíš absolutní, než směnnou hodnotu. (Weiner, 1992: 37).

Když budu aplikovat poznatky A. Weiner na prostředí zastavárny, ukazuje se, že některé interakce začnou dávat smysl právě tehdy, když na ně pohlédneme prizmatem teorie o nezcizitelném vlastnictví. Uvědomil jsem si, že situace, kdy je někdo okolnostmi přinucen dát do zástavy předmět, který má povahu nezcizitelného vlastnictví, není výjimečná. Způsob vyjednávání půjčky je ale v takovém případě v mnohém odlišný, což je dost dobře patrné na výše uvedeném příkladu Moniky. Pokud je nucena dát takový předmět do zástavy, je odhodlána použít veškeré své schopnosti k tomu, aby si nad ním udržela kontrolu a aby jej po čase opět získala

zpátky. V jejím případě se konkrétně jednalo o zlaté náušnice, o nichž tvrdila, že se v její rodině předávají již několik generací.

Vybavil jsem si, že nejen ona, ale i další, klienti přinášejí do zástavy šperky, které nikdy nenechávají propadnout, respektive v případě, že je nedokážou včas vyplatit, snaží se své věci vykoupit zpět. Jedná se vždycky o určité typy zlatých šperků, které jsou něčím charakteristické: například Romové přinášejí šperky, jejichž součástí je zlatá mince (dukát), ať už jsou to prsteny, náušnice, či přívěsky, označují je jako *galby*. Dalším typem šperků, o které za žádnou cenu nechtějí přijít, jsou náušnice, které vypadají jako rozpůlená koule s háčkem na zavěšení do ucha a obvykle jsou dost velké, mívají průměr přibližně jeden a půl až dva a půl centimetru. Takové náušnice nazývají *bešiky*. Posledním typem šperků, nad nimiž se za každou cenu snaží udržet kontrolu, jsou mohutné zlaté prsteny, dámské i pánské, které oni sami označují jako *cigánské zlato*. Jde většinou o zakázkově vyráběné šperky, dámské prsteny bývají oválné, několik centimetrů dlouhé, překrývající obvykle kloub prstu, někdy se zakomponovanou mincí, jindy jen s nějakou rytinou či s výrazným kamenem. Pánské prsteny jsou většinou hranaté („kostky“), mohutné, často s koňským motivem (podkova, hlava koně, apod.) nebo s logem, odkazujícím k některé luxusnější automobilce jako Mercedes nebo Audi. A nakonec také mohutné zlaté destičky k zavěšení na řetízek, často s laserem provedeným portrétem. Takové přívěsky mají zvlášť výsadní postavení hlavně v případě, že ten, jehož podobenka je na destičce, již zemřel – pak je šperk považován za důležitou památku. Stává se vlastnictvím, jehož se majitel v žádném případě nechce vzdát a i když ho okolnosti přinutí ho dát do zástavy, bude vždy usilovat o jeho navrácení.

Když někdo použije některý z výše popsaných předmětů jako zástavu půjčky, nezapomene většinou připomenout, že má svou historii, je v rodině dědičný a hned zdůrazní, že *nesmí* za žádnou cenu propadnout. Historie o dědičnosti může být někdy smyšlená,³⁷ ale nikdy mě nenapadlo, abych takové tvrzení zpochybňoval. Nadto není vůbec důležité, zda se opravdu jedná o dědičný rodinný majetek či nikoliv, ale jak se to jeví těm, kteří takový předmět vlastní a dávají ho do zástavy. Stává se, že i když

³⁷ Několikrát mi dotyčný sám sdělil, že zlatý šperk koupil například poté, když se mu zdařilo a v herně vyhrál větší částku. Přesto když jej přinesl později zastavit, prohlašoval o něm, že se u nich v rodině dědí a proto ho určitě nenechá propadnout.

není v pravém smyslu dědičný (majitel ho po nikom ho nezdědil, ale přišel k němu jiným způsobem – například koupí), předmět se pro něj z nějakého důvodu stal tak důležitým či ceněným, že si k němu vytvoří pouto natolik silné, jako by *opravdu* dědičný byl. Pokud takový šperk zastaví, rozhodně o něj nechce přijít a nenechá ho propadnout. Když nemá peníze na vyzvednutí, snaží se vždycky domluvit a použije všechny způsoby vyjednávání, aby si nad zastaveným předmětem udržel kontrolu a dostal jej zpět. Zaručený způsob, jak neztratit k zastavené věci vlastnické právo, je opakované prodlužování termínu vrácení. V případě, že smlouvu z nějakého důvodu neprodlouží a předmět je přece jen dán do prodeje, snaží se usmlouvat rezervaci a domluvit se na jeho odkoupení, většinou pomocí splátek s tím, že ho dostane, až splatí celou domluvenou částku, což někdy může trvat dost dlouho – často jsou to měsíce, výjimečně i roky. I když mu předmět vlastně už nepatří, pořád si tak nad ním udržuje kontrolu a jedná tak, jako by mu stále patřil a byl jen *dočasně* v držení někoho jiného.

Často se setkávám s tím, že šperk, který mám v paměti spojený s konkrétní osobou, přinese zastavit někdo jiný. Ale i ten, kdo si takový předmět vypůjčí, aby ho mohl použít jako zástavu, uznává jeho jedinečnost a respektuje význam, který má pro majitele. Ten jej považuje za „nezcizitelný“, protože pro něj má nejen materiální, ale zároveň symbolickou a emocionální hodnotu. Proto při takových výpůjčkách hraje důležitou roli příbuzenství – majitel by takový šperk nikdy nepůjčil někomu mimo okruh rodiny, ale jen příbuzným. Pro ně může být takto projevená důvěra v jistém smyslu pocta, ale v každém případě představuje také vážný závazek, protože vypůjčený předmět za žádnou cenu nesmějí nechat propadnout a musí ho vrátit tomu, od koho si jej vypůjčili.

Když jsem přemýšlel o tom, proč člověk někomu půjčuje pro něj tak důležitý předmět a souhlasí s tím, že poslouží jako zástava, i když vlastně nemá úplnou jistotu, že ho dotyčný opravdu vyplatí a vrátí, dospěl jsem k závěru, že v pozadí takové výpůjčky stojí zájem posílit skupinovou soudržnost. Šperky, které jsou v rámci komunity považovány za „nezcizitelné vlastnictví“ jsou půjčovány (a vraceny) a tím plní důležitou funkci, jíž je udržovat společnost pohromadě. Weiner (1992) označuje jako nezcizitelné takové předměty, které mají zvláštní status a pomáhají urozeným rodinám udržet respekt a podporují jejich sebevědomí, povědomí o sounáležitosti a

obvykle také o výjimečném postavení rodiny v rámci společnosti. Bývají dědičné a mohou mít svou historii, která se v rodině spolu s nimi předává z generace na generaci. Rodina se je snaží udržet mimo koloběh směny, protože jejich symbolický význam je pro rodinu mnohem větší, než cena, kterou by získala prodejem (Ibid: 36). A v případě klientů zastavárny hrají takovou roli právě výše popsané zlaté šperky, které jejich majitelé pokládají za „nezcizitelné vlastnictví“ ve smyslu, jak o něm hovoří A. Weiner. Nejen že potvrzují určitý sociální status majitele a zajišťují mu úctu a respekt ostatních členů široké příbuzenské sítě, ale to, že předmět v rámci této sítě nechají kolovat a zároveň nad ním neztratí kontrolu, má pozitivní vliv na soudržnost a uvědomování si vzájemného propojení celé skupiny. Velmi důležitou roli zde hraje závazek, který vypůjčitel přijímá spolu s vypůjčeným předmětem, pocit skupinové solidarity a vzájemné důvěry.

Když se vrátím k případu Moniky a k její strategii udržet si kontrolu nad šperky, které pro ni představují nezcizitelné vlastnictví, dostávám se k další souvislosti. Zatímco její výhrůžné proroctví se dá chápat do jisté míry jako nadsázka a je málo pravděpodobné, že by se vyplnilo je tu ještě druhý, ryze praktický důvod, proč ji vyjít vstříc a hledat nějaké kompromisní řešení, přijatelné pro obě strany: pokud bychom její zlaté šperky prodali, neměla by co nosit do zastavárny. A jako klientka, která je zvyklá pravidelně si v zastavárně vypůjčovat, nedá se očekávat, že změní své návyky jen proto, že přišla o své šperky, které se zastavují tak snadno. Jistě by do zastavárny chodila dál, ale na základě předchozích zkušeností se dá předpokládat, že pak bude nabízet věci, které jsou z hlediska záruky za půjčku mnohem méně výhodné, než šperky – například elektroniku, náradí nebo dokonce různé vybavení domácnosti. Protože se ukazuje, že nedokáže vyjít se svým pravidelným příjmem a chodí si půjčovat opakovaně a poměrně často (někdy i dvakrát či třikrát během měsíce), nabízí se otázka, co by Monika dávala do zástavy, kdyby přišla o své zlaté prsteny, náušnice a další šperky, na které je vždy hladce poskytnuta půjčka. Nejspíš by pak nosila do zástavy elektroniku, což v jejím případě znamená televizi a několik mobilních telefonů, kterými rodina disponuje. Také by pravděpodobně nabízela jako zástavu různé vybavení domácnosti, což ovšem nejsou předměty, které by byly v zastavárně vítané. Porcelánový kávový servis, nábytek, či

nejrůznější dekorační předměty jistě mají svou hodnotu, ale jako zástava nejsou příliš vhodné, ať už kvůli velkým rozměrům nebo kvůli riziku možného poškození při manipulaci. Proto je z hlediska zastavárny mnohem lepší umožnit Monice, aby si s určitou penalizací vyzvedla své věci i po termínu, případně ji nechat odkoupit i ty, které nechala propadnout, a které má obvykle v zastavárně odložené stranou. Zastavárna tak sice přijde o zisk, který by v případě prodeje propadlých věcí byl o něco vyšší, než když si je vyplatí původní majitel, ale na druhou stranu tenhle postup zabezpečí, že se nepřeruší cirkulace věcí a peněz mezi klientem a zastavárnou. Takoví klienti, jako Monika nosí své věci do zastavárny opakovaně, obvykle v pravidelných intervalech a pokud se zastavený cenný předmět vrátí do jejich rukou, ať už proto, že si jej vyzvednou v domluveném termínu nebo proto, že se jim potom umožní odkoupení, je téměř jisté, že tu samou věc zanedlouho přinesou opět zastavit, z čehož zase bude plynout zisk ve formě úroku.

Adam

Adam také chodí do zastavárny pravidelně, ale na rozdíl od Moniky patří k bezproblémovým zákazníkům. Z hlediska zastavárny by se dalo bez nadsázky říct, že Adam je vzorný klient. Přijde si pro půjčku, do zástavy nabídne přiměřené množství zlatých šperků a řekne si, kolik potřebuje. Požadovaná suma je obvykle v souladu s cennostmi, které nabízí jako záruku, a pokud ne, nějaký kousek zlata přidá tak, aby váha odpovídala. Vždycky si půjčuje najednou tolik, aby mu peníze vydržely na celé období, které potřebuje půjčkou pokrýt. Pokud si půjčuje víc a na delší dobu (např. na měsíc), je to pro zastavárnu docela výhodné, protože se tak eliminuje jak byrokracie, tak i zbytečná manipulace se zastaveným předmětem. Když si klient vypůjčí jen na týden, pak si svou zástavu vyplatí a za pár dní si přijde vypůjčit znovu, je s ohledem na opakované uzavírání smlouvy celý proces mnohem pracnější, protože se musí nejen napsat nová smlouva, ale i překontrolovat, převážít a uložit zastavovaný předmět, smlouvu zaevidovat do účetnictví a založit na příslušné místo. Proto je snaha zvýhodňovat zákazníky, s nimiž „není tolik práce“, a mírným snížením

poplatku za půjčku je motivovat k tomu, aby si půjčili pokud možno co nejvíc (samozřejmě s tím, že jejich požadavek bude v souladu s hodnotou věci, kterou nabízejí do zástavy) a na co nejdelší období. Při uzavření smlouvy na měsíc se proto klientovi o čtvrtinu sníží úrok, jako odměna za menší pracnost. A pokud vypůjčená částka překročí určitou hranici, úrok se sníží dokonce o polovinu. To je právě případ Adama. Snaží se půjčit si pokud možno takovým způsobem, aby splnil podmínky pro poskytnutí co největší slevy. Adam nikdy nesmlouvá. Jak jsem se již zmínil, přijme vždycky nabídku tak, jak je mu předestřena a pokud se mu nabízená částka zdá malá a potřebuje půjčit víc, přidá na váhu další kousek zlata. Stejně tak o úrocích nediskutuje a nesnaží se, tak jak to někteří dělají, smlouvat a přesvědčovat obsluhu že „je to moc“. A podobně jedná, když má půjčku vrátit. Pokud ví, že k danému termínu ještě nebude mít peníze, přichází s předstihem několika dní s požadavkem na prodloužení splatnosti. Ví, že tohle prodloužení je potřeba předem zaplatit a obvykle si dokáže spočítat, kolik to bude dělat, takže peníze mívá přesně připravené. Ani se nepokouší smlouvat, i když pokud by o nějakou dodatečnou slevu požádal, jistě by uspěl. Je to bezproblémový a v jistém smyslu vlastně ideální klient – a z těchto důvodů je velmi vážený a v zastavárně vítaný. Proto je vhodné jako projev dobré vůle nabídnout mu někdy mírnou slevu či drobný ústupek proti obvyklým pravidlům. Pokud je mu při prodlužování smlouvy poskytnuta menší sleva nebo je mu odpuštěn doplatek, když se o pár dní opozdí s vyzvednutím, přijímá to s vděčností, ale nepokouší se udělat z toho pravidlo, ani s tím napříště nepočítá jako se samozřejmostí.

Strategie jednání Moniky a Adama

Příklady Moniky a Adama vlastně představují dva krajní případy: na jedné straně poměrně obtížného, a na druhé straně bezproblémového klienta. Mezi tím se samozřejmě rozprostírá široká škála všech možných typů, přičemž není bez zajímavosti, že ten samý zákazník může střídavě naplňovat charakteristiku obou extrémů – někdy přijme dané podmínky bez protestů či pokusů o smlouvání, jindy je

naopak připraven vehementně smlouvat a vynaložit značné úsilí, aby získal byť i jen malou výhodu. Když si uvědomím, že půjčka v zastavárně je pro Moniku a Adama patrně jediná možnost, jak získat potřebnou hotovost, nemá smysl považovat tuto půjčku za projev nevalné finanční gramotnosti, protože samotný fakt, že si přišli vypůjčit do zastavárny, nemá příliš velkou vypovídací hodnotu.³⁸ Mnohem zajímavější je zaměřit se na to, jaké strategie tito dva klienti volí, aby aspoň částečně redukovali výdaje, které jsou s půjčkou spojené. Jeden vyjednává podmínky aktivně a využívá každé příležitosti, aby obrátil věci ve svůj prospěch, zatímco druhý se k celé transakci staví spíše pasivně. Ale pasivita, aspoň v případě Adama, ještě nemusí znamenat, že by se o svoje postavení nezajímal a nesnažil se ho nějak vylepšit. Jak jsme viděli, Adam sice není při vyjednávání podmínek tak hlučný a neodbytný jako Monika, ale potichu a bez teatrálních výstupů využívá nabízených slev a nakonec dosáhne podobného cíle jako Monika: půjčí si levněji.

Adam využívá možnosti dosáhnout slevy z úroků tím, že si půjčí větší částku na delší čas. Jeho jednání je cílené a promyšlené, dokáže velmi dobře posoudit výhodnost či nevýhodnost nabídky, která je mu předestřena, čímž dává jasně najevo, že dokáže přemýšlet o penězích a uvědomuje si nejen své potřeby, ale i možnosti, které v dané situaci má. Umí vyhodnotit, zda je pro něj výhodnější půjčit si méně a zaplatit úrok v plné výši nebo si raději půjčit víc na delší dobu a docílit tak určité slevy. Po zvážení všech alternativ dochází k tomu, že v obou případech zaplatí za půjčku přibližně stejně, ale ve druhém případě bude mít k dispozici víc peněz, proto častěji volí tuto možnost, protože ji posoudí jako výhodnější.

Monika uvažuje úplně jinak a její strategie se od té Adamovy podstatně liší, nakonec však i ona dosáhne svého cíle, a možná s lepším výsledkem, než Adam. Dokáže poměrně dobře posoudit situaci a nebojí se riskovat, že se její včas nevyzvednuté cennosti mezitím prodají. A protože její odhad většinou vyjde, výsledkem bývá určitá úspora nákladů oproti situaci, kdyby jako běžný klient průběžně platila za prodloužení smlouvy. Vzhledem k tomu, že prodejní cena nesouvisí s tím, kolik si předtím vypůjčila, ale vychází z hodnoty šperku a odvíjí se

³⁸ Jak jsem již poznamenal v předchozím textu, půjčka v zastavárně není jistě *jediná* možnost jak získat potřebnou hotovost, ale je to možnost, kterou dotyční v dané situaci vyhodnotili jako nejschůdnější nebo „nejméně nevýhodnou“ a proto se rozhodli ji využít.

především od jeho hmotnosti (což znamená, že není možné jí účtovat víc, než je takto stanovená prodejní cena), je pro ni výhodné si již při vypůjčování zajistit, aby byl rozdíl mezi částkou, kterou si půjčí a případnou prodejní cenou co nejmenší. Kdyby se při vypůjčování spokojila se srovnatelnou částkou jako klient, který tolik nesmlouvá, byl by rozdíl mezi cenou, kterou musí zaplatit, když si chce vykoupit své zlaté šperky ze zástav a tím, co si půjčila, mnohem větší.

Monika, stejně jako v předchozím příkladu Adam, jedná od samého začátku naprosto promyšleně. I když si oba dobře uvědomují, že půjčka v zastavárně je kvůli vysoké ceně nevýhodná, jejich promyšlené jednání svědčí o tom, že se snaží v rámci možností zacházet s penězi tak, aby náklady nebyly vyšší, než je v dané situaci nezbytně nutné. Přitom si dokážou poměrně přesně spočítat náklady, spojené se zástavní půjčkou a umějí využít všech možností, které vedou k jejich snížení.

Na základě zjištěných poznatků jsem dospěl k přesvědčení, že ti, kteří řeší svou nepříznivou finanční situaci opakovanými či dokonce pravidelnými půjčkami v zastavárně, nejsou ani hloupí, ani finančně negramotní. Jejich finanční gramotnost je však přizpůsobená dané situaci a životním podmínkám. Strategie, které mnozí klienti používají, svědčí o tom, že si moc dobře uvědomují náklady, jež s sebou nese zástavní půjčka. I když ve své životní situaci nevidí jinou možnost, než tyto náklady víceméně akceptovat, neberou je na lehkou váhu a dokážou nacházet cesty, jak je pomocí vyjednávání aspoň mírně snížit. Hlavní životní potřebou chudých, sociálně vyloučených a dalších sociálně či ekonomicky hendikepovaných lidí, je opatřit si hotovost, kterou v danou chvíli nutně potřebují, s tím, že zítřek budou řešit až zítra a ne dnes. To ovšem neznamená, že s penězi zacházejí úplně bez rozmyslu a že bezhlavě přijímají všechny podmínky tak, jak jsou jim předestřeny. Přijímají takové, o nichž se domnívají, že je nemohou změnit, přičemž i v této situaci se snaží přistupovat k řešení problému s rozmyslem a zachovat si přitom elementární lidskou důstojnost.

Závěr

Na základě zhodnocení všech získaných dat jsem dospěl k přesvědčení, že ke vzniku a reprodukci určitých vzorců jednání, které souvisejí se ztíženým přístupem k hotovosti, nemusí docházet jen v sociálně vyloučených lokalitách, ale i mezi ekonomicky znevýhodněnými obyvateli města. Z důvodu nemožnosti získat potřebné finanční prostředky z jiných zdrojů řeší mnozí nedostatek hotovosti pomocí různých půjček, mnozí pak také půjčkou v zastavárně. Různé skupiny aktérů se ale k půjčce v zastavárně vztahují rozličným způsobem a z toho pak vyplývají i různé strategie, jak se s takto vzniklým dluhem vyrovnávají. Někteří si půjčí spíš příležitostně a půjčka je pro ně víceméně jen jednorázová záležitost, související s náhlým nedostatkem peněz, za kterým je například nějaká nepředvídaná událost. Takoví klienti se obvykle snaží svého dluhu co nejdříve zbavit a nadále se pokud možno snaží obejít bez dalšího vypůjčování. Získat peníze v zastavárně je pro ně jen jedna z příležitostí, kterou v dané situaci vyhodnotili jako nejvhodnější, půjčku zde považují za výjimečný akt a rozhodně neplánují zakomponovat zastavárnu do svého života jako zdroj hotovosti. Jiní se ale kvůli opakovaným půjčkám a jejich splácení pomalu propadají do stavu „permanentního“ zadlužení, které se po určité době již téměř nedá překonat pomocí prostředků, jež jsou v dané situaci dostupné (srov. Mareš, 2000: 291–292). Nedostatek peněz se pro ně stává všední zkušeností a opakované vypůjčování existenční nutností. Proto se časem dostávají do bludného kruhu úvěrů a splátek, který obvykle nedokážou vlastními silami prorazit a vymanit se z něj. Pokud se jejich tíživá finanční situace nezlepší (například tím, že získají stálé zaměstnání s pravidelným příjmem), po čase se vzdají naděje a rezignují. S danými životními podmínkami se „smíří“, dluh zakomponují do svého života a naučí se s ním žít. Koloběh půjček se pro ně stává běžným způsobem, jak se vyrovnat s každodenním nedostatkem, a dluh potom něčím, co jsou přinuceni akceptovat jako běžnou součást svého života.

Způsob života, pro který se vžilo označení „z ruky do huby“ bývá spojován s lidmi či skupinami, které média nálepkují jako asociální, nepřizpůsobivé, případně

„parazitující na společnosti“³⁹ a nezřídka je podezírání z nejrůznějších poloilegálních, nebo dokonce nelegálních praktik (Mareš, 1999: 55–58). Stav, kdy společnost či její část takové lidi přehlíží, distancuje se od nich nebo jimi opovrhuje, dotýcným ztěžuje přístup k nejrůznějším sociálním službám a důsledkem pak je sociální vyloučení. K takto ohroženým skupinám patří například bezdomovci, závislí narkomani, ale mnohdy i dlouhodobě nezaměstnaní, obyvatelé vyloučených lokalit a další marginalizovaní. Ti všichni obvykle disponují velmi omezenými finančními prostředky, a proto jsou to především oni, kteří bývají častými klienty zastavárny. Jak ale provedený výzkum naznačuje, stále častěji se v podobném postavení ocitají i lidé, kteří sice mají stále zaměstnání, ale pobírají plat blízký minimální mzdě nebo ti, jejichž životní náklady (související především s bydlením), se zvýšily natolik, že je nedokážou pokrýt z výplaty. A také mnozí Romové, především ti, kteří žijí v relativní chudobě, související s vyšší mírou nezaměstnanosti, jejichž hlavním a často jediným zdrojem příjmu jsou různé sociální dávky a občasný příjem z příležitostné práce. Kvůli svému ekonomickému handicapu se potom ocitají na okraji společnosti a mnozí z nich si v souvislosti s materiálním nedostatkem osvojují určité vzorce jednání, které pro ně představují adaptační mechanismy na nepříznivé životní podmínky.

Domnívám se, že právě adaptace na chudobu, která může vyústit v sociální exkluzi,⁴⁰ je jednou z hlavních příčin postupného osvojení stereotypů a vzorců jednání, které jsou potom zjednodušeně nahlíženy jako „typický životní styl“ nejen sociálně vyloučených, ale i lidí žijících v chudobě nebo chudobou ohrožených. Výsledky mého výzkumu však naznačují, že ve skutečnosti je tomu právě naopak – chudí ani sociálně vyloučení nemají svůj typický životní styl, který by se jako jakási „kultura“ mohl přenášet z generace na generaci. Spíš se dá hovořit o tom, že „životní styl má je“, protože mohou jen velmi těžko uniknout z podmínek, které jejich život přímo či nepřímo ovlivňují. To ovšem může evokovat mylný dojem, že *všichni* chudí nebo sociálně vyloučení jsou nevinou obětí souhry nepříznivých okolností. I když

³⁹ Takový názor často živí média, která popisují zastavárny (a podobně těž sběrný surovin) jako místa, kde se odehrávají nejrůznější nekalé praktiky – viz např. Náchodský deník (Bednář, 2014); NašePraha.cz (Bělohubý, Jan, 2013) nebo Týdeník Respekt (Balabán, 2008)

⁴⁰ Více k souvislostem chudoby a sociální exkluze srov. např. (Mareš, 2000: 289 a násl.)

nijak nepodceňují význam strukturálních příčin, je nabíledni, že určitou část této společenské vrstvy tvoří ti, kteří za svou situaci odpovídají do značné míry sami – mezi časté příčiny chudoby patří především nízká kvalifikace, odmítání práce či neschopnost si práci udržet, užívání drog, případně i kriminální minulost, která často omezuje možnost získat zaměstnání.

Otázkou, zda si lidé ve vyloučených lokalitách osvojují určitý životní styl, se zabýval americký sociolog Alejandro Portes (1972) a na základě svých výzkumů odmítl teorii chudoby i teorii marginality. Jako alternativu ke zmíněným starším přístupům navrhuje posuzovat sociální jednání obyvatel ghetta/slumu jako v podstatě racionální, protože většina zúčastněných podniká promyšlené kroky, jimiž chtějí dosáhnout (a také dosahují) realistických cílů. Nabízí hypotézu, že i když mají obyvatelé slumů nižší vzdělání, jejich zájmy ani hodnoty se nijak výrazně neliší od etablované střední třídy a dokáží si rychle osvojit takové vzorce jednání, které jim zajistí nejrychlejší a nejefektivnější cestu k získání socioekonomických benefitů (Portes 1972: 272).

Ovšem součástí adaptace na nepříznivé životní, resp. finanční podmínky není jen pasivní vnímání zastavárny jako místa, kde lze sehnat nutnou hotovost nebo přijetí permanentního dluhu jako součásti každodenního života, ale v jistém smyslu má i pozitivní důsledky, jimiž je získání a rozvíjení určitých kompetencí a dovedností. Především jde o promyšlené používání vyjednávacích strategií a rozvíjení těch, které se osvědčí jako efektivní a opouštění takových, které se ukáží jako neúčinné. Jak jsem uvedl na příkladu Moniky a Adama v kapitole „Jak se mluví a jedná“, dovednost vyjednat lepší podmínky zástavní půjčky patří k vysoce ceněným kompetencím některých klientů a jejich používání pak dotyčným přináší nejen vyšší prestiž v rámci komunity, ale za určitých podmínek může dotyčnému přinášet i ekonomický prospěch. To platí zejména tehdy, kdy je člověk s pověstí zdatného vyjednače někým požádán, aby mu za smlouvenou odměnu pomohl vyjednat nějakou záležitost, týkající se zástavní půjčky. Může jít například o domluvení nižších úroků, počkání s placením, či s poplatkem za prodloužení smlouvy nebo rezervování propadlé zástavy a umožnění následného odkoupení v případě, že o zastavený (a již propadlý) předmět nechtějí z nějakého důvodu přijít.

Jak jsem již zmínil, zákazníci zastavárny obvykle na bankovní půjčku nedosáhnou, protože základní podmínka – pravidelný příjem v určité výši – je pro ně často nesplnitelná. Také další podmínce, jíž je čistý rejstřík v registru dlužníků, by mnozí nevyhověli. Ale vzhledem k tomu, že téměř každý, kdo potřebuje půjčit, vlastní nebo si dokáže opatřit (například vypůjčit) nějaký předmět, který může sloužit jako zástava půjčky, považují v daných podmínkách půjčku v zastavárně za jeden z mála dostupných způsobů, jak získat potřebnou hotovost. Půjčují si tedy tam a v dohodnutém termínu přicházejí půjčku splatit, případně někteří využijí možnosti za poplatek prodloužit termín splatnosti. Když vyrovnají svůj dluh v zastavárně a zaplatí všechny nutné poplatky (spojené především s bydlením), často jim zbyde méně, než objektivně potřebují k pokrytí svých životních nákladů. Proto se za pár dní objeví v zastavárně znovu – s dalším požadavkem na vypůjčení hotovosti a celý cyklus se opakuje. Sotva je dluh splacen, vzápětí je znovu obnoven, většinou v původní výši, se stejným zastaveným předmětem a s podobným úrokem.

Schrader (1999: 3) v úvodu své studie říká, že badatelé, kteří se zabývají výzkumem zastaváren (např. Caskey, 1994), zdůrazňují jejich roli jako „banky pro chudé“. A právě to je podle mého pozorování výstižný popis toho, jakou úlohu má zastavárna v prostředí ekonomicky znevýhodněných, chudých či marginalizovaných klientů, kteří ji vnímají jako svoji „banku“, jež se jim dokáže přizpůsobit a vyjít vstříc jejich potřebám. Kromě prostředí, na rozdíl od oficiálních finančních institucí poměrně neformálního, jsou to především přiměřeně nastavené podmínky půjčky, které jsou pro ně srozumitelné a dokážou je splnit. Lamberte (1991) si klade otázku, zda zastavárny banky nahrazují nebo spíš doplňují, a i když připouští, že jeho výzkumu nepřinesl jednoznačnou odpověď, je podle něj evidentní, že zastavárny si našly místo v ekonomickém systému a slouží zejména jako poskytovatel menších půjček lidem, kteří by se svým požadavkem v bance neuspěli. Na druhou stranu ale zastavárny mohou přebrat některé zákazníky nebankovním poskytovatelům půjček (Ibid: 243–244). Lambertův stručný závěr víceméně odpovídá poznatkům, ke kterým jsem dospěl: zastavárna nemůže nahradit banku, ať už z důvodu nesrovnatelně

menšího kapitálu, který má k dispozici, nebo kvůli poplatkům, které by v případě velké či dlouhodobé půjčky byly příliš vysoké. Přesto zastavárna mnohým klientům banku nahrazuje. Slouží klientům, kteří si potřebují půjčit menší částku na kratší období. Tvoří tak vlastně doplněk k bankovním službám jednak klientům, kteří by na bankovní půjčku nedosáhli nebo těm, kteří potřebují půjčit relativně malou částku, takže i kdyby byli bankou vyhodnoceni jako spolehliví dlužníci, kvůli malému objemu by se bance nevyplatilo takovou službu poskytnout.

Domnívám se, že z interakcí při projednávání obchodních transakcí v bazaru-zastavárně, které jsem pozoroval a popsal je v textu, je patrné, jak odlišný význam má zastavárna pro různé skupiny zákazníků, kteří ji využívají. Mezi pravidelnými zákazníky, kteří ji navštěvují relativně často⁴¹ a těmi, kteří si přicházejí půjčit výjimečně nebo chtějí něco koupit (případně prodat), je evidentní rozdíl v tom, jak *zastavárnu* vnímají a jak k ní přistupují: pro příležitostné zákazníky nepředstavuje zastavárna podnik, bez nějž by se nemohli obejít a který by nemohli případně nahradit nějakým jiným podobného charakteru (například bleším trhem, sběratelskou burzou, burzou starožitností, secondhandem a dalšími). Pro chudé, přicházející opakovaně a téměř výhradně kvůli vypůjčení hotovosti, však zastavárna představuje instituci, kterou v jistém smyslu pevně zakomponovali do svého života a jsou na ní do značné míry existenčně závislí.

Vždycky mě zajímalo, jaký smysl má půjčka, která se, aspoň z mého pohledu jeví jako trvalá a dlužníka postupně finančně vyčerpává, protože opakovaně musí nést břímě platby úroků. Tuto otázku jsem jak sám sobě, tak i některým klientům mnohokrát položil, ale vlastně jsem na ni nikdy nedostal uspokojivou odpověď. Vysvětlení, kterého se mi při příležitostných dotazech od zákazníků dostalo, je takové, že to „prostě jinak nejde“. Mnohokrát jsem se během rozhovorů se zákazníky přesvědčil, že většina z nich si dokáže spočítat, že půjčka v zastavárně je poměrně drahá a podle vlastních výpovědí si velmi dobře uvědomují, že to jsou vlastně zbytečně vyhozené peníze, ale přesto přijdou příště znovu – hotovost nutně potřebují a jiné možnosti, jak ji „právě teď“ získat, považují za příliš složité, méně vhodné nebo

⁴¹ Abych nějak blíže specifikoval poněkud vágní pojem „často“, používám ho v této větě pro takovou situaci, kdy zákazníci navštěvují zastavárnu za účelem výpůjčky nejméně jednou za dva měsíce.

nedostupné. Když nepřijdou včas sociální dávky nebo výplata mzdy, když se zničehonic vynoří nutnost nějaké neodkladné platby nebo když prostě doma jenom náhle dojdou peníze, řeší takovou situaci obvykle tak, že se „jde do zastavárny“. Tam se vždycky dá nějaká hotovost sehnat a problém je – aspoň na čas – odsunut někam do neurčité budoucnosti. Zastavárna pro ně představuje možnost a naději, protože jejich cílem je přežít nejbližší budoucnost a zachovat si přitom základní lidskou důstojnost.

V samém závěru si dovolím malou úvahu: vzhledem k tomu, že zastavárna profituje z toho, že poskytuje půjčky většinou ekonomicky i sociálně hendikepovaným lidem, kteří by jinde půjčku nejspíš nedostali (a tím je vlastně připravuje o peníze a prohlubuje tak jejich chudobu), na mě působí zvláštním, až trochu rozpačitým dojmem, že někteří pravidelní zákazníci vnímají zastavárnu téměř jako dobročinný podnik, jak naznačuje následující terénní poznámka:

Terénní poznámky:

Ještě že tu ta vaše zastavárna je. To já nevím, co bysme dělali, kdybyste tu nebyli... Kdo by nám pučil? Kam bysme šli?

(Leden 2017)

Použitá literatura:

Abu Ghosh, Y. (2010) ‘Crediting Recognition : Monetary Transactions of Poor Roma in Tercov’, in *Multi-Disciplinary Approaches to Romany Studies*. Budapest: Central European University Press.

Addo, Ping-Ann a Besnier, N. (2008) When gifts become commodities: Pawnshops, valuables, and shame in Tonga and the Tongan diaspora. *Journal of the Royal Anthropological Institute* 14(1), str: 39 – 59

Anderson, L. (2006) Analytic Autoethnography. *Journal of Contemporary Ethnography*. Vol. 35 (No. 4), str. 373–395.

- Appadurai, A. (ed.) (1988) *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. 1. Paperback Ed. Cambridge: Cambridge University Press.
- Augé, M. (2010) Ne-místa : úvod do antropologie super-modernosti. *Cahiers du Cefres*. (10), str. 98–104
- Becker, G. S. (1976) *The Economic Approach to Human Behavior*. Chicago, London: The University of Chicago Press
- Bhutta, N. et al. (2016) Consumer Borrowing after Payday Loan Bans. *Journal of Law and Economics*. Vol. 59 (No. 1), str. 225–259.
- Carter, S. P. (2015) Payday Loan and Pawnshop Usage: The Impact of Allowing Payday Loan Rollovers. *The Journal of Consumer Affairs*. [Online] Vol. 49 (Issue 2 Summer 2015), str. 436–456.
- Caskey, J. P. (1994) *Fringe Banking: Check-Cashing Outlets, Pawnshops, and the Poor*. New York: Russell Sage Foundation.
- Descartes, R. (1992) *Rozprava o metodě*. Praha: Nakladatelství Svoboda.
- Ellis, C. et al. (2011) Autoethnography: An Overview. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*. Vol. 12 (No 1), . [online]. Dostupné z: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1589>. (Navštíveno 20. 4. 2014).
- Day, E.S. et al. (1999) *Lilies of the field : marginal people who live for the moment*. Boulder: Westview Press.
- Geertz, C. (1978) The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing. *The American Economic Review*,. (Vol. 68, No. 2), str. 28–32.
- Goffman, E. (1999) *Všichni hrajeme divadlo : sebezprezentace v každodenním životě*. Praha: Nakladatelství Studia Ypsilon.
- Graeber, D. (2012) *Dluh: prvních 5000 let*. 1. vyd. Brno: BizBooks.
- Graeber, D. (2001) *Toward an anthropological theory of value: the false coin of our own dreams*. New York: Palgrave.
- Granovetter, M (1985) Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness, *The American Journal of Sociology*, Vol. 91, No. 3, str. 481-510, The University of Chicago Press
- Gregson, N. et al. (2013) Moving up the waste hierarchy: Car boot sales, reuse exchange and the challenges of consumer culture to waste prevention. *Resources, Conservation and Recycling*. Vol. 77, str. 97–107.

- Gregson, N. a Crewe, L. (1997) Performance and Possession: Rethinking the Act of Purchase in the Light of the Car Boot Sale. *Journal of Material Culture*. (2), str. 241–263.
- Gregson, N. a Crewe, L. (2003) *Second-Hand Cultures*. Oxford: Berg.
- Gregson, N. a Crewe, L. (1996) The bargain, the knowledge, and the spectacle: making sense of consumption in the space of the car boot sale. *Environment and Planning*. (No. D 15), str. 87–112.
- Holman, R. (2005) *Ekonomie*. Beckovy ekonomické učebnice. 4., aktualiz. vyd. Praha: C.H. Beck.
- Højer, L. (2012). The Spirit of Business: Pawnshops in Ulaanbaatar. *Social Anthropology* 20 (1), str. 34-49.
- Horáček, M. (2012) *Habitus hazardního hráče: etnografická rekonstrukce*. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Lidové noviny.
- Hrustič, T. (2016) ‘Usury among the Slovak Roma. Notes on Relations between Lenders and Borrowers in a Segregated Taboris’, in Brazzabeni, Micol et al. (eds.) *Gypsy Economy: Romani Livelihoods and Notions of Worth in the 21st Century*. New York: Berghahn Books.
- Janda, J (2013) *Jak žít šťastně na dluh*. 1. vyd. Praha: Grada,
- Kopytoff, I. (1988) ‘The cultural biography of things: commodization as process’, in Arjun Appadurai (ed.) *The social life of things. Commodities in cultural perspective*. Cambridge University Press. str. 64–91.
- Kubrin, C. E. a Hipp, J. R. (2016) Do Fringe Banks Create Fringe Neighborhoods? Examining the Spatial Relationship between Fringe Banking and Neighborhood Crime Rates. *Justice Quarterly*. 33 (5), str. 755–784.
- Lamberte, M. B. (1991) An analysis of the role of pawnshops in the philippine financial systém. *Savings and Development*, 15(3), str. 229–245.
- Lewis, O. (1966) *The culture of poverty*. San Francisco: W.H. Freeman.
- Maine, H. S. (1875). *Ancient Law*. New York: Henry Holt.
- Maki, K. (2011) Neoliberal Deviants and Surveillance : Welfare recipients under the watchful eye of Ontario Works. *Surveillance & Societ*, 9 (1/2), str. 47–63.
- Mappes-Niediek, N. (2013). *Chudáci Romové, zlí Cikáni: co je pravdy na našich předsudcích*. 1. vyd. Brno: Host.
- Mareš, P. (1999) *Sociologie nerovnosti a chudoby*. Základy sociologie sv. 6. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství.

- Mareš, P. (2000) Chudoba, marginalizace, sociální vyloučení. *Sociologický časopis*. 36 (3), str. 285–297.
- Mareš, P. (2001) *Dávky sociálního státu: nastavení systému - jeho ekonomická i sociální efektivita a sociální konsekvence pro klienty sociálního státu i společnost*. Rubikon sv. 6. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií
- Marx, K. (1953) *Kapitál: kritika politické ekonomie. Díl první, kniha první, Výrobní proces kapitálu*. 1., aut. vyd. Praha. Státní nakladatelství politické literatury.
- Mauss, M. (1999) *Esej o daru, podobě a důvodech směny v archaických společnostech*. Praha: Sociologické nakladatelství
- Mill, J. S. (2011) *Utilitarismus*. Vyd. 1. Praha: Vyšehrad.
- Miller, D. (1998a) *Shopping, place, and identity*. New York: Routledge.
- Miller, D. (1998b) *A theory of shopping*. Ithaca: Cornell University Press.
- Miller D. (2010) *Stuff*. Cambridge: Polity Press.
- Portes, A. (1972). Rationality in the Slum: An Essay on Interpretative Sociology. *Comparative Studies in Society and History*, Vol. 14, No. 3, Cambridge University Press, str. 268-286
- Rádl, M. (2014) *Bazar a zastavárna: etnografie na rozhraní formální a neformální ekonomie*. Diplomová práce. Praha: Univerzita Karlova, FHS.
- Rádl, M. (2017) Půjčka, dluh a ‘hodnota’ v zastavárně. *Lidé města*. 19 (3). Praha: Fakulta humanitních studií
- Reed-Danahay, D. E. (ed.) (1997) *Auto/ethnography: rewriting the self and the social*. Oxford: Berg.
- Rheinheimer, M. (2003) *Chudáci, žebráci a vaganti: lidé na okraji společnosti 1450-1850*. Kulturní historie. Vyd. 1. Praha: Vyšehrad.
- Schrader, H. (1999) The role of pawnshops in the life strategies of lower income groups: a preliminary study in St. Petersburg/ Russia. Working Paper / Universität Bielefeld, Fakultät für Soziologie. Online. Dostupné z: <https://www.ssoar.info/ssoar/handle/document/42249> (navštíveno 1. 9. 2022)
- Steiner, J. (2004) ‘Ekonomie sociálního vyloučení’, in Jakoubek, Marek a Hirt, Tomáš (eds.) *Kulturologické etudy*. Plzeň: Aleš Čeněk.
- Tesař, F. (2007) *Etnické konflikty*. Vyd. 1. Praha: Portál.

- Weber, M. (2009) *Metodologie, sociologie a politika*. Knihovna novověké tradice a současnosti sv. 27. 1. vyd. Praha: OIKOYMENH.
- Weiner, A. B. (1992) *Inalienable possessions: the paradox of keeping-while-giving*. Berkeley: University of California Press.
- Young, J. (1999) *The Exclusive Society*. London: Sage.
- Young, J. (2007) *The vertigo of late modernity*. 1st pub. Los Angeles: Sage.

Ostatní zdroje:

- Balabán, J. (2008) *Podporujte svého šerifa!* [online]. Dostupné z: <https://www.respekt.cz/tydenik/2008/12/a-pak-podporujte-sveho-serifa> (Navštíveno 26. 1. 2022).
- Bednář, P. (2014) Nepřizpůsobiví se pro železo vrhli do Tepny jako kobylinky. *Náchodský deník*. [online]. Dostupné z: https://nachodsky.denik.cz/zpravy_region/neprizpusobivi-se-pro-zelezo-vrhli-do-tepny-jako-kobylinky-20140129.html (Navštíveno 26. 1. 2022).
- Bělohuby, Jan (2013) *Policejní akce v Praze 10* [online]. Dostupné z: <https://www.nasepraha.cz/policejni-akce-v-praze-10-se-zamerila-na-zastavarny-sberne-dvory-ubytovny-i-ridice/> (Navštíveno 26. 1. 2022).
- ČNB (2020) *ARAD - Systém časových řad - Česká národní banka* [online]. Dostupné z: https://www.cnb.cz/cnb/STAT.ARADY_PKG.hlavni_ukazatele?p_iframe=0&p_lang=CS. (Navštíveno 5. 5. 2020).
- ČOI (2018) *Bazary a zastavárny zapominají na povinnost identifikovat klienta – COI* [online]. Dostupné z: <https://www.coi.cz/bazary-a-zastavarny-zapominaji-na-povinnost-identifikovat-klienta/> (Navštíveno 15. 3. 2022).
- ČSÚ (2011) *Sčítání lidu 2011*. [online]. Dostupné z: <http://vdb.czso.cz/sldbvo/>. (Navštíveno 28. 4. 2014).
- ČSÚ (2013) *Domácnosti v ČR: příjmy, spotřeba, úspory a dluhy* [online]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cri/domacnosti-v-cr-prijmy-spotreba-uspory-a-dluhy-v-letech-1993-az-2012-n-3m4b4c9311>. (Navštíveno 11. 10.2017).

- ČT24, Č. (2013) *Některé zastavárny porušují zákon. Nevyžadují totiž občanky* [online]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/regiony/1103224-nektere-zastavarny-porusuji-zakon-nevyzaduji-totiz-obcanky> (Navštíveno 5. 3. 2022).
- HN (2013) *Hospodářské noviny* [online]. Dostupné z: <https://domaci.hn.cz/obcansky-zakonik/c1-58675330-zastavarny-v-novem-svetle> (Navštíveno 5. 3. 2022).
- iRozhlas (2018) *iRozhlas* [online]. Dostupné z: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/coi-bazary-zastavarny-pochybeni_1808101208_rez (Navštíveno 5. 3. 2022).
- Otevřená společnost (2017): Mapa exekucí, dostupné z: <http://mapaexekuci.cz/index.php/mapa-2/>, (navštíveno 5. 8. 2022)
- Seznam Zprávy (2019) *ČOI: většina kontrolovaných bazarů či zastaváren porušila zákon - Seznam Zprávy* [online]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/coi-vetsina-kontrolovanых-bazaru-ci-zastavaren-porusila-zakon-83132> (Navštíveno 5. 3. 2022).