sciendo
DOI 10.2478/jazcas-2018-0012

JEŽÍŠEK JAKO POJMOVÝ KONSTRUKT A KLÍČOVÉ SLOVO ČESKÉ KULTURY. KULTURNĚLINGVISTICKÁ STUDIE[1]

IRENA VAŇKOVÁ
Filozofická fakulta Univerzity Karlovy, Praha

VAŇKOVÁ, Irena: Ježíšek ('Baby Jesus'?) as a conceptual construct and the key word of the Czech culture. Cultural linguistic study. Journal of Linguistics, 2018, Vol. 69, No 1, pp. 51 – 76.

Abstract: The study of the relationship between language and culture has recently found an interesting source of inspiration in the theoretical-methodological basis of cognitive linguistics and ethnolinguistics. The paper draws on this resource, especially on the findings of J. Bartmiński's Ethnolinguistic School of Lublin and the theory of culturally key words by Anna Wierzbicka, and following the previous ethnolinguistic research of Czech Christmas, it focuses on the image of the Christmas giver Ježíšek in contemporary Czech (private and public) discourse. This image has been reconstructed based on the analysis of language data and culturally significant texts dealing with the Ježíšek topic, and also based on a survey conducted among Czechs on social networks. The objective of the analysis is to contribute to the formulation of the so-called cognitive definition connected to the Ježíšek conceptualization, and to identify some of its aspects.

Keywords: cultural linguistics, ethnolinguistics, culturally key words, cognitive definition, Ježíšek, Czech language, Czech culture

Na stěnách skotačí černé stíny
nechytneš je, nepolapíš,
je to marné, když se trápíš,
z vánočních koled jsou evergreeny
a co ty Ježíšku ještě spíš?

Celý svět čeká na boží znamení
a on si zatím lítá kdesi v Mléčné dráze
a dole v městě za Domem umění
jde Santa Klaus převlečený za Dědu Mráze.

Jaromír Nohavica: *Ježíšek* (Nohavica, 2010)

Je bílý, létá po obloze a v náručí nosí dárky. Nemá nohy a je tenký, aby mohl proletět klíčovou dírkou. (Pavlík)
Vypadá jako oživlý sněhulák. (Anička)
Já nevím, nikdo ho ještě neviděl, ocasem vymazává stopy, má bodliny. (Hanička)
Vypadá jako ježeček, má krátké nožičky a dál nevím, dlouho jsem ho neviděla. (Verunka)

A jak vypadá váš Ježíšek?
(http://www.ceskatelevize.cz/ct24/nazory/1127010-a-jak-vypada-vas-jezisek)

[1] Studie vznikla za podpory projektu Univerzity Karlovy Progres Q10 – Jazyk v proměnách času, místa, kultury.

Ani ne tak Ježíšek jako celý koncept Vánoc přináší pohodu, kdy máme s rodinou (ještě nemám svoji vlastní) zažité rituály: vstaneme, sníme si vánočku, k obědu si dáme králíka „na černo" (recept po babičce), poté jedeme na hřbitov se pomodlit za prarodiče a nakonec štědrovečerní večeře. A po ní Tři oříšky pro Popelku a Pelíšky. Pokud mi každý rok přinese Ježíšek pohodu, klid a smích s mými bližními, jsou to pro mě ty pravé Vánoce... Až budu mít děti, určitě tento koncept budu chtít udržet. A klid a pohodu nejenom o Vánocích.

Žena, 25, okres Benešov (vlastní výzkum)

0. ÚVODEM: NA POČÁTKU TÁZÁNÍ PO ČESKÉM JEŽÍŠKOVI

Začněme (možná poněkud zvláštně) praktickou otázkou: Nakolik je vhodné překládat do angličtiny jméno českého vánočního dárce Ježíška jako *Baby Jesus*? Tato otázka má totiž širší teoretický dosah a podstatně souvisí s celým naším kulturnělingvistickým tázáním, tedy: Kdo je Ježíšek jakožto symbol českých Vánoc, resp. jaký pojmový konstrukt je s výrazem *Ježíšek* spojen?[2] Odtud se generují i otázky další: po české specifičnosti této zvláštní fiktivní postavy, po vzniku a proměnách pojmu (resp. narativně budovaného pojmového konstruktu) s ní spjatého, a samozřejmě po jazykových souvislostech tohoto kulturního fenoménu. Bezproblémové nalezení jednoslovného ekvivalentu v jiném jazyce (*Ježíšek* = *Baby Jesus*) se nám ve světle takovéhoto přemýšlení ukáže pravděpodobně jako věc nerealizovatelná.

Textu jsou předeslána tři mota. První z nich, úryvek z písně *Ježíšek* od Jaromíra Nohavici, naznačuje postmoderní mísení „vánočních" představ a projekcí, které vede k bezradnosti a nejistotě co do platných hodnot i pevnějších kulturních rámců. V metonymické zkratce je – namísto nezvěstného Ježíška – přivedena na scénu českého města cizí, a přesto známá vánoční postava: Santa Claus, Děda Mráz? Kdo je „převlečený" za koho, a kam se poděl Ježíšek? (Zvláště v době, kdy *celý svět čeká na boží znamení*.)

Druhé moto tvoří výpovědi dnešních českých předškolních dětí pocházející z ankety prezentované na webových stránkách České televize. Ukazují, že děti Ježíška znají, avšak na otázku po jeho vzhledu odpovídají (z hlediska starší generace) možná nečekaně. Jejich Ježíšek je stále méně často „děťátko Ježíš"; má podobu ježka, sněhuláka či zvláštní bílé postavy, a jak uvidíme dále, mívá dnes i podoby jiné, často – vlivem reklamy či popkulturních kontextů – splývající s americkým Santou či s různými filmovými hrdiny. Také náš empirický výzkum přinesl podobné výsledky, přestože respondenti byli přibližně o jednu generaci starší a u dobré poloviny z nich převládala přece jen představa Ježíška jako (božího) dítěte.

Třetím motem je odpověď dospělé respondentky na otázku, co pro ni Ježíšek znamená dnes: ukazuje se, jak se tato imaginární postava vpojuje do scénáře Štědrého dne, který je pro Čechy centrem vánočních svátků (a „nejkrásnějším z těch 365 dní v roce", jak napsala jiná respondentka) – včetně slavnostní večeře i televizních pořadů, jež se v posledních několika desetiletích staly neodmyslitelnou součástí čes-

[2] V tomto ohledu navazujeme na předchozí práce o českých Vánocích (Vaňková, 2014, 2015) i o Ježíškovi (první, předchůdná, stručnější verze této studie srov. Vaňková, 2017b).

kých Vánoc (srov. Vaňková, 2014, 2015). Zároveň je tu explicitně vyjádřeno i spojení Vánoc s rodinnou pohodou, kterou nám – řečeno respondentkou snad určitou frází, ale zároveň ne neupřímně – každý rok (jako nejcennější dar) „přináší Ježíšek". Předesláno je tu i vzájemné propojení „klíčových slov" *domov*, *pohoda*, *Vánoce*, a ovšem i *Ježíšek* – jež vztahujeme k hodnotám, a dokonce je zde explicitně přítomno i vyjádření *ty pravé Vánoce*, poukazující k idealizačnímu stereotypu: takové a ne jiné by Vánoce „měly být" (srov. dále).[3]

1. KONTEXT KULTURNÍ LINGVISTIKY A ETNOLINGVISTIKY

Širším kontextem tohoto zkoumání je přístup k jazyku označovaný jako kulturní či kognitivně-kulturní lingvistika, etnolingvistika, příp. antropologická lingvistika. Jde obecně řečeno o studium kultury, resp. kulturních pojmů ve vztahu k jejich jazykovým, textovým a diskurzivním realizacím, jejichž prostřednictvím tyto pojmy v povědomí společenství žijí a jsou sdíleny. Náš výzkum v tomto směru sleduje kulturně specifický pojem korespondující s výrazem *Ježíšek*, resp. způsob, jak je ukotven v jazykově-kulturním povědomí Čechů – tedy rodilých mluvčích češtiny a eo ipso nositelů české kultury.

1.1 O vztahu jazyka a kultury i o povaze a způsobech jazykovědného studia kultury se zhruba v posledním dvacetiletí uvažuje v mnoha kontextech a v různých částech světa (Anusiewicz, 1995; Bartmiński, 2016; Chrolenko, 2004; Maslova, 2001; Sharifian (ed.), 2015; Schieffelin – Garrett (eds.), 2011; Underhill, 2009; Trabant, 2000; Wierzbicka, 1996 aj.). V evropském prostoru bývá tento typ zkoumání viděn zejm. v návaznosti na odkaz Wilhelma von Humboldta. Jeho dílo dnes ožívá a vstupuje do nových souvislostí nejen ve vazbě na složitou společenskou, resp. jazykově-kulturní situaci dnešního světa a Evropy (slévání kultur a na druhé straně snaha o zachování jejich specifických rysů – a to i s ohledem na jazyk a jazyky; proměna hodnotových rámců, viditelná dobře i prostřednictvím jazyků). Humboldtův odkaz se aktualizuje i díky světovému rozvoji kognitivní lingvistiky, akcentující propojenost jazyka s myšlením a široce chápaným rozuměním světu. V ukotvení do kognitivně-kulturního paradigmatu se pak mnohde zdůrazňuje Humboldtovo pojetí jazyka jako – zde srov. formulaci J. Trabanta – „formativního orgánu myšlení"; Trabant nazývá jednu z částí své podnětné studie *Cognition as Weltansichten* (Trabant, 2000) a v kontextech, kde mluví Humboldt v souvislosti s jazykem o duchu či duši (resp. o duši národa, již podle něj jazyk představuje), je u Trabanta řeč o kognitivitě a kultuře (podobně např. též Underhill, 2009). Ano: z myšlenky o pevném spojení jazyka, kognitivity a kultury vycházejí jazykovědné směry, o něž nám nyní jde. Nazývány jsou různě – vedle kognitivní lingvistiky či kulturní lingvistiky též lingvistika antropologická[4] či

[3] Tento drobný text by mohl stejně dobře stát i na konci našeho pojednání; z dobrých důvodů jej však klademe do úvodu a prosíme laskavého čtenáře, aby se k němu v závěru četby případně vrátil.

[4] Široké pojetí antropologické lingvistiky (mnohdy spíše v podobě lingvistické antropologie – ačkoli kde vymezit přesnou hranici?) přináší rozsáhlý projekt (pětidílné) antologie textů vzniklých v rozpětí mnoha desetiletí, obzvláště se zaměřením na americké autory (Schieffelin – Garrett (eds.), 2011).

etnolingvistika[5] (podrobněji Anusiewicz, 1995), resp. kognitivní etnolingvistika (k té srov. Bartmiński, 2016, viz dále, v přehledu srov. i Vaňková, 2017a).

1.2 Vzájemný vztah jazyka a kultury, jazyka a kognice – a jazyka, kultury a kognice – se nevymezuje u všech autorů jednotně; různě je chápána též souvislost kognitivního a kulturního aspektu při zkoumání jazyka (srov. např. Janda, 2007; Vaňková, 2010). Klíčovým pojmem, s nímž se tu operuje, je obvykle konceptualizace – tedy pojmové uchopení výseku skutečnosti, které má korespondenci v jazyce (bývá ztotožňováno s pojmem a též s široce chápaným významem). Australský lingvista Farzad Sharifian mluví o tzv. kulturních konceptualizacích (Sharifian, 2011, passim), které představují obecnější pojem než konceptualizace jazykové; mohou se konkretizovat nejen v jazyce, ale i v jiných kulturních artefaktech, jako je malba či rituál.[6]

1.3 Ve slovanském prostředí s těmito myšlenkami souzní pojem jazykového obrazu světa; jeho součástmi jsou stereotypy – a také ony jsou realizovány (především, ale nejen) jazykově a lze je efektivně zkoumat díky specifické analýze sémantických struktur jazyka (a textů). Takový výzkum ovšem poukazuje i ke kognitivním vzorcům, schématům a scénářům, jež jsou v myslích členů daného jazykového společenství ukotveny a sdíleny. Míníme zde kognitivní etnolingvistiku Jerzyho Bartmińského, resp. jeho metody studia jazykového obrazu světa – a stereotypu jako jednotky do tohoto obrazu světa vpojené (srov. Bartmiński, 2016).

Stereotyp představuje soubor konotací různého typu, jež lze specificky popsat a strukturovat v tzv. kognitivní definici (Bartmiński, 2016, s. 83 an). I zde se pokoušíme o přiblížení kognitivní definice jako způsobu prezentace pojmu JEŽÍŠEK (srov. i Vaňková, 2017).

Další inspirací je nám teorie kulturně klíčových slov (resp. pojmů), uvedená v život Annou Wierzbickou (1997). Se zřetelem k českému kontextu tu lze odkázat na studie o pojmech POHODA, DOMOV a VÁNOCE (Vaňková, 2010, 2012, 2014, 2015). Důležité je, že tyto pojmy implikují hodnoty; to bývá u tzv. klíčových slov obvyklé, stejně jako jejich propojení v jednom sémantickém okruhu a poukaz k určitým prožitkovým a kulturním vzorcům (Wierzbicka, 1997, s. 15 an).

2. VÁNOCE, OBDAROVÁVÁNÍ A JEŽÍŠEK

Slavení zimních svátků má hluboké kořeny společné celé evropské civilizaci. Sahají jednak k předkřesťanskému, magicky ukotvenému pojímání času v antropocentricky a geocentricky prožívaných souvislostech („zimní slunovrat“), jednak k pojmovému okruhu křesťanství („narození Krista“). U jednotlivých národů se podoba svátků

[5] Etnolingvistika je např. u Bartmińského vymezena rovněž jako lingvistický přístup zkoumající vztahy mezi jazykem a kulturou (více srov. Vaňková, 2017a).

[6] Jazyk má však v rámci kulturní kognice centrální postavení – je jakousi „paměťovou bankou” kulturních konceptualizací (tamtéž, s. 44).

během staletí kulturně rozrůznila a je to reflektováno i v jejich jazycích.[7] Dnes tedy můžeme pokládat Vánoce za svátek specificky český (srov. Vaňková, 2015).

2.1 Ve způsobu slavení českých Vánoc, jak je známe dnes, se podle Václava Frolce organicky propojují tři historickokulturní vrstvy: 1) předkřesťanská (svátky slunovratu s četnými pohanskými zvyky a věštebnými praktikami); 2) později na ni napojená vrstva křesťanská, spjatá s narozením Krista (odtud v české a moravské kultuře pocházejí např. tradice lidového betlémářství, hudba venkovských kantorů – pastorely, lidové vánoční hry aj.) a konečně 3) nejmladší vrstva měšťanská, vzešlá z civilizačních změn způsobených průmyslovou revolucí (stěhování obyvatelstva z venkova do měst, rozmach buržoazie), které postupně přinesly sekularizaci Vánoc. S ní souvisí přesunutí oslav z kostela do rodiny a silnější akcent na obdarovávání (podrobně viz Frolec, 1988, s. 17 an). Až z této doby (z první poloviny 19. století) pochází např. i vánoční stromeček, dnešní symbol Vánoc (srov. Vavřinová, 2002, s. 115), jejž jako nový zvyk prezentuje Božena Němcová ve vánoční scéně *Babičky* (viz dále). Zároveň se ovšem v *Babičce*, stejně jako v básni *Štědrý den* z *Kytice* K. J. Erbena (2003, 57 an), reflektují i některé staré zvyky pohanské prosperitní a věštebné magie. Některé z nich známe dodnes (krájení jablek „na hvězdu“, pouštění svíček ve skořápkách, házení střevícem), i když se uplatňují spíše v poloze hry. Do dnešního českého slavení Vánoc se však promítají zejm. tradice mnohem novější, utvářené „od vzniku republiky do sametové revoluce“ (srov. Koura – Kourová, 2010); např. vánoční pokrmy jako smažený kapr s bramborovým salátem či tradiční drobné cukroví (vanilkové rohlíčky, pracky apod.) jsou tradicí poměrně mladou. V několika posledních desetiletích je slavení Vánoc spojováno se sledováním televize (více Vaňková, 2015). V nejnovější době – a to by mohlo představovat další, čtvrtou historicko-kulturní polohu Vánoc (již ve své publikaci z r. 1988 Frolec ještě nemohl zohlednit) – jsme svědky kosmopolitního mísení tradic různých kultur a národností, sílícího vlivu (nových) médií na prožívání a sdílení vánoční atmosféry, ale na druhou stranu i snah o návrat ke zvykům a tradicím „našich babiček“ (obnovování starých kuchařských receptů, prostá výzdoba z přírodních materiálů, studium vánočních zvyků). K slavení Vánoc ve školních kolektivech („vánoční besídky“) se čím dál víc připojuje scházení a vzájemné obdarovávání mezi dospělými přáteli, ale i „oficiální“ slavení ve firmách a pracovních kolektivech („vánoční večírky“).

Jak však už bylo řečeno, české prožívání Vánoc – chápaných jednoznačně jako nejvýznamnější svátek roku (Vaňková, 2014, 2015) – je orientováno především na

[7] Liší se např. už motivace pojmenování těchto svátků: souvisí s narozením (lat. *Natalis* a výrazy z románských jazyků, ale i ruský výraz *rožděstvo*, ukrajinský *rizavo* či polský *Boże Narozenie*), s Kristem (anglicky *Christmas,* holandsky *Kerstmis*, řecky *Χριστούγεννα*), a konečně i Božím synem (slovinsky, chorvatsky, srbsky *Božić*, makedonsky *Božik*). Jinde konceptualizace vychází ze starých předkřesťanských obřadů (bulharsky *koleda*, bělorusky *kaljady*, maď. *karácsony*, rum. *krăčun*). Český výraz *Vánoce* (podobně i slovenský *Vianoce*) je etymologicky spojen s německým *Weihnachten*; doba přejetí je ovšem nejasná; první část výrazu souvisí s *weihen* „světit, posvětit“, druhá *Nacht* – „noc“ (Rejzek, 2001).

domov a rodinu. Velká většina současné (sekularizované) české populace však dosud (v různé intenzitě) vnímá i křesťanský rozměr Vánoc; tradičně zpívané i ze všech stran reprodukované koledy i v domácnostech rozšířené (třeba papírové) betlémy vysouvají do popředí narození Ježíška;[8] on je ostatně i obdarovávající bytostí a vedle stromečku hlavním symbolem Vánoc. V současnosti, jak bylo uvedeno, je u Vánoc exponován především aspekt rodinné pohody, spojené s hojností a obdarováváním.[9] Ve vánočních vydáních společenských časopisů je v této souvislosti vyzdvihována právě vánoční *pohoda*, akcentuje se výzdoba bytu, příprava svátečních pokrmů či výběr vánočních dárků, zatímco lidé s alternativním přístupem k životu takové pojetí Vánoc kritizují jako orientaci na konzum, která „pravým Vánocům" odporuje. O Vánocích (i Ježíškovi) se ve společnosti diskutuje (viz dále), proti reálnému stereotypu Vánoc („jaké obvykle jsou") se stavívá do kontrastu stereotyp ideální („jaké by být měly");[10] někdy se přímo poukazuje k chybějícím duchovním hodnotám, jindy je proklamován rodinný aspekt Vánoc ve smyslu toho, „co se nedá koupit", jako je domov a láska mezi členy rodiny (která se neprojevuje drahými dary, ale např. společně tráveným časem); podobné debaty ve veřejném prostoru jsou však už také součástí stereotypu Vánoc.

I současná česká sekularizovaná společnost potřebuje prožitek posvátného, *sacrum*; v tomto ohledu připisují Češi výjimečné místo právě Vánocům (třebaže to mnohdy reflektují v podobě všelijak travestované či parodované). Je-li dnes prožitek Vánoc orientován především na domov, nijak to rozměr *sacrum* nevylučuje: s domovem a vlastní rodinou je totiž v tomto čase spjata tradice a rituál, a právě v něm je prožitek posvátnosti ukotven.

2.2 Zvyk obdarovávání se se zimními svátky pojil odedávna, třebaže dary měly v pohanské době jiný smysl a charakter než dnes (Večerková, 2007).[11] Vánoční obdarovávání dětí právě „pod titulem Krista Pána"[12] je spojeno s náboženskou reformací v Evropě a zavedl ho v polovině 16. stol. patrně sám Martin Luther (a to podle záznamů i ve vlastní rodině). Do té doby nosíval dětem dary pouze oblíbený sv. Mikuláš, avšak protestanti kult svatých odmítali, a obdarovávání dětí bylo tedy svěřeno

---

[8] Mnohem méně je to patrné u Velikonoc, které se dnes většinově chápou spíše jako „svátky jara" než jako křesťanský svátek Ježíšova ukřižování a zmrtvýchvstání.

[9] S profilem obdarovávání (stejně jako s vánoční pohodou) často pracuje reklama. Např. zásilkový obchod Alza (www.alza.cz) na něm založil reklamní kampaň *Letní Vánoce*: srov. titulek v novinové reklamě *Už máte dárky k letním Vánocům?* – uvozující nabídku tabletů, fotoaparátů apod., nebo televizní reklamu, kde maskot firmy zpívá na melodii anglické vánoční písně *Rolničky, rolničky* text: *Vánoce, Vánoce, letní Vánoce, / daruj dárky nejbližším dřív než po roce…*

[10] O rozlišení „typického" a „opravdového" (pravého, ideálního) představitele kategorie Bartmiński, 2009, s. 157.

[11] Srov. např. známý úryvek z Erbenovy balady Štědrý den: *„Hospodáři štědrovku, / kravám po výslužce, / kohoutovi česneku, / hrachu jeho družce"* (a dále, srov. Erben, 2003, s. 58).

[12] Srov.: *„Toho dne mají obyčej dítkám rodičové rozličné věci klásti času nočního pod titulem Krista Pána a slují ti darové (…) darové Krista Pána, tím sobě ku paměti a dítkám svým přivozujíc štědrost Boží a spasení, kteréž nám z milosti (…) darovati ráčil syn Boží*" (Šimon Partlicius, Kalendář – poč. 17. stol., podle cit. in: Frolcová – Večerková, 2010, s. 296).

samému Ježíši Kristu. Postupně se představa dárce spojila s dětskou podobou Krista (v německy mluvících oblastech srov. *Christkind*, *Christkindl*), který se právě o Vánocích podle křesťanské tradice narodil. Tato zvyklost se rozšířila v protestantském prostředí v Německu, Rakousku, Švýcarsku i ve Francii, později se různě transformovala a dnes dostávají nadílku od Ježíška děti české, slovenské, rakouské a maďarské (o tom i o jiných evropských vánočních postavách nadělujících dětem dary srov. Večerková – Frolcová, 2010, s. 293 an).

2.3 Ježíšek je dnes symbolem českých Vánoc a Češi si to v kulturní konfrontaci s jinými, za příznačných okolností importovanými vánočními dárci, Dědou Mrázem a Santa Clausem, během moderních dějin uvědomují čím dál silněji, stejně jako fakt, že sice žijeme v sekulární společnosti, ale potřebu prožitku *sacrum*, spojeného s rituály a výlučností posvátného času, potřebujeme tak či onak naplnit a činíme tak právě o Vánocích. Kde není rituálu, není kultury (srov. i Lakoff – Johnson, 2002, s. 251) a naopak. Rituály však procházejí proměnami, a stejně tak i tyto svátky (a ovšem sám Ježíšek).

Bylo naznačeno, že křesťanský profil Vánoc, vyjadřovaný církevními oslavami Ježíšova narození, je chápán jako primární či významný jen menší částí společnosti (srov. i advent, prožívaný různě v křesťanské a oproti tomu sekulární perspektivě), avšak pro dobu Vánoc je příznačné, že i mnozí z těch, kdo kostel pravidelně nenavštěvují, cítí potřebu se křesťanské dimenze svátku alespoň dotknout. Je s tím spojen fenomén návštěv tzv. půlnoční mše, která zakončuje Štědrý večer i mnoha Čechům, kteří do kostela jindy nechodí. Obvyklé je také, že dospělí berou v rámci vánoční vycházky dítě do kostela, aby se podívalo „na jesličky".

Toto dítě snad při pohledu na sošku v jeslích (zná ovšem tuto scenerii i z obrázků nebo koled) položí otázku: toto je Ježíšek? Ten, který nosí dárky? – I my se ptáme, je-li tomu tak, tj. kdo je pro dnešní Čechy v kontextu vánočních svátků Ježíšek; a tuto otázku klademe v kontextu kognitivně-kulturního (resp. etnolingvistického) přístupu k jazyku.

3. JEŽÍŠEK: DATA JAZYKOVÁ, TEXTOVÁ A EMPIRICKÁ

Výzkum týkající se Ježíška jako českého kognitivně-kulturního pojmového konstruktu spojeného s tradičním vánočním dárcem se odvíjí od etnolingvistického studia Vánoc (Vaňková, 2014, 2015). Vycházíme v něm jednak ze zkoumání stereotypu podle Jerzyho Bartmińského (2016), jednak z teorie kulturně klíčových slov Anny Wierzbické (1997). Jde o slova (a na ně navázané pojmy) spojená se sdílenými prožitky či hodnotami určitého jazykového společenství, výrazy co do sémantiky velmi specifické, na jejichž základě lze vyložit kulturní svébytnost dané pospolitosti.[13] Lze např. říci, že v českém kontextu je kulturně exponován sémantický okruh

[13] Kritéria kladená na kulturně klíčová slova lze specifikovat přibližně takto: mělo by jít o výrazy frekventované (v diskurzu soukromém i veřejném), nijak výlučné co do stylové vrstvy ani komunikační oblasti, s širokým významovým potenciálem; která se vyskytují ve frazeologii (resp. v typických kolokacích) a jsou produktivní derivačně i co do polysémie. O pojmech, jež reprezentují, se často mluví –

spojený s klíčovými slovy / pojmy DOMOV (Vaňková, 2012, 2015) a POHODA (Vaňková, 2010, 2012);[14] s těmito oblastmi těsně souvisí i pojem VÁNOCE; a v jeho konstruování má podstatné místo vánoční dárce Ježíšek. Navazujeme v tomto směru zejm. na článek Ježíškovi již věnovaný, který přinesl první poznámky ke kognitivní definici Ježíška (Vaňková, 2017b).

Obraz Ježíška rekonstruujeme na základě trojího typu dat. Jde o data jazyková, resp. systémová (motivace, polysémie, deriváty, typické kolokace a frazeologie), dále o data textová (redukujeme zde korpusová data a upozorňujeme zejm. na tři kulturně reprezentativní české narace z různých dějinných období),[15] a konečně o data empirická (výsledky dotazníkového výzkumu provedeného ve spolupráci se studenty).

3.1 Jazyková data spojená s výrazem *Ježíšek* v současné češtině. Hesla vztažená k lexému *Ježíšek* / *ježíšek* v současných českých slovnících nás mohou překvapit.[16] Nikde se totiž podstatněji (tj. formulací samostatného významu) nepřihlíží k významu spojenému s Ježíškem jako vánočním dárcem – ten splývá se základním významem „zdrobnělina k *Ježíš*"; srov. níže SSJČ (1958 – 1964). Jsou zde nicméně reflektovány (ne ovšem zcela jasně jsou uvedeny oba v rámci jednoho sémému) metonymické významy „štědrovečerní dárek, nadílka"[17] a „Štědrý den, večer", odvozené jasně od významu „vánoční dárce" (který ve slovnících chybí).[18]

---

tematizují se v běžném hovoru i v diskurzu veřejném; často jsou kladeny otázky po jejich podstatě: např. čím jsou a čím by ideálně měly být (srov. Wierzbicka, 1997; Vaňková, 2010, 2015). Příznačně se vyskytují v jakýchsi sémantických trsech – ve spojení s jinými výrazy (a pojmy) z téže významové oblasti. Obvykle bývají hodnotově zatížené, spjaté např. s emocemi a prožitky (ruština), se zdvořilostí a normami chování vůbec (japonština, australská angličtina, polština), se způsobem života a preferovanými hodnotami apod., jak Wierzbicka dokládá v několika studiích (1997). Zdá se, že v češtině se (zatím) potvrzují jako klíčová slova ta, která korespondují se souborem hodnot sociálně-hédonistických, prožitkových; je zajímavé, že se s nimi pojí nejen určité lexémy, ale i gramatické jevy (dativ etický – související se „seberozmazlováním", jak v širším kontextu dokládá Janda, 2007). Stále silnější tíhnutí k hédonismu i tradiční důraz na rodinu a oblast soukromí se ukazují jako hodnotové preference, které ve společnosti České republiky potvrzují i sociologické výzkumy (Prudký a kol., 2009).

[14] Srov. i literaturu tam uvedenou. Zde můžeme pouze naznačit, že jde o koherentní sémantickou oblast korespondující s prožitkovými hodnotami (viz předchozí poznámka).

[15] Omezujeme i získané texty z volnočasových časopisů a texty dostupné elektronicky: blogy, diskusní fóra, populární články včetně reklam či pozvánek na vánoční akce, dětské kresby Ježíška aj. (časem bude třeba vzít v úvahu i sémioticky relevantní texty mimoverbální (multimodální) povahy; na stereotypizaci představ o Ježíškovi se významně podílejí i ony).

[16] Pozornost by si jistě zasloužil i pravopisný aspekt výrazů (velké / malé písmeno).

[17] Výrazy *nadílka*, *nadělit* jsou právě s vánočními dárky a Ježíškem (stejně jako s Mikulášem) typicky spojena.

[18] V SSČ (1994) je *Ježíšek* připojen k heslu *Ježíš*; metonymické významy shrnuté v SSJČ pod 2., jsou však v SSČ odděleny jako samostatné. Aspoň připomenout je však třeba heslo Ježíšek v (neakademickém) *Slovníku současné češtiny* (2011), kde je Ježíšek jako dárce uveden vedle deminutiva „malý Ježíš" alespoň v rámci prvního významu, srov.: „malý Ježíš; postava přinášející na Štědrý večer dárky".

Ježíšek, -ška m.
1. zdrob. k Ježíš: *figurka J-a v jesličkách*; (zvolání *Ježíšku*! nabylo citosl. rázu)
2. Štědrý večer, den: *dát, dostat dárek k J-u*; *na J-a padal sníh* na Štědrý den, o Vánocích; **ježíšek**, -ška m. štědrovečerní dárek, nadílka: *dostat bohatého j-a*

Polysémie, v obou případech založená metonymicky, dokládá jednak exponovaný profil darování (ježíšek = vánoční dárek), jednak profil časového určení (Ježíšek = Štědrý večer, Štědrý den); obojí potvrzují i další data.

Již na tomto místě si dovolujeme (též na základě interpretace příslušných dat textových i empirických, o nichž bude ještě řeč dále) navrhnout heslo zohledňující všechny čtyři dnešní významové polohy výrazu *Ježíšek*.

Ježíšek, -ška, m.
1. zdrob. k Ježíš, dětská podoba Ježíše, nově narozený nebo malý Ježíš: *Panna Maria s Ježíškem*; *figurka Ježíška v jesličkách*;
2. tradiční imaginární postava nadělující na Štědrý večer dárky (*chlapec k sobě tiskl dar, který mu Ježíšek nadělil*; *když nebudeš hodný, Ježíšek ti nic nepřinese*; *co jsi dostala od Ježíška?*);
3. Štědrý večer, den (*na Ježíška celý den sněžilo*; *kde letos budete na Ježíška?*)
4. vánoční dárek, nadílka (*už mám pro ni ježíška, přejeme vám bohatého ježíška*)

Motivačním základem je ovšemže význam první („malý Ježíš"); z něho se rekrutoval a dnes již vyprofiloval jako samostatný, s prvním významem netotožný význam Ježíška dárce. Co se týče motivace, je *Ježíšek* deminutivní formou k vlastnímu jménu *Ježíš*. Dříve frekventovaný výraz *Jezulátko*, jejž nacházíme např. ve vánoční scéně *Babičky* B. Němcové (viz dále), je dnes knižní a řídký.[19]

Výsledkem zkoumání dat textových a empirických (viz dále) je poznání, že v souvislosti s formou výrazu vystupuje pro dnešní Čechy často do popředí zdánlivá homonymie kořenného morfému *jež-* (*Jež-íš-ek – jež-ek*), a na základě lidové etymologizace tedy dospívají k falešnému motivačnímu zdroji jména *Ježíšek* ve výrazech *ježek*, *ježit (se*) apod. Děti i dospělí dnes tyto výrazy (a pojmy) často usouvztažňují a existuje pro to mnoho důkazů, např. nově vzniklé, modifikačně utvořené deriváty nalezené v běžné komunikaci i v internetových zdrojích, *Ježura, Ježich* a *Ježuch* (srov. *U nás už ježura byl, ale doufáme, že i vám přinese pořádnou energy nadílku!*; *Opravdu nemám ponětí, jak ten ježuch vypadá*), a také sloveso *naježit* s valenčními předmětovými doplněními analogickými ke slovesu *nadělit* (tj. *naježit někomu něco*). Na rozdíl od výrazů expresivně variujících jméno *Ježíšek*, lingvisticky (dosud) nepodchycených, je sloveso *naježit* v uvedeném významu již doloženo v jazykové databázi:[20] *Slovním omylem jsem došla k přesvědčení, že Ježíšek je vlastně je-*

[19] Živý je ovšem v souvislosti se světově proslulým fenoménem Pražského Jezulátka. – Výraz pochází z latinského deminutiva *Jesulus* k základní podobě *Jesus*. V Jungmannově slovníku nacházíme pouze heslo *Jezule* (a je u něj zmíněno též deminutivum *Jezulátko*), nic se tu však nepraví o významu „vánoční dárce".

[20] *Ona Dnes*, 2009, přejato 7. 9. 2017 z *Databáze excerpčního materiálu Neomat* (2015) [online].

žek. Utvrdila mě v tom i věta: „Co ti Ježíšek letos naježil?" Představovala jsem si, jak nosí dárky napíchnuté na bodlinách.[21]

Je namístě uvažovat o tom, zda či nakolik se výraz Ježíšek uplatňuje ve frazeologii. Během výzkumu nebyly výraznější frazémy objeveny, snad až na přání *bohatého Ježíška*, poukazující ke štědrosti a darům, tedy k profilu Ježíška jako dárce. Při zadání výrazu *jako Ježíšek* (se záměrem nalézt případná frazeologická přirovnání) vyhledávač vygeneroval některé kolokace, jež verifikují opět především významový profil „vánoční dárce"; vyskytují se často ve sportovní publicistice (typicky hokejisté nadělují fanouškům či soupeřům v předvánočním zápase góly *jako Ježíšek*) či v souvislosti s politikou; štědří *jako Ježíšek* bývají v době před Vánocemi poslanci, vláda, ministři apod.: *nový ministr dopravy se chová jako Ježíšek*; *vláda se tváří jako Ježíšek, ale žádný dárek Severočechům nedá*; *poslanci sobě i senátorům nadělili jako Ježíšek a Mikuláš dohromady* apod. („nadělují" se různé benefity, zvýšení platů, žádoucí investice). Srov. též název článku *Česko jako Ježíšek Evropy*, pojednávající o extrémně nízké ceně práce v České republice, jíž využívají velké evropské firmy; titul má zřejmě evokovat hyperbolu „zadarmo", „jako dar".[22]

3.2 České texty spojené s Ježíškem. Českých textů tematizujících Ježíška a dokládajících jeho místo v obrazu českých Vánoc lze jistě najít bezpočet (a jejich množství vzroste vždy v předvánoční sezóně). Objevují se v různých komunikačních sférách a mají rozličný charakter i funkci. Z kulturně relevantních, dokládajících pojetí Ježíška v jeho proměnách i stabilitě, je vhodné uvést aspoň následující tři.[23]

První pochází z *Babičky* Boženy Němcové. V rozhovoru dětí s babičkou je doložena dodnes živá narace spjatá s rituálem vánoční nadílky, v době vzniku díla se podle etnografů zřejmě právě v této podobě konstituující (srov. Večerková – Frolcová, 2010, s. 296); je patrné, že souzní také s velkou částí odpovědí z empirického výzkumu (viz dále). Také se zde ukazuje dvojí perspektiva s pojmem Ježíška dodnes spojená: v dialogu se setkávají děti „věřící na Ježíška" (v knize označovaného jako *Jezulátko*) a babička jako osoba dospělá, ve své komunikační strategii tuto dětskou víru podporující a rozvíjející do podoby pohádkové, fantazijní narace. Tato specific-

---

Verze 3.0. Praha: Oddělení současné lexikologie a lexikografie Ústavu pro jazyk český AV ČR. Cit. 2017-09-07. http://neologismy.cz/). (Za odkaz patří dík Mgr. Michaele Liškové.)

[21] Z vlastní excerpce srov. i: *Ať vám Ježich naježí :-)* nebo *Nevíte, co naježit pod stromeček svým známým, blízkým a nejbližším? – Tak co se vám letos naježilo, děcka?*

[22] Další (slabší) konotace odvozené od „vánočního" Ježíška se vztahují k tradici (*Je to tradiční věc stejně jako Ježíšek, stromeček a vánoční kapr," řekl hlavní organizátor zimního festivalu folkové hudby na zámku v Telči, který se koná již podvacáté*) a k faktu, že Ježíška „nikdo nikdy neviděl" – *nikdo Járu nikdy neviděl, podobně jako Ježíška* (každá z konotací byla nalezena v obdobném kontextu dvakrát). V ostatních přirovnáních je Ježíšek co do konotací synonymní s výrazem *dítě*, *miminko*, zejm. na základě spokojeného spánku, (naivního) úsměvu ap. (srov. *spala spokojeně jako Ježíšek*; *když se najím, spím jako Ježíšek*; *holky se culily jako Ježíšci*; *usmíval se jako Ježíšek*).

[23] Obsáhlý výběr literárních textů spojených s Vánocemi (i když snad poněkud jednostranně zaměřený) srov. Frolec a kol., 1988 – některé z nich se vztahují i k Ježíškovi jakožto vánočnímu dárci.

ká záliba v mystifikační hře je nositelům české kultury dobře známá i z jiných souvislostí (v mnoha podobách a variacích, a nejen ve vztahu k dětem).[24]

A) Božena Němcová: Babička (1855)

… „Přinese nám Jezulátko něco?“ ptaly se děti babičky potajmo, když se začalo uklízet ze stolu. - „To já nemohu vědět, uslyšíte, jestli zazvoní,“ řekla babička. Děti menší postavily se k oknu míníce, že Jezulátko musí jít okolo oken a že je uslyší. „Což nevíte, že není Jezulátko vidět ani slyšet?“ pravila babička. „Jezulátko sedí v nebi na světlém trůnu a posílá dárky hodným dětem po andělích, kteří je přinášejí na zlatých oblacích. Neslyšíte nic než zvonků hraní.“ Děti se dívaly do oken, nábožně babičku poslouchajíce. Vtom kmitla okolo oken světlá zář a zvenku zazněl hlas zvonku. Děti sepjaly ruce, Adelka pak šeptala tiše: „Babičko, to světlo bylo Jezulátko, viďte?“ Babička přisvědčila, vtom také matka do dveří vcházela, oznamujíc dětem, že v babiččině světnici Jezulátko jim nadělilo. To byl shon, to bylo radosti, když viděly osvětlený, okrášlený strom a pod ním krásných darů! Babička sice neznala ten způsob, mezi lidem se to nedělalo, ale líbil se jí; dlouho před vánocemi vždy už sama pamatovala na strom a dceři okrašlovat ho pomohla.

(Němcová, 2007, s. 141)

Druhý text reprezentuje dějinnou epochu socialismu, která viděla v Ježíškovi náboženský symbol a symbol starého, ideologicky nepřijatelného světa, jejž bylo třeba transformovat do společensky přijatelné podoby. Ve vánočním projevu prezidenta Antonína Zápotockého dochází k jakémusi „ideologickému blendu“: z chudého Ježíška narozeného v chlévě v jeho pojetí „vyrostl“ důstojný děda Mráz. Symbol sovětské a socialistické ideologie měl odpovídat novému pojetí vánočních svátků – mimonáboženskému, mimoduchovnímu, hmotnému. Projev konstruuje třídně vyhrocenou opozici chudoba – bohatství, adoruje novou ideologii i zemi jejího původu. Ježíšek byl zkrátka proměněn v dědu Mráze.

B) Antonín Zápotocký: vánoční projev (1952)

… Malý Ježíšek, ležící ve chlévě na slámě vedle volka a oslíka, to byl symbol starých Vánoc. Proč? Měl připomínat pracujícím a bědným, že chudí patří do chléva. Když se mohl ve chlévě narodit a bydlet Ježíšek, proč byste tam nemohli bydlet vy, proč by se tam nemohly rodit vaše děti? Tak mluvili k chudým a pracujícím bohatí a mocní. Děti pracujících se již nerodí ve chlévech. Proto také v době kapitalistického panství, kdy bohatí vládli a chudí se dřeli, pracující namnoze ve chlévech bydleli a jejich děti se tam rodily. Doby se ale změnily. Nastaly mnohé převraty. I Ježíšek vyrostl a zestaral, narostly mu vousy a stává se z něho děda Mráz. Nechodí již nahý a otrhaný, je pěkně oblečený v beranici a v kožichu. Nazí a otrhaní nechodí již dnes ani naší pracující a jejich děti. Děda Mráz přijíždí k nám od východu a na cestu mu září také hvězdy, nejen jediná betlémská. Celá řada rudých hvězd na našich šachtách, hutích, továrnách a stavbách

(Podle: Koura, Kourová, 2010, s. 200).

[24] Srov. např. kontext Járy Cimrmana, nevídanou oblíbenost této fiktivní postavy a specifické (přiznaně) mystifikační komunikační strategie v hovoru o něm uplatňované (jak ze strany jeho autorů, tak publika, a nejen na scéně, ale i v každodenním životě). Jára Cimrman se stal v celonárodním hlasování dokonce „největším Čechem“, resp. byl by se jím v českém formátu zahraničního televizního pořadu stal, nebýt toho, že po konzultaci s BBC Česká televize účast fiktivní postavy zakázala. Tím vyvolala mezi částí veřejnosti odpor; objevila se dokonce internetová petice požadující povolení Cimrmanovy účasti v soutěži. Více srov.: https://cs.wikipedia.org/wiki/Nejv%C4%9Bt%C5%A1%C3%AD_%C4%8Cech.

Třetí text poukazuje k faktu, že Ježíšek je výrazně tematizován i v dnešním společenském diskurzu. Nejsou to jen diskusní fóra matek sdílejících otázky či zkušenosti na téma „jak šetrně sdělit dětem pravdu o Ježíškovi" (i když ani tato poloha ježíškovské problematiky není zanedbatelná). Máme na mysli ideologizovaný diskurs spojený s negativní reflexí faktu, že do českých Vánoc opět proniká kulturně cizí element. Podobně jako měl být Ježíšek kdysi nahrazen sovětským dědou Mrázem (jak připomínají autoři petice), i dnes se do našeho prostoru dostává cizí vánoční dárce – marketingově úspěšný Santa Claus. Za záchranu Ježíška jako představitele českých Vánoc probíhají již nějaký čas demonstrace či různé akce (výzvy obchodníkům k používání českých symbolů Vánoc apod.) a ve veřejném prostoru se odehrává boj mezi Santou a Ježíškem, resp. jejich příznivci a odpůrci.[25] K četným diskusním platformám na toto téma se připojuje i nemálo komerčních projektů, kýčovitě těžících ze zájmu české společnosti o zachování tradičních Vánoc.[26]

C) Petice Zachraňte Ježíška
Bojujeme za tradiční české Vánoce a zvyklosti. Chceme bytost Ježíška zachránit před invazí červeného tlouštíka a jeho vykulených sobích poskoků. V minulosti nám v českém prostředí nutili Dědu Mráze, dvacet let po revoluci se tu roztahuje Santa Claus. U nás však nosí dárky Ježíšek. Proto vyzýváme veřejnost a milovníky českých Vánoc: Podepište petici a Zachraňte Ježíška.

http://www.zachrantejeziska.cz/ [27]

Podle A. Wierzbické je jedním z atributů kulturně klíčového slova i ten fakt, že významně rezonuje ve veřejném prostoru, tzn. že reprezentuje hodnotu, která má pro příslušníky daného kulturního společenství specifický, ničím nezastupitelný význam. Připomínáme to právě v souvislosti s podstatnou otázkou, totiž zda patří mezi takováto slova české kultury i *Ježíšek*. Akce výše uvedená (spojená s příslušným textem) by pro to mohla být jedním z důkazů.[28]

---

[25] Srov. i jazykové signály, např. výraz *ježíškovec* (se sufixem signalizujícím stoupenectví či příslušnost k určitému hnutí): *Kolem hypermarketů se hemží armáda Santa Clause, u zasněžených krmelců zpívají ježíškovci. – Někteří ježíškovci teď zviditelňují Ježíška: začali lepit emblém batolete* (…) *na hrníčky.* (Za tyto doklady patří dík Mgr. Michaele Liškové.)

[26] Srov. např. http://www.ceskyjezisek.cz/historie-projektu_20.html, http://anti-santa.cz/ a mnohé jiné.

[27] Jmenovaná akce (resp. dnes již dlouholetý projekt) měla a má mnoho příznivců; nazpíváním poněkud excentrické písně *Zachraňte Ježíška* s klipem, v němž spolu v ringu zápasí něžný zlatovlasý Ježíšek s tlouštíkem Santou, ji podpořil známý zpěvák Vilém Čok, srov. https://www.youtube.com/watch?v=BQ2H1yPvsyo.

[28] Připomenout lze i jiné (i multimodální) texty verifikující společenské ukotvení Ježíška v českém prostředí, např. film *Přijde letos Ježíšek*? (natočený v roce 2013 v koprodukci Česko – Slovensko – Mexiko), jehož děj se odehrává v předvánočním a vánočním čase. Významné místo v zápletce zaujímá slavná soška Pražského Jezulátka, umístěná v kostele Panny Marie Vítězné. Vánoce jsou tu pojaty jako čas zázraků – které zprostředkovává tak či onak právě Ježíšek (či Jezulátko) – a perspektivu dospělých doplňuje i perspektiva malých dětí věřících v Ježíška a pátrajících po jeho tajemné podstatě. Roli zde hraje i „českost" Vánoc: děj se odehrává v Praze, mezi Čechy, avšak některé postavy, které se slavení Vánoc v Praze uprostřed českých rodin účastní, přinášejí „vnější" perspektivu cizinců.

3.3 Ježíšek: empirická data. Výzkum týkající se konceptualizace Ježíška v českém prostředí byl proveden v semináři *Úvod do etnolingvistiky* na FF UK v Praze. Podílelo se na něm osm studentek: Martina Bendová, Adéla Efflerová, Marie-Anna Hamanová, Ester Hubená, Jana Kašparová, Aneta Křížková, Kristýna Nováková a Kristýna Podeszvová. Proběhl v prosinci 2014 a realizoval se pomocí dotazníků na sociální síti Facebook. Získány byly údaje od 145 respondentů ve věku 13 – 58 let; 127 z nich (87 %) bylo ve věku 20 – 39 let a 116 (80 %) ve věku 20 – 29 let, šlo tedy převážně o mladší dospělé Češky (100) a Čechy (45). Respondenti pocházeli z celé České republiky, mírně převažovaly střední Čechy a Praha.

Účastnící výzkumu dostali čtyři otázky; nejprve se věnujeme odpovědím na první z nich, která i s návodnými podotázkami zněla takto*: Jakou podobu měl ve Vašich dětských představách Ježíšek, jakého byl věku, jak podle Vás (a Vašich rodičů) naděloval dárky, jak se při tom pohyboval? (Příp. uveďte i další skutečnosti: zda měl při tom pomocníky, kde opatřoval přinášené dárky apod.).* Otázky byly záměrně položeny dosti široce, aby respondenty přiměly k obsáhlejšímu vyjádření, k vlastní reflexi, vzpomínce (což se podařilo).[29]

Kvantitativní hledisko nebylo ve výzkumu stěžejní a vzhledem k jeho založení se mnohé kvantifikaci přímo bránilo: respondenti např. často uváděli v odpovědích poukazy ke dvěma nebo několika kategoriím současně, tak např. Ježíšek podle jednoho z respondentů vypadá *jako malé miminko, ale zároveň jako Santa – tlustej pán, co nosí dárky* či podle jiného je to *miminko nebo dospělý ukřižovaný chlap*; odpovědi měly často narativní podobu (viz dále) a těžko se kategorizovaly. Pro stanovení stereotypových vlastností pojmu bylo sice třeba vzít frekvenci těch či oněch charakteristik přece jen v úvahu, avšak mohli jsme tak učinit pouze přibližně.

3.3.1 Jak Ježíšek vypadá. Otázka po vzhledu a atributech Ježíška přinesla odpovědi potvrzující, že dnešní představy jsou od dětské podoby Ježíše mnohdy vzdálené (nikoli však vždy). Lze je rozdělit do následujících okruhů; odpovědi kategorie A (především Ab) přitom i ve vší své rozrůzněnosti převažují (je jich kolem 50 procent): Ježíšek je podle nich dítě.

Aa) Ježíšek je explicitně ztotožněn s postavou malého Ježíše, novorozeného v Betlémě o Vánocích: *Ježíšek je ten v jesličkách, ale jak nám nosil dárky, o tom jsme se nikdy nebavili. – Miminko, prostě takový jako je v betlémech, ale zároveň jsem si ho spojovala s Ježíšem jako takovým*.[30]

Více srov. https://cs.wikipedia.org/wiki/P%C5%99ijde_letos_Je%C5%BE%C3%AD%C5%A1ek%3F

[29] Další otázky: 2. Psal/a jste Ježíškovi dopisy? Jak vypadaly? Jak byly Ježíškovi doručovány? – 3. V jakém věku a za jakých okolností (od koho, s jakými pocity apod.) jste se dověděli, že Ježíšek dárky nenosí? Jak jste tento fakt přijali a jak to změnilo Vaše prožívání Vánoc? – 4. Jakou roli pro Vás hraje Ježíšek dnes? (Případně i ve vztahu k vlastním dětem). Odpovědím na tyto otázky se postupně věnujeme.

[30] Řídce respondenti uváděli i reminiscenci na dospělého Ježíše: *vypadá jako ukřižovaný Ježíš, takže kolem 30 let* nebo *Ježíšek v mých představách byl a stále je mladý muž, světlé kudrnaté vlasy, v bílé dlouhé košilce a s kristuskami na nohou (podobně jako je vyobrazen v muzikálu Jesus Christ Superstar :-).*

Ab) Ježíšek je prostě dítě; představy o jeho věku a podobě se liší (novorozeně, batole, ale i starší dítě); častá je představa chlapečka „v bílé košilce"; mívá různé atributy (zde zlaté prasátko, autíčko, jinde sáňky): *Ježíšek pro mě byl batole v bílé košilce. Létal na zlatém prasátku, a tak mohl rychleji nadělovat dárky. Při čekání na nadílku jsme koukali z okna a vyhlíželi zlaté záblesky. – Ježíšek byl malé dítě, přibližně ve věku šesti let, a měl své autíčko, kterým jezdil po obloze a kupoval tam dárky, o které si děti napsaly. – Pětiletý lehce buclatý blonďáček. – Kluk, tak 10-15 let, trošku jako Bart Simpson, jen s andělštější tváří. – Ježíšek byl miminko a dárky naděloval kouzlem. Představovala jsem si ho jako zlatavé třpytivé světlo, které přiletí ke stromečku, nechá tam dárky a zase odletí* (Světlo a „kouzlo" – je v souvislosti s Ježíškem exponováno velmi často, srov. kategorii E.)

B) Ježíšek je starý muž, často ztotožněný s postavou Santa Clause, příp. má atributy jiného „vánočního muže" (typu *Weihnachtsmann* – srov. Večerková – Frolcová, 2010, s. 270): *Vousatý starý pán v červeném. Letěl v kočáře se sobama a měl pytel dárků – Byl asi něco mezi Mikulášem (starý, vousatý, bílý a červený) a Santou*; někdy jde obecně vzato o muže staršího či středního věku (*Vousatej dědeček jak z té pohádky Stvoření světa – Představoval jsem si ho jako asi 30-40letého pána s plnovousem v hnědé kožené zimní kombinéze*); téměř vždy jsou zdůrazněny vousy, akcentován bývá i pytel s dárky; individuálně též jiné atributy (*postavu nemá, ale jezdí v zeleným žigulíku*).

C) Ježíšek má podobu ježka: *Ježeček s botama a šálou – Vypadal jako postava Ježka z Krtka, akorát byl starý a měl hůl*.

D) Ježíšek má v individuálních představách i podobu jiných tvorů, příp. předmětů: nejčastěji si ho respondenti představují jako andílka či skřítka, ojediněle jako zvíře (*Velká zrzavá veverka s huňatým ocasem. Vždycky nesla jen ty dárky pro mě v packách. – Malý hnědý medvídek s dárky*), mívá i podobu vánočního stromku či „žluté koule" nebo „šišky v pyžamu": *Vždycky jsem si ho představovala jako žlutou chlupatou kouli, která se objeví, „naježí" dárky a zase zmizí. – Já jsem si ho představovala jako šišku ve hvězdičkovém pyžamu a bylo mu 10 let.*

E) Velká část respondentů zdůrazňuje tajemnost s Ježíškem spojenou a jeho neviditelnost; podobně jako ve štědrovečerní scéně z *Babičky* se Ježíšek zjevuje jako světlo, ale i „šmouha na nebi"; jde o „tajemný úkaz"; o „něco abstraktního": *Byl skoro průhledný a neměl určitý tvar. Rozhodně nevypadal jako člověk, spíše jako duch. – Neviditelný, létal, mohl být viděn jako světélko při vycházce venku. – Ježíšek byl šmouha na nebi, pohyboval se totiž strašně rychle. – Ježíšek pro mě představoval vždy něco abstraktního, byla to určitá mocná síla, která mi byla schopná přinést téměř cokoli, co jsem si přála.*

Jak bylo naznačeno, v představách spojovaných s Ježíškem se velmi často prolínají dva mentální prostory, a vznikají tak pojmové blendy (Turner, 2005); Ježíšek pak je popsán např. jako *létající miminko v podobě vánočního stromečku* nebo *dítě s bodlinami na zádech*.

Je patrné, že mezi respondenty je stále nejčastější představa Ježíška jako miminka či malého dítěte (dítě různého stáří se objevilo asi v 50 % odpovědí). Obraz dítěte Ježíše narozeného v Betlémě často dosud trvá (či se uplatňuje aspoň „blendově“, v kombinaci s obrazem jiným), ale u mnoha respondentů se od představy „Ježíška dárce“ značně vzdálil. Individuální varianty obrazu Ježíška mají nezřídka vazbu na filmové hrdiny (Bart Simpson, skřítek z Harryho Pottera, „Ježek z Krtka“, postava Ježíše z filmu Jesus Christ Superstar aj.).

Poměrně častá je představa Ježíška jako ježka. Explicitně k ní poukazuje sice jen 7 % respondentů, ale v mnoha dalších odpovědích figurují ježčí bodliny (Ježíšek je viděn např. jako *muž v podivném kožichu s ježčími bodlinami*). K ježkovi či jeho atributům ostatně poukazují i zmíněné neologické deriváty jako *Ježura* či *naježit* (dárky).[31]

Jak bylo naznačeno (zejm. v odpovědích skupiny E), často je tematizována mlhavost, nekonkrétnost představy a tajemnost, která k Ježíškovi podle respondentů patří: Ježíšek je neviditelný a naděluje dárky „kouzlem“, je schopen je podle přání „zhmotnit“. Bývá spojován se světlem a zvláštními meteorologickými úkazy, které mají svědčit o jeho zvláštní přítomnosti.

Některé děti řeší, jak Ježíšek tolik dárků unese, když je to přece malé miminko, jak stihne obdarovat během jednoho večera všechny děti, jak si jako negramotné dítě přečte dopisy od dětí apod. Jiné děti se bez jakýchkoli podobných otázek spolehnou na samozřejmost magického světa a rámec dimenze *sacrum*; magickému myšlení předškolního dítěte odpovídá, že ho praktické problémy tohoto typu ani nenapadnou.

Jedna z otázek, na niž jsme hledali odpověď, byla tato: je představa Ježíška-vánočního dárce totožná s představou Ježíše-dítěte, které se 25. 12. podle tradice narodilo v Betlémě? Potažmo: má jít v českém výkladovém slovníku při vymezování významu v hesle *Ježíšek* o jeden, či dva sémémy? Případně – je výstižné přeložit výraz *Ježíšek* do angličtiny jako *Baby-Jesus*?) – Odpověď je již nasnadě: význam výrazu *Ježíšek* pro označení vánočního dárce se v češtině opravdu osamostatnil. Explicitně to vyjadřuje tato vzpomínka mladého respondenta:

> *Ježíšek v jesličkách a Ježíšek, který nosil dárky, to pro mne byly zcela rozdílné postavy. Ježíška v jesličkách jsem si představoval jako dítě. Stejně jako je vyobrazován na pohlednicích a vánočních obrázcích. Nebyl pro mne však nijak spojen s vírou, to jsem nevnímal. Ježíšek, který nosí dárky, to pro mne byla postava opravdu nadpřirozená, určitě nebyl člověkem, nikdy mu nebylo vidět do tváře. V mých představách nosil podivný kožich až na zem, který se podobal ježčím bodlinám, a dárky přinášel vždy v pytli. Kdyby někdo přišel do pokoje v době, kdy dárky připravoval, zmizel by.*
>
> (Muž, 23, okr. Rychnov nad Kněžnou)

[31] Připomenout můžeme také např. dětské kresby ze soutěže *Česko kreslí Ježíška* nebo série reklamních plakátů Komerční banky pro vánoční sezónu 2017. Deklaruje se na nich, že byly designéry vytvořeny podle dětských kreseb Ježíška (a na příslušné webové stránce je takových kreseb celá řada), a stojí na nich tento text: *Má Ježíšek bodliny, má na čele zlatou hvězdu nebo visí hlavou dolů? Ať ten váš vypadá jakkoliv, Komerčka vám přeje krásné Vánoce a šťastný nový rok!* Jeden z plakátů zobrazuje Ježíška jako usměvavou osobu v hnědém kožichu s andělskými křídly a bodlinami na zádech, nesoucí pytel plný dárků. Srov.: https://www.kb.cz/vanoce/, poslední návštěva 16. 2. 2018.

3.3.2 Dopisy Ježíškovi. V předvánočním období píšou děti Ježíškovi dopisy (menší svůj dopis pojímají jako kresbu); většina respondentů tuto skutečnost potvrdila. Z konkrétních odpovědí: *Byly psány jako klasický dopis, včetně oslovení „milý Ježíšku" a v celých větách. Muselo v něm být jednak co si přejeme, ale jednak taky, v čem se polepšíme. – „Milý Ježíšku, moc bych si pod stromeček přála... bla bla bla... Byl bys moc hodný, kdybys mi to přinesl, děkuju Dopisy jsme dávali za okno, Ježíšek si pro ně vždy v noci přiletěl. – Dopis jsem kreslila, později psala. Ježíšek si u nás vždycky dopis v noci vyzvedl, ale to ani nemusel, protože je vševědoucí a vševidoucí, vidí, co děti kreslí nebo píšou do dopisu, a hlavně vidí, jak byly děti celý rok hodné a zaslouží si dárky. – Jistě, že jsem psala dopis. Začínal oslovením, pak výčet přání, poděkování, slib, že budu hodná, pozdrav a podpis.*[32]

Dopisy se kladou za okno nebo na balkon (s individuálními zvláštnostmi – dopis připevněný kolíčkem na prádelní šňůru, vložený do krabičky na okně aj.) a očekává se, že si je Ježíšek vezme; méně se předávají rodičům, kteří mají transport zařídit. U některých respondentů (ve značné menšině) nešlo o dopisy v pravém smyslu slova, ale o jakési „nákupní seznamy" praktického charakteru (účelem bylo zřejmě usnadnit rodičům orientaci v dětských přáních): *Psali jsme vánoční seznamy, které jsme pak dali rodičům. – Psal jsem si na lísteček seznam jako na nákup a dával ho za okno. – Dopis s výstřižky z magazínů s dětskými hračkami. – Já jsem nikdy nic podobného nepsala, jen třeba ve škole, když nás k tomu donutili. Jinak jsem klasicky dávala mamce seznam přáni a kroužkovala jsem hračky v reklamních letáčcích.*

Hra na „dopisy Ježíškovi" se často uplatňuje i ve starším věku a v dospělosti, tj. mezi členy rodiny se udržuje vzájemná komunikace v podobě dopisů Ježíškovi (oslovení *Milý Ježíšku*, výčet přání, humorné vsuvky), často formou e-mailu nebo i speciální internetové aplikace: *Dopisy jsem psal i ve starším věku, každopádně stále jsem používal oslovení Ježíšku a ne milí rodiče. – Psal jsem dopisy od doby, kdy jsem uměl psát, a píšu je stále. Dopis, do něj napíšu že jsem hodný, nepiju alkohol, nekouřím (to až po 18. roku života samozřejmě) a co bych chtěl. Pak za okno s tím. – Nyní píšeme celá rodina velkou plachtu papíru na lednici, kde si každý píšeme svá přání Ježíškovi. – Letos jsem navedla rodinu, ať každý napíše dopis Ježíškovi, povedlo se – tentokrát je elektronický, ať si to všichni rozesíláme mezi sebou.*

Jedna respondentka se vyjádřila ke „komunikaci s Ježíškem" šíře; do odpovědi zahrnula i část štědrovečerního scénáře, který vlastně na dopis (s prosbou o dárky) komunikačně navazuje, tj. reaguje na prosbu přinesením (či též nepřinesením) dárků: *Jediná komunikace byl ten dopis, já napsala, on si jej vzal, ... po večeři zazvonil, abychom šli ke stromku, a pod ním jsem našla nebo nenašla, co jsem si přála, a nakonec jsme mu u stromku všichni poděkovali.*

---

[32] Je patrné, že dítě si při psaní dopisu Ježíškovi zároveň osvojuje konvence uplatňující se při korespondenci vůbec, zejm. strukturu dopisu včetně zdvořilostních obratů (kromě výše uvedeného typického oslovení či zakončení srov. např. i: *v každém dopise jsem poděkoval za dárky, které jsem dostal minulý rok*).

3.3.3 Čím pro nás Ježíšek (byl a) je. Někteří respondenti měli tendenci odpovídat spíše z hlediska dospělého tj. (co pro ně znamená Ježíšek dnes a zda hodlají v budoucnu nastavit situaci tak, aby v Ježíška věřily i jejich děti, nebo zda naopak preferují Vánoce bez Ježíška jako fiktivního dárce a chtějí, aby děti od počátku věděly pravdu), jiní spíše z perspektivy bývalého dítěte (tedy co pro ně znamená Ježíšek v dnešní vzpomínce). Respondenti zdůrazňují aspekt (obvykle velmi pozitivně vnímané) tradice jako rodinného opakování téhož scénáře, v němž mají touhu stále pokračovat, resp. vědomě hrát určitou hru – mezi dospělými, ale zejména a s velkým nadšením v souvislosti s dětmi: *Stále se u nás doma hraje na to, že dárky nosí Ježíšek, nikdy se neříkalo, od koho dárek opravdu je, i když jsme byli už všichni dospělí. O to víc se u nás na to dbá nyní, když jsou v rodině již opět malé děti, které v něj věří.… Určitě bych tuto tradici chtěla praktikovat i na vlastních dětech, je to krásné.* Někdy je Ježíšek chápán jako postava vázaná opravdu jen na děti a období dětství (*Dnes pro mě nemá žádný význam, do Vánoc ho opět pravděpodobně zahrnu až s vlastními dětmi nebo dětmi rodiny/ přátel.*)

Ježíšek vstupuje do konfrontace s (často explicitně odmítaným) Santou Clausem, vztah k této (české, „naší") tradici je v tomto ohledu prezentován jako výrazně pozitivní: *Je zlatej proti santovi a dědovi marozovi. – Stále je to ten, kdo nám nosí dárky a jehož narození vlastně oslavujeme. Žádný Santa Claus. U nás je to prostě Ježíšek :).*

3.3.4 Vztah mezi obrazem Ježíška a Ježíše, jak ho rekonstruujeme na základě odpovědí, se jeví jako poměrně komplikovaný. I u věřících (a snad zejména u nich) bylo často patrné zřetelné oddělování těchto postav: Ježíšek je na rozdíl od Ježíše chápán jako pohádková postava určená pro děti (a spojovaná často se zvyky ateistické částí společnosti, vůči níž se praktikující křesťané zřetelně vymezují). *Vánoční Ježíšek je pro mě milou českou tradicí. Svým dětem o ní ale říkat budu maximálně tak, aby věděly, že tato tradice v Čechách funguje. Ježíš jako takový pro mě hraje naprosto zásadní roli. Je pro mě mým životem, cestou i pravdou.*

Do opozice k názoru na Ježíška jako „milou českou tradici" pak vstupují odpovědi (méně početné), v nichž věřící ztotožňují Ježíška s Ježíšem, nejsou však ochotni „degradovat" Ježíše pouze na fiktivní dítě nosící dárky a od většinové tradice se v rodinném slavení Vánoc distancují. *Dnes vnímám ‚Ježíška' primárně jako zásadní zkomolení zvěsti Vánoc (= Pán Ježíš přišel na svět, aby nás zachránil – Ježíš jako Bůh, nikoliv fiktivní infantilní ‚Ježíšek'). S dětmi tedy doma odmalička společně slavíme Ježíšovy narozeniny, při kterých si pro radost dáváme dárky navzájem (předobraz je třeba v biblickém příběhu o Ester), báchorky o Ježíškovi jsme v rodině zcela eliminovali.* Někteří respondenti s takto založenými rodiči vzpomínají na své Vánoce bez tradičního českého Ježíška, a zejména na konfrontaci se spolužáky, jimž měli zakázáno prozradit (ale někdy prozradili), že Ježíšek dárky nenaděluje.[33]

[33] Podle výzkumu přibližně 4 – 5 % respondentů na Ježíška nikdy nevěřilo a tradice vánočních dárků se jim odjakživa podávala realisticky jako akt vzájemného obdarovávání.

3.3.5 Věřit – nevěřit na Ježíška. O fiktivní povaze Ježíška jako vánočního dárce, resp. o tom, že je tato postava konstruktem dospělých a dárky opatřují oni, se děti dovídají v předškolním či mladším školním věku (4 – 8 let). Velmi často (více než ve třetině případů) si však přesný věk nepamatují. Jde totiž zřejmě o dlouhodobější proces „ztrácení víry"; informace či dohady přicházejí postupně a z vícera stran, zejm. od vrstevníků či starších spolužáků nebo sourozenců, méně často od rodičů nebo prarodičů. Občas se také stane, že děti samy ve skříni objeví ukryté dárky, že písmo na obalech dárků připomíná písmo rodičů, že si při štědrovečerním inscenování Ježíškova příchodu povšimnou některých nesrovnalostí (před večeří někdo z dospělých odejde a teprve pak se ozve z pokoje zazvonění), že se někdo z dospělých prořekne (*Už máte koupené dárky?*) apod. Ani sami rodiče si často nebývají jisti, zda dítě ještě „věří na Ježíška", a často si tím nejsou zcela jisty ani samy děti: přechodové období mezí vírou a (úplnou) nevírou v Ježíška trvá i několik let. Diskurz implikující existenci Ježíška se totiž vede stále, při hovoru s dětmi a běžně i mezi dospělými. Také velké děti, adolescenti i dospělí často píšou „Ježíškovi" dopisy s výčtem přání (viz výše).

Studentky provádějící výzkum samy učinily závěr, že „ač je odhalení neexistence Ježíška významným milníkem v životě každého z nás, nikterak to nenarušuje vnímání českých Vánoc" (interní materiál ze semináře, srov. úvodní odstavec 3.3). Srov.: *Nevzpomínám si, kdy jsem poznala, že dárky nosí právě rodiče. Muselo to být ale hodně brzy a nekladla jsem na ten fakt výrazný důraz (nebylo to pro mě důležité).*[34] Často mají děti stran Ježíška jen více nebo méně zřetelné „tušení", ale po přesné informaci nepátrají, protože ji nepotřebují: *Já jsem tušila již odmala, že žádný Ježíšek není, protože tatínek vždy zmizel v obýváku a najednou svítil stromeček a zvonil zvoneček :) Pro mě byl spíš důležitý ten pocit tajemna a skoro až mystična, když jsem netušila, co na mě v tom tajemném pokoji a pod stromečkem čeká. Dodnes stačí vůně františka a hned se mi ten pocit lásky a štěstí vybaví :).*

Otázka, v kterém věku a jakým způsobem podat dětem pravdivou informaci o Ježíškovi, je nicméně významným tématem internetových poraden pro rodiče a zjevně si s ní mnozí rodiče dělají starosti. Na psychology se obracejí i rodiče křesťanští, kteří cítí jako problém kontaminovat obraz Ježíše „ateistickou" představou Ježíška ze strany většinové společnosti, ale zároveň své děti nechtějí ochudit o rituál, jejž sdílí většina kamarádů.

4. KOGNITIVNÍ DEFINICE JEŽÍŠKA (POKUS O NÁČRT)

Od jazykových výrazů spjatých s českým Ježíškem (a signalizujících již do jisté míry jeho místo v kultuře české společnosti) přes představy o jeho vizuální podobě jsme se postupně dostali k jeho komplexnějšímu, strukturovanému a zobecněnému obrazu, jehož součástí je nejen představa, „jak Ježíšek vypadá", resp. „kdo to je",

[34] Svědectví o narušení důvěry k rodičům či déledobější psychické újmě se v souvislosti s odhalením neexistence Ježíška objevilo pouze v jednom případě.

ale i „co dělá, jak se projevuje“, a to se zřetelem k časové a místní určenosti jeho konání; podstatná je také otázka, jak se v reflexi českých mluvčích Ježíšek vztahuje k lidem, a v neposlední řadě i jak se lidé vztahují k němu.

V analýze i průběžné syntéze dat jazykových, textových a empirických nám šlo o konceptualizaci Ježíška v myslích českých mluvčích. Ta má povahu stereotypového „pohyblivého obrazu“, tj. struktury silnějších i slabších konotací, která je mnohavrstevnatá a má (jak uvidíme) narativní povahu. Ač snad zatím nedokonale, zohledňujeme i způsob vedení stereotypového diskurzu vztaženému k Ježíškovi, resp. komunikační strategie, jež se v tomto diskurzu uplatňují: a to jak v komunikaci „o Ježíškovi“, tak v komunikaci „s Ježíškem“. To vše by totiž kognitivní definice – o niž nám tu jde – měla v ideálním případě zohlednit; resp. měla by vzít v úvahu vše, co je v souvislosti se zkoumaným předmětem pro dané společenství kulturně relevantní.

Kognitivní definice představuje v jistém ohledu komplexní popis významu;[35] vystihuje sdílené polohy obrazu předmětu v mysli mluvčích daného jazyka (Bartmiński, 2016, s. 31) a má dynamický charakter. Nejen naše myšlení a pojmové koncepty, ale i sama kognitivní definice (v souladu s tím, že „myslíme literárně“, tj. v příbězích a parabolách, srov. Turner, 2005)[36] představuje určitý druh zobecňující narace, resp. struktury narací o zkoumaném předmětu. Tato struktura zahrnuje jak jeho vlastnosti statické (zejm. vzhledové), tak dynamické (projevy zkoumaného předmětu v jejich posloupnosti, konání či fungování, stereotypové možnosti zapojení předmětu do určitých situací a scénářů).[37] I sama kognitivní definice je tedy specifickým „vyprávěním“, jehož prostřednictvím se lingvista pokouší daný pojem, resp. stereotyp rekonstruovat; uplatňuje při tom perspektivu kolektivního vidění světa – neboť tvůrcem stereotypu je kolektivní mluvčí, tzn. určitě jazykově-kulturní společenství (srov. Bartmiński, 2014).

S inspirací zejména u duchovního otce kognitivní definice (Bartmiński, 2014, 2016, s. 85), ale ovšem s ohledem na specifika našeho předmětu definice – Ježíška –

[35] Tradiční lexikologická definice založená pouze na shrnutí nutných a postačujících rysů předmětu (genus proximum a differentia specifica) totiž k vystižení jeho kulturně podstatných charakteristik nestačí; kognitivně-kulturní lingvistika přistupuje k významu se zřetelem k tomu, co je opravdu „významné“ pro mluvčí daného společenství; spíše než o „definici“ jde o „explikaci“, která rekonstruuje stereotypovou představu předmětu, tak jak se zobrazuje v mysli mluvčích daného jazyka a kultury. „Situování představy o předmětu do celé sítě sémantických vztahů spojených s jeho pojmenováním má vést k rekonstrukci jeho kognitivní struktury a ukázat jeho místo v kontextu jiných znaků, které utvářejí ‚jazyk kultury‘“ (Bartmiński, 2016, s. 31).

[36] Sám jazyk, resp. jazykový obraz světa představuje v pojetí lublinských sémantiků velkou, mnohovrstevnatou kolektivní naraci – „makronaraci“ složenou z „mikronarací“ různého typu a řádu (srov. Filar, 2013, s. 89).

[37] Jde o „kulturní text“, který zprostředkovává významy daným společenstvím sdílené (čáp má dlouhý zobák a tím klape, čáp má dlouhé tenké nohy, čáp je černobílý, čáp se vyskytuje u vody a chytá žáby, čáp si staví hnízda na komínech, ale i čáp nosí děti apod.).

naznačujeme možnou strukturu příslušně kognitivní definice a podáváme i předběžný návrh jejího naplnění. Jde pouze o náčrt, v němž se nevyhýbáme otázkám a sporným bodům: v jednotlivých subkapitolách tak zatím spíše diskutujeme o tom, jak by součásti budoucí kognitivní definice mohly vypadat.[38] Přitom je třeba odkázat i na texty, v nichž se probírá obecnější modelování štědrovečerního scénáře, jehož součástí je vedle sváteční večeře i specificky konstruovaný rituál „příchodu Ježíška" (Vaňková, 2014, 2015). Znovu je potřeba opakovat, že Vánoce – jejichž centrálním momentem je právě Štědrý večer – jsou nejvýznamnějším (resp. „nejsvátečněji" prožívaným) českým svátkem.

4.1 Nadřazená kategorie. Ježíšek představuje nadpřirozenou bytost; v jiné, zejm. v kontextu Vánoc adekvátnější perspektivě ho lze vztáhnout k hyperonymu „vánoční dárce", srov. v tomto ohledu kohyponyma *Mikuláš* (*dostat něco od Mikuláše nebo od Ježíška, mikulášská* / *vánoční nadílka*) a také, jak bylo uvedeno, i v souvislostech společensko-politických, též *Děda Mráz* a *Santa Claus*.[39]

4.2 Vzhled a vlastnosti Ježíška je třeba pojednat na základě výše uvedených variantních konceptualizací, tj. především rozhodnout, která z nich je stereotypová, resp. které vlastnosti k stereotypovému obrazu Ježíška náleží. Na základě výsledků výzkumu (zejm. dotazníkového) lze říci, že nejtypičtější představou o podobě Ježíška zůstává postava malého světlovlasého chlapce, oděného nejčastěji v bílém úboru (která má podle individuálních představ respondentů větší nebo menší spojitost s Ježíšem Kristem a souvisí více či méně s postavou malého Ježíška v jesličkách, o níž se zpívá v koledách apod.). Někdy má křídla (souvisí s představou anděla). Věk Ježíška kolísá od novorozence k předškolnímu nebo i školnímu či pubertálnímu chlapci.

Další konceptualizace Ježíška: starý muž s vousy (často, ale ne vždy má podobu Santa Clause, obvyklým atributem je však pytel s dárky), skřítek, anděl, a stále častěji také ježek, příp. antropomorfní bytost s bodlinami na zádech. Ostatní představy jsou individuální.

---

[38] Podle Bartmińského je totiž kognitivní definice „vyprávěním o předmětu" i v tom smyslu, že je vedena z perspektivy naivního mluvčího, např: „Ježíšek nosí dětem o Štědrém večeru dárky. Přichází po večeři, vletí vždy do pokoje oknem a dárky položí pod stromeček. Nikdy ho nevidíme. Zazvoní vždycky na zvonek, abychom věděli, že už tu byl. Pak jdeme všichni ke stromečku a zpíváme koledy. Potom rozbalujeme dárky, máme z nich radost, a nakonec všichni Ježíškovi děkujeme." Následující text je však konstruován jinak, v poloze reflexivní, nezapírá, že si v mnohém nejsme jisti a že dáváme k diskusi jak otázku, co je stereotypové (resp. co je dostatečným kritériem stereotypu), tak otázky jiné (šíře a způsob uvádění charakteristik apod.).

[39] V dotazníkovém výzkumu i v textech byla v některých případech patrná konfrontace právě s těmito dvěma dárci (srov. písňový text J. Nohavici v úvodu tohoto pojednání) nebo s jedním z nich (konfrontace se Santou srov. text ke kampani Zachraňte Ježíška či stejnojmennou píseň V. Čoka, konfrontace s Dědou Mrázem v projevu A. Zápotockého aj.). Mnohém méně je patrné srovnání s jinými postavami tradičně obdarovávajícími děti v jiných zemích (různí „vánoční muži" odvození většinou od podoby sv. Mikuláše, italská Befana apod.); srov. odborné či informační texty o průběhu zimních svátků ve světě (Večerková – Frolcová, 2010); to však už překračuje obzor naivní reflexe Ježíška.

U mnoha respondentů Ježíšek nemá smyslově vnímatelnou podobu, je nehmotný a neviditelný, příp. projevuje se jako světlo, záblesk či meteorologický jev na obloze. Na tajemnost a fantazijní charakter Ježíška je v reflexích dospělých a v jejich vzpomínkách často kladen důraz.

Je ovšem třeba zdůraznit, že podoba Ježíška bývá tematizována spíše uměle (např. prosba ze strany učitelů nebo vyhlašovatelů soutěží či anket, aby děti nakreslily či popsaly Ježíška). To, jak Ježíšek vypadá, vlastně není důležité; jde o pominutelný fakt, stojící mimo jeho funkci dárce a mimo scénáře s Ježíškem spojené (tj. co dělá, jak s lidmi komunikuje a jak se lidé chovají k němu); v těchto scénářích nehraje roli, jak Ježíšek vypadá.[40]

4.3 Scénáře s Ježíškem spojené (co Ježíšek dělá: čas, místo, posloupnost událostí a okolnosti rituálu). Ježíšek především přináší dárky – tato funkce (funkce štědrého dárce) je jeho základní charakteristikou, jak je patrné z jazykových, textových i empirických dat. Přichází (resp. přilétá) do českých domácností na Štědrý večer, tj. 24. 12., krátce po slavnostní štědrovečerní večeři.[41] Nesmí být nikým spatřen (hlavně ne dětmi). Otevřeným oknem nebo přes balkon se dostává do obývacího pokoje a tam nepozorován položí pod vánoční stromeček dárky;[42] na znamení uskutečněné návštěvy zazvoní a zmizí. Po zazvonění zvonku (a případně i zvolání, že přišel, je zde nebo zde právě byl Ježíšek) přichází k rozsvícenému stromečku celá rodina a (případně po vlastních, rozrůzněných rituálech – zpívání koled, modlitba apod.) rozbaluje dárky. Na závěr rituálu děti (i dospělí) Ježíškovi explicitně děkují (slovy „Děkujeme Ježíškovi!“). Tak večer probíhá z hlediska menších dětí, které „věří na Ježíška“ (často ho s napětím vyhlížejí, snaží se ho aspoň letmo spatřit a s dospělými o něm vedou rozhovory), avšak i poté, co děti na Ježíška „nevěří “ (a často též mezi dospělými obecně), probíhá rituál stejně a podle svědectví respondentů může být i podobně tajemně prožíván.

4.4 Komunikace s Ježíškem. Ze scénářů s Ježíškem spojených akcentujeme momenty chování lidí (resp. dětí) k Ježíškovi a komunikace s Ježíškem. Již výše bylo vzpomenuto děkování Ježíškovi v rámci scénáře Štědrého večera (praktikované

---

[40] Na rozdíl od Mikuláše, Dědy Mráze či Santa Clause, které lze běžně spatřit typicky zobrazené, či je dokonce potkat jako reálné osoby oděné v příslušných kostýmech, nebývá Ježíšek jako vánoční dárce zobrazován a konkretizován (ač snad dříve ojediněle, např. v Podkrkonoší, obcházel děti s dárky jako maskovaná, bíle oděná postava s křídly, srov. Večerková – Frolcová, 2010, s. 297). V posledních letech sice neunikl ani on různým reklamním kampaním a komerčním akcím a lze si ho objednat jako loutku, přívěšek ke klíčům či ho spatřit jako hrdinu kýčovitých obrázkových knížek, jde však o akce spíše ojedinělé, které se mezi širší veřejností příliš neujaly (srov. http://www.ceskyjezisek.cz/shop.html). Známější a využívanější je „Ježíškova pošta“ na Božím Daru, kam děti mohou posílat dopisy Ježíškovi a obdržet pak přání se speciálním Ježíškovým razítkem; razítko je každý rok jiné, Ježíšek na něm mívá podobu miminka (srov. https://www.ceskaposta.cz/-/jezisek-i-letos-vyrazi-na-bozi-dar).

[41] Je třeba zdůraznit fakt, že u většiny jiných kulturních společenství probíhá vánoční nadílka až ráno 25. 12. Ke scénáři Štědrého večera komplexněji Vaňková, 2014, 2015.

[42] Podle literatury (Koura – Kourová, 2010) dříve přinášel Ježíšek i ozdobený a rozsvícený stromeček, dnešní respondenti zdobili v dětství stromeček sami (resp. Ježíšek dnes nosí pouze dárky, nikoli stromeček).

často i jindy po obdržení vánočního dárku). Vedle štědrovečerního rituálu je třeba zmínit ještě druhý, jistě méně významný (tj. méně sdílený a méně pevně časově vázaný) „ježíškovský“ scénář, a to je fenomén dopisů Ježíškovi. Děti (a v menší míře v odvozené, hravé formě i dospělí) se v dopisu obracejí na Ježíška (potažmo na rodiče či potenciální dárce vůbec) ustálenou formou textu: po formuli *Milý Ježíšku* a případných dalších zdvořilostních obratech je vyslovena prosba o dárek (či sepsán seznam dárků), poté přislíbeno dobré chování a dopis končí závěrečnými formulemi a podpisem. Dopis je předán rodičům nebo častěji položen na okno či na balkon, odkud si ho pak Ježíšek nepozorovaně odnese.[43]

4.5 Komunikace o Ježíškovi. V soukromém diskursu, v promluvě k dětem i mezi dospělými (v rodině a mezi přáteli), lze běžně zachytit otázky typu „Už jsi psal Ježíškovi?“, „Co ti přinesl Ježíšek?“, příp. mezi dospělými např. konstatování jako „Musím napsat Ježíškovi, že bych potřebovala nové rádio“ nebo k dětem typicky „Ty teda nejsi hodná, to ti Ježíšek asi nic nepřinese“ nebo jen „Ježíšek to vidí“. Poukazy k tomu, že na dobrém chování dětí je závislá štědrost Ježíška či vůbec sám jeho příchod (Ježíšek je charakterizován jako vševědoucí a registrující všechny přestupky) se stávají v předvánočním období výchovným prostředkem rodičů i zdrojem humorných poznámek mezi dospělými.

Ve veřejném diskursu se o Ježíškovi komunikuje v několika oblastech, vždy v předvánoční a vánoční sezóně, zejm. v publicistice (např. – ale nejen – v lifestyleových časopisech), a ovšem v reklamě: tam je akcentován profil obdarování (resp. nakupování) vyjádřeními implikujícími „ježíškovskou“ naraci (srov. *Ježíšek naděluje tablety on-line*, *Ježíšek to zvoral – vracení nevhodných dárků v obchodech*, *Už jste napsali Ježíškovi?* apod.).

Vyjádření spojených s Ježíškem se využívá i např. v diskurzu o charitativních akcích; Ježíšek v podobě lidských dárců naděluje dětem z dětských domovů, ale i obyvatelům zvířecích útulků.[44] Připomeňme např. též akci Českého rozhlasu s názvem *Ježíškova vnoučata*.[45]

Jiný charakter má veřejný diskurz o Ježíškovi v podobě aktivit za zachování českých Vánoc, resp. přímo Ježíška, jak o tom byla řeč v souvislosti s kampaní *Zachraňte Ježíška* (srov. 3.2, text C). Tam je Ježíšek vpojen do kontextu společensko-kulturního, resp. i politického.

---

[43] Dopis Ježíškovi je využíván jako oblíbené, často humorně variované téma či schéma (resp. topos) např. v zábavných časopisech pro dospělé. V dětských časopisech či na reklamních letácích lze často v předvánoční době nalézt předtištěný, výtvarně vypravený dopis Ježíškovi, kam stačí doplnit pouze seznam dárků.

[44] Srov.: *Místní pejsci dostanou od Ježíška nejrůznější dárky v podobě piškotů, granulí, psích pochoutek a samozřejmě i dek a polštářů na zahřátí. Letos byli psi v útulku asi moc hodní, přijelo za nimi hned několik desítek Ježíšků*. Srov: http://www.blesk.cz/clanek/regiony-praha-praha-volny-cas/439420/do-utulku-v-troji-proudily-davy-prazane-opustenym-psum-k-vanocum-nosili-krmeni-a-dobroty.html

[45] V jejím rámci opatřují dobrovolníci konkrétní vánoční dárky opuštěným seniorům. Více viz: https://www.jeziskovavnoucata.cz/

4.6 Perspektiva. Zdůraznit je třeba dvojí možné nahlížení na Ježíška, dané perspektivou profilujícího subjektu (a / nebo jejím předjímáním ve strategii mluvčího). Tímto subjektem může být (i v podobě recipienta, jemuž se dospělý produktor přizpůsobuje) dítě, které „(ještě) věří" na Ježíška, anebo dospělý či dítě, jež na Ježíška „(už) nevěří". Na základě výzkumu lze konstatovat, že tento dvojí stav nemusí být ostře ohraničen, že má různé mezistupně a polohy.[46]

5. ZÁVĚRY: KÝM A ČÍM JE DNES PRO ČECHY JEŽÍŠEK?

V myšlení dětí (a poněkud modifikovaně snad i v myšlení dospělých) se v souvislosti s Ježíškem často kříží a v podobě pojmového blendu prolínají dva vstupní mentální prostory: běžný, racionální, prakticky a pragmaticky určený obraz světa s obrazem světa magickým.[47] V kouzlu tohoto smíšeného prostoru[48] (a v kouzlu her na tuto interferenci navázaných) tkví specifická ontologie českého vánočního dárce Ježíška.

Následující úryvek zachycuje odpověď katolického kněze Tomáše Halíka na otázku, jež sahá do jeho dětství, resp. do času tvořícího předěl mezi dobou, kdy dítě „věří na Ježíška" a kdy už na něj „nevěří"; ovšemže je tu míněn tajemný vánoční dárce. Tázaný s hravostí a humorem, a zároveň velmi vážně balancuje mezi dvěma významovými polohami výrazu, tj. (malý) Ježíš Kristus a tradiční český vánoční Ježíšek; moderní dikcí přitom potvrzuje dávnou motivaci těch, kdo zvolili za vánočního dárce právě dětskou podobu ústřední postavy křesťanství.

> *Kdy a jak jste přišel na to, že dárky nenosí Ježíšek? – Tak této otázce vlastně nerozumím. Dárky mi totiž stále nosí Ježíšek. Komu je nenosí, ten asi nebyl hodný! Já jsem sice celkem záhy pochopil, že Ježíšek nemůže stihnout obdarovat všechny, takže to musí delegovat na moje rodiče a později na moje přátele. Ale je mi zcela jasné, že kdyby se Ježíš nenarodil, tak ani ten největší ateista na Vánoce nic nedostane.*
>
> (Z rozhovoru s Tomášem Halíkem, Brněnský deník, 13. 12. 2009, dostupné na: http://brnensky.denik.cz/rozhovor/tomas-halik-verim-ze-darky-lidem-nosi-jezisek.html)

---

[46] Dítě často touží „věřit na Ježíška", třebaže ho realita přesvědčuje o jiném než nadpřirozeném původu dárků, a často si představuje, že od Ježíška pochází aspoň něco z toho, co našlo pod stromečkem. Je tedy docela dobře možné, že malý chlapec „ví, že Ježíšek není", a přesto ho vyhlíží oknem: *„Když se syn začal ptát, nejdřív jsme mu prozradili, že máma s tátou musí Ježíškovi pomoci a že proto některé dárky nakupují sami. Nakonec přišel úplně poučený ze školky. Ví, že Ježíšek není, ale stejně ho vyhlíží oknem," vypráví matka šestiletého Jakuba.* Srov.: Radka Hrdinová: Ježíšek existuje! Kdy má dítě vědět pravdu? Dostupné na: https://archiv.ihned.cz/c1-19901570-jezisek-existuje-kdy-ma-dite-vedet-pravdu.

[47] Podle vývojové psychologie odpovídá magický pohled na svět určitému stadiu kognitivního vývoje člověka; pojetí Ježíška a věrohodnost ježíškovského scénáře je pro vnitřní svět předškolního dítěte plně v intencích tohoto obrazu. V dalším vývojovém stadiu (obvykle v prvních letech školní docházky) děti toto stadium opustí (či – podle našich zjištění – spíše pozvolna opouštějí) a tím se modifikuje i jejich prožívání Vánoc. I ony se pak postupně stávají těmi, kdo zprostředkovávají obraz Ježíška dětem mladším, než jsou ony samy.

[48] O smíšených prostorech či „tvořivých smíšeních" (blendech) srov. např. Turner, 2005, s. 82 an.

Český Ježíšek je bytostí, která přečkala různá historická období, politické režimy i proměny kulturního klimatu: od nástupu měšťanské kultury přes dvě světové války a komunistický režim až k době postmoderní, spojené s mísením kulturních kontextů a relativizací hodnot. Odolává tlakům ideologickým i komerčním, obstál v konfrontaci s ruským dědou Mrázem i americkým Santou Clausem. I když si ho dnes stále méně respondentů představuje jako novorozeného Ježíše (*Jezulátko*), scénář spojený s vánoční nadílkou se od poloviny 19. století, kdy Božena Němcová psala *Babičku*, proměnil jen minimálně. V tomto směru je příznačné, že silně fixovaná a sdílená není ani tak podoba Ježíška, jako jeho funkce (dárce), přináležitost k Vánocům a místo ve stereotypově ukotveném štědrovečerním scénáři.

Do komunikační strategie mluvčích se v hovoru o Ježíškovi (a také v komunikaci s Ježíškem) promítá specifická vůle ke hře a smysl pro humor, vyrůstající (v hovoru dospělých) z přiznávané, resp. sdílené mystifikace. Stranou zájmu dalších případných „ježíškologů" by tedy neměly zůstat pojmové a komunikační polohy opřené o prolnutí reality a fikce, o mystifikační hru nabývající různých podob i o zvláštní polohu opozice sacrum – profanum, která je s diskurzem o Ježíškovi spojena. To vše podstatně zakládá kulturní specifičnost Ježíška jako zvláštního pojmového konstruktu.

Bylo už naznačeno, že tento konstrukt vychází jednak z tradice, jednak ale – v poslední době čím dál nápadněji – též ze soukromé i veřejné reflexe této tradice, svědčící o tom, že si Češi (v konfrontaci domácí tradice s tradicemi jinými, „cizími") kulturní závažnost „svého" Ježíška uvědomují a je pro ně důležitý; je tomu tak i proto, že je spjat s jejich vlastním dětstvím, domovem a rodinou, resp. s hodnotou rodinné pohody, která je s Vánocemi spojena. Češi jsou si také (jak ukázal i tento výzkum) ve vztahu k Ježíškovi vědomi skutečnosti, že se jako rodiče (a dospělí vůbec) stávají nositeli a předavateli rodinné i společenské tradice a rituálů, jimiž je tato tradice budována. Udržují ji (a v individuálních aktech obohacují) jak (re)konstrukcí situací, do nichž Ježíška nechávají vstupovat, tak (re)konstrukcí diskurzu, který o něm vedou.

Ve své zvláštní ontologii zkrátka Ježíšek „existuje" tak či onak i v sekulární společnosti, a ač se (jak je patrné na základě kulturnělingvistického zkoumání) pojem s ním spojený v mnohém transformoval (tak jako jiné okolnosti našich životů), zůstává postavou překvapivě životnou a specifickým způsobem milovanou. Nemusíme snad tedy pochybovat, že Ježíšek představuje jeden z českých kulturně klíčových pojmů, resp. (v pojetí A. Wierzbické) specifické klíčové slovo české kultury. Jeho významová a diskurzotvorná náplň přitom spoluurčuje další kulturně důležité pojmy z daného kontextu; podílí se (v pojetí Sharifianově) na kulturní konceptualizaci Vánoc (jako nejvýznamnějších českých svátků, a svátků v prvé řadě rodinných) a zároveň s nimi spoluurčuje sémantickou i kulturní specifičnost českých pojmů DOMOV a POHODA. Není snad sporu o tom, že jde – spolu s pojmy VÁNOCE a ovšem i JEŽÍŠEK – o pojmy silně hodnotově zatížené a spojené s českou kulturní identitou.

Bibliografie

ANUSIEWICZ, Janusz: Lingwistyka kulturowa. Wrócław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 2005. 184 s.

BARTMIŃSKI, Jerzy: Językowe podstawy obrazu świata. Lublin: Wydawnictwo Wydawnictwo Uniwersytetu M. Curie-Skłodowskiej, 2009. 328 s.

BARTMIŃSKI, Jerzy: Narracyjny aspekt definicji kognitywnej. In: Narracyjność języka i kultury. Eds. D. Filar – D. Piekarczyk. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu M. Curie-Skłodowskiej 2014, s. 99 – 116.

BARTMIŃSKI, Jerzy: Jazyk v kontextu kultury. Dvanáct statí z lublinské kognitivní etnolingvistiky. Prekl. a ed. I. Vaňková. Praha: Karolinum 2016. 168 s.

ERBEN, Karel Jaromír: Kytice – České pohádky. Praha: Lidové noviny, 2003. 326 s.

FILAR, Dorota: Narracyjne aspekty językowego obrazu świata. Interpretacja marzenia we współczesnej polszczyźnie, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu M. Curie-Skłodowskiej, 2013. 224 s.

FILIPEC, Josef et al.: Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost. Praha: Academia 1994. 848 s.

FROLEC, Václav et al.: Vánoce v české kultuře. Praha: Vyšehrad, 1988. 440 s.

HAVRÁNEK, Bohuslav et al.: Slovník spisovného jazyka českého. I. svazek, A – M. Praha: Academia 1960. 1311 s.

CHROLENKO, A. T.: Osnovy lingvokuľturologii: učebnoje posobije. Moskva: Akademija, 2001, 184 s.

JANDA, Laura: From Cognitive Linguistics to Cultural Linguistics. Slovo a smysl, 8, IV, 2007, s. 69 – 83.

KOURA, Petr – KOUROVÁ, Pavlína: České Vánoce od vzniku republiky do sametové revoluce. Praha: Dokořán – Máj 2010. 360 s.

LAKOFF, George – JOHNSON, Mark: Metafory, kterými žijeme. Prekl. M. Čejka. Brno: Host 2002. 280 s.

MASLOVA, Valentina Avraamovna: Lingvokuľturologija. Moskva: Akademija, 2001, 208 s.

NĚMCOVÁ, Božena: Babička. Brno: Host 2017. 312 s.

NOHAVICA, Jaromír: Chtěl jsem ji zazpívat. Výbor z písňových textů. Praha: Torst 2010.

PRUDKÝ, Libor, a kol.: Inventura hodnot: Výsledky sociologických výzkumů hodnot ve společnosti České republiky. Praha: Academia, 2009. 342 s.

REJZEK, Jiří: Český etymologický slovník. Voznice: Leda, 2011. 752 s.

SHARIFIAN, Farzad: Cultural Conceptualization and Language. Theortical Framework and Application. Amsterdam – Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2011. 161 s.

SCHIEFFELIN, Bambi B. – GARRETT, Paul B. (eds.): Anthropological Linguistics. Critical Concepts in Language Studies. I – V. London, New York: Routledge, 2011.

SLOVNÍK SOUČASNÉ ČEŠTINY. Brno: Lingea, 2011, 1085 s. (Autor neuveden.)

TRABANT, Jörgen: How relativistic are Humboldt's "Weltansichten"? In: Explorations in Linguistic Relativity. Eds. M. Pütz – M. Verspoor. Amsterodam – Philadelphia, John Benjamins Publishing Company 2000, s. 25 – 44.

TURNER, Mark: Literární mysl. O původu myšlení a jazyka. Prekl. O. Trávníčková. Brno: Host 2005. 278 s.

UNDERHILL, James: Humboldt, Worldview and Language. Edinburgh: Edinburgh University Press 2009. 176 s.

VAŇKOVÁ, Irena: Buďte v pohodě! (Pohoda jako české klíčové slovo) In: Obraz člověka v jazyce. Eds. I. Vaňková – J. Pacovská. Praha: Filozofická fakulta UK 2010, s. 31–57.

VAŇKOVÁ, Irena: DŮM i DOMOV v češskoj jazykovoj kartine mira. In: Wartości w językowo-kulturowym obrazie świata Słowian i ich sąsiadów I. Eds. M. Abramowicz – J. Bartmiński – I. Bielińska-Gardziel. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu M. Curie – Skłodowskiej 2012, s. 69 – 88.

VAŇKOVÁ, Irena: Vánoce jako klíčové slovo české kultury. (První poznámky k etnolingvistickému výzkumu). Didaktické studie, 2014, roč. 6, č. 1, s. 135 – 149.

VAŇKOVÁ, Irena: Vánoce ("Christmas") in the ethnolinguistic perspective (Czech key words and values). Etnolingwistyka, 2015, č. 27, s. 63 – 86.

VAŇKOVÁ, Irena: Etnolingvistika. In: CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny. Eds. P. Karlík – M. Nekula – J. Pleskalová. URL: 2017a. https://www.czechency.org/slovnik/ETNOLINGVISTIKA (14. 2. 2018)

VAŇKOVÁ, Irena: Ježíšek v dnešní češtině a české kultuře. Metodologické inspirace současné etnolingvistiky: na cestě ke kognitivní definici. In: Jazyk a jazykověda v súvislostiach. Eds.: O. Orgoňová – A. Bohunická – G. Mácsková – K. Muziková – Z. Popovičová Sedláčková. Bratislava: Filozofická fakulta Univerzity Komenského, 2017b, s. 103 – 114.

VAVŘINOVÁ, Valburga: Malá encyklopedie Vánoc. Praha: Libri, 2002. 288 s.

VEČERKOVÁ, Eva: Vánoční dar a darování. In: Dary a obdarování. Ed. Ludmila Tarcalová. Uherské Hradiště: Slovácké muzeum, 2007, s. 101–107.

VEČERKOVÁ, Eva – FROLCOVÁ, Věra: Evropské Vánoce v tradicích lidové kultury. Praha: Vyšehrad 2010. 318 s.

WIERZBICKA, Anna: Understanding Cultures through Their Key Words. New York – Oxford: Oxford University Press 1997. 217 s.

Internetové prameny

Brněnský deník.cz: Tomáš Halík: Věřím, že dárky lidem nosí Ježíšek. In: <http://brnensky.denik.cz/rozhovor/tomas-halik-verim-ze-darky-lidem-nosi-jezisek.html> [6. 10. 2017]

Česká televize.cz: Alžběta Chmelařová: A jak vypadá váš Ježíšek? In: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/nazory/1127010-a-jak-vypada-vas-jezisek> [26. 3. 2018]

Databáze excerpčního materiálu Neomat (2015). Verze 3.0. Praha: Oddělení současné lexikologie a lexikografie Ústavu pro jazyk český AV ČR. In: <http://neologismy.cz/> [7. 9. 2017]

SYN: Český národní korpus – SYN, Ústav Českého národního korpusu FF UK, Praha, přístupný na: www.korpus.cz [14. 2. 2017]

Youtube: Vilém Čok – Zachraňte Ježíška. In: <https://www.youtube.com/watch?v=BQ2H1y-Pvsyo> [7. 9. 2017]

Youtube: Jaromír Nohavica – Ježíšek. In: <https://www.youtube.com/watch?v=gjmTfJCmy6s> [26. 3. 2018]

Zachraňte Ježíška: Zachraňme Ježíška. In: <http://www.zachrantejeziska.cz/> [6. 10. 2017]