

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

2012

Tereza Hlobilová

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

KANGA

Význam textilie ve svahilské společnosti

Tereza Hlobilová

Plzeň 2012

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra antropologie

Studijní program Antropologie

Studijní obor Sociální a kulturní antropologie

Bakalářská práce

KANGA

Význam textilie ve svahilské společnosti

Tereza Hlobilová

Vedoucí práce:

Mgr. Kateřina Mildnerová, Ph.D.

Katedra antropologie

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2012

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval(a) samostatně a použil(a) jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2012

.....

OBSAH PRÁCE

1 ÚVOD.....	1
1.1 Cíl práce.....	1
1.2 Obsah kapitol.....	1
1.3 Metodologie.....	2
2 SVAHILCI.....	3
2.1 Původ svahilské kultury.....	3
2.2 Historie Svahilců.....	5
3 VÝROBA <i>KANGY</i>	13
3.1 Počáteční způsob výroby <i>kangy</i>	13
3.2 Současná výroba <i>kangy</i>	14
3.2.1 První fáze výroby.....	15
3.2.2 Druhá fáze výroby.....	16
3.2.3 Třetí fáze výroby.....	17
3.3 Budoucnost výroby <i>kangy</i>	19
4 PODOBA <i>KANGY</i> / PRVKY <i>KANGY</i>	20
4.1 Etymologie slova <i>kanga</i>	20
4.2 Hlavní prvky <i>kangy</i> : <i>pindo</i> , <i>mji</i> , <i>jina</i>	20
4.2.1 <i>Pindo</i>	21
4.2.2 <i>Mji</i>	21
4.2.2.1 Faktory ovlivňující motivy.....	22
4.2.3 <i>Jina</i>	23
4.2.3.1 Faktory ovlivňující texty.....	25
4.3 Barvy <i>kangy</i>	26
4.4 Lokální jména <i>kangy</i>	27
5 VÝZNAM <i>KANGY</i>	28
5.1 Význam <i>kangy</i> v historii.....	28
5.2 Význam <i>kangy</i> v každodenním životě.....	29
5.3 Význam komunikační <i>kangy</i>	32
5.3.1 Komunikační <i>kanga</i> jako symbol.....	32
5.3.2 Proč ženy komunikují skrze <i>kangu</i>	34
5.3.3 Proč ženy udělaly komunikační nástroj z <i>kangy</i>	37
5.3.3 Forma a obsah „skryté komunikace“ skrze <i>kangu</i>	37
5.3.4 Moc komunikační <i>kangy</i>	44
5.3.5 Komunikační <i>kanga</i> jako katalyzátor emocí.....	45

5.3.6 Muži a <i>kanga</i>	46
6 ZÁVĚR.....	47
7 POUŽITÁ LITERATURA A PRAMENY.....	50
8 RESUMÉ.....	52
9 PŘÍLOHY.....	53

1 ÚVOD

Ve společnostech se vyskytují předměty, které mohou oplývat neobyčejnou mocí, aniž by se to na první pohled mohlo zdát. Možná kolem nich chodíme, možná na nás působí a ovlivňují naši mysl, aniž bychom si toho všimli, možná je někdo záměrně používá, aby nás ovládl. Ale jak tyto předměty vypadají a kdo je používá? Většina lidí si pod mocným nástrojem představí předmět, který je jedinečný, vyrobený například z drahých materiálů nebo nevšedním například rituálním způsobem. Teprve takovýto artefakt v očích mnoha lidí je předmětem hodným moci a je jaksi samozřejmé, že by ho měl používat pouze člověk výsadního postavení. Jen málokdo si představí běžný, užitkový předmět, vyrobený v továrně a prodávaný na tržišti za cenu, za kterou si ho může koupit a následně používat i člen nejnižší třídy. Ale právě v těchto na první pohled obyčejných předmětech se může skrývat moc, kterou si mnozí členové neumějí a nechtějí připustit. Právě díky jejich všednosti až podřadnosti zůstávají před mnohými členy skryty, zatímco mění jejich životy. Tyto zdánlivě obyčejné předměty mohou mít neobyčejný význam ve společnosti a právě jednomu z nich, *kanze* - svahilské bavlněné barevné látce bude věnovaná má práce.

1.1 Cíl práce

Cílem mé práce bude vysvětlit, jaký význam měla tato tkanina pro svahilskou společnost v historii, jaký má dnes a k čemu ji její členové používají. Dalším cílem je popsat výrobu a podobu *kangy* a poukázat na faktory, které ovlivňují její motivy a texty. Poslední cíl, který si ve své práci kladu je představit Svahilce na základě poznatků o jejich historii.

1.2 Obsah kapitol

Práce je rozdělena do čtyř kapitol. První kapitola je věnována svahilskému obyvatelstvu. Kdo jsou Svahilci? Jak vznikla tato mnohoetnická kultura? Jaké prvky slučovaly a dodnes slučují tuto multikulturní společnost? Jaký význam pro ně měli látky v minulosti? To jsou hlavní otázky na které podávám odpověď skrze historii této společnosti, která je s *kangou* neodlučitelně spojena.

Druhá kapitola je věnována již *kanze* samotné a především její výrobě. Popisuji zde jakým způsobem se tato látka vyráběla dříve a dnes a kdo se podílel na jejím vzniku. Zaměřuji se také na otázku, jaká je budoucnost její výroby na území Tanzanie.

Ve třetí kapitole se zabývám podobou *kangy*. Je zde popsáno z jakých částí se skládá, jak tyto části

vypadají a jaké faktory se podílí na jejich podobě. V neposlední řadě se věnuji otázce, jak tato látka přišla ke svému jménu a jakým způsobem může získat své lokální jméno.

Poslední nejobsáhlejší a nejdůležitější kapitola je věnována významu *kangy* ve svahilské společnosti. Jaký měla význam v historii? K čemu se používá? Co je komunikační *kanga*, k čemu a jak se využívá a jaký má význam pro svahilské ženy? To jsou hlavní otázky, které jsem se ve čtvrté kapitole snažila zodpovědět.

1.3 Metodologie

Má práce je založena na šestitýdenním stacionárním terénním výzkumu a sběru dat v Dar es Salaamu v Tanzanii doplněnou o analýzu sekundárních pramenů. Primární data byla získána za pomoci kvalitativních metod výzkumu formou zúčastněného pozorování a polo-strukturovaných rozhovorů.

Výzkum a sběr dat na území Tanzanie byl prováděn v prosinci 2010 a v lednu 2011. Sekundární data byla sbírána v univerzitní knihovně, Národním muzeu a archivu v Dar es Salaamu a v Národním muzeu historie a kultury Zanzibaru. Ačkoliv mě jako "bílou badatelku" zajímající se o jejich kulturu přijímali v těchto institucích velmi dobře a všude jsem měla dveře otevřené, nacházelo se v nich pouze minimum zdrojů, ze kterých bych mohla pro svou práci čerpat. Hlavní sekundární data jsem proto čerpala z publikací a odborných článků dostupných skrze knihovnu Západočeské univerzity a zahraniční objednané publikace.

Primární data jsem sbírala ve firmě Urafiky, na tržišti, v prodejnách s látkami a v domácnostech Svahilců. Nejstarší firma Urafiky v Tanzanii, zabývající se produkcí *kang* mi umožnila přístup do jejich prostorů a navíc mi po dobu sedmi dnů, které jsem u nich strávila, přidělila na každý den odborníka, kterými mi byl na několik hodin k dispozici (celkem mi poskytlo informace šest zaměstnanců továrny). Na tržištích a v prodejnách s látkami mi poskytli informace čtyři obchodníci a dvě zákaznice. Ve svahilských domácnostech jsem opakovaně dělala polostrukturované rozhovory s jedenácti ženami. Při rozhovorech byla používána pouze angličtina a tato skutečnost se odrážela na výběru informátorů.

2 SVAHILCI

Svahilci jsou neodlučitelně spjati s *kangou*. Z daného důvodu pokládám za nutné věnovat první kapitolu této mnohoetnické společnosti. Blíže se zde seznámíme s jejich historií a původem svahilské kultury. Prostřednictvím jejich historie poté můžeme lépe pochopit, kdo Svahilci jsou a jak se formovala v průběhu času jejich společnost.

2.1 Původ svahilské kultury

Původ svahilské kultury je dodnes obestřen řadou nezodpovězených otázek. Kvůli nedostatku historického materiálu se můžeme pouze dohadovat, odkud svahilská kultura pochází a kdo se podílel na jejím zrodu. Stejně jako v mnohých oblastech Afriky i zde dlouhou dobu neexistovala písemná forma jazyka, a tak se můžeme o počátcích této kultury dozvídat více pouze z archeologických a lingvistických výzkumů, které byly na tomto území prováděny. Cenné informace pocházejí také ze zápisů cestovatelů a obchodníků.

Svahilská kultura byla v dobách svého rozkvětu (14. - 15. století) velmi vyspělá. (Shilington 2010) I po mnoha staletích se na území svahilského pobřeží, který tvoří pás dlouhý více než tři tisíce kilometrů s šířkou pohybující se mezi dvaceti až dvěma sty kilometry a rozpíná se od Mogadishu (jižní Somálsko) až po Cape Delgado (Mosambik), nachází hmotné artefakty v podobě mešit, starých tržišť, rozvalených kamenných hradeb, domů a archeologických nálezů cizokrajného zboží. Ty se dodnes nalézají na pobřeží dnešního Somálska, Keni, Tanzanie, Mosambiku a na ostrovech Komory, Lamu, Mombasa, Pemba, Zanzibar, Mafía a Kerimba, tedy ve všech oblastech kde Svahilci žili a podávají nám tak svědectví o jejich vyspělé obchodní civilizaci. (Kusimba 1999)

Evropané nemohli, podobně jako v případě západoafrické říše Benin, dlouhou dobu uvěřit, že by tak vyspělou civilizaci mohli vytvořit původní obyvatelé Afriky a považovali svahilskou kulturu za produkt arabské populace. (Shilington 2010, Kusimba 1999, Zawawi 2005) Myšlenku o arabském původu podporoval velký výskyt arabských prvků ve svahilské kultuře. Vliv Arabů byl na tomto území na první pohled velmi zřejmý. Promítal se nejen do náboženství, ale také do jazyka, politiky, architektury, způsobu života a materiální kultury. Svahilská pobřežní kultura se navíc vyvíjela pod vlivem mezinárodních obchodních styků (viz níže) a v průběhu času se stala velmi odlišnou od vnitrozemské východní Afriky. Obyvatelé se lišili zejména vírou, mírou vzdělanosti, životem ve městě a socioekonomickým uspořádáním ve společnosti. (Kusimba 1999) To všechno Evropany utvrzovalo v jejich domněnkách.

Evropané tak na začátku 20. století, pod tíhou nevědomosti, dávali veškeré prvky vyšší kultury ve svahilské společnosti za prapůvod arabské populaci, zatímco negativní prvky v kultuře připisovali obyvatelstvu afrického původu. *Encyclopedia Britannica* roku 1911 označovala Svahilce jako „smíšené černošské a arabské populace, u kterých se projevuje jejich semitské dědictví, jež je předurčuje k vůdčí roli v obchodě a průmyslu. Méně ctnostné vlastnosti byly přičítány černošskému původu.“ (Kusimba 1999:27)

Teorie o arabském původu Svahilců byla vyvrácena až řadou lingvistických a archeologických výzkumů v druhé polovině 20. století a dnes je všeobecně uznávána teorie, že ačkoliv svahilská kultura je směsí různých kultur, zejména africké a arabské, její původ je africký. Jedna ze současných definic svahilské kultury zní: „*dynamická mnohvrstevnatá kultura, která se vyvinula jako výsledek dlouhého a dynamického procesu interakce mezi původním obyvatelstvem z pobřeží, africkými kulturami z vnitrozemí a neafrickými společnostmi z různých částí světa.*“ (Kusimba 1999:28)

Historie svahilské společnosti nezačala s příchodem arabských obchodníků na pobřeží východní Afriky, jak se dlouhou dobu západní svět domníval, ale o mnoho let dříve, kdy se u afrických společností stal obchod jedním z hlavních zdrojů živobytí a jejich obchodní artikly začaly přitahovat cizí kultury. Archeolog Chapurukha. Kusimba (1999) se domnívá, že ještě před příchodem arabských obchodníků se na pobřeží současné Tanzanie, Keni, Mosambiku a Somálska usadily bantuské společnosti¹, které uměly získávat a zpracovávat železo. Kvalitní železo bylo jedním z prvních a nejdůležitějších obchodních artiklů na východoafrickém pobřeží. Afričané, obývající pobřeží, s ním začali obchodovat nejen se společnostmi žijící ve vnitrozemí východní Afriky, ale postupem času toto zboží přilákalo i obchodníky z arabských zemí. Na svahilském území tedy ještě před příchodem arabských obyvatel působí africké společnosti, které se kromě rybolovu a lovu živí obchodem se železem a s jiným žádaným zbožím. Právě až k těmto bantuským kulturám sahají kořeny Svahilců. Důkazem toho je i svahilský jazyk, náležící do bantuské severovýchodní pobřežní větve sabaki nigerokonžské rodiny. (Kusimba 1999)

¹ Bantuské společnosti zahrnují několik set etnických skupin v Africe. Jejich původním domovem byla oblast současné Nigérie odkud začali před téměř pěti tisíci lety migrovat a postupně osidlovat téměř celou Subsaharskou Afriku. (www.wikipedia.org (staženo dne 17.4.2012))

2.2 Historie Svahilců

První písemné zmínky o svahilském pobřeží² pocházejí z druhého století našeho letopočtu. Téměř dva tisíce let starý písemný záznam z řecké knihy *The Periplus of the Erythrean Sea* (100 n.l.) se zmiňuje o obchodních kontaktech mezi Araby a Afričany na tomto území. (Zawawi 2005) Arabové, kteří měli obchodní kontakty s Indií, Indonésií a Čínou přiváželi na svahilské pobřeží cizokrajné zboží jako je sklo, korálky, porcelán, hedvábí, ale také bavlněné textilie. (Shilington 2010) Zvláště pak bavlněným textiliím obyvatelé tohoto území přisuzovali nemalou hodnotu. Látky byly nejčastějším darem při obchodních směnách a stály se také nejrozšířenějším platidlem. (Zawawi 2005) Z východoafrického pobřeží se naopak vyvážely zejména zvířecí kůže, slonovina, želví krunýře, železo a zlato. (Shilington 2010)

Obchod nebyl úspěšný pouze díky žádoucímu zboží. Velkou roli sehrály také přírodní podmínky a vybudování přístavů podél pobřeží. „*Svahilské pobřeží bylo křižovatkou světové obchodní sítě prosperující ze severních a jižních monzunů a z přístavů na ostrovech a podél pobřeží Východní Afriky.*“ (Kusimba 1999:68) Ideální klimatické podmínky s pravidelnými monzunovými větry se staly jedním z hlavních důvodů, proč cizí společnosti začaly obchodovat s východoafrickými pobřežními společnostmi. Větry, vanoucí směrem k východní Africe mezi listopadem a březnem a k Indii a Perskému zálivu mezi dubnem a říjnem, umožňovaly poměrně rychlou a bezpečnou cestu pro lodě plavící se podél pobřeží Indického oceánu. Zajišťovaly tak pravidelnou výměnu zboží mezi dalekými zeměmi. (Shilington 2010)

Africké zboží bylo většinou prodáváno Arabům a Peršanům. Ti ho naložili na své lodě a putovali s ním na sever do Rudého moře, Perského zálivu a dále do Malabaru, ve své době jednoho z nejvýznamnějších přístavů Indie. Perské a arabské lodě nebyly ale jediné, které křižovaly vody Indického oceánu. Také řecké, indické a malajské lodě se za vidinou zisků již v prvním tisíciletí vydávaly na dalekou cestu na východní pobřeží Afriky se zbožím, které pak bylo dále distribuováno svahilskými obchodníky do vnitrozemí a naopak. (Shilington 2010)

Mnoho obchodníků, připlouvajících z různých koutů světa, se rozhodlo zkusit své štěstí v rozrůstajících se obchodních osadách na pobřeží. Usadili se zde a skrze jazyk a manželské svazky se asimilovali s původním bantuským obyvatelstvem, žijícím na tomto území již od 5. století. Díky těmto nově příchozím migrantům se začala pomalu vytvářet mnohoetnická společnost, stmelovaná

² Svahilské pobřeží je Řeky nazýváno Azania a tento termín je používán od 1. století až do 5. století. Od 5. až 10. století se používá především arabský termín země Zandžů (černých). (Kusimba 1999)

nejen jazykem, ale především společným zájmem o obchodování. Obchod postupem času vedl k mocenskému, ekonomickému a kulturnímu vzestupu západoafrického pobřeží, jehož důsledkem byla prosperující obchodní města. (Shilington 2010, Jiroušková 2003)

Obchodních měst se již v devátém století vyskytovalo na pobřeží velký počet. Nárůst bohatství, moci a populace vedl postupem času ke vzniku městských států. Doba prvních autonomních států se datuje do let 970 až 1050. Na konci této dekády došlo k migraci muslimů z Ománu a Perského zálivu trvajících dalších 150 let, kteří sem přicházeli za vidinou lepšího života. Ta výrazně ovlivnila vývoj společnosti, zejména rozšířením islámského náboženství, založením prosperujících autonomních států, obohacením svahilského jazyka o arabská a perská slova, ale také jejím pojmenováním arabským slovem *sahil* (arabsky pobřeží), který se zde modifikuje na *Swahili* a její členové tak získali své jméno Svahilci.³ (Kusimba 1999)

Již v 7. století se Islám dostal na pobřeží východní Afriky skrze obchod a o století později pronikl hlouběji do povědomí Svahilců, díky asimilaci šíitských uprchlíků z Jižní Arábie. Nabývat plně na významu však začal až díky příchodu většího množství muslimů v 11. století. Muslimští imigranti se usazovali v již existujících bantuských městech, uzavírali manželské svazky s ženami z vládnoucích vrstev a zakládali autonomní městské státy, kde jejich rody vládly po dlouhá staletí. Díky arabskému jazyku a muslimské příslušnosti se jejich města stávala centry obchodu, neboť usnadňovaly obchodní kontakty s ostatními arabskými a perskými obchodníky. Ostatní městské státy s africkými vládci si tuto skutečnost velice rychle uvědomily. Elity si začaly osvojovat arabský jazyk⁴ a nastala u nich masivní konverze k islámu a praxe přiřazení muslimských svahilských usedlíků do vládnoucích rodin ve snaze spojit svůj původ s arabským. Od elit se pak náboženství šířilo dál mezi lid. Formující se svahilská společnost postupně přijala islám jako jeden z hlavních znaků náležitosti k moderní, obchodní a vyspělé společnosti. Islám se tak stal slučujícím prvkem etnicky různorodé městské společnosti po celé délce svahilského pobřeží. (Kusimba 1999, Shilington 2010)

Společnost ve městě byla hierarchizována podle původu a později i délky pobytu do socioekonomických tříd. Na vrcholu pomyslné pyramidy stály vládnoucí muslimské rodiny, které měly kontrolu nad obchodem ve městě a jejich bohatství se rozrůstalo zejména díky daním z importovaného a exportovaného zboží činícího v některých státech až padesát procent. Ačkoliv

³ Od 1.století do 5.století se pro obyvatele východního pobřeží, uchytil řecký výraz Azanijci a území je nazýváno Azania od 5. do 10. století se pro pobřežní populaci používá arabský výraz Zandžové a území získává jméno Země Zandžů.(Kusimba 1999)

⁴ Elity se učily arabsky mluvit, číst i psát. Díky arabštině také pronikala nová slova do svahilského jazyka a s osvojením arabského písma začal svahilský jazyk existovat v písemné formě.(Kusimba 1999)

byly daně tak vysoké, obchodníci přesto bohatli a těšili se vysokému statusu, nejen z výše jejich majetku, ale také z jejich arabského původu. Pod nimi byl pak zbytek obyvatelstva muslimského vyznání bez arabského nebo perského původu. Tito obyčejní lidé se živili například jako řezbáři, umělci, úředníci, tkalci, kapitáni a stavitelé lodí. Poslední, nejnižší vrstvu tvořili otroci, kteří pracovali pro bohaté rodiny. (Shilington 2010)

V nejbohatších obchodních centrech se začal rozvíjet textilní průmysl a bavlněné produkty se stávaly další důležitou obchodní komoditou, určenou nejen pro obyvatele měst, ale také pro export do oblastí vnitrozemí a do dalekých zemí. (Shilington 2010) Pro Svahilce měly tkaniny především symbolický význam a připisovali jim velkou hodnotu. *„Látky byly společností natolik ceněny, že byly součástí rituálu, potvrzujícího přijetí nového vládce. Panovníci ve východoafrických přístavech používali látku k potvrzení jejich práva vládnout. Pokud se nový vladař dostal na trůn, právo panovat mu nebylo umožněno do té doby, než všechny rodiny neotrockého původu obdaroval tkaninou. Během své vlády musel látkou obdarovávat rodiny vždy, když se narodil či zemřel jejich člen“.*⁵ Látky také hrály důležitou roli při obchodních rituálech. Karavany, přijíždějící do měst z vnitrozemí, zde nemohly prodávat své zboží, dokud nedostaly souhlas od vládce. Ten jako důkaz souhlasu, že mohou prodeji se svým zbožím vstoupit do jeho města, poslal vůdci karavany a jeho ženám látky. Vůdce karavany pak předstoupil před panovníka a na oplátku ho obdaroval jiným cenným darem. Teprve po tomto uvítacím rituálu se mohl obchod v přístavu odehrát. (Kusimba 1999)

První svědectví o rozsáhlé produkci tkanin je nám zprostředkováno skrze archeologické nálezy. Velkého množství keramických přeslenů datujících se až do 12. století bylo nalezeno ve městech Kilwa (Tanzanie), Paté (Keňa), Sofala (Mosambik) a Mogadishu (Somálsko), která patřila mezi nejbohatší městské státy. (Kusimba 1999)

Další významné státy, vyskytující se na svahilském pobřeží, pak byly zejména Mombasa (Keňa), Zanzibar (Tanzanie), Malindy (Keňa), Lamu (Keňa) a Mosambik (Mosambik). Podle různých zdrojů se počet městských států v 15. století, tedy v době vrcholu svahilské kultury, pohyboval mezi třiceti pěti až čtyřiceti. Na konci 15. století se zde ale začínají objevovat Portugalci a dochází k úpadku městských států. (Shilington 2010)

V roce 1498 se Portugalci plavili podél afrického pobřeží v čele s kapitánem Bartholomeem Diasem, když hledali cestu do Indie, aby získali přístup k obchodu s Asií, ovládaný arabskými

⁵ Informace z panelové desky z Národního muzea historie a kultury Zanzibaru (prosinec 2010, Zanzibar).

obchodníky. Poté, co poznali bohatství svahilských měst a navázali s tamními obchodníky kontakty, rozhodli se obchod ovládnout. Ve jménu křesťanské války proti pohanům si podmaňovali pobřežní města, která nebyla schopna bránit se společně proti síle jejich zbraní. (Shilington 2010)

Městské státy se nikdy nespojily a nebojovaly proti svému společnému nepříteli. Ačkoliv vedle sebe kooperovaly více než tři století v relativním míru, byla mezi nimi příliš silně zakořeněna obchodní rivalita, která jim v době své vzájemné potřeby nedovolila jednat jako jeden celek proti Portugalcům. Tak začala postupná okupace městských svahilských států Portugalci, kteří zde zřizovali své obchodní stanice, opěrné body i kolonie. Poté co si podmanili nejstrategičtější obchodní města,⁶ nastolili systém blokující obchodníky cizího původu v jejich přístavech a postupem času zničili i textilní výrobu, která byla podle dochovaných písemností portugalského cestovatele z 15. století Duarte Barbosy v té době již velmi rozvinutá. Svědčily o tom i obrovské sklady bavlny a tkanin na tomto území, které Portugalci vyrabovali. Z Barbarosových zápisků se dozvídáme, že Svahilci do té doby vyráběli kvalitní barevné tkaniny, kterých dosahovali roztkáváním jiných barevných látek dovezených z Indie na příze. Ty kombinovali s jejich bílými pevnějšími přízemi a z nich poté vyhotovovali nové kvalitnější bavlněné produkty. (Zawawi 2005) Portugalcům se násilím podařilo zničit textilní průmysl a odkázat tak Svahilce pouze na dovoz látek z Indie, jehož obchod tak jako i s jinými zeměmi na několik desítek let ovládali. Stavba masivní pevnosti Fort Jesus v Mombase, dokončená v roce 1599, měla jen potvrzovat portugalskou autoritu ve východoafrickém pobřeží. (Shilington 2010)

Svahilci se ale nehodlali jen tak lehce vzdát. Bouřili se proti Portugalcům a neustále obléhali pevnost. Odezvou na jejich útoky bylo bombardování měst lodními děly. V roce 1614, při bombardování Mombasy, poslali svahilští občané žádost do Maskatu (Omán), žádající ománské Araby o pomoc. Ti jejich úpěnlivou prosbu vyslyšeli a osvobodili postupně Mombasu, Paté a Lamu od cizí nadvlády. Jejich svoboda však netrvala příliš dlouho. Omán využil možnosti vzít pobřeží pod svou vládu a již v roce 1688 okupoval Paté, o deset let později Fort Jesus a v roce 1699 se zmocnil i Zanzibaru. Postupně vytlačili Portugalce do jižní části východoafrického pobřeží na území dnešního Mosambiku, kteří tam zůstali až do roku 1975 a ovládli zbytek území až do konce 19. století. (Kusimba 1999)

Mnohá svahilská města pod cizí nadvládou zanikla či zchudla, ale byla města, ve kterých Svahilci dál bohatli a těžili z obchodu. Zejména v oblastech pod ománskou nadvládou, kde jim jejich náboženství, ale také častý arabský nebo perský původ usnadňoval vzájemné manželské svazky,

⁶ Sofala, Mosambik, Kilwa, Mombasa.

díky nimž se mohli činně podílet na obchodu. Mnozí Svahilci se pod cizí nadvládou stali hlavními dodavateli otroků a slonoviny financovanými zejména zanzibarskými, indickými i portugalskými obchodníky. (Shilington 2010)

Obchod s otroky byl na území svahilského pobřeží prováděn po mnoho staletí, již z dob Zandžů⁷ (5.st.-10. st.) máme zmínky o prodeji válečných zajatců muslimským obchodníkům, kteří putovali do Arábie a Perského zálivu. (Kusimba 1999) K rozmachu transatlantického obchodu s otroky na tomto území dochází až v druhé polovině 18. století a to z mnoha důvodů. Francouzi v té době založili své plantáže na ostrovech Mauricius a Seychely v Indickém oceánu a potřebovali velké množství pracovní síly. Mířili do přístavu Quelimane (Mosambik), Mosambiku, Kilwi a Zanzibaru, aby zde nakoupili potřebné otroky. Na začátku 19. století navíc v Brazílii došlo k expanzi cukrových plantáží, nutně potřebujících další otroky a otrokářské lodě se začaly vydávat až na svahilské pobřeží. (Shilington 2010)

Ománský sultán Seyyid Saids, jenž měl velkého obchodního ducha, rozpoznal příležitost k nárůstu bohatství jeho říše a přesunul své sídlo na Zanzibar. Ten se za jeho vlády stal největším otrokářským přepravištěm ve východní Africe a ročně tudy prošlo až sedmdesát tisíc otroků. Kromě prodeje do Nového a arabského světa, se velké množství otroků využívalo k obhospodařování rozsáhlých plantáží s kořením na Zanzibaru a okolních ostrovech, které zakládali za podpory sultána především nově příchozí migranti z Ománu. Mnozí z nich se v průběhu času asimilovali se Svahilci a svahilská populace tak znovu nabyla na své mnohoetničnosti. (Shilington 2010)

Velká poptávka po otrocích nutila otrokáře, jimiž byli nejčastěji Svahilci, vydávat se na několikátýdenní až měsíční výpravy, financované obchodníky v přístavech, stále hlouběji a hlouběji do vnitrozemí až do oblasti dnešního Konga. Jejich karavany čítaly stovky až tisíce ozbrojených mužů. Přepadávali vesnice a odvlékali práceschopné obyvatelstvo v řetězech do bývalých svahilských států. Kromě toho přiváželi i slonovinu, která byla určena zejména pro Evropu. (Shilington 2010)

Jedinci těžící z obchodu s otroky bohatli, ale ostatním členům svahilské společnosti se peněz nedostávalo. Naopak, východní Afrika byla díky vnitřním konfliktům způsobeným válečnými výpravami za otroky, ale i otroctvím samotným, které mělo za důsledek nucený odchod nejproduktivnějších členů společnosti, velice oslabena a vnitřně rozvrácena.

⁷ Zandžové bylo arabské označení pro obyvatele východoafrického pobřeží používané od 5. až 10. století.

Nové evropské mocnosti se tak na konci 19. století snadno zmocnily celé východní Afriky včetně svahilského pobřeží. Ani ománští Arabové, kteří se tu již dlouhou dobu vyskytovali, nemohou proti nově příchozí síle nic dělat. Britové a Němci zde založili své soukromé obchodní společnosti a pronajali si od ománských Arabů, jejichž centrem byl Zanzibar, téměř celé svahilské pobřeží, od hranic Mosambiku, až po území Keni. Zanzibar s ostrovem Pembou zůstávaly jediným územím pod neevropskou nadvládou.⁸ Jižní pobřeží tak od roku 1888 spadá pod Německou východoafrickou společnost, zatímco severní část je již v roce 1887 ovládána Imperiální britskou východoafrickou společností. (Krieger 2000) Společnosti i s pronajatým územím jsou pak velice záhy i se zanzibarským sultanátem zahrnuty do koloniálních říší svých zemí a Svahilci se tak ocitají pod dalšími cizími mocnostmi, s kterými přicházejí i nové velké změny. (Shilington 2010)

Britové v roce 1897 definitivně skoncovali s otroctvím. Mnoho osvobozených otroků se rozhodlo neodejít z východoafrického pobřeží. Většina z nich vzhledem k dlouholetému působení na plantážích nebo na dvorech bohatých svahilských rodin otrokářů ovládali svahilský jazyk a s přijetím islámského náboženství se lehce asimilovali do svahilské společnosti. Podle odhadů se počet svahilské populace díky této asimilaci zdvojnásobil. K začlenění osvobozených otrokyň do svahilské populace napomáhá také africká látka *kanga*.⁹ Kromě nárůstu členů svahilského obyvatelstva mělo zrušení otroctví velký vliv na ekonomiku Svahilců, jelikož do té doby mnoho z nich mělo příjem právě z obchodu s lidmi. (Shilington 2010, Zawawi 2005)

V době britské a německé nadvlády docházelo k mnoha protestům a snahám o vypuzení cizích sil z východní Afriky. Svahilci se připojovali k řadě významných povstání, z nichž první bylo v roce 1888 známé dnes jako Abushiri, následovalo Mazrui 1895 a posléze Mají Mají v roce 1905. Povstání způsobila Evropanům nemalé škody a mnohdy trvalo až několik měsíců, než se jim podařilo dostat situaci zpět pod svou kontrolu. Ukončení kolonializmu a osvobození svahilských měst trvalo ale ještě řadu let. (Shilington 2010)

Po skončení první světové války je území německé koloniální říše rozděleno mezi Brity a Portugalce, kteří ovšem získali pouze část, náležící do současného Mozambiku. Téměř celé svahilské pobřeží se tak ocitlo pod Britskou nadvládou. Britové zejména po vzpourách Svahilců podporovali ománské Araby v jejich kontrole na územích bývalých svahilských států a spolupracovali s nimi. (Shilington 2010)

⁸ www.wikipedia.org (staženo dne 21.3. 2012).

⁹ Viz kapitola 4 - Význam kangu v historii.

Díky spolupráci s pobřežím si úředníci a misionáři evropského původu vybrali ke komunikaci s místním obyvatelstvem svahilštinu, která zde dominovala. Arabské písmo ovšem ovládal jen málokdo z nich, a tak začali svahilská slova foneticky přepisovat do latinského písma. V této formě se pak díky britským úředníkům svahilština psaná latinkou dostávala na úřední místa a misionáři ji šířili do škol a dalších institucí, kde působili. Evropští kolonizátoři ovšem neovlivnili pouze psanou formu svahilštiny, ale měli i velký vliv na jejím rozšiřování po celém území východní Afriky. Svahilština se tak v této době stala hlavním dorozumívacím jazykem a tato funkce jí zůstala až dodnes.¹⁰

Svahilské pobřeží bylo osvobozeno od cizích evropských sil až v 60. let 20. století, kdy jednotlivé země získaly svoji nezávislost. Somálsko získalo svoji nezávislost jako první v roce 1961, následoval ho Mozambik a Keňa v roce 1975. Tanganika a Zanzibar vyhlásily nezávislost na Velké Británii v roce 1963. V Zanzibaru ještě rok poté vládl ománský sultán, než jej svrhl místní africký lid. Poté došlo k vyvražďování mnoha Arabů, některých i s částečným svahilským původem a k přivlastňování jejich majetku. V důsledku toho nastala velká migrace ománských Arabů do země svých předků. Po svržení sultána je Zanzibar spojen s Tanganikou, a vzniká tak nový stát Tanzanie. (Krieger 2000) Svahilská města jsou tak po více než čtyři sta letech zbavena cizích mocností, ale již nikdy se jim nepodaří obnovit svou existenci svobodného městského státu. Dál se vyvíjejí různě pod vládou států, ve kterých se nacházejí.

V mnohých bývalých městských státech, nacházejících se po celém svahilském území, ale zejména pak v oblasti pobřeží Keni a Tanzanie, život Svahilců dále pokračuje. Jejich bohatství a dávnou slávu už připomínají jen rozpadlé paláce a staré kamenné domy, jejichž zdi se bortí pod tíhou času. Svahilci tvoří společnost, která se postupem času stala jednou z nejmnohoetničtějších. Ačkoliv její vývoj nebyl díky rozlehlému území, jehož úseky spadaly v různých dobách pod jiné mocnosti, homogenní, Svahilci si přesto udrželi svoji společnou identitu konstruovanou skrze jazyk a náboženství. Svahilština a Islám jsou dnes hlavními znaky příslušnosti k této populaci. Pro mnohé vědce, ale i pro mnohé Afričany je velice obtížné říci, kdo vlastně Svahilci jsou. Mnozí Keňané a Tanzanci si za termínem Svahilec představí otrokáře, jiní zase otroka samotného, vědci v něm pak vidí především tvůrce jedné z nejnávštěvnější civilizace, jejíž pád zavinily evropské koloniální mocnosti. Mnoho Svahilců se pak vnímá zejména jako zkušený obchodník. Většina z nich zůstala věrní městu a dále se zde živí obchodem. Mnozí z nich se orientují na podnikání s látkami, kterým vždy připisovali velkou symbolickou hodnotu. Právě jedné z nich, *kanze* je věnována tato práce.

¹⁰ Informace z panelové desky Národního muzea kultury a historie Zanzibaru (prosinec 2010, Zanzibar).

Oblečení hrálo důležitou roli v identifikaci členů svahilské společnosti. Ti se velmi lišili od ostatních afrických společností také arabským stylem oblékání. O přijetí stylu od ománských Arabů se zmiňuje Charles New v knize *Life Wandering and Labours in East Africa* (1873). (Zawawi 2005) Většina otrokyň byla oblečena do jednoduchých nebarvených bavlněných tkanin, a velmi se tak odlišovaly od svahilských žen, jejichž drahé látky byly bohatě vyšívány a zdobeny islámskými geometrickými a květinovými motivy, které se sem dovážely především z Ománu. Aby osvobozené otrokyně, alespoň trochu zapadly mezi svahilské ženy, ke kterým chtěly patřit, začaly si vyrábět své látky, které dostaly jméno *kanga*.¹¹ Právě vzniku a výrobě této látky je věnována druhá kapitola.

¹¹ Viz kapitola 4 - Význam kangy v historii.

3 VÝROBA KANGY

Tato kapitola se zabývá výrobou *kangy*. Ukážeme si jak se tato látka vyráběla v minulosti a kdo se podílel na jejím vzniku. Především si popíšeme, jak se svahilská textilie vyrábí na území Tanzanie dnes a jaká je budoucnost její produkce na východoafrickém pobřeží.

3.1 Počáteční způsob výroby *kangy*

Vznik svahilské tkaniny nazývané *kanga* se datuje do přelomu devatenáctého a dvacátého století. V jaké oblasti tato tkanina vznikla, nemůžeme s přesností určit. Existuje však několik verzí, které popisují vznik této látky a poskytují nám cenné informace nejen o jejích prvních pravděpodobných tvůrcích, ale zejména o počátečním způsobu výroby.

Podle jedné z verzí, rozšířené na Zanzibaru,¹² byla *kanga* vynalezena svahilskými ženami právě na tomto ostrově. Na Zanzibaru na konci devatenáctého století s definitivní platností skončil obchod s otroky, ale rozmanité zboží z Indie, Blízkého a Dálného východu a Evropy sem bylo přiváženo dále. Mezi obchodní artikly z dalekých koutů světa patřily také nejrůznější látky. Místní ženy začaly sešívát dohromady kusy tkanin přivážených z Portugalska, které původně sloužily jako šátky. Látka s čtvercovým vzorem byla distribuována mezi obchodníky v rolích o šířce padesáti centimetrů. Ženy si od nich koupily látku o délce tří metrů a rozstříhly ji napůl. Poté dva kusy sešily podélně dohromady a vznikla jim tak tkanina o přibližné délce sto padesáti centimetrů a šířce sto centimetrů. Tento rozměr se u *kangy* zachoval dodnes.

Další verze se odkazuje na Mombasu jako na místo, v němž se *kanga* zrodila.¹³ Charles New (1873) ve své knize *Life, Wanderings and Labours in Eastern Africa* uvádí, že to byly svahilské ženy z Mombasy, které vynalezly *kangu*. Začaly sešívát dohromady šest šátku, původně sloužící jen jako pokrývka hlavy. Vytvořily tak látku se vzorem šesti čtverců, která byla dostatečně dlouhá na to, aby si ji mohly omotat kolem těla. Tato tkanina začala být populární, a když se díky obchodním cestám objevila na Zanzibaru, obchodníci ji podle vzoru z Mombasy začali napodobovat.

Obě verze dokládají, že *kangu* vymyslely svahilské ženy. Pouze názory na místo jejího vzniku a postup výroby se liší. Na pobřeží Tanzanie i Keni místní obyvatelstvo připisuje vznik této textilie na své území a je tedy těžké určit, zda byla látka poprvé vyrobena na Zanzibaru nebo v Mombase.

¹² Informace z panelové desky Národního muzea historie a kultury Zanzibaru (prosinec 2010, Zanzibar).

¹³ www.glcom.com (staženo dne 3.12. 2011)

Nicméně je zřejmé, že již na konci devatenáctého století se vyskytuje na svahilském pobřeží na několika místech. Stále ji však chybí ještě jeden základní prvek, kvůli kterému se dodnes těší velké oblibě mezi svahilskými ženami a tím je její text.

Většina *kang* je v dnešní době potištěná textem ve svahilštině. Tuto tradici založil na konci devatenáctého století mombajský obchodník Kaderdina Hajee Essak, známý také pod jménem Abdulah. Jako první začal pod svou značkou „K. H. E – Mali ya Abdulah“ na tkaniny tisknout text v podobě svahilských přísloví. (Hanby&Bygott 1984)

Ručně sešívaná látka začala být velmi populární a velice záhy v ní svahilští obchodníci uviděli výhodnou obchodní artikl. Svahilští obchodníci rychle rozpoznali příležitost, jak zvýšit své zisky a uspokojit zákaznice, které našly v této verzi oděvu velikou zálibu. Místo prodávání kusů bavlněných látek dovážených především z Portugalska, požadovali od indických, arabských a evropských obchodníků zaměřujících se na transoceánský obchod dovážení látek, které by připomínaly podobu *kang*, ale jednalo by se o celistvý kus. Mimoafrické továrny začaly tedy na přání obchodníků vyrábět pro svahilské pobřeží bavlněné potištěné tkaniny, které časem zcela nahradily látky čtvercového vzoru. (Zawawi 2005)

Obchodníci je přiváželi z Číny, Japonska, Holandska, arabských zemí nebo Indie do hlavních obchodních center svahilského pobřeží - Dar es Salaamu, Mombasy a Zanzibaru, odkud byly dále distribuovány mezi místní obchodníky. (Zawawi 2005) Tak byla výroba *kangy* „přesunuta“ mimo africký kontinent a trvalo mnoho desítek let, než se tkanina ve své celistvé podobě začala vyrábět na území Afriky. K tomu dochází až po získání nezávislosti Keni (1963) a Tanzanie (1963), kdy se zakládají ve východní Africe regionální textilní společnosti. Mezi nejvýznamnější továrny, které fungují dodnes, patří Mwatex (Keňa), Sungura (Keňa), Rivertext of Eldoret (Keňa) a Urafiky (Tanzanie). (Beck 2001)

3.2 Současná výroba *kangy*

Firma Urafiky byla první továrnou vyrábějící *kangy* v Tanzanii založenou již v roce 1964. V současné době se v Tanzanii vyskytuje třináct továren orientující se na její produkci. Urafiky je ale jedna z mála, ve které se *kanga* vyrábí od bavlněného vlákna až po hotový produkt. Z tohoto důvodu byla nejvhodnějším místem k získání poznatků o současném procesu výroby. Navíc má v zemi nejdelší tradici a lidé její produkty považují za jedny z nejkvalitnějších na trhu.¹⁴

¹⁴ Veškeré informace o produkci této svahilské látky jsem získala od kvalifikovaného personálu v době, kdy jsem v

V následující části se budu věnovat celému procesu výroby *kangy*, od zpracování bavlněného vlákna až po finální produkt připravený na trh se zbožím. Celý postup se dá rozdělit do třech hlavních výrobních procesů. V první fázi se zpracovává hrubá bavlna až po přízi, v druhé se z příze tká látka a ve třetí se z obyčejné látky stává *kanga*.¹⁵

3.2.1 První fáze výroby

Hrubá bavlna se přiváží do továrny v balících o váze zhruba dvě stě kilogramů z šesti různých pěstitelských oblastí.¹⁶ Každá bavlna vypěstovaná v určitém regionu má své specifické vlastnosti.¹⁷ Aby se dosáhlo požadovaných parametrů, musí se bavlněná vlákna z různých pěstitelských oblastí nakombinovat. Z tohoto důvodu je bavlna v množství dvou tisíc kilogramů ve speciálním zařízení promíchávána, poté rozcupována, zbavována nečistot a v poslední části formována do vlákenného rouna (kotouč hrubé bavlny). Vše probíhá mechanickým způsobem.¹⁸

Vlákenné rouno se následně převáží do další části provozovny. Tam se mechanicky vybírají vlákna vhodná na výrobu *kangy* a dochází k mykání (seřazování bavlny do jednoho směru). Bavlna je zbavována příliš krátkých, slabých vláken a naopak vyhovující vlákna se seřazují do jednoho směru, formují v bavlněnou síť a následně zhušťují v pramen. Pramen je několik desítek metrů dlouhý provazec bavlněných vláken o průměru přibližně jednoho až pěti centimetrů. Ten je točivým pohybem umisťován do kovového sudu o průměru osmdesáti centimetrům a výšce sto třiceti centimetrů. Takto vzniklý pramen má velmi nepravidelnou tloušťku. Aby se dosáhlo stejné tloušťky po celé délce pramenu, je osm nepravidelných pramenů pomalu mechanicky natahováno a spojováno v jeden. Ten se natahováním ztenčuje, nabývá na délce a zejména získává na pravidelnosti. Opět je točitým způsobem umisťován do kovového sudu, který má ale menší průměr než ten předešlý. Tento proces se opakuje ještě jednou pro získání ještě většího stupně pravidelnosti. V konečné fázi se napínají a narovnávají bavlněná vlákna finálního pramenu, který má v tomto stádiu přibližný průměr dva centimetry po celé své délce. Ten se poté pomocí rotačního zařízení zatočí, a tak vznikne příze. V konečné fázi celého procesu je příze namotána na kotouč a přepravena do výroby, kde se z ní bude tkát látka.

továrně Urafiky prováděla několikadenní terénní výzkum. Informace o produkci *kang* se tedy budou vztahovat pouze na tuto firmu. (prosinec 2010, Dar es Salaam)

¹⁵ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

¹⁶ Mwanza, Isinge, Bukuma, Masoma, Moregoro, Singida.

¹⁷ Barvu, délku a sílu.

¹⁸ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

3.2.2 Druhá fáze výroby¹⁹

Oddělení zabývající se tkaním látek jako první dostane informace od technického oddělení. To jim sdělí, kolik jednotlivých přízí má být použito na výrobu látky určené na *kangu*. Mezi faktory ovlivňující kvalitu látky patří druh, tloušťka příze a počet přízí. Obecně platí, že čím více příze o menším průměru se použije na výrobu látky, tím se tkanina stává pevnější a hebká. V továrně Urafikey se nyní na výrobu *kangy* používá příze s číslem čtyřicet pět. Toto číslo značí kolik metrů příze je vyrobeno z jednoho kilogramu hrubé bavlny. Čím vyšší číslo, tím je příze kvalitnější. Počet přízí použitých na šířku látky je pět set třicet dva.

V první části výroby se naaranžuje pět set třicet dva přízí odvíjejících se z kuželů paralelně do řady tak, aby vytvořilo danou šířku *kangy*, která je přibližně sto centimetrů. Takto vytvořený obrazec je namotáván na válec. V této formě se poté přepraví do další části provozu, kde dojde ke zpevnění jeho přízí.

Příze sama o sobě je příliš slabá na to, aby se při procesu mechanické výroby nepřetrhla. Z tohoto důvodu je třeba ji zpevnit tím, že se jednotlivé konce bavlněných vláken k sobě slepí. K tomuto účelu se vyrábí speciální směs, která obsahuje sodu, bethaf a organický škrob. Směs je ručně nasypána do kotle, mechanicky smíchána a poté povařena. Takto připravená směs putuje v kapalném skupenství trubkami ústící do speciálního zařízení v dalším výrobním prostoru.

Obrazec namotaný na válcí se umísťuje vodorovně na patřičné zařízení, kde je postupně mechanicky odmotáván a namáčen ve směsi. Poté se horkým vzduchem vysouší, znovu namotává na válec a převáží do další části výroby.

V těchto prostorách se nepoužívají stroje, naopak se vše provádí ručně. Připravuje se zde osnova. Pět set třicet dva přízí je ručně provlékáno a uchycováno na dva rámce nad sebou, čímž mezi jednotlivými přízemi vzniknou požadované pravidelné vzdálenosti a zejména se rozdělí na sudé a liché. Tímto způsobem vznikne osnova, která je poté umístěna na tkací mechanismus. Jednotlivé příze poskládané pravidelně vedle sebe se na tkacím zařízení ob jednu pravidelně zvedají a současně jsou napříč po jednom vkládány další, které se odmotává ze špulek. Tím dochází ke tkání látky.

Šedá bavlněná látka je po utkání odvezena do kontrolního oddělení. Umísťuje se na zařízení, který

¹⁹ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

látku postupně odmotává a současně je látka odborným pracovníkem kontrolována a pokud je to možné, zbavována případných nedostatků, čímž například mohou být nitě nebo bavlna uchycené na tkanině. Bavlněná látka se zde podle stupňů kvality přiřazuje k určité jakostní skupině a počítá se na metry. Průměrná délka látky vyrobená tkacím zařízením je sto až sto dvacet metrů. Poté, co ji zaměstnanci spočítají a poskládají do balíků, se převáží do prostorů poslední fáze výroby.

3.2.3 Třetí fáze výroby²⁰

V třetí fázi výroby se balíky rozbálí a konce jednotlivých látek sešijí k sobě tak, aby vytvořily nepřetržitý provazec. Provazec umístěn na mechanické zařízení je dále posouván do další části výrobního prostoru, kde dochází k odstranění cizích materiálů.

Provazec o několik set metrů látky je v této sekci zbavován veškerých cizích materiálů. Část provazce je na dvacet čtyři hodin umístěna do vodní nádrže s obsahem sody. Působením chemických látek jsou z tkaniny odstraněny veškeré nečistoty, které během procesu výroby ulpěly na látce. Jsou jimi zejména olejové skvrny, barvy, šmír atd. Látka se poté čistí proudem čisté vody, který ji zbaví chemikálií. Celý proces se ještě dvakrát opakuje s tím rozdílem, že v každé vodní nádrži je jiný druh chemikálií, díky nimž se dosahuje rozdílných efektů a látky jsou zde umístěny na jednu hodinu a třicet minut. V další fázi čištění je látka zbavována směsí, které bylo použito na zpevnění bavlněných vláken, aby se příze během procesu tkaní nepřetrhly. V poslední fázi se látka v nádržích bělí.

Takto upravená tkanina je mechanickým zařízením namotávána a posouvána pomalu na několik horkých válců, které ji postupně vysoušejí. V této výrobní sekci poté dochází k natahování látky tak, aby získala zpět své parametry, šířku sto centimetrů a délku sto padesát centimetrů. Látka zbavená všech nežádoucích materiálů, vybělená a zformovaná do požadovaných rozměrů je přemístěna do prostorů továrny, kde dochází k jejímu tištění.

S procesem tištění je nezbytně spojena celá řada úkonů, které je nutno před tím vykonat. Prvním krokem je návrh designu.²¹ Návrhář rukou nakreslí základní vzory, které chce na *kanze* použít. Poté obrazce překreslí v životní velikosti na čtverečkovaný papír a po částech ho naskenuje. Speciální program na počítači umožní vytvoření celého obrazu *kangy*, doladění motivů a barevných kombinací.

²⁰ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

²¹ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

Poté, co je určitý návrh schválen vedením, se převede elektronicky do rozměru a velikosti kangy a následně se vyvolá na fotocitlivou fólii. Každá část s rozdílnou barvou je převedena na jednotlivou fólii. To znamená, že je tolik rozdílných folií, kolik je barev použitých na látce. Na každé fólii je v černobílé barvě počítačem vytvořen obraz motivu. Černá místa na fólii jsou nepropustná, zatímco bílá místa barvu propouští. Fólie se vzorem kontroluje a retušuje odborný personál. Poté se fólie umístí na válce. V tomto případě se jedná o přímou formu tištění. To znamená, že se forma přímo dotýká tkaniny. Napnutá látka umístěná na běžící pás postupně dojde ke kontaktu s jednotlivými válci, kudy je přiváděna konkrétní barva. Válce se otáčí, zatímco tkanina pod nimi projíždí. Tak dochází k tisku konkrétního motivu. Barvy, které se použijí na konkrétní látku, se míchají k požadovaným odstínům a testují předem v laboratoři.

Po natištění vzoru je nezbytné barvu zafixovat. Látka s potiskem se opět pomalu posunuje a namotává na válce v uzavřeném mechanickém zařízení, do kterého je pouštěna pára a v němž teplota dosahuje sto pět stupňů Celsia. Každý kus látky zde setrvá po dobu osmi minut. Tímto způsobem je část barvy natrvalo zapuštěna do tkaniny.

Nemalé procento barvy se na látce neuchytí, z tohoto důvodu je nezbytné látku několikrát omýt a zbavit se tak neulpělé barvy. Pokud byl celý proces proveden správně, potištěná tkanina by neměla pouštět barvu. Látka vysušena a napnuta do požadovaných rozměrů, putuje do posledního prostoru, kde dochází k její kontrole. Pokud výroba *kang* nepřesahuje třicet tisíc kusů, kontrolují jí a stříhají na jednotlivé kusy manuálně zaměstnanci v továrně. U dlouhého stolu stojí čtyři dělníci, kteří v rychlosti kontrolují kvalitu tisku. Jeden z nich stříhá látku na jednotlivé kusy a další ji poté skládají po dvou kusech dohromady. Nakonec jsou jednotlivé páry *kang* zabaleny a putují do rukou obchodníků.

3.3 Budoucnost výroby *kangy*

Mnoho obchodníků, kteří si kupují *kangy* přímo z továrny, má obchody ve městech, odkud jsou tyto produkty dál distribuovány mezi méně movité prodavače. Tkaniny z regionálních továren ale nejsou jediné, s kterými obchodují. Levné *kangy* vyráběné především v Indii a Číně, mezi nimiž je i velké procento padělků, stále více zahlcují místní trh. Východní Afrika, kde se tento druh látky nejvíce nosí, patří mezi rozvojové regiony, kde žije mnoho obyvatel na hranici chudoby. Pro většinu obyvatel je rozhodující spíše cena nežli kvalita. Obchodníci jsou tak nuceni dávat přednost méně kvalitním levnějším *kangám* z cizích zemí, které mohou lépe prodat. Místní továrny pod vlivem přílivu levných nekvalitních padělků stále snižují kvalitu tkanin, aby se tak alespoň trochu mohly

přiblížit k jejich cenám. Mnohé z nich z tohoto důvodu zkrachovaly, nebo jsou na pokraji krachu. Pokud se situace do budoucna nezmění, není vyloučeno, že se *kangy* budou vyrábět opět pouze mimo africký kontinent a na území svahilského pobřeží budou dováženy, tak jak tomu bylo již v minulosti.²²

²² Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

4 PODOBA KANGY

Zatímco předešlá kapitola popisovala výrobu *kangy* dnes i v minulosti, další kapitola se věnuje její podobě, popisu uměleckého ztvárnění tkaniny, jednotlivých znaků, motivů, barev, nápisům a jménům, které jsou s ní neodlučitelně spjaty. Cílem této kapitoly je zachytit svahilskou látku v co nejvěrnější podobě a poukázat na faktory, které ovlivňují její texty a motivy.

4.1 Etymologie slova *kanga*

Podle jedné verze²³, znamená slovo *kanga* ve svahilštině perlička (drůbež). Podle názoru mnoha Svahilců má tato látka svým kropenatým zdobením připomínat tyto ptáky. K této verzi se přiklání i Harold Ingrams ve své knize *Arabia and the Isles* (1919). „*Kangy byly původně tak nazvány, protože byly šedivé s bílými skvrnami jako perličky a kanga také znamená perlička. Nicméně čas, kdy takto vypadaly je už dávno minulostí a mezi Svahilci nyní nalezneme celou škálu různých vzorů.*“ (Zawawi 2005:8) Na spojitost perličky s tkaninou odkazuje také další rozšířená legenda, podle níž kupci přiváželi nové *kangy* a prodávali je na tržištích, kde se houfovaly ženy a štěbetaly nad krásnými látkami tak, že to místním mužům připomínalo švitoření perliček.²⁴ K této verzi se přiklání Jana Jiroušková v knize Černá Afrika. "*Místní muži začali nazývat látku stejným slovem jako domácí drůbež perličku, neboť jim tlachání manželek oděných do kang připomínalo křik černobílých opeřenců.*" (Jiroušková 2003:15)?

Sharifa Zawavi (2005), která na území svahilského pobřeží prováděla několikaletý výzkum *kangy*, zastává jiný názor. Podle ní je slovo *kanga* pouhým homonymem a nemá reálně s perličkou nic společného. Domnívá se, že je převzaté z arabštiny, tj. vyvinulo se z arabského slova *kharqah* nebo *khalqah*, který v ománské arabštině znamená „kus látky“. Postupem času se ve svahilštině fonologicky měnilo na formy *kharqag*, *khalkah*, *khalqa*, *khanqa*, *khanga* až se nakonec ustálil termín *kanga*. Také v současné době se můžeme běžně setkat s termínem *khanga*. (Zawawi 2005)

4.2 Hlavní části *kangy*: *pindo*, *mji*, *jina*

Nejběžnější podoba dnešní *kangy* se sestává z tří hlavních částí. Širokého okraje často zdobeného rozličnými ornamenty zvaného ve svahilském jazyce *pindo*, hlavním motivem zvaném *mji* a krátkým textem ve svahilštině *ujube* nebo *jina*. (Hanby&Bygott 1984) Pouze výjimečně se na trhu

²³ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

²⁴ Národní muzeum historie a kultury Zanzibaru(prosinec 2010, Zanzibar).

objevují svahilské látky, které všechny tyto tři části nemají. Jedná se zejména o ty, které nejsou určeny pro Svahilce, ale pro turisty.

4.2.1 *Pindo*

Pindo je široký zdobený pás lemující látku, který barevně ladí s hlavním motivem. *Pindo* je designéry obvykle dekorován barvami, kterými je částečně vyobrazena i její centrální oblast. Tato část látky je nejčastěji zdobená geometrickými nebo květinovými ornamenty vycházejícími často z islámského umění. V dolní části lemu se nachází jméno firmy a číslo označující typ designu.

4.2.2 *Mji*

Hlavní motiv *mji* je umístěn do centrální části látky, ohraničené rámcem *pindo*. Vyskytuje se zpravidla ve dvou verzích. Buď je hlavní motiv samostatně umístěn na jedno nebo více barevné pozadí do středu tkaniny, nebo se nachází opakovaně ve střední části *kangy*. Vzory jsou nejčastěji jednoduché a symetrické.

Mji má nespočet rozličných podob. Nejčastěji převažují motivy ovoce (mandarinka, mango, kešu oříšek, kukuřice, čili paprička, hrách), květin (leknín, růže, jasmín) a domácích užitkových předmětů (dveře, rohož, košík, džbán na vodu, pilka, podnos). (Zawawi 2005) Velmi oblíbené jsou i motivy vynálezů poukazující na civilizační pokrok jako například: parní loď, elektrická světla, vlak, hodiny, automobil. (Fair 1998)

Jak již bylo výše naznačeno, svahilská společnost je spjata s islámskou kulturou a není proto divu, že i do *kang* se odkaz islámské tradice promítá. Látky nesou na sobě náboženské motivy jako je například půlměsíc, modlitební kobereček nebo vyobrazení mešity. Jelikož islámské náboženství zakazuje se modlit v oblečení vyobrazující postavy nebo zvířata, je *kanga*, jako každodenní oblečení svahilských žen, tomuto uzpůsobena. Ve většině případů se na ní nevyskytují antropomorfní ani zoomorfní motivy. (Zawawi 2005)

Kangy vyobrazují také politické motivy, například hořící pochodeň svobody (symbol svobody), srp a kladivo (symbol komunismu), významné politické osobnosti, například prvního prezidenta nezávislé Tanzanie Juliuse Nyererea, nebo historické budovy, například portugalskou pevnost Fort Jesus v Mombase.

Většina motivů na *kangách* má svůj symbolický význam. Svahilci symbolický význam motivů využívají zejména při provádění rituálů, ale také ke vzájemné komunikaci. V mnoha případech může k oběma způsobům využití posloužit stejný motiv. Příkladem je *kanga* s motivem kešu oříšku symbolizujícího zdraví. Do této tkaniny se rituálně zabaluje novorozeně, aby bylo ochráněno před nemocemi a možným úmrtím. Textilie se stejným motivem může být také posílána darem nemocnému člověku, jako přání k brzkému uzdravení.²⁵

4.2.2.1. Faktory ovlivňující podobu a výběr motivů

Stejně tak jako u jiných uměleckých předmětů i na vzhledu motivů se podílí celá řada faktorů, ať již pozitivně nebo negativně. Na vzhled, ale také na výběr motivů mají velký vliv zejména modní trendy, doba, zisky, kreativita návrháře a také funkce *kangy*.

Kanga, oblíbený tradiční oděv východoafrických žen, podléhá stejně jako oblečení kdekoli jinde na světě módním trendům. Zatímco její rozměr a způsob vázání se nemění, motivy procházejí neustálou změnou. Módní trendy udávají díky zpopularizování určitého motivu směr, jehož vlivu se návrháři musí přizpůsobit, aby jejich produkty na trhu mohly obstát. Pozitivním aspektem módních trendů je jejich schopnost revitalizovat vzory staršího původu. Motiv shledaný v určité době zastaralým, může být tak znovu produkován a najít oblibu u další generace.

Motivy na látkách, stejně jako ostatní umělecké výjevy, reflektují dobu svého vzniku. Odrážejí se v nich proměny světa, jehož jsou součástí. Jako příklad mohou posloužit *kangy* z první poloviny 20. století. Tato doba byla plná převratných objevů značících nástup nové epochy. Na svahilském pobřeží se v důsledku oslavování technického pokroku objevují *kangy* s motivy nových vynálezů. O tomto fenoménu se zmiňuje Kapitán J. E. E. Craster v knize *The Spice Island of Zanzibar* (1913). „*Vzory těchto tkanin byly velmi velké a pestře zbarvené. Některé z nich byly jen jednoduché geometrické vzory, ale vyskytovaly se na látkách i složitější, které vyobrazovaly předměty z civilizace. Jeden z nejpobulárnějších motivů byla žárovka.*“ (Zawawi 2005:18)

Největší podíl na vzhledu motivů mají ovšem návrháři, kteří je ztvárňují a dávají jim uměleckou podobu. Jednotlivé vzory jsou zejména produktem kreativity umělců a zosobněním jejich fantazie. Každá firma vyrábějící *kangy* zaměstnává jednoho nebo více návrhářů, jejichž prací je vymýšlet jejich nové motivy. Tito zaměstnanci se snaží, aby každý produkt byl jedinečný a reprezentoval

²⁵ Osobní rozhovor (leden 2011, Dar es Salaam).

dobré jméno firmy.²⁶

Návrháři se těší ve svahilské společnosti úctě a jsou považováni místními lidmi za velké umělce. V Dar es Salaamu návrháři nacházejí inspiraci zejména v dochovaných nákresech svých předchůdců, předávaných z generaci na generaci, přírodě či ve starších *kangách*. Setkala jsem se i s případem, kdy designér tvořil pod vlivem snů. Ve spánku se mu zjevoval jeho zemřelý otec pracující za života jako návrhář *kang* a své umění mu předával pomocí kreseb do písku. Pan Melchizedek pak tyto kresby používal při své práci a podle jeho názoru vytvářel ty nejkrásnější *kangy*.²⁷

Další faktor podílející se na vzhledu a především výběru motivu je vidina vyšších zisků. Podle výpovědi jednoho z vysoce postavených zaměstnanců největší textilní továrny v Dar es Salaamu²⁸, nařizuje vedení svým designérům za účelem vyšších zisků, aby vedle produkce nových motivů, reprodukovali také linie nebo barvy oblíbených *kang* od jiných výrobců, které se těší u lidí největší popularitě. Na trhu se tak často objevuje několik těchto produktů s podobnými nebo zcela identickými motivy od různých místních firem.

Motivy na svahilských látkách jsou vždy přizpůsobeny jejich funkci. Motivy se přirozeně mění podle toho, jedná-li se o *kangy* komunikační, politické, náboženské, reklamní nebo turistické.²⁹ Například turistické *kangy* na sobě nesou motivy přizpůsobené západní představě „typické“ Afriky. Na trhu v Dar es Salaamu se tento druh výrazně odlišuje od ostatních. Návrháři se snaží co nejvíce vyhovět turistům dožadujících se „tradičních“ výjevů. Motivy se tak stávají divoká africká zvířata, Masajové nebo polonazí Afričané, poskakující kolem ohně.

4.2.3 *Jina*

Nyní přejdeme ke třetí strukturální části a tou je *jina* – text. *Jina* je nezbytnou součástí téměř všech *kang* více jak sto let. Původně byl text psán svahilsky arabským písmem a až po roce 1930 se začala používat latinka, která převládá dodnes. (Jiroušková 2003) Na trhu v Dar es Salaamu můžeme výjimečně najít i tyto tkaniny s anglickým textem určené pro turisty. *Kangy* s absencí nápisu se vyskytují pouze ojediněle. Text je většinou psán velkými písmeny latinským písmem, v jedné z barev hlavního motivu. Vyskytuje se v dolní části látky zpravidla na bílém podkladu, díky

²⁶ Osobní rozhovor (leden 2011, Dar es Salaam).

²⁷ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

²⁸ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

²⁹ Viz kapitola 4 - Význam *kangy*.

němuž je lépe viditelný a čitelný.

V současné době se na trhu s *kangami* objevuje řada různých forem textů. První texty na těchto látkách se objevovaly ve formě přísloví a metafor. Příklad se na ně tisknou dodnes a jsou nejpočetnější skupinou, ale postupem času se setkáváme i jiným způsobem vyjádření. (Beck 2005) Mezi další formy textu, které se na nich dnes objevují, patří aforismy, poznámky, požehnání, rčení, fráze a slogany. (Swai 2010, Zawawi 2005)

Velké množství tkanin nese na sobě mnohovýznamový text, který se dá interpretovat více způsoby. Příkladem je kanga s nápisem *Nipe uji mpaka nishibe* (Dávej mi kaši dokud se nenasytím), kterou si oblékají vdané ženy. Tuto zprávu mohou svahilští manželé, interpretovat dvěma způsoby - buď jako žádost ženy o více materiálních zdrojů nebo o více pozornosti v intimním životě. (Swai 2001) Texty mají často v sobě zakódovanou zprávu, kterou může dešifrovat pouze člověk znající skryté významy zpráv.

Dalším častým znakem textů na *kangách* je skutečnost, že zpravidla nespecifikují, kterému pohlaví jsou určeny. Sdělení jsou záměrně genderově neutrální. Díky tomu mohou texty promlouvat k oběma pohlavím. Pouze ojediněle se můžeme setkat s přímým vyjádřením osoby. Příkladem je text : *Cha mumeo chako ringia bahati yako* (Co náleží tvému manželovi, náleží i tobě) Znalec svahilštiny si ihned všimne dalšího častého jevu, a tím je absence interpunkčních znamének. Kromě čárek, text na *kangách* neobsahuje žádná interpunkční znaménka. (Zawawi 2005)

Současné texty se dotýkají nejrůznějších témat týkajících se politiky, historie, náboženství, sociálních a ekonomických poměrů a citů. Mezi časté náměty patří láska, sexualita, přátelství, manželství, zášti, závist, spor, žárlivost, pomluvy, intriky, nespokojenost, nepřátelství, rodinné vztahy, bohatství, síla, spolupráce, soutěžení, trpělivost, tolerance, víra, zkušenosti, znalost, jednání, laskavost, velkorysost. (Zawawi 2005, Beck 2001, Beck 2005, Swai 2001, Fair 1998)

4.2.3.1 Faktory ovlivňující texty

Podobně jako motivy, i texty ovlivňuje řada faktorů. Důležitou roli v procesu tvorby textu hraje nejen sám autor, ale také doba, chtěné zisky firem a obchodníků a v neposlední řadě také funkce *kangy*.

Autor textu zůstává téměř ve všech případech anonymní, proto je velice obtížné s přesností určit, kdo text vytváří. Navíc u každého typu *kang* se setkáváme s rozdílnou skupinou autorů. U komunikačních bývají autory obyčejné svahilské ženy, u politických mohou texty tvořit přímo členové některé politické strany, u reklamních vytváří slogany zaměstnanci firmy, jejíž produkt je s *kangou* propagován. Text na *kangách* určených turistickému trhu vymýšlí především sami obchodníci.³⁰

Další řádky se zaměří na text a tvůrce komunikačních *kang*. Zatímco v dřívějších dobách byl text vymýšlen především básníky nebo se jednalo o citace nejmenovaných, ale uznávaných autorit, dnes jsou nejčastějšími autory obyčejné ženy, které zamýšlený text sdělí lokálním prodávacům. Ti texty sesbírají a poté předávají za menší zisk výrobcům.³¹ Každá svahilská žena, bez ohledu na její status ve společnosti, se může svým přičiněním podílet na vzniku nových textů. K této skutečnosti přispívá především možný zisk, který obchodníkům z textu vybraného firmou plyne. Ženy za plodnou myšlenku ve většině případů nedostávají žádnou finanční odměnu, i přesto se na nich mnoho z nich dobrovolně podílí. Pro ženy spjatých v textech na *kangách* komunikační prostředek skrze něž mohou vyjádřit svůj názor a postoj ve sférah náležitých mužům,³² je téměř nutností sdělovat myšlenku prostředníkům. Jen tak mohou texty na *kangách* zosobňovat jejich názory a splnit tak sdělovací účel.³³ Inspiraci pro texty jim poskytuje sám život. Ženy v textech verbalizují své problémy, radosti i přání.³⁴ (Swai 2010)

Pokud přece nastane situace, kdy obchodníci nemají dostatek textů, které by firmám mohli nabídnout, je nutné je obstarat jiným způsobem. Jedním z řešení, na které vzpomíná Paní Jumbe a zmiňuje se o něm i badatelka Sharifa Zawawi (2005), je zadat práci vymýšlení textů studentkám vyšších ročníků na středních školách. Ty za vybraný text dostávají od zadavatele (firmy nebo obchodníka) malou finanční odměnu.³⁵

Každá továrna na výrobu *kang* usiluje o co možná největší zisky. Tato skutečnost se chťe nechtě odráží na finálním výběru textů. Ačkoliv ženy různých věkových kategorií a společenských vrstev verbalizují své myšlenky, které jsou firmám obchodníkem předloženy, ti v zájmu svých zisků upřednostňují texty, jenž popisují pocity a pohledy průměrných žen, neboť právě ony využívají *kangu* nejčastěji a jsou tím pádem nejpočetnější skupinou zákazníků. (Swai 2001)

³⁰ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

³¹ Osobní rozhovor (leden 2011, Dar es Salaam).

³² Viz kapitola 4 - Význam *kangy*.

³³ Viz kapitola 4 - Význam *kangy*.

³⁴ Osobní rozhovor (leden 2011, Dar es Salaam).

³⁵ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

Svahilská společnost produkuje stále nové a nové texty. Některé z nich se na trhu vůbec neuchytí, jiné vydrží pouze jednu sezonu. Existují také *kangy*, které se těší oblibě mnoho desítek let. Texty jsou většinou používány tak dlouho, dokud plní ve společnosti svůj účel nebo nejsou vyměněny za jiné, které v sobě nesou stejnou myšlenku napsanou líbivější formou. Jejich udržitelnost závisí zejména na proměnách doby. Texty odráží hodnotový systém společnosti a pokud se vlivem změn okolního světa hodnoty uvnitř společnosti změní, ztrácí svoji platnost a na jejich místo přicházejí nové. V současné době čítají texty tisknuté na látky jenom na území Keni podle Rose Marie Beck (2001) více než dva tisíce verzí. (Beck 2001)

Na znění textu se významnou měrou podílí funkce kangy. Každý druh kang odvozený od její funkce se od sebe může lišit nejenom obsahem, ale v mnohých případech také formou jakou je vyjádřen. Například politické *kangy* na sobě často nesou hesla jako je *Saba Saba ya ishiriny na mbili TANU* (Dvacáté druhé výročí TANU)³⁶. Turistické text obsahovat vůbec nemusí, ale pokud se na nich přece jen vyskytuje, jedná se o jednoduché fráze typu *I love Africa, I love Tanzania*, psané v anglickém jazyce. U komunikačních je zase napsán často poetickou až metaforickou formou jako je například text *Macho yameona moyo umechagua* (Oči uviděli a srdce si vybralo).

4.3 Barvy kang

Kromě *pinda*, *mji* a *jina* jsou nedílnou součástí svahilské tkaniny i výrazné syté barvy. Kombinace a množství barev nám může v mnoha případech posloužit jako ukazatel doby, ve které *kanga* vznikla. Stejně jako u motivů nebo textu i barvy podléhají změnám a módním trendům. Dříve se na svahilském pobřeží vyskytovaly díky jiné technice barvení a používáním odlišných typů barev látky v trojbarevné kombinaci využívající barvy červené, zelené, žluté nebo černé. V dnešní době je možné tisknout tkaninu v kombinaci pěti barev. Kromě tradičních barev se v dnešní době používají i modré, hnědé, béžové, bílé a oranžové barvy v nejrůznějších odstínech. Barevné vyobrazení motivu nemusí přímo odpovídat realitě, ale záleží spíše na fantazii návrháře. (Zawawi 2005)

Podle badatelky Sharify Zawawi (2005) nemají barvy na *kangách* žádný symbolický význam. Tato skutečnost mi byla potvrzena i mnohými informanty, mezi nimiž byly jak obyčejné ženy, tak návrháři barevných podob této látky. Na druhou stranu jsem se u mnoha svahilských žen setkala s případy, kdy používaly *kangy* určité barvy nebo kombinaci barev ke specifickým účelům. Jedná se například o typ *kisutu*, které si zejména v dřívějších dobách oblékaly svahilské nevěsty na území dnešního Zanzibaru na svatební obřad. Tyto *kangy* jsou vyobrazeny vždy v červenočerné

³⁶ Tanganika African National Union.

kombinaci. Dalším příkladem jsou kangy v červenočerné kombinaci, které dříve ženy nosily a v mnohých rurálních oblastech stále nosí ženy v době své menstruace. Ty se vyskytují na svahilském pobřeží velmi dlouho, což dokazuje skutečnost, že je mnohé svahilské ženy podědily po své matce nebo babičce. Lze tedy předpokládat, že barvy na těchto *kangách* nějaký symbolický význam v minulosti měly.

4.4 Lokální jméno

Mnoho *kang* má i své vlastní jméno. "*Každá kanga, která se ve svahilské společnosti těší oblibě získává v průběhu své existence své jméno.*" (Zawawi 2005:12) To je ve většině případů odvozeno od zprávy, kterou nese. Například tkanina s textem *Mchovya asali hachovi mara moja* (Neochutná med jenom jednou) je známa pod lokálním jménem *majaribu* (pokušení). V případech, kdy je tato látka vyhledávaná ženami zejména kvůli krásnému motivu, pojmenovává se po něm. Jako příklad může posloužit *kanga* s textem *Kawia ufike* (lepší pozdě než nikdy) a s motivem žárovky, známá pod jménem *bulb* (žárovka).³⁷

³⁷ Osobní rozhovor (leden 2011, Dar es Salaam).

5 VÝZNAM KANGY

Nyní, když již víme, kdo Svahilci jsou a jak *kanga* vypadá, se můžeme věnovat jejímu významu ve východoafrické pobřežní společnosti. V této kapitole si ukážeme, jaký význam tato látka měla v minulosti, jakou roli hraje v běžných i životních etapách svahilského jedince dnes a zejména se poté zaměříme na *kangu* komunikační, která má v současnosti největší význam pro svahilskou společnost. Ukážeme si jakou moc tato tkanina má a kdo ji a jak se používá.

5.1 Význam *kangy* v historii

Již při svém zrodě sehrála *kanga* důležitou roli v životech mnoha Svahilců. Pokud se podíváme zpět do historie, zjistíme, že se stala jedním z integračních prvků osvobozených otrockých žen do svahilské společnosti. Jak již bylo řečeno v předchozích kapitolách, vznik této textilie a zrušení otroctví se odehrálo ve stejné době, tedy na konci 19. století. Tato skutečnost není náhodná. Zanzibar byl do té doby hlavní otrokářskou oblastí východní Afriky a po zrušení otroctví, došlo k začlenění mnoha osvobozených otroků do svahilské společnosti. Tento proces nebyl jednoduchý. I když si svobodní otroci osvojili místní jazyk, konvertovali k islámskému náboženství a začali se považovat za Svahilce, stále se svým zevnějškem lišili od původní svahilské populace. Jejich oblečení se v té době skládalo z jednoduché bílé hrubé tkaniny nazývané *kaniky*, zatímco původní Svahilci se oblékali do barevných bohatě zdobených vyšivaných látek. (Beck 2001)

Tyto zdobené látky se dovážely především z arabských zemí a stály poměrně vysokou částku peněz. (Zawawi 2005) Finanční situace většiny "nových" Svahilců však byla mizivá, a proto si ji nemohli dovolit. Ženy otrockého původu ve snaze přiblížit se vzhledu bohatších členů svahilské společnosti tak hledaly způsob, jak se s nastalou situací vypořádat. Výsledkem jejich snažení se stala *kanga*. (Beck 2001)

Tyto ženy svojí tvořivostí a snahou zapadnout do společnosti, k níž chtěly patřit, vymyslely *kangu*, tkaninu svou barevností připomínající dražší látky. Nové textilie na sobě nesly především geometrické a květinové ornamenty inspirované islámským uměním. Lze tedy s velkou pravděpodobností říci, že se obchodníci snažili, aby tyto produkty co nejvíce připomínaly zdobené látky dovážející se z arabských zemí. Ženy oblečené do těchto tkanin daným aktem demonstrovaly, že patří do svahilské společnosti, a *kanga* se tak stala novým symbolem náležitosti k ní. „*Hrála důležitou roli v emancipaci otroků a jejich integraci do muslimské, svahilské komunity východoafrického pobřeží.*“ (Beck 2001:52) Tkanina již v této době sloužila jako znak příslušnosti

ke svahilské společnosti a tato funkce ji vydržela dodnes. I po mnoha desítkách let, skrze ní ženy demonstrují svoji etnickou příslušnost. "*Kanga je oblečení, které ženy nosí jako způsob vyjádření své svahilské identity.*" (Swai 2010:90)

Tento projev v sobě zahrnoval ještě jednu stránku. Nová látka jim pomohla nejen vyjádřit nový etnický původ, ale také nový status člena městské společnosti. "*Přijmutí nového modního prvku byl vysoce symbolický akt pro ženy, jejichž cílem bylo veřejně vyjádřit jejich nový status svobodné městské ženy.*" (Fair 1998:77) Zatímco se dřívější oděv *kaniky* stal symbolem otroctví a chudoby, *kanga* se stala symbolem svobody a možnosti finančního růstu. Tato skutečnost způsobila masivní rozšíření tkaniny mezi všechny svahilské obyvatele, kteří se chtěli již nadobro zbavit své staré identity a začít novou etapu svého života. Navíc zde začal hrát roli tlak majoritní společnosti, kdy se lidé na obyvatele oblečených do *kanik* dívali s určitým opovržením. (Fair 1998)

V průběhu doby byly ženy hodnoceny nejen podle *kangy*, ale také podle množství jejich jednotlivých párů, kterým disponují. "*Na začátku 20. století nošení kangy a vlastnění několika párů těchto textilií, z kterých si mohla žena vybírat na každý den, identifikovalo nositelku jako ženu ze zanzibarského města s relativním finančním obnosem a svobodou.*" (Fair 1998:79) Funkci měřítka finanční situace žen plní svahilská látka dodnes. Tkaniny představují jejich bohatství a všechny se snaží disponovat co největším počtem *kang*. I z tohoto důvodu jsou tyto látky nejčastějším darem ženám a také jejich svatebním věnem. (Zawawi 2005)

5.2 Význam kangy v každodenním životě

Kanga v průběhu let získávala stále další a další významy. Stala se součástí každodenního života Svahilců se všemi jejich radostmi i starostmi. Dnes plní různé funkce téměř ve všech důležitých, ale i běžných záležitostech svahilské společnosti a její přítomnost se stává nenahraditelnou. Svahilci mají mnohdy pocit, že *kanga* existuje odjakživa. Odvažují se říci, že se stala jedním z nejdůležitějších kulturních materiálních prvků ve této společnosti a skrze ní můžeme nahlédnout do téměř všech sociálních struktur. V jejich textech, motivech a způsobech využívání se zrcadlí celá svahilská společnost, čímž nám napomáhá odkrývat mnohé aspekty ze života jejich členů.

Kanga začíná život Svahilce provázet již v den jeho narození. Hned jak se novorozeně narodí, je zabaleno do této jemné bavlněné látky, nejčastěji s motivem květiny nebo kešu oříšku, která ho má chránit nejen před zlými silami čarodějů, ale také mu dát do vínku krásný život (symbol květiny)

nebo zdraví (symbol kešu oříšku).³⁸ Hned poté začíná *kanga* plnit i svoji praktickou stránku. Vzhledem k její délce a pevnosti materiálu ji ženy využívají k připevnění miminek na záda, a takto je nosí až do doby, než jejich děti vyrostou do věku, kdy jsou schopné za nimi chodit samy.

Kanga se také stává pro většinu dívek prvním oblečením. Nutno však podotknout, že podle tradice může mladá dívka nosit vždy jen jeden kus z páru této tkaniny. Celý pár dostane až v době, kdy dosáhne své fyzické dospělosti a začne menstruovat. Pár látek dívce daruje nejčastěji její matka, která ji zároveň poučí, jak se vyvarovat nešťastným náhodám v době menstruace. Menstruace je ve svahilské společnosti velkým tabu, a tak se ženy snaží být v té době co možná nejopatrnější. Dívce matka poradí, aby vždy měla u sebe jednu náhradní *kangu*, kterou by v případě prosáknutí krve přes oblečení mohla použít na zakrytí. Lze říci, že v Tanzanii nenajdete téměř žádnou svahilskou ženu, která i když například nosí do práce oblečení evropského typu, by neměla při sobě schovaný alespoň jeden kus této textilie právě pro tyto případy.³⁹

Matka zároveň dívku poučí o roli ženy, ale zejména ji zasvětila do tajů komunikace skrze *kangu*. Paní Azmě (33 let) její matka, poté co ji vysvětlila všechny principy komunikace, řekla, že od této doby se látka stane její nejvěrnější kamarádkou, která ji pomůže a bude chránit v mnoha situacích. Od chvíle, kdy dívka dospěje v ženu a je připravena na sňatek a plození dětí, má právo používat tkaninu jako strategický komunikační prostředek.⁴⁰

Vzhledem ke skutečnosti, že *kanga* symbolizuje finanční zajištěnost ženy, je novomanželce jako věno od matky a svatební dar od žen z příbuzenské strany manžela, darováno několik jejích párů. Matky svých dcer jsou na tuto chvíli velice dobře připraveny. Mnoho z nich střádá *kangy* pro své dcery od doby, kdy se jim narodí. Další jsou svahilským ženám darovány téměř při každé vhodné chvíli, zejména pak v době jejich narození a početí dítěte.⁴¹

Když se ženě narodí první potomek, ženské příbuzenstvo z mužovy strany jí zpravidla daruje *kangy* světlejší barvy. Tento akt není náhodný. Svahilská textilie má pro novopečenou maminku zastávat nejenom funkci praktickou, ale také ji rodina záměrně použije jako měřítko schopnosti mladé ženy starat se o rodinu. Na světlých látkách je dobře vidět špína, a tak ostatní ženy velmi rychle poznají, zda matka své dítě a rodinu udržuje v čistotě a pořádku, nebo je zanedbává⁴²

³⁸ Informace z panelové desky Národního muzea kultury a historie Zanzibaru (prosinec 2010, Zanzibar).

³⁹ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

⁴⁰ Osobní rozhovor (leden 2011, Dar es Salaam).

⁴¹ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

⁴² Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

Další význam *kangy* se projevuje při rozvodu manželů. Látka vždy vystupuje v páru a jako taková představuje symbol spojení. Této symboličnosti se využívá v době, kdy manželé požádají o rozvod. Každému z nich je rodinou darován jeden kus *kangy* ze stejného páru. Tento akt symbolizuje možné opětovné spojení manželů.⁴³

Kanga je ale především každodenní oděv žen. Ty ji nosí běžně doma i venku a vykonávají v ní každodenní činnosti včetně domácích prací a modlení. Slouží také jako oděv při výjimečných životních chvílích. Ženy si oblékají své nejlepší *kangy* při příležitosti svatby, při oslavě narození dítěte, při důležitých náboženských svátcích a na pohřby. Při většině těchto důležitých životních událostí zastávají textilie nějakou specifickou roli. Jako příklad nám poslouží pohřební obřad. (Zawawi 2005)

Mezi svahilskou populací v Tanzanii se pohřbu účastní obrovské množství lidí. Na pohřby přicházejí i lidé, kteří člověka znali jen z doslechu nebo se jednalo například o blízkého člověka jeho kamaráda, se kterým se ani nemuseli nikdy setkat. Na pohřbu se sejdou až stovky lidí, aby vyjádřili soustrast nad ztrátou člena svahilské společnosti. Pokud zemře člen rodiny, ženské příbuzenstvo z obou stran začne organizovat, jaký oblek si příslušníci jejich rodu obléknou. Oba rody si vyberou jinou podobu smutečních obleků. Mužům z rodiny zemřelého se většinou natisknou tuniky s fotkou nebožtíka, zatím co ženy si vyberou *kangu* s vhodným nápisem jako je například *Alitakalo karimu haliwezi mwanadamu* (Co Bůh si přeje, člověk nezastaví). Velký počet kusů vybrané látky se pak zamluví u obchodníka, který ji v případě nedostatku nechá dotisknout. Poté co jsou tkaniny zmluveny, začínají se posílat úmrtní oznámení všem členům příbuzenstva. Oznámení obsahují zmínku o předepsaném smutečním obleku, včetně adresy, kde je možné si jej pořídit. Je nepsanou povinností všech příslušníků rodin si tyto obleky pořídit. Oba příbuzenské rody zemřelého se tak odlišují od zbytku zúčastněných a je z prvního pohledu zřejmé, do které příbuzenské linie patří. Svahilské pohřby, se tak stávají ideální prostorem k plánování sňatků mezi již spřátelenými rody a právě *kangy* slouží k identifikaci rodově spřízněných žen.⁴⁴

Také tělo nebožtíka je přikryto co možná nejkrásnější *kangou*. Stejně tak jako život Svahilce *kangou* začíná, jím i tedy končí. Podle tohoto popisu je zřejmé, že zejména mnoho svahilských žen tato tkanina provází celým jejich životem a má pro ně mnoho významů.

⁴³ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

⁴⁴ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

5.3 Význam komunikační *kangy*

Ve svahilské společnosti se vyskytuje více druhů *kang*, které zastávají různé funkce. Nejvýznamnější a nejpočetnější z nich je komunikační *kanga*.⁴⁵ Ta je strategický komunikační nástroj, jenž ženy využívají k vyjádření svých emocí, názorů, idejí a postojů v situacích a na místech, ve kterých jsou marginalizovány. Díky ní ženy mohou mít ve společnosti moc, aniž by to mnozí členové svahilské společnosti vůbec postřehli. Tato látka v sobě může obsahovat mnoho skrytých symbolů a také sama symbol představuje.

5.3.1 Komunikační *kanga* jako symbol

Pojímám komunikační *kangu* jako symbol, neboť je celkem s vlastním významem složeným z dvou rozdílných částí - motivu a nápisu, které samy mají svůj význam a existují vůči sobě v určitém vztahu.

Z předešlé kapitoly víme, že sám motiv i text v sobě mohou obsahovat symboliku. Nyní se tedy budeme zabývat především jejich vzájemným vztahem. Vztah motivu a nápisu u komunikační *kangy* nezávisí na podobnosti. "*Motiv a nápis spolu existují v arbitrálním vztahu.*" (Beck 2005:162) Právě tento vztah umožňuje ženám, aby komunikovaly skrytým způsobem, který je pro tento druh *kangy* typický (viz níže) a stává se tak jejím hlavním znakem.

Důkazem toho jsou ostatní druhy *kang*, které se ke komunikaci nevyužívají a slouží ve společnosti k jiným účelům. Abych tuto skutečnost více objasnila, rozdělila jsem látky podle jejich motivů do pěti kategorií a zaměřila se na jejich vztah s nápisem. Podle mého rozdělení se ve svahilské společnosti vyskytují *kangy* politické, náboženské, turistické, reklamní a komunikační.

Kangy s politickým motivem bývají obvykle zadávány jednotlivými politickými stranami na zakázku. Jejich hlavním cílem je podpořit politickou kampaň a dostat ženy-voliče na svoji stranu. Na svahilském pobřeží se *kangy* o politice a národní identitě začaly objevovat jako součást politických kampaní až na začátku šedesátých let 20. století po získání nezávislosti Tanzanie (1963). Ve společnosti mohou ženám sloužit k identifikaci jedince jako člena některé politické strany nebo stoupence politické ideologie. Ženy je nosí, aby daly najevo jakou politickou stranu podporují a za koho se se svými politickými názory považují (komunista, demokrat). Při významných výročí v dějinách svahilské společnosti jsou také často tištěny takzvané pamětní *kangy*

⁴⁵ Ostatní druhy *kang* představují pouze nepatrný zlomek z celkového počtu.

sloužící k připomenutí klíčové politické události nebo osobnosti spjaté s politikou. (Zawawi 2005)
 U politických látek, které slouží k podpoře kampaně, identifikaci nebo k připomenutí politika či politické události jsem se nesečkala s případem, kdy by nápis nesouvisel s motivem. Příkladem je *kanga* s motivem hlavy prezidenta Juliuse Nyerera s nápisem *Kumbukumbu ya rais wa Julius Nyerere* (Na památku prezidenta Juliuse Nyerera). (Zawawi 2005)

Kangy s náboženským motivem se na trhu v Dar es Salaamu objevují zejména při náboženských událostech, například během svátku *Idd-el-Fitry* označující konec ramadánu. Náboženské *kangy* mohou sloužit k identifikaci žen jako členů muslimské společnosti nebo k připomenutí náboženské události či významné osoby. Mohou sloužit také jako forma přání k náboženskému svátku, které si posílají mezi sebou sousedé, rodiny a přátelé. Podobně jako u politických i u *kang* s náboženským obsahem motiv souvisí s nápisem. Příkladem je látka s motivem Velké mešity v Mekce a textem *Idd Mubarak mwakani twende Makka* (*Idd* přání. Nechť jdeme příští rok do Mekky). (Zawawi 2005)

Kangy určené pro obchod s turisty obsahující motivy Afriky se na svahilském pobřeží objevují až po roce 1963. (Zawawi 2005) Slouží nejčastěji jako suvenýr nebo dárek z cest. Svahilské ženy tento druh *kang* nenosí. Pokud se text na této látce objeví, souvisí s motivem. Příkladem je tkanina s motivem národního parku Serengety s nápisem *I love Africa* (*Miluji Afriku*). (Zawawi 2005)

Kangy reklamní mají přilákat nové spotřebitele. Vyskytují na trhu pouze ojediněle a nevyrábějí se příliš dlouho. Lze je poznat snadno podle motivu znázorňující výrobek. Příkladem je *kanga* s motivem loga značky Ariel s nápisem *Removes tough stains in 1 wash* (Odstraní zaschlé skvrny již při prvním vyprání).⁴⁶

Na základě těchto informací jsem dospěla k závěru, že pokud se nejedná o *kangu* sloužící ke komunikaci, ve většině případů existuje u ostatních druhů této tkaniny spojitost mezi motivem a textem. Z této skutečnosti rovněž vyplývá, že arbitrální vztah mezi motivem a textem u komunikačních *kang* je jejím hlavním znakem. Právě spojením dvou na sobě nezávislých částí (motivů a nápisů) strategický komunikační nástroj vzniká. Dva komplexní znaky tak tvoří třetí. (Beck 2001)

Tomuto pojetí odpovídá i skutečnost, že Svahilci znají komunikační *kangu* jako konglomerát vzoru a textu. Vnímají ji tedy jako jeden celek. Každá svahilská žena na východoafrickém pobřeží ví, jaký nápis jednotlivá *kanga* obsahuje, ačkoliv vždy nemusí být čitelný. Ženy rozpoznají zprávu

⁴⁶ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

sdílenou látkou pouze podle motivu na ní, který s ní ovšem na první pohled vůbec nesouvisí. Z toho vyplývá, že význam textu každé tkaniny je předáván skrze proces učení. Důkazem je i skutečnost, že skrze *kangu* komunikují i ženy, které neumějí číst. (Beck 2001)

K významům, které kangu na sobě nesou, se ženy učí celý svůj život. Vzhledem k tomu, že na trh proudí stále nové a nové typy, je tento proces neustálý. Během života se dívky učí správné interpretaci jednotlivých textů na látkách především od svých matek, sousedek a příbuzných. Jejich život je s nimi natolik propojen a tyto textile v něm hrají tak významnou roli, že je pro ně zcela přirozené znát téměř každou z nich. I většina mužů je v dospělosti schopna správně interpretovat vzkaz na *kanze*, ačkoliv ji zpravidla ke komunikaci nevyužívají. Jejich obeznámenost vyplývá ze skutečnosti, že jsou jimi neustále obklopeni v domácím prostředí, v práci a na ulici. V některých případech tomu napomáhá i jejich role obchodníků s těmito látkami.⁴⁷

5.3.2 Proč ženy komunikují skrze *kangu*

Nyní přejdeme k otázce, proč svahilské ženy skrze *kangu* komunikují. Abychom mohli na ni nalézt odpověď, musíme se blíže seznámit s patriarchální ideologií, sociálními vztahy a s pojetím mluvy ve svahilské společnosti.

Svahilská společnost je patriarchální, založená na silných genderových rozdílech "*Ztělesněním ideálu je mwungwana, muž narozený na svobodě. Je civilizovaný, zbožný, zákonným občanem stone townu*⁴⁸, čistého arabského původu, vzdělaný, znalý básní a sečtělý. Nejvyšší hodnotu přikládá cti a soukromí. Je ztělesněním náboženství a dominantních kulturních ideálů. Chová se jemně a slušně, aby tak vyjádřil své dobré vychování a civilizovanost. Mluva hraje důležitou roli v udržování pozice mwungwana. Mluví zdrženlivě nebo mlčí, dává tak najevo svůj odstup a sílu, a chrání tak nejlépe svoji čest a soukromí." (Beck 2005:153)

Žena je naopak muži podrobená a náleží do soukromí svého manžela. V jistém slova smyslu je jakýmsi majetkem muže. Tento postoj je velmi zřejmí i z výpovědi Mohameda v knize *African Voices African Lives* od antropoložky Pat Caplan: "*Poté co se žena stane manželkou a já jejím manželem, je mým majetkem. Ta žena je mým majetkem a můžu ji použít kdykoliv.*" (Caplan 1997:42) Podle svahilských zásad by žena neměla být také téměř viděna nebo slyšena.⁴⁹ Je to

⁴⁷ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

⁴⁸ Stone town je svahilský výraz pro staré město. Termínem se také označuje historická a nejbohatší část Zanzibaru.

⁴⁹ Ve většině případů ženy během výzkumu odmítaly být fotografovány, natáčeny nebo nahrávány na zvukové zařízení. Považovaly to za velmi nevhodné a častou odpovědí bylo, že nemohou.(2010-2011)

zejména z důvodů možné ztráty mužova soukromí, kterému se přikládá velká hodnota. Soukromí muže je ve společnosti pečlivě střeženo, neboť prozrazení intimních záležitostí ze soukromého života, může potencionálnímu nepříteli dát moc nad ním a snížit tak jeho pozici. "*Ztráta soukromí nebo jeho narušení je stejné jako ztráta cti a sociálního postavení.*" (Swartz 1991:171)

Muži se tedy vždy snaží o to, aby mluvili tiše a diskrétně a dávají si pozor, aby ani trochu nevyzvěděli záležitosti ze svého soukromí. Jen tak si mohou udržet ve společnosti svoji pozici a moc. Ženy pro muže představují v určitém slova smyslu hrozbu. "*Podle mužské ideologie mají ženy v sobě méně cti a nižší sociální postavení a proto se porušení soukromí od nich téměř očekává.*" (Swartz 1991:160) To ovšem může být pro muže velmi nebezpečné. Z těchto důvodů panuje ve společnosti silná prohibice mluvy a ženino prozrazení soukromí je trestáno mnoha způsoby. Ve společnosti je nevhodné mluvit o tématech, která by mohla prozradit problémy nebo intimní informace ze soukromého života rodiny. Je téměř zakázáno otevřeně mluvit o konfliktu v manželství, sexualitě a lásce nebo projevit závist, žárlivost či nespokojenost. "*Prohibice týkající se témat konfliktu, lásky a sexuality platí pro všechny členy muslimské společnosti na pobřeží východní Afriky, ale zejména pro ženy.*" (Beck 2001:159)

Ženy, které mluví příliš otevřeně o svém soukromí nebo jsou shledány hašteřivé, mají ve svahiské společnosti velmi nízký status. Pokud tuto pověst získá dívka ještě před manželstvím, je pro ni téměř nemožné se provdat, což představuje pro většinu žen nejvyšší trest, neboť jen provdaná žena s dětmi je považována plnohodnotným členem svahilské společnosti. Žena se stává dospělou až tehdy, když je provdána a porodí děti. Jejím úkolem je "*být matkou, pečovat o dítě a manžela.*" (Swai 2010:56) Prozrazení choulostivé záležitosti ze soukromí, která může ohrozit pozici muže, může v manželství vést k rozvodu.⁵⁰

Žena má tedy ve svahilské společnosti nižší status než muž, neboť svoji pozici získává až po provdání a její status vždy závisí na muži. "*Nízká pozice žen je vyčleňuje z procesu rozhodování v rodině a v komunitě.*" (Swai 2010:57) Tuto skutečnost ještě více ozřejmují slova muže, Mohameda: "*Když žena řekne, že by chtěla jít domů navštívit svou rodinu, zeptá se manžela. Muž předpokládá, že neutrousí ani poznámku, když jí řekne ne. I v případě že ji umírá matka, žena nemá právo za ni jít. I když zemře její otec, matka nebo sestra a její manžel není doma a ona se tedy nemůže od něj získat jeho souhlas, naše právo ji zakazuje tam jít. Teprve až přijde muž, může, ale i nemusí získat jeho povolení odejít.*" (Caplan 1997:42)

⁵⁰ Osobní rozhovor (leden 2011, Dar es Salaam).

Sociální hierarchie na základě genderu není, ale jediným kritériem. Příslušníci svahilské společnosti jsou dále hierarchizováni podle věku a původu. Člověk s nižším statusem nesmí otevřeně mluvit příslušníkovi vyššího statusu. Nejvyšší omezení platí zejména mezi osobami různého věku. Tak jako v jiných afrických společnostech i zde se starší lidé těší velké úctě, neboť jsou moudřejší a mají bohaté zkušenosti. Z těchto důvodů je nemorální k vyjádřit otevřený nesouhlas k lidem staršího věku. (Beck 2001)

Status odvozený od původu je vzhledem k historickému vývoji také velmi důležitý. Nejvyšší úcty ve společnosti se těší lidé arabského původu, naopak nejnižší status mají potomci otrockého obyvatelstva, jež se po zrušení otroctví asimilovali do svahilské společnosti. Kdybychom měli seřadit důležitost jednotlivých statusů, první místo by obsadil věk, následoval by původ a nakonec gender. Z tohoto schématu vyplývá, že ženy mohou vyjádřit otevřeně svůj názor pouze ženám stejného nebo nižšího statusu nebo mužům nižšího statusu. (Beck 2005)

Jak jsme si ukázali, svahilská žena nemá podle zvykových norem ve společnosti mnoho prostoru k vyjádření. Očekává se od ní, že se bude zdržovat komunikace na témata týkající se soukromého života, lásky, sexu, nesmí ve společnosti otevřeně dát průchod svým emocím a dát najevo svoji nespokojenost, žárlivost či hněv. Při komunikaci nesmí překročit hranici s člověkem s vyšším statusem, zejména pak v rurálních oblastech nemá právo rozhodovat v komunitě ani v domácnosti. Celkově je nevhodné, aby se žena vyjadřovala v oblasti veřejné sféry, neboť tento prostor náleží podle tradice mužům.

Ženy se s těmito sociálně nerovnými podmínkami nesmířily. Není známa doba ani to, kdy ženy z *kangy* udělaly strategický komunikační nástroj, nicméně s určitou pravděpodobností můžeme tvrdit, že je k tomu vedlo jejich potlačování ve společnosti. Je zajímavé, že látkou ženy sociální normy potvrzují a zároveň pro ti nim určitým způsobem bojují. Tím, že svůj názor neříkají nahlas potvrzují hlavní mužskou ideologii a normy z ní vycházející, naopak manipulací s komunikační *kangou* vyjadřují určitý nesouhlas. (Beck 2005)

5.3.3 Proč ženy udělaly komunikační nástroj z *kangy*

Odpověď na otázku proč ženy udělaly strategický nástroj ke komunikaci právě z *kangy*, můžeme hledat v historii a tradici svahilského muslimského světa. Skutečnost, že obchodník Abdulah začal na látky tisknout text, není náhodná. Spojitost textilie s písmem, nebyla na svahilském pobřeží nová. Naopak vychází již z dlouholeté tradice, která se v islámském světě vyskytuje již po staletí.

Látky se všeobecně těšily velké úctě a byly častým darem panovníkům. Mnoho staletí zpátky se na ně začal tisknout text, který velebil krále nebo sultána. "*Lidé skrze tkaninu s nápisem přáli vladaři dlouhý život, sílu, zdraví, úspěch a štěstí.*" (Zawawi 2005:23) Dlouho před tím než se text s komunikačním záměrem objevil na *kangách*, vyskytoval se tedy na textilích určených jako dar pro panovníky. Dá se předpokládat, že arabský obchodník Abdulah vycházel z tohoto zvyku.

Nápisy, které se jako první objevily na *kangách* měly formu metafor a starých přísloví udržující se ve společnosti po mnoho generací. Obsahovaly v sobě dvojitý význam, který šifroval pravou zprávu. Tento způsob komunikace byl a stále je Svahilci považován za velmi kultivovaný. "*Vyjadřovat se dvojsmyslně je ve svahilské společnosti vysoce ceněný a idealizovaný mluvený projev.*" (Beck 2005:154)

Při komunikaci formou metafor a přísloví si člověk nikdy nemůže být jistý, co tím ten druhý chtěl opravdu říci a nemůže ho tudíž osočit. Dvojsmyslná komunikace chrání před možným konfliktem a ztrátou pozice. Vzhledem ke skutečnosti, že text na *kangách* tvořily metafory a přísloví, které se ve společnosti používaly ke komunikaci již dříve a svoji mnohovýznamovostí chránily pozici mluvčího, staly se látky s těmito texty výborným prostředkem ke komunikaci svahilských žen. Komunikace díky praktické funkci oděvu mohla a dodnes může být navíc uskutečněna za jakýchkoliv podmínek.

5.3.4 Forma a obsah „skryté komunikace“ skrze kangu

Jak jsme mohli vidět v druhé kapitole, témat ke kterým se ženy skrze *kangu* vyjadřují existuje nepřeborné množství, přičemž jsou v nich zahrnuta i ta tabuizovaná. Lze říci, že témata se týkají všech oblastí, ke kterým ženy mají co říci. Nyní si na konkrétních příkladech ukážeme, jak ženy komunikují ve veřejné i soukromé sféře, jaké zprávy se na látkách mohou objevit, jak je ženy v různých situacích používají a s kým skrze ně nejčastěji komunikují.

Ač ženám podle tradice místo ve veřejné sféře nenáleží, našly si způsob jak do světa mužů proniknout a bojovat o svá práva ve společnosti. Skrze *kangy* mohou reagovat na politické či sociální dění ve společnosti a svým názorem ovlivňovat společnost. Texty, které se objevily na komunikačních *kangách* a podávají nám tak důkaz o ženách vyjadřující se k politickému dění ve společnosti jsou následující :

1. *Wanawake pia wanataka masomo* (Ženy také potřebují být vzdělávány).
2. *Uhuru ni kwa waliosoma* (Nezávislost je pro vzdělané).

3. *Mbona wanawake wamesahaulika* (Proč se na ženy zapomnělo).
4. *Wanawake walipigania uhuru pia* (Ženy také bojovaly za nezávislost).
5. *Uhuru ni kwa wote* (Nezávislost je pro všechny).

V prvních dvou příkladech se ženy vyjadřují k nerovnému vzdělávání mužů a žen. V současné době stále ještě mnoho dívek ve svahilské společnosti nemá možnost vyššího vzdělání. Přispívá k tomu nejenom častý postoj mužů, že vzdělání je pro ženu zbytečné, ale také finanční situace mnohých rodin, které si nemohou dovolit zaplatit školné všem svým dětem. I pokud by rodiče své dcery chtěli poslat do školy, v případě nedostatek peněz, vždy upřednostní vzdělání svých chlapců. Ženy, které si *kangy* s těmito texty oblékají a nosí je na ulici nebo na veřejných prostranstvích, tak dávají najevo, že jim není vzdělání dívek a žen lhostejné a domáhají se svých práv. I u dalších textů (3, 4, 5) je zřejmý postoj žen, které jsou odhodlané bojovat ve veřejné sféře o svá práva a rovnost mezi muži.⁵¹

Nyní si uvedeme další příklady komunikačních textů na *kangách*, kterými ženy reagovaly na sociální dění ve společnosti. Jedním z nich je text *Mapenzi hayachagui kabila* (láska si nevybírá původ). Tento text je velmi populární u mladých svahilských žen v Dar es Salaamu a na Zanzibaru. Starousedlé svahilské rodiny zejména arabského nebo perského původu se vždy snažily zachovat linii svého původu a „neposkvřňovat“ ho sňatky s lidmi původem osvobozených otroků. Rodiče ve snaze uchovat čistý původ a bohatství v rodině, sjednávali svým dětem manželství především s jejich bratrance a sestřenicemi. Tento trend vlivem stále větší urbanizace a globalizace pomalu upadá, přesto jsou smluvené sňatky na východoafrickém pobřeží dodnes poměrně časté. Mladší generace nicméně stále více usilují, aby si mohly vybrat partnera podle svého uvážení. (Zawawi 2005)

Ženy si *kangy* s tímto textem oblékají nejen doma, kde ale nosí ji i na veřejnosti, aby ukázaly, že nesouhlasí se smluvenými sňatky a s hierarchizací společnosti podle původu. Příkladem je paní Ravenda (18 let). *"Na škole jsem potkala chlapce do kterého jsem se velmi zamilovala. Velmi jsme se milovali. Mí rodiče se sňatkem nesouhlasili, protože byl jiného původu než naše rodina a provdali mě za mého o mnoho let staršího bratrance z otcovy strany. Můj život pro mě skončil, ale nosím teď tuto kangu, aby si ostatní lidé uvědomili jaké neštěstí mohou mladému člověku způsobit. Láska nezná hranice a ani my bychom je mezi sebou mít neměli."*⁵²

⁵¹ Osobní rozhovor (leden 2011, Dar es Salaam).

⁵² Osobní rozhovor (leden 2011, Dar es Salaam).

Další texty komunikačních *kang* se váží na tematiku matky a dítěte. Na trhu v Dar es Salaamu jich můžeme vidět velké množství. Jsou jimi například :

Pepo yako chini ya miguu ya mama yako (Tvé štěstí leží u matčiných nohou).

Mama nambari wani hana mpinzani (Matka je jenom jedna, nikdo se jí nevyrovná).

Mimba si kazi, kazi kulea mwana (Nosit dítě není těžká práce, ale vychovávat je).

Podle badatelky SharifyZawawi (2005) mají tyto texty pro svahilské ženy nesmírnou váhu a ženy všech věkových kategorií si *kangy* s těmito zprávami často oblékají. Ženy tímto způsobem dávají najevo, že nikdo jiný není schopen matku dětem nahradit. Aktem jejich nošením se mohou nepřímo vyjadřovat k zavedenému pravidlu, podle něhož jsou chlapci od věku sedmi let a dívky po své první menstruaci (10-15 let) matce v případě rozvodu manželů matce odebrány a svěřeny do péče muže. Ženy nosící *kangy* se zprávami zmiňující důležitost matky, tak mohou dávat najevo svůj nesouhlas s odebíráním dětem matkám, neboť právě ony jsou podle jejich názoru pro děti nepostradatelné. Paní Wasingama, která v době našeho setkání měla na sobě oblečenou kangu s nápisem : *Mama nambari wani hana mpinzani* (Matka je jenom jedna, nikdo se jí nevyrovná), říká : "*Chci aby můj manžel, mé děti i všichni lidé kolem věděli, že matka je jenom jedna a nikdo jí nemůže nahradit.*"⁵³

Zprávy, které na sobě ženy oblečené v *kangách* nesou, se tímto způsobem mohou dostat ke všem členům společnosti. Jejich názory jsou určeny k lidem s vyšším statusem než mají ony. To znamená k mužům, ale i ženám, se kterými by jinak nemohly díky svému nižšímu statusu komunikovat. Jejich hlas tak promlouvá ke všem lidem ve společnosti.

Veřejný prostor, ale není jediný, kde ženy nechávají za sebe promlouvat své *kangy*. Mnohem častějším způsobem je komunikace v soukromé sféře směřována blízkému okolí nebo konkrétnímu člověku. Možný způsob komunikace skrze látku s okolím si ukážeme na prvním příběhu paní Makonde⁵⁴ a jako příklad, kdy byla *kanga* určena konkrétnímu jedinci, nám poslouží druhý příběh paní Habiby.⁵⁵

Příběh 1:

Paní Makonde je 23letá vdaná žena. Tak jak to bývá ve svahilské společnosti zvykem, po svatbě se přistěhovala do domu svého manžela, v jehož okolí žili i jeho otec a starší sestra se svým manželem. Muž měl práci a narodila se jim jejich první dcera. Žili spolu v relativně spokojeném

⁵³ Osobní rozhovor (leden 2011, Dar es Salaam).

⁵⁴ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

⁵⁵ Osobní rozhovor (leden 2011, Dar es Salaam).

manželství do té doby, než muž přišel o práci. Po několika pokusech najít si práci, to vzdal a začal pít alkohol. Paní Makonde prodávala zeleninu na místním tržišti a jediné peníze, které měli, vydělávala ona. Muž začal být celou situací velmi frustrovaný a tento stav se pomalu začal projevovat v chování k ní. Stále častěji ji napadal nejen slovně, ale i fyzicky. Paní Makonde se tak ocitla v tíživé situaci. Nemohla nikomu říci, co se doma děje, neboť by tak vyzvěděla věci ze svého soukromí. Zkusila tedy svoji nelehkou situaci zkusit vyřešit skrze látku. Na tržišti si koupila *kangu* s textem *Mke hapigwi kwa fimbo hupigwa kwa maneno* (Žena by neměla být bita holí, ale potrestána slovy). Když byla pozvána svoji švagrovou na oběd, kterého se účastnily další členové manželovy rodiny, oblékla si ji na sebe. Na obědě nedošlo k žádné reakci na její *kangu*, nicméně po tomto dni, manželovy fyzické útoky na ni přestaly. Paní Makonde si to vysvětluje tím, že s manželem s největší pravděpodobností promluvil jeho otec nebo švagr.

Na tomto příkladě můžeme vidět, že *kanga* nebyla určena konkrétnímu člověku, ale žena ji směřovala komukoli z rodiny a doufala, že nějaký člen na její oděv zareaguje a pomůže ji tak v těžké situaci. Její zpráva byla určena lidem s vyšším statusem než měla ona, neboť jen ti mohli s manželem promluvit. V tomto případě byli pravděpodobnými příjemci zprávy muži, kteří nejen správně interpretovali daný vzkaz, ale i jejího muže poučili o nesprávnosti svého chování.

Příběh 2:

Paní Habiba (40 let) byla již 22 let vdaná a měla se svým manželem šest dětí. Když jí přišlo oznámení, že její přítelkyně z rodného města zemřela, požádala manžela, zda může odjet na pohřeb a poté, co jí to dovolil, šla poprosit svoji ovdovělou sousedku Patrishu (32 let), zda by se v době její nepřítomnosti mohla o manžela a děti postarat. Ta jí svoji pomoc přislíbila. Paní Habiba, která měla v rodném městě příbuzné, strávila mimo domov tři týdny. Když se vrátila, zjistila, že jí byl muž se sousedkou nevěrný. Paní Habiba tuto situaci nechtěla nechat jen tak a na trhu si obstarala dvě *kangy*. Látku s nápisem *Nilidhani mwenzangu kumbe mke mwenzangu* (Myslela jsem, že jsi má přítelkyně, ale ne, jsi má sokyně), která na sobě měla krásný a v té době velmi populární vzor, poslala jako poděkování za péči o rodinu sousedce. Druhou textilií s nápisem *Usiache mbachao kwa msala upitao* (Nevzdávej se své rohožky za procházející kobereček) si pak oblékala doma před svým manželem. Manžel ani sousedka se ke *kangám* nevyjádřili, a ona tak pocítila svoji sílu, že se jim byla schopna postavit a říci svůj názor. Vztahy se sousedkou i s manželem pokračovaly dál, jako by k ničemu nedošlo.

Na tomto příkladě můžeme vidět, že je *kanga* určena konkrétnímu člověku, v tomto případě manželovi a sousedce. Muž má vyšší status, tudíž byla tato látka téměř jedinou možností jak mu

dát najevo, že ví o podvodu. Se sousedkou, která byla mladší mohla promluvit, ale ohrozila by tak jejich vzájemný vztah. To nám ukazuje, že ženy nekomunikují skrze *kangu* pouze v situaci, kdy se nachází v nižší pozici, ale i v případě kdy nechtějí ohrozit pro ně důležité vazby a chtějí se vyhnout konfliktu.

Ve svahilské společnosti jsou sousedské vztahy velmi důležité. V zemích, ve kterých Svahilci žijí neexistuje státní systém sociální péče. Lidé se tak vzájemně potřebují mnohem více než v naší společnosti. Například když v Tanzanii onemocníte, jídlo vám v nemocnici musí obstarat vaši blízcí, když jste ve finanční tísní, nepomůže vám stát, ale opět se musíte obrátit na rodinu a přátele. Neexistují tu školky, kam byste mohli dát své děti. Pokud se tedy rodina nenachází v blízkosti, vzájemně si musí vypomáhat sousedé. Z tohoto důvodu je pro ně téměř nutností udržovat dobré vztahy. Ví, že může nastat situace, kdy jim mohou téměř zachránit život. Z tohoto důvodu se paní Habiba pravděpodobně rozhodla použít ke komunikaci s mladší sousedkou *kangu*.⁵⁶

Nyní si ukážeme, jakým způsobem ženy skrze *kangu* komunikují. Ženy jdou nejčastěji na tržiště, kde se prodávají látky. Zde si vyhledají tkaninu, jejíž text nejlépe vystihuje zprávu, kterou chtějí sdělit. V mnoha případech přesně ví, jakou látku hledají a shání ji na tržišti pod lokálním jménem.⁵⁷ Poté co ji získají se musí rozhodnout, jakým způsobem zprávu předají. Existují dva hlavní způsoby. Prvním způsobem je nošením *kangy*. Druhým způsobem je jejím darováním. Obě metody mají své výhody i nevýhody.

Žena, která se rozhodne využít způsob nošení, si oblékne vybranou látku na sebe. Svůj komunikační záměr demonstruje tím, že má na sobě oblečené oba dva kusy stejné *kangy*, které tvoří pár.⁵⁸ Nejčastěji si ženy obmotají jeden kus tkaniny kolem pasu tak, aby písmena textu směřovala správným směrem a text byl co možná nejlépe vidět. Druhý kus z páru si žena přendá přes hlavu jako šátek nebo si jej přehodí přes ramena.

"Způsob jakým je nápis prezentován, nám referuje o tom, zda nositel kangy komunikuje, chce komunikovat nebo ne." (Beck 2001:164) Pokud si žena oblékne látku vzhůru nohama tak, že písmena jsou obráceně nebo text zakryje, může tím demonstrovat, že nechce komunikovat. Pokud ovšem má na sobě oblečený celý pár *kangy*, tak i v případě textu obráceného vzhůru nohama, ženy mohou tento akt nošení interpretovat jako komunikační záměr. Ke stejnému dilema, kdy není zřejmé, zda žena komunikuje či ne, dochází v případě nošení pouze jedné *kangy*, kterou si žena

⁵⁶ Osobní rozhovor (leden 2011, Dar es Salaam).

⁵⁷ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

⁵⁸ Kanga se prodává vždy v páru.

oblékne jako jediný kus oděvu nebo ji zkombinuje s jiným typem oděvu. Svůj jasný nekomunikační záměr demonstruje pouze kombinací dvou rozdílných *kang*, které netvoří pár. Všeobecně je možné říci, že indikátorem komunikačního záměru je způsob prezentace nápisu a výskyt páru. (Beck 2001)

Pokud se jedná o vyjádření k politickému či sociálnímu dění ve společnosti, ženy si mohou oblékat kangy s komunikačním záměrem kdykoliv, když jdou ven, neboť jí většinou mluví k široké veřejnosti. V případě kdy je zpráva určena konkrétnímu člověku, ženy chodí oblečené v dané látce na místa, kde se bude pravděpodobně vyskytovat příjemce. Při osobním kontaktu s ním, žena může určitými kinetickými a dalšími neverbálními způsoby naznačit, že je zpráva určena pro něj. *"Kinetické a další neverbální strategie při komunikaci s kangou slouží jako indikátory komunikačního záměru u adresáta a jako interpretativní pokyny na straně příjemce."* (Beck 2005:138)

Výhodou tohoto způsobu je skutečnost, že ženy mohou svůj názor demonstrovat veřejně, mohou komunikovat téměř kdykoliv a kdekoliv a jsou zcela chráněny před osočením adresovaného, neboť ten si nikdy nemůže být jistý, zda byla zpráva určena právě jemu. Tento způsob ale zejména umožňuje komunikovat s muži. Nevýhodou je velké riziko, že dotyčný, kterému je zpráva určena, ji neobdrží. Pokud žena komunikuje s další ženou a chce si být opravdu jistá, že její zprávu obdrží, většinou se rozhodne dotyčné poslat *kangu* s vybraným textem jako dar. Tento způsob, již není tak nenápadný jako předchozí a žena tak čelí větší pravděpodobnosti otevřené konfrontace, která, ale při opatrném jednání vždy pro ni skončí dobře. Nyní si ukážeme, jak je to možné. (Beck 2001)

Příjemci zpráv mají několik variant jak se zachovat. Mohou se rozhodnout na zprávu nereagovat, odpovědět na zprávu skrze jinou *kangu* nebo otevřeně konfrontovat adresáta. Téměř ve všech případech jsou v nevýhodě. První otázkou, kterou si musí klást je, zda se jednalo o komunikaci nebo ne. I přesto, že žena látku nosila způsobem, který indikoval komunikační záměr nebo byla poslána jako dar, nikdo nemůže dokázat, že žena opravdu chtěla skrze textílii komunikovat. Mohla ji nosit nebo poslat pouze pro její hezký vzor nebo si ji vybrala pro její další význam, například kvůli symbolickému motivu. Příjemce si tedy nikdy nemůže být na sto procent jistý, zda se opravdu jednalo o komunikaci. Dotyčný také nikdy nemá jistotu, že je zpráva určena pro něj. Pokud je *kanga* nošena, je velmi nejisté komu je zpráva určena, ale i v případě jejího darování si jedinec nemůže být jistý. Existují případy, kdy byla *kanga* poslána blízkému členu člověka, pro něhož byl text určen a adresát doufal, že zpráva přes něho doputuje až k pravému příjemci. Další faktor, který

má vliv na nejistou pozici příjemce je častá mnohovýznamovost textu. Text jak již bylo řečeno je často psán v metaforách. Nikdy není jisté, co určitým textem chtěl adresát příjemci přesně říci. Adresovaný si tedy nemůže být zcela jistý co tím chtěl adresát říci, zda byla zpráva určena opravdu pro něj a jestli se opravdu jednalo o komunikaci. (Beck 2005)

I přesto, že příjemce pozná, že je zpráva určena pro něj a je schopen velmi dobře interpretovat pravý význam textu, nejistota mu oslabuje jeho výchozí pozici. Pokud se rozhodne na zprávu nereagovat, dává tím určitým způsobem najevo vítězství a oprávněnou reakci adresáta. V mnoha případech je velmi těžké nebo nemožné na *kangu* odpovědět další *kangou*, a tak než aby šel do otevřené konfrontace, která pro něj může mít nemalé negativní důsledky, je nucen nechat poslední slovo adresátovi. V případě, že to možné je, může začít celý proces nanovo. Rozhodnutí konfrontovat adresáta otevřeně je spíše ojedinělé a ve většině případů nešťastné rozhodnutí. Jak již bylo popsáno v předešlé podkapitole, člověk, který otevřeně projeví průchod svým emocím, inklinuje k otevřenému konfliktu nebo prozradí svým jednáním možné problémy v soukromém životě, je často společností negativně souzen a svým jednáním snižuje svoji pozici. (Beck 2005)

Adresát je vůči příjemci zprávy díky *kanze* ve velmi výhodné pozici, neboť pro příjemce je téměř nemožné mu dokázat jeho komunikační záměr. Právě proto si ženy užívají svobody vyjadřování. Jak ukázaly naše příběhy, ženy použily látku jako formu obrany a nástroj k řešení obtížné situace v níž se nacházely. První příběh také dokazuje, že *kanga* pomáhá ženám mnohdy zcela vyřešit jejich problém. Ne nadarmo se ji často přezdívá "hůl ženy" (hůl byla u svahilských mužů nejčastější zbraní v boji), tedy zbraní již mohou bojovat. *Kangy* pomáhají v konkrétních situacích bojovat proti nepráví, kterým se jim děje ve veřejné i soukromé sféře a ženy ji používají jako nástroj k řešení konkrétních incidentů.

5.3.5 Moc komunikační kangy

Nejsilnější vliv *kangy* se skrývá pod na první pohled nevinnými zprávami, které na sobě ženy běžně nosí. Pokud se ženy zrovna nenachází v nějaké konkrétní obtížné situaci, kde by jim ji látka mohla pomoci vyřešit, oblékají si na sebe *kangy* s texty, které co nejlépe vystihují jejich vnitřní svět. Každá z nich většinou vlastní velké množství těchto tkanin, ze kterých si mohou vybrat nebo je střídat podle jejich nálady. Průměrný počet párů *kang* se pohybuje mezi 70 - 130. Kromě toho, že jim je mnoho z nich darováno, si je často samy kupují.⁵⁹

⁵⁹ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

Jak jsem již podotkla v předchozí kapitole, většinu textů vymýšlí v současné době ženy. Na *kangách* se tak objevuje svět a myšlení svahilských žen. Texty odráží jejich názory, ideje, postoje, hodnoty, znalosti a zkušenosti. (Beck 2001, Beck 2005, Swai 2010, Zawawi 2005) Nyní si pro lepší představu ukážeme pár příkladů textů, které se na látkách objevují.

1. *Hala hala jirani japo ni baniyani* (Chovej se dobře ke svému sousedovi, i když je hinduista)
2. *Zawadi ni dawa hupoza hasira* (Dar je lék, tlumí zlost)
3. *Fikiri kwanza ndipo uamue* (Přemýšlej před tím, než se rozhodneš)
4. *Kuishi wawili ni kustahamili* (Dva lidé žijící spolu, potřebují toleranci)
5. *Riziki ni mdudu hutua popote pale* (Dar od Boha je jako hmyz, přistane kdekoliv)
6. *Imani huwa ni moyoni haiwi mdomoni* (Víra je v srdci, ne na tvých rtech)
7. *Nakiri wangu umaskini siombi wala siazimi* (Jsem chudá/ý, ale nepůjčuji si)
8. *Kibaya changu si chema cha mwenzangu* (Ošklivá věc, která je moje, je lepší než krásná věc někoho jiného)
9. *Tabia njema ni silaha yako* (Dobré chování, je tvá zbraň)
10. *Fuata nyuki ule asali* (Následuj včely, budeš moct jíst med)
11. *Radhi ya mama ni bora* (Matky požehnání je nejlepší)
12. *Sifa ya mume kupamba mke* (Mužova reputace spočívá ve způsobu, jakým pečuje o svou ženu)
13. *Mwenye nguvu mpische* (Nech silnějšího projít)
14. *Mapenzi ni gilass yakivunjika* (Láska je jako sklo, když se rozbije, je pryč)
15. *Umpendaye mpe kitu chema* (Daruj tomu, koho miluješ něco hezkého)
16. *Mapenzy hayachagui kabila* (Láska si nevybírá původ)
17. *Si uzuri kutengana* (Odluka není dobrá)

Tyto a jim podobné názory žen mají muži denně před očima. Jsou stále vystavěny jejich vlivu, aniž by si toho byla většina z nich vědoma. Je to tichá zbraň žen proti níž se muži neumějí a téměř ani nemohou bránit. Působí na ně stejně jako na nás reklama nebo média. Pomalu a tiše se tak vkrádá ženský svět do světa mužů, aniž by to sami muži vědomě postřehli nebo tomu přičítali nějakou váhu. Ženy, které nosí tyto *kangy* doma mohou ovlivnit názor a hodnoty nejen manžela a ostatních mužů, ale zejména postoje svých dětí. Děti se skrze tkaniny přirozeně od malička seznamují s hodnotami žen ve společnosti a ostatním členům rodiny jsou tyto hodnoty stále utvrzovány. (Zawawi 2005) Je velmi pravděpodobné že i mnozí svahilští muži pak myšlenky žen a jejich hodnoty přijmou za vlastní. Marginalizovaným svahilským ženám se tak skrze *kangu* podařilo něco neuvěřitelného. Svým jednáním nejenže se podílí ve všech oblastech, navíc jejich hlas výrazně formuje společnost, ve které by neměly být jak už bylo zmiňováno dříve viděny, ani slyšeny.

5.3.6 Komunikační kanga jako katalizátor emocí

Další význam, který má *kanga* pro ženy je její schopnost působit jako katalizátor emocí. Emoce jsou součástí každého projevu jedince a jejich vyjádření je nesmírně důležité pro duševní stránku člověka. Pokud je projev emocí v důsledku pravidel ve společnosti potlačován, může dojít u jedince k frustraci až k narušení duševního zdraví. *Kanga* má v současné svahilské společnosti v níž panuje velmi silná prohibice mluvy nepostradatelnou roli. Slouží ženám jako ventil jejich emocí. Stává se platformou, kde ženy mohou své pocity přímo verbalizovat a dát o nich vědět v osobním i veřejném životě. Jako taková jim pomáhá nalézt duševní klid a rovnováhu a předcházet frustraci. I v případě, že zpráva nedorazí k určené osobě, nositelka textilie pocítuje uspokojení z toho, že se dokázala vyjádřit to co chtěla. (Zawawi 2005)

Kanga pomáhá vyjadřovat své pocity také situacích, kde by jedinec potřeboval velké množství odvahy. Například v mnohých textech najdeme přímá vyjádření pozitivních i negativních pocitů určené druhému člověku. Svahilci tak mohou skrze látku říci někomu, že ho milují nebo že k němu cítí nenávist a přitom zůstat v hávu ochrany, kterou jim *kanga* poskytuje.

5.3.7 Muži a kanga

Poté co jsme si ukázali, jaký má význam ve společnosti a kde všude se *kanga* používá a je nyní nezbytné zodpovědět si otázku, proč, když tato látka "napadá" mužský svět, není ve svahilské společnosti ženám muži zakazována. Podle mého názoru se na nemožnosti jejího zákazu podílejí tři hlavní faktory: národní dědictví, obchodní zisk mužů a vnímání komunikace skze *kangu* jako podřadnou.

Jak jsme se již dozvěděli v předchozích kapitolách, *kangu* vymysleli Svahilci a stala se znakem náležitosti k jejich společnosti. Jsou na tuto tkaninu velmi hrdí a v Keni i Tanzánii se dokonce prou, v jaké oblasti vlastně vznikla. Oba dva státy si její vznik chtějí připsat na jejich území. To dokazuje, jak moc je *kanga* jako taková ceněna. Jsou o ní zmínky i v národních muzeích na Zanzibaru i Dar es Salaamu. Lze říci, že se stala kulturním národním dědictvím Svahilců. I pokud by se tedy našli muži, kteří by ji chtěli zprovodit ze světa, předpokládám, že by tento úkol byl pro ně velmi obtížný. Stáli by tak nejen proti ženám, ale i mnoho mužům.

Další aspekt, který nedovoluje *kangu* omezit, je obchodní zisk, který z jejího prodeje plyne. Mnoho mužů dříve i dnes s ní obchodují a jejich příjem plyne z prodeje s ní. Obchod byl vždy dominantou

v životech Svahilců a je jím dodnes. Ti jsou praví obchodníci a staví toto povolání nade vše. I přesto, že mnoho z nich jsou prostředníky mezi ženami a firmami a tudíž by mohli texty cenzurovat, to nečiní. Pro většinu z nich má zisk větší hodnotu než samotná slova žen. Dalo by se říci, že tak leckdy stojí sami proti sobě. Texty na *kangách* však nevnímají jako něco, co je může ohrozit.⁶⁰

Nejdůležitějším faktorem je ale skutečnost, že muži komunikaci skrze *kangy* vnímají jako podřadnou, neboť se z jejich pohledu jedná pouze o ženskou záležitost. Oni sami ji k vyjádření svých názorů nepotřebují a k těmto účelům ji až na výjimky nepoužívají. Výjimku tvoří přání k narozeninám. Muži tedy v komunikaci s kangou jsou téměř vždy jen v pozici příjemce zprávy. Tuto skutečnost, ale vždy popřou a vědomě ji odmítají. Pokud by totiž dali najevo, že zprávu přijali, souhlasili by se svojí participací v podřadné komunikaci žen a klesli by tak na jejich úroveň. To žádný svahilský muž nikdy nepřipustí. (Beck 2001)

⁶⁰ Osobní rozhovor (prosinec 2010, Dar es Salaam).

6 ZÁVĚR

Svahilci jsou mnohoetnickou společností, jejíž kořeny sahají až k bantuským společnostem. Tato společnost se stala etnicky rozmanitou zejména díky obchodu, prosperujícím městským státům, různým koloniálním mocnostem a asimilací osvobozených otroků. Rozmanitá společnost byla stmelována v průběhu času skrze svahilský jazyk, který dnes obsahuje prvky všech kultur, s kterými je spojena. Kromě svahilštiny je slučujícím prvkem společnosti také islámské náboženství, jenž se na území východoafrického pobřeží dostávalo v několika vlnách a formovalo život jejich obyvatel.

Jednu z nejdůležitějších rolí v životech Svahilců hrál obchod. Díky němu byli schopni vytvořit samostatné městské státy a po celou dobu své existence se mu věnovali. Kromě rozmanitého obchodu se v dřívějších dobách věnovali i výrobě tkanin, se kterými pak čile obchodovali nejenom na svém území, ale posílali je i do dalekých koutů světa. Látky plnily v průběhu jejich historie různé funkce a byla jim vždy přikládána velká hodnota.

Nejdůležitější látkou se v jejich společnosti stala *kanga*, které daly vznik osvobozené otrokyně asimilované do svahilské společnosti před více než sto lety. Ty ji vyráběly sešíváním čtvercových látek dovážených z Portugalska. Díky *kanze*, která připomínala oděv původních svahilských žen, mohly snadněji zapadnout do městské společnosti a vyjádřit skrze ni svůj nový status. *Kanga* nebyla spojována jenom s etnickým statutem, ale také se svobodou, městem a bohatstvím.

Z těchto důvodů začala být velmi populární a Svahilci, zkušení obchodníci v ní velice rychle rozpoznali výhodnou komoditu a chopili se obchodu s ní. Vymysleli její celistvou podobu, kterou poté vyráběly zahraniční továrny a přiváželi na svahilské pobřeží především indiští, arabští a evropští obchodníci. Svahilci ji distribuovali zejména po pobřeží současné Tanzanie a Keni. Až po získání nezávislosti těchto zemí, se *kanga* ve své celistvé podobě poprvé začala vyrábět na území východní Afriky. V továrnách se tato látka vyrábí od příze a po její finální podobu. Většina úkonů spojená s výrobou se provádí pomocí strojů a je zde zapotřebí pouze malé procento lidské pracovní síly.

Tanzanie a Keňa ovšem nejsou jedinými výrobci *kang*. Především Indie a Čína dováží na svahilské pobřeží velké množství levnějších *kang*, které jsou mnohdy méně kvalitní než ty africké. To má za následek snižování kvality afrických látek, ve snaze snížit cenu na jejich úroveň, ale stále častější i krach afrických firem. Je tedy otázkou, zda se výroba této látky na africkém kontinentu udrží nebo

bude opět přesunuta do cizích zemí.

Kanga sehrála významnou roli v historii a hraje ji i dnes. Dnes je se svahilskou kulturou natolik spojená, že má svoji roli téměř při každé významné životní etapě Svahilce. Plní řadu symbolických rolí při narození, přechodu do dospělosti (u dívek), svatbě, rozvodu i smrti. Má také spoustu praktických funkcí jako je například každodenní i sváteční oblečení, látka k připevnění malých dětí na záda, látka k zakrytí prosáknuté krve přes oblečení v době menstruace, měřítko schopnosti starat se o rodinu u mladých maminek, měřítko finanční zajištěnosti u žen, k rozeznání ženských členů spřátelených rodin na pohřbech, kde se sjednávají svatby a jistě mnoho dalšího, co nám je ještě díky nedostatečné probádanosti tohoto tématu skryto.

Na svahilském území se vyskytuje také řada druhů *kang*, které plní rozličné funkce, nejvýznamnější je ovšem *kanga* komunikační, skrze jejíž texty ženy komunikují. Ta má pro ženy nepostradatelný význam. Tato *kanga* je známá především jako strategický komunikační nástroj, jenž ženy využívají k vyjádření svých emocí, názorů, idejí a postojů v situacích a na místech, ve kterých jsou marginalizovány. Svahilské ženy, ačkoliv by podle uznávané patriarchální ideologie, neměly mít slovo a právo rozhodování ve společnosti ani rodině, našly způsob, jak vyjádřit svůj názor ve veřejné i soukromé sféře. Skrze *kangu* reagují na různá témata, která jsou mnohdy ve společnosti tabu. Tento ojedinělý způsob komunikace jim také dává možnost promlouvat k lidem s vyšším statutem, udržovat i ve vypjatých situacích dobré vztahy se sousedy a v neposlední řadě vyjádřit svůj postoj k sociálnímu a politickému dění ve společnosti. Svým jednáním ženy produkují, ožívují a šíří své znalosti, brání své pozice, dávají průchod svým emocím, vyjadřují kdo jsou. To vše je možné právě díky komunikační *kanze*, která nejenže v sobě může obsahovat mnoho skrytých symbolů, ale také sama symbol představuje.

Texty na *kangách* působí na podvědomí Svahilců. Muži přijímají názory utlačovaných žen, kterými v určitém smyslu opovrhují, za své vlastní. Právě tím, že předmět není jimi zcela uznán, protože jej využívají ženy a nemá očividné atributy mocného předmětu, si muži nedokáží připustit, že by šlo o pro ně nebezpečnou zbraň. Zažitý stereotyp, že svahilské ženy a obyčejné předměty nemají moc, jim brání uvědomit si obrovskou sílu *kangy*. Tento předmět není vyráběn žádným rituálním způsobem, jako většina jiných artefaktů v afrických kulturách, které jsou spojovány s mocí. Vyrábí se v továrně, tak jako jiné běžné látky. Při výrobě do ní není vložena žádná tajná nebo ceněná ingredience, která by ji dělala výjimečnou. Naopak je vyrobena z běžných materiálů, které nemají v procesu jejího vzniku žádný symbolický význam. Nepoužívají ji ani lidé výsadního postavení, prodává se běžně na trhu a je vyhledávaným zbožím zejména ženami s nízkým statutem. Její síla

tedy není žádným způsobem veřejně prezentovaná. Právě díky její všednosti a spojením s určitou dávkou podřadnosti, může skrytě formovat patriarchální společnosti a pomáhat ženám v ní bojovat proti jejich nerovným sociálním poměrům. *Kanga* je podle mého názoru jedním z nejvýznamnějších nástrojů utlačovaných žen na východoafrickém pobřeží a ukazuje nám, jakou silou může předmět působit, aniž by si to lidé, které ovlivňuje uvědomovali.

Je jisté, že téma *kangy* nebylo ještě dostatečně probádáno a že skrývá ještě spoustu tajemství, které by bylo zapotřebí odkrýt rozsáhlejším bádáním a výzkumem. V České republice nevyšla zatím žádná publikace věnovaná tomuto tématu, ale myslím si, že *kanga* je natolik pozoruhodný předmět, že by jí mělo být věnováno více pozornosti. Tato práce poskytuje pouze základní informace o *kanze*, nicméně doufám, že se mi v rámci diplomové práce podaří do problematiky této látky ještě více proniknout.

7 POUŽITÁ LITERATURA A PRAMENY

Beck, R.M. 2005. Texts on Textiles: Proverbiality as Characteristic of Equivocal Communication at the East African Coast (Swahili), *Journal of African Cultural Studies* 17, pp. 131-160.

Beck, R.M. 2001. Ambiguous Signs: The Role of the Kanga as a Medium of Communication, *Swahili Forum* VIII, pp. 157-169.

Caplan, P. 1997. *African Voices, African Lives. Personal Narratives from a Swahili Village*. New York, Routledge.

Fair, L. 1998. Dressing up: Clothing, Class and Gender in Post-Abolition Zanzibar, *Journal of African History* 39, pp. 63-94.

Hanby, J., Bygott D. 1992. *Kangas : 101 Uses*. Bygott.

Jiroušková, J. 2003. *Černá Afrika. Dějiny odívání*. NLN.

Krieger, J. 2000. *Oxfordský slovník světové politiky*. Praha, Ottovo nakladatelství s.r.o.

Kusimba, Ch. M. 1999. *The Rise and Fall of Swahili States*. California, Altamira Press.

Shillington. K. 2010. *History of Africa*. New York, Palgrave Macmillan.

Swai, E.V. 2010. *Beyond Women's Empowerment in Africa. Exploring Dislocation and Agency*. New York, Palgrave Macmillan.

Swartz, M.J. 1991. *The Way the World is. Cultural Processes and Social Relations among the Mombasa Swahili*. Berkley, Los Angeles, Oxford: University of California Press.

Zawawi, S. 2004. *Kanga: The Cloth that Speaks*. New York, Azaniya Hills Press

Internetové zdroje:

<http://www.wikipedia.org>

navštíveno dne 17.4. 2012

navštíveno dne 21.3. 2012

<http://www.glcom.com>

navštíveno dne 3.12. 2012

<http://www.erieartmuseum.org>

navštíveno dne 15.4. 2012

Instituce:

Národní muzeum kultury a historie Zanzibaru

navštíveno v prosinci 2010, Zanzibar

8 RESUMÉ

This thesis devotes meaning and power of kanga, colourful cotton fabric in the Swahili society. The first part is devoted to Swahili people and their history. The second chapter describes the manufacture of kanga in the present and in the past. The following third part deals with the form of kanga. The last chapter focuses on the meaning Swahili textiles in history, describes how kanga accompanies life of Swahili people and finally deals with the communication kanga. It is presented as a strategic communication tool, that oppressed women use to communicate, to defend themselves and to form the Swahili patriarchal society. Thesis is based on stationary six-week field research and data collection in Dar es Salaam in Tanzania supplemented by secondary data analysis.

9 PŘÍLOHY**FOTOGRAFIE Z TOVÁRNÝ URAFIKY** Příloha č. 1-12 (prosinec 2010, Dar es Salaam)

Příloha č. 1: Stroj na promíchávání bavlny



Příloha č. 2: Stroj na výrobu pramene



Příloha č. 3: Bavlněná síť zhušťovaná v pramen



Příloha č. 4: Prameny



Příloha č. 5: Stroj na výrobu přize



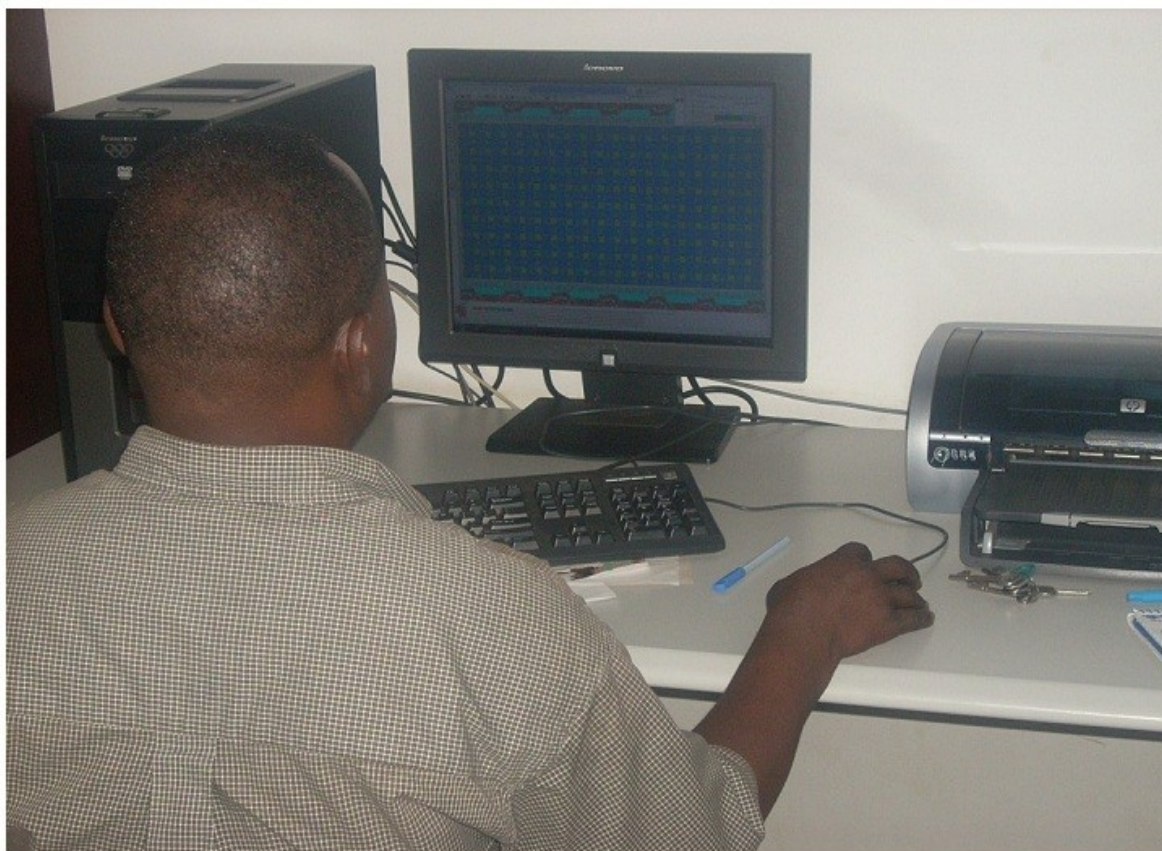
Příloha č. 6: Výroba látky



Příloha č. 7: Kontrola látky



Příloha č. 8: Návrh vzoru kangy



Příloha č. 9: Úprava návrhu *kangy* návrhářem



Příloha č. 10: Látky připravené k tisku



Příloha č. 11: Tisk *Kangy*



Příloha č. 12: Vytisknuté *Kangy*

KOMUNIKAČNÍ KANGY Příloha č. 13-18 (erieartmuseum.org)



Příloha č. 13: Kanga s textem: "Pomluvy nikdy nepřestanou, nevěnuj jim žádnou pozornost"



Příloha č. 14: Kanga s textem: "Když se nebudeš starat o mě, já se nebudu starat o tebe"



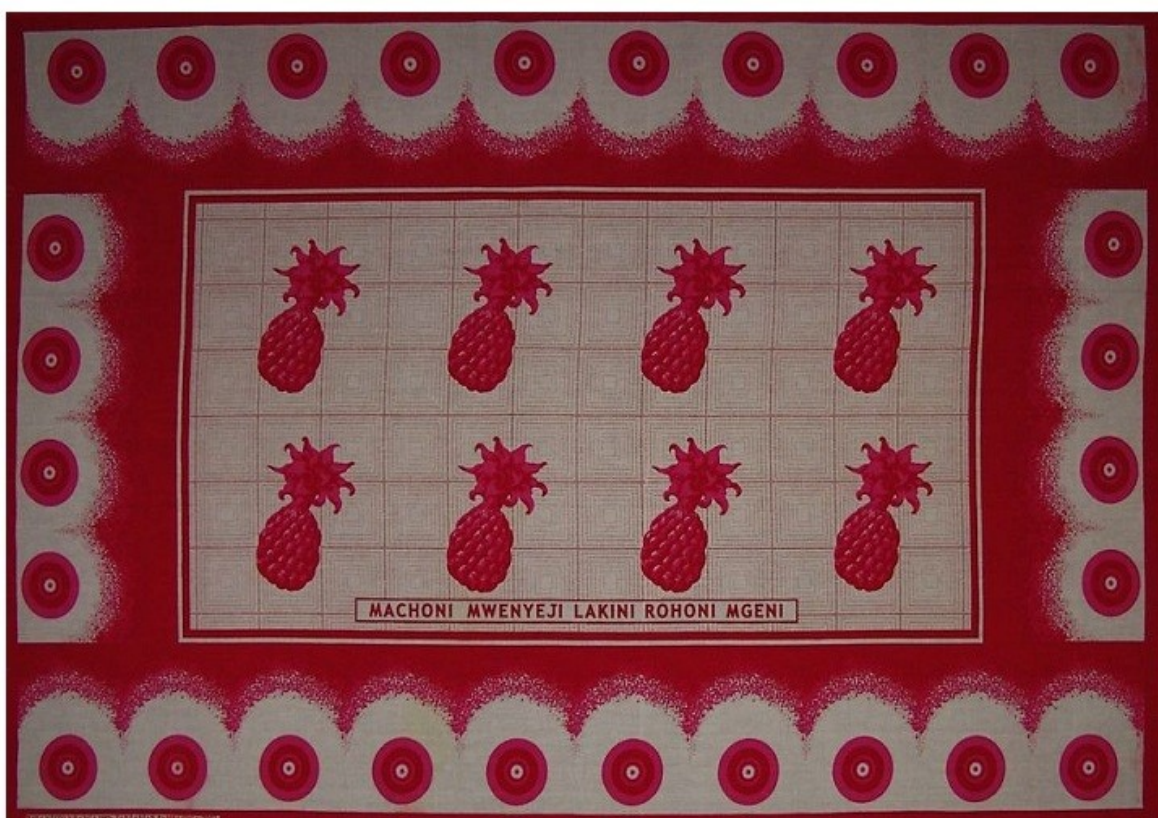
Příloha č. 15: Kanga s textem: "Požehnání rodičů přináší štěstí a mír"



Příloha č. 16: Kanga s textem: "Kde je v tomto světě dobro"



Příloha č. 17: Kanga s textem: "Láska je jako kašel, je nemožné ji schovat"



Příloha č. 18: Kanga s textem: "V očích rodák v srdci cizinec"